

PARQUE TEMÁTICO KILELI

Presentado por:

Neila Yasmina Millán Cuero

Profesor:

Nicolas Ríos Herrera

Trabajo Final

Proyecto Innovador III – Plan de negocios

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CENTRO DE DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL

MAESTRÍA EN CREACIÓN DE EMPRESAS

Cali, Colombia

2023

TABLA DE CONTENIDO

Síntesis del documento	10
1. Análisis del mercado (este análisis debe contener máximo 10 páginas).....	14
1.1 Definición del problema.....	19
1.2 Definición de producto y/o servicios.	22
1.3 Clientes.....	23
1.4 Análisis de los competidores.....	27
1.5 Tamaño del Mercado y fracción del mercado.....	32
1.6 Estrategias de mercadeo y plan de ventas	35
1.7 Plan de ventas.....	37
2. Análisis técnico (este análisis debe contener máximo 5 páginas).....	39
2.1 Procesos productivos o de prestación del servicio	40
2.2 Requerimientos y Proveedores de equipos, muebles, materias primas, tecnología, o suministros.....	42
2.3 Distribución de planta/oficinas y de equipos	43
2.4 Boceto gráfico de website+app móvil.....	¡Error! Marcador no definido.
3. Análisis administrativo (este análisis debe contener máximo 3 páginas)	47
3.1 El perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige.	47
3.2 Las estructura organizacional.....	53
3.3 Socios clave.....	54

4.	Análisis legal, social y ambiental (este análisis debe contener máximo 2 páginas).....	55
4.1	Permisos y manejo de propiedad intelectual	55
4.2	Normatividad Técnica	56
4.3	Normatividad Tributaria.....	60
4.4	Normatividad Laboral	60
5.	Análisis económico (este análisis debe contener máximo 4 páginas)	61
5.1	Las necesidades de inversión en activos fijos y en capital de trabajo.....	61
5.2	Los ingresos, costos y gastos.....	62
6.	Análisis financiero (este análisis debe contener máximo 2 páginas)	65
6.1	Estado de Resultados y Flujo de Caja	65
6.2	Evaluación de proyecto	67
6.3	Riesgos	¡Error! Marcador no definido.
7.	Road Map del Negocio (este análisis debe contener máximo 1 página)	70
8.	Conclusiones. (este análisis debe contener máximo 2 páginas)	73
9.	Referencias	76
	Anexos (este análisis debe contener máximo 2 páginas).....	80

INDICÉ DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Segmento perfil del cliente	24
-------------------------------------------------	----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de factores externos.....	19
------------------------------------------	----

Resumen

En estos momentos, los padres de familia y/o acudientes están buscando actividades de entretenimiento, diversión y que estén relacionada con la cultura del Pacífico colombiano; que les permitan compartir y disfrutar momentos de esparcimiento con sus hijos, familiares y amigos. Una de esas alternativas se encuentra en los parques temáticos, los cuales emergen como espacios en donde no solo se puede disfrutar de juegos y actividades físicas y en participar en dinámicas, sino también aprender, por medio de educación no formal, acerca de temáticas culturales, sociales e históricas que hacen parte de nuestra comunidad y que demandan ser pasadas de generación a generación; en este caso, a los niños y niñas de la ciudad de Buenaventura y de sus zonas aledañas, entre las edades de 3 años a 14 años de edad.

Así pues, la diversión, la actividad física y recreativa, son elementos esencial que la comunidad bonaverense necesita para tener un equilibrio mental, salud y desarrollo personal, en donde el distrito de Buenaventura carece de sitios de relajamiento y distracción, es importante que los niños, niñas y adolescentes pueden desarrollar nuevas habilidades, tener amigos, fortalecer la autoestima, minimizar los riesgos de estrés y estimular el crecimiento y transformación personal positiva a través de estas prácticas.

El propósito de este trabajo es determinar la existencia de un mercado potencial en la ciudad de Buenaventura, Valle del Cauca, y se recopiló información primaria y secundaria disponible a nivel nacional, regional y local; con el fin de realizar proyecciones futuras de la demanda, el precio del servicio y demás característica del comportamiento de los futuros usuarios, que nos ayuda para el desarrollo de un Parque Temático Ancestral; el cual se tratará que los niños y niñas jueguen y aprendan los conceptos, principios y valores que le van a servir en la vida, a través de la interacción que aportará al fortalecimiento, desarrollo integral, el entretenimiento y diversión con sus familiares. Siendo los mayores beneficiarios a los padres y/o acudientes que estarán complacidos de llevar a este espacio con todos los recursos a sus hijos para que tengan unas experiencias especiales.

Palabras Claves: Parque, temático, ancestral, entretenimiento y demanda.

Abstract

At this time, parents and/or guardians are looking for entertainment, fun activities that are related to the culture of the Colombian Pacific; that allow them to share and enjoy leisure moments with their children, family and friends. One of these alternatives is found in theme parks, which are emerging as spaces where you can not only enjoy games and physical activities and participate in dynamics, but also learn, through non-formal education, about cultural issues, social and historical that are part of our community and that demand to be passed from generation to generation; in this case, to the boys and girls of the city of Buenaventura and its surrounding areas, between the ages of 3 years and 14 years of age.

Thus, fun, physical and recreational activity, are essential elements that the community of Buenos Aires needs to have a mental balance, health and personal development, where the district of Buenaventura lacks relaxation and distraction places, it is important that children Girls and adolescents can develop new skills, have friends, strengthen their self-esteem, minimize the risks of stress, and stimulate positive personal growth and transformation through these practices.

The purpose of this work is to determine the existence of a potential market in the city of Buenaventura, Valle del Cauca, and primary and secondary information available at a national, regional and local level was collected; in order to make future projections of the demand, the price of the service and other characteristics of the behavior of future users, which helps us to develop an Ancestral Theme Park; which will treat the boys and girls to play and learn the concepts, principles and values that will serve them in life, through the interaction that will contribute to the strengthening, integral development, entertainment and fun with their families. The biggest beneficiaries being the parents and/or guardians who will be pleased to bring their children to this space with all the resources so that they have special experiences.

Key Words: Park, theme, ancestral, entertainment and demand.

Síntesis del documento

El problema que se está presentando en el Distrito de Buenaventura es la escasez de sitios temáticos culturales de diversión; donde los padres de familias puedan compartir con sus hijos en actividades de esparcimiento, entretenimiento y diversión.

La solución es establecer un sitio temático cultural apropiado, indoor y seguro para que los padres de familias/acudientes puedan llevar a los niños y niñas a desarrollar actividades lúdicas, de entretenimiento y diversión en la ciudad de Buenaventura, donde jueguen y aprendan los conceptos, principios y valores que le puedan servir para la vida, a través de la interacción que aportará al fortalecimiento, desarrollo integral y recreación; donde tendrán momentos envolventes.

La profesional Neila Yasmina Millán Cuero, quien es residente en el Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura, por más 30 años, desempeñando la docente universitaria, es la persona que está llevando a cabo este modelo de negocios a través de la maestría de Creación de Empresa de la Universidad ICESI.

Las metas de ingresos que se tiene estipuladas para este modelo de \$648.000.000 del 5% de incremento para el año 2024, este mercado de Entretenimiento y Diversión tiene unas buenas proyecciones a futuro, siendo para el año 2025 el 7%, el 2026 el 9% y para el 2027 el 10% de incremento.

Se requiere para llevar a cabo la implementación de este proyecto recursos:

RECURSOS NATURALES.

Se requiere un proveedor que suministre todo lo relacionado con diseños personalizados e innovadores divertidos, únicos y cómodos y que se adapten a la necesidad de tu proyecto.

Implementar buenas prácticas ambientales: reducir el consumo de energía, agua, ruidos y generación de residuos.

RECURSOS HUMANOS.

- Administrador: Administrar los recursos económicos y el recurso humano procurando el bienestar del personal y el crecimiento del Parque. Toma de decisiones con respecto a contrataciones, inversiones, personal, compras, etc. Llevar la contabilidad y relación diaria de ingresos-egresos en el Parque

Competencia: Administrador de Empresas. Respuesta al Cambio. Estratégico, Innovador, Manejo de Personal, Estrategias de Marketing, Emprendedor.

Experiencia: 1 año administrando negocio. Amplio conocimiento del proyecto y del sector.

- Coordinador operativo: Supervisar la actividad de todos los clientes del parque. Atender a las personas que llegan y orientarlas respecto a las reglas de cada uno de los juegos, elementos de protección personal y seguridad.

Competencia: Don de Mando, Líder, amable, responsable, Conocimiento del Paintball Táctico, Seguridad del Juego.

Experiencia: 1 año de experiencia en juegos extremos

- Cajero: Atender a los visitantes del parque. Brindar asesoría a las personas que llegan a pagar su entrada o comprar sus boletos para las atracciones o comprar en la tienda.

Competencia: Excelente Manejo de Sistema. Estudios en el área.

Experiencia: 6 meses en Manejo de Caja, cuadre y dinero.

- Asistente: Atender a las personas que llegan a acceder a las atracciones, explicarles las normas de seguridad.

Competencia: Amable, Responsable, Actitud de Servicio, Excelente trato a clientes.

Experiencia: 6 meses de experiencia en Servicio al cliente

- Aseadora: Velar por la limpieza, el orden y la organización dentro del parque

Competencia: Responsable, Amable, respetuosa, comprometida con la empresa.

TECNOLOGÍA.

Se utilizará tecnología de punta a nivel de medios visuales, táctiles, mecánicos y de audio; entregando una experiencia de educación y entretenimiento.

REDES EMPRESARIALES.

Universidad del Valle- Pacífico.

Cámara de Comercio Buenaventura.

Fondo emprender.

Sennova

Alcaldía de Buenaventura.

Celsia

Hidropacífico

Codisert

SPB S.A.

TCBUEN

Super Giros- Buenaventura.

RECURSOS FINANCIEROS.

Se constituye de todos aquellos aspectos iniciales que se requieren para poner en marcha el proyecto. Incluye la compra de las atracciones, elementos de protección personal adicionales requeridos, instalación de las atracciones en las zonas específicas, equipos de oficina, elementos de seguridad, capital de trabajo e instalación de un quiosco dotado de souvenir, bebidas y mecatos para la zona de alimentos.

Las entidades que pueden apoyar como financiadoras:

- Bancos
- Fondo emprender
- Fondo VALLEINN municipios 2022
- INNPULSA

Las oportunidades que se evidencian en este modelo de negocio, donde se destacan las siguientes:

- Satisfacer la demanda de actividad de entretenimiento y diversión para la población bonaverense.
- Mínima cobertura de las empresas en el sector de entretenimiento
- Ingresar al sector de entretenimiento con una propuesta novedosa e innovadora “IN DOOR”
- Motivar a los niños y niñas a realizar actividades físicas luego de la post pandemia.
- Crecimiento 35% de la industria del entretenimiento.
- Entretener y divertir tiene demanda de todos los sectores sociales.
- Contribuir al desarrollo integral de los niños y niñas bonaverense.

1. Análisis del mercado

Se realiza el estudio del entorno general que afectará según el desarrollo de los factores: Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal que nos proporciona el sector de entretenimiento y diversión, del cual nos permitirá la construcción de la Matriz con los dos pilares externos que nos ayudará a conocer la situación externa no controlables (Oportunidades y Amenazas) de nuestra modelo de negocio.

Demuestra el entorno favorable que representa para la idea de negocio, siendo conductor de gran importancia al momento de considerar la posibilidad de materializar la creación de un parque de entretenimiento y diversión en el Distrito de Buenaventura.

1. ANÁLISIS EXTERNO

A continuación, se presenta un análisis PESTEL, donde se identifican oportunidades y amenazas del sector con información reciente en temas: políticos, económicos, sociales, tecnológicos ambientales y legales para el modelo de negocio a trabajar.

Político

Artículo 1: Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.”

Según la Transparencia Internacional publica los resultados del Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) 2020. En esta edición, Colombia obtiene un puntaje de 39/100, donde 0 significa corrupción muy alta y 100 significa que no hay corrupción. El país ocupa el puesto 92 entre 180

países. Esto demuestra que Colombia debe fortalecer las estrategias gubernamentales para mejorar sustancialmente su calificación frente a la corrupción donde se encuentra inmersa. Una calificación por debajo de 50 puntos indica que tiene unos niveles muy serios en el sector público de corrupción.

El gobierno nacional, formula el Decreto 1399 del 29 de octubre de 2021, en el cual se reglamenta el subsidio de 25% de un salario mínimo que pagará el Estado a los empresarios y cooperativas que generen nuevos empleos para colombianos entre 18 y 28 años, así como los beneficios para mayores de 28 años. El Estado reglamenta incentivos a las empresas para que generen nuevos empleos mediante la contratación y colaboren a estos a encontrar una fuente de ingresos que les pueda ayude a cubrir todas sus necesidades y poder seguir con su vida cotidiana.

Económico

Según Global Media & Entertainment Outlook de PwC, “la industria del entretenimiento crecerá más rápido que toda la economía global. Según la investigación, la industria del entretenimiento crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 4,3 % para 2023”.

Colombia tiene un historial de gestión macroeconómica y fiscal prudente, anclado en un régimen de inflación objetivo, un tipo de cambio flexible y un marco fiscal basado en reglas, lo que permitió que la economía creciera ininterrumpidamente desde el año 2000 y proporcionó el espacio político para responder a la crisis de COVID-19. (Banco Mundial, 2022)

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), durante el primer trimestre de 2022, el sector de actividades artísticas, de entretenimiento y recreación reportó un crecimiento del 36,2%. Estas, sumadas al reglón de actividades de los hogares, aportaron en su conjunto 1,14 puntos porcentuales a la variación del total del PIB nacional que se ubicó 8,5%. (DANE, 2022). Es decir, la industria de entretenimiento ha crecido y ya no se habla solamente de

petróleo o de exportaciones; ésta ha impulsado el desarrollo de la economía nacional, aportando al crecimiento.

Afirma Acolap, que la industria de los parques de diversiones de Colombia es una de las más importantes de la región, siendo superada únicamente por México y Brasil. sigue consolidando como una de las más importantes para la recreación y el sano esparcimiento, que le aporta a la calidad de vida y al bienestar emocional de los colombianos y los parques temáticos como claros jalonadores del turismo en Colombia.

El continuo aumento en el número de trabajadores privados significa un aumento en el empleo, lo que es un factor favorable para la formalización de la economía. Finalmente, las artes y el entretenimiento, la venta y reparación de vehículos, el transporte y el

almacenamiento son las industrias que han generado un auge laboral (ANIF 2022).

Social

Colombia recibió 13 nominaciones en los World Travel Awards, los premios más importantes del sector de Turismo en el mundo, conocidos como los ‘Oscar’ del turismo, que reconocen los mejores destinos, productos e iniciativas del sector a nivel global. (Forbes, 2022). Resalto la sinergia entre las entidades gubernamentales como Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el sector empresarial y el Gobierno Nacional, en ese trabajo mancomunado de dar a conocer los sitios y lugares de esparcimiento y recreación.

Aunque la subida del dólar pone en riesgos esta tendencia del turismo, La revista Forbes menciona, como el turismo extranjero, pueden verse beneficiados, otros se ven amenazados ante la posibilidad de que la divisa se siga fortaleciendo. Y para que esto no pase a mayores el gobierno

y el Banco de la República deben tomar acción para controlar los temas de inflacionarios y tasas de cambio.

Tecnológico

Comisión Reguladora de Comunicaciones (CRG) se esfuerza por incentivar la modernización de la red del país y la actualización del marco regulatorio en beneficio de los usuarios. “Estas medidas establecen condiciones regulatorias para facilitar la conectividad sobre redes 4G o VoLTE, lo que resulta en llamadas telefónicas más claras, tiempos de conexión más cortos y menor consumo de batería”. Es decir, busca que todas las zonas colombianas tengan mejor acceso al internet para el beneficio de la sociedad, generar competitividad en las regiones apartadas y mejorar la productividad.

En 2020-2021, la industria del entretenimiento se ha trasladado al mercado móvil, donde la principal actividad es la creación de contenidos y su distribución digital; esta tendencia mediática ha crecido por la interacción entre los usuarios en Internet, esta interacción en las redes sociales, por ejemplo, porque Facebook tiene comunidades, páginas y mercados (Guzmán & Luis, 2021). Esto debido al cambio de comportamiento de la sociedad y esto abrió mayores oportunidades para las actividades en línea; en resumen, facilita el acceso a la información, la comunicación y el entretenimiento.

Legal

El gobierno legisla el sector de entretenimiento tomando medidas en las siguientes:

La ley 1493 de 2011, “por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones”.

La resolución 0543 de 2017, “Por la cual se expide el Reglamento Técnico para Parques de Diversiones, Atracciones o Dispositivos de Entretenimiento Familiar, RETEPARQUES, en Colombia”.

Ambiental

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), “se estima que 12,6 millones de personas mueren todos los años a causa de riesgos ambientales”. Esto debido a la contaminación atmosférica se ha convertido en un detonante de factor de riesgos de muertes en el mundo.

De acuerdo al Banco Mundial, la carga económica de la contaminación asociada con la mortalidad prematura y la morbilidad equivale a entre el 5 % y el 14 % del producto interno bruto (PIB) de los países. Estudios de países como Argentina, (PDF, en inglés) Bangladesh, Bolivia, Brasil, Colombia, (i) China, India, Marruecos, Nepal, Pakistán, (i) Perú, (PDF) RDP Lao y Zambia, los costos a nivel nacional y subnacional de las enfermedades relacionadas con la contaminación se deben principalmente a la contaminación del aire en espacios abiertos y cerrados; la exposición al plomo; la contaminación acústica, y la falta de abastecimiento de agua, saneamiento e higiene.

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en Colombia comparte algunas recomendaciones que ayudarán a los ciudadanos a reducir su huella de carbono individual, a bajar los costos de su factura y a luchar contra el cambio climático, entre ellas son:

Planchar una sola vez: Por eso se recomienda planchar todas las prendas en una misma tanda. Además, se recomienda evitar las horas pico de 6 am a 9 am y de 5 pm a 6 pm. Evitar abrir y cerrar constantemente las neveras en los hogares, Desenchufar dispositivos que no estén en uso: en especial aparatos a control remoto y cargadores. Implementar sensores de tecnología de automatización del alumbrado, entre otros.

Si la sociedad toma en cuenta estas recomendaciones haremos posible una sana convivencia con nuestro medio ambiente.

A continuación, se describe los principales factores externos en que se encontrará el modelo de negocio.

Tabla 1 Matriz de factores externos

MATRIZ SECTOR DE ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIÓN.	
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejora de forma positiva el sector de entretenimiento. ✓ Aprovechamiento de la tecnología de información. ✓ Fuerte crecimiento y auge en la economía nacional y local. ✓ La competencia fracase o no innove sus servicios. ✓ Los clientes-usuarios cambien sus gustos y necesidades a favor del sector. ✓ Desarrollo de sectores (energías renovables). ✓ Implementación y desarrollo de la cultura pacífica (juegos ancestrales). ✓ Contribución a minimizar la huella de carbono. ✓ Implementación de los acuerdos paz entre el gobierno y los grupos al margen de la ley. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inauguración de nuevos centros de recreación o centros comerciales (. ✓ Aparición de nuevos productos sustitutos. ✓ Decrecimiento del mercado de entretenimiento. ✓ Riesgo de presencia de una pandemia. ✓ Ajustes o inserciones de regulaciones impositivas a nivel nacional, departamental y distrital. ✓ Amenazas climatológicas (lluvias, torrenciales, huracanes, desbordamiento de ríos entre otros). ✓ Investigación y desarrollo de nuevas tecnologías en el mercado de entretenimiento. ✓ Alza en tasas de interés ✓ Crisis económica de gran alcance. ✓ Cambios en las tendencias del consumo. ✓ Transformaciones demográficas adversas (reducción nacimientos, mortandad y fenómenos migratorios). ✓ Amenazas de terrorismo, conflicto armado, violencia y extorsión.

Fuente Elaboración propia

1.1 Definición del problema

Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a tener espacios de esparcimientos y recreación, como está contemplado en el Artículo 31 de Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), “los Estados Partes reconocen el derecho del niño al descanso y el esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas propias de su edad y a participar libremente en la vida cultural y en

las artes”. Tener el derecho de participar en sitios donde se comparten juegos libremente, es fundamental para el desarrollo integral de los niños y niñas.

La Organización Mundial de la Salud (2018) considera que la actividad física es cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía por encima de la tasa de metabolismo basal. Éste constituye un tema de interés global, puesto que se encuentra a la base de la salud y bienestar de la población, tanto en el orden corporal y psicológico; aunque es pertinente mencionar que los sujetos son inconstantes en su práctica. (Vélez-Álvarez, et al., 2014). Lo cual lleva a concluir que para tener buena salud y bienestar se debe realizar un tipo de actividad corporal.

Para Leanne Riley (OMS), se debe propiciar eventos donde promuevan el interés de los niños y niñas en practicar actividad física en todas las etapas de la vida.

En el marco legislativo colombiano le garantiza el derecho a la vida de calidad, al juego y a la recreación como lo expone que de acuerdo con el Código de la Infancia y la Adolescencia: Artículo 17. Derecho a la vida y a la calidad de vida y a un ambiente sano. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a la vida, a una buena calidad de vida y a un ambiente sano en condiciones de dignidad y al goce de todos sus derechos de forma prevalente. Y el Artículo 30. Derecho a la recreación, participación en la vida cultural y en las artes. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho al descanso, al esparcimiento, al juego y demás actividades recreativas propias de su ciclo vital y a participar en la vida cultural y las artes.

La Universidad de los Andes (2016), en el reporte de calificaciones en actividad física en niños, niñas y adolescentes; describe que la práctica de actividad física (AF) desde edades tempranas se asocia con beneficios para la salud, la función cognitiva y la inclusión social.

Adicionalmente, ha sido reconocida como un catalizador para el desarrollo social de las naciones y la construcción de paz. También, puede contribuir en la prevención del consumo de drogas y la delincuencia, fortaleciendo la construcción de ciudadanía y promoviendo el empoderamiento de los jóvenes y la cohesión social, desarrollando habilidades como la disciplina y el liderazgo. Puedo concluir que actividad física minimiza el riesgo de ser expuesto desde temprana edad al consumo de drogas y al pertenecer algún grupo delincencial.

Dados los resultados de la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia (ENSIN-2010), sólo el 26% de la población cumple con el mínimo de actividad física recomendada en el grupo de edad entre los 13 y los 17 años; este porcentaje aumenta a 42,6% entre los 18 y 64 años. Es decir, que la población de temprana edad no practica actividades físicas.

Sin embargo, la actividad física en tiempo libre sólo fue practicada por el 8,6% de la población entre 13 y 17 años, y en un 5,9% entre 18 y 64 años. Sumado a este panorama, el 56,3% de los niños entre 5 y 12 años dedican 2 o más horas diarias a ver televisión.

En el Distrito de Buenaventura los niños, niñas y adolescentes están haciendo uso inadecuado del tiempo libre, teniendo en cuenta la falta de supervisión o vigilancia de los padres, madres de familia y o cuidadores, la carencia de espacios para la recreación, actividad física, deporte y cultura, éstos pasan a ser vulnerables en situaciones que pueden poner en riesgo su integridad física y emocional que generan efectos negativos para el desarrollo psicosocial.

Según el Plan De Desarrollo Distrital 2020-2023, Buenaventura con Dignidad: Que la débil promoción de la práctica de deporte, actividades recreativas y aprovechamiento del tiempo libre se debe a la deficiencia de escenarios deportivos y programas para promoción del deporte, la recreación, la actividad física y la educación física, a nivel de la zona urbana y rural.

Así pues, la diversión, la actividad física y recreativa, son elementos esenciales que la comunidad bonaerense necesita para tener un equilibrio mental, salud y desarrollo personal, en donde el distrito de Buenaventura carece de sitios de relajamiento y distracción, es importante que los niños, niñas y adolescentes puedan desarrollar nuevas habilidades, tener amigos, fortalecer la autoestima, minimizar los riesgos de estrés y estimular el crecimiento y transformación personal positiva a través de estas prácticas.

¿Qué se puede hacer para que los niños, niñas y adolescentes de la ciudad de Buenaventura puedan tener un espacio o centro de diversión donde experimenten momentos de recreación y actividades físicas que contribuyan a la salud física y psicológica?

El problema es la escasez de sitios temáticos culturales de diversión; donde los padres de familias puedan compartir con sus hijos en el Distrito Buenaventura.

El parque de diversión KILELI, es la solución a la problemática que los padres de familia y acudientes tienen; ya que no cuentan con sitios apropiados y seguros para llevar a sus niños y niñas a desarrollar actividades lúdicas, de entretenimiento y diversión en la ciudad de Buenaventura, y saben que éstas son imprescindibles, que le ayudarán al desarrollo y crecimiento tanto físico como mental de los infantes.

1.2 Definición de producto y/o servicios.

El sitio parque Temático KILELI bajo techo, del sector de entretenimiento y diversión; será la alternativa que los padres de familia y/o acudientes para satisfacer las necesidades de acompañar y compartir con los niños y niñas del Distrito de Buenaventura a disfrutar de juegos y actividades físicas, también aprender, acerca de temáticas culturales, sociales e históricas que hacen parte de nuestra comunidad

y que demandan ser pasadas de generación a generación. Es importante que puedan desarrollar nuevas habilidades, tener amigos, fortalecer la autoestima, minimizar los riesgos de estrés y estimular el crecimiento y transformación personal positiva a través de estas prácticas.

CONCEPTO DE EMPRESA

“Ofrecer diversos espacios bajo techo para la diversión y entretenimiento a todos los niños, niñas juntos a sus padres y acompañantes en un entorno cultural-temático distinto a los habituales”.

El parque temático obtendrá los ingresos para el sostenimiento mediante la venta de tiquetes para el acceso al entretenimiento y diversión de los usuarios. Además, se tendrán otras entradas por medio de: alquiler de espacio para celebraciones, ventas de suvenires y alianzas a los fondos de empleados y empresas de los sectores.

1.3 Clientes

Este proyecto se ha identificado a los clientes que serían los Padres de familias y/o acudientes con niños y niñas menores de 15 años de edad.

A continuación, se describe el perfil de los usuarios/clientes correspondientes a la zona de la ciudad de Buenaventura, urbana (45 kilómetros cuadrados) y rural. Enfocado a toda la población de Padres de Familia y/o acudientes que tengan a cargo niños, niñas y adolescente entre las edades de 3 a 15 años de edad. Quienes tienen la potestad y autoridad de llevarlos a realizar actividades de entretenimiento y diversión en los tiempos apropiados y uso de frecuencia.

Ilustración 1 Segmento perfil del cliente



Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Segmentación del mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO ENTRETENIMIENTO	
Región Geográfica	Buenaventura – sur occidente
Densidad de la población	Urbana y rural
No. Población	Padres de familia y/o acudientes
Género	Femenino y masculino
Educación	Toda la población
Clase social	Baja, media y alta
Frecuencia de uso	Usuario frecuente

Los padres de familia y/o acudientes identificaran algunos factores de compras, que los llevará a adquirir el servicio y son:

Ofrecer un espacio de juegos que:

- Fortalecerán el desarrollo de habilidades, destrezas psicomotoras.
- Afianzaran las habilidades afectivas e intelectual a los niños y niñas
- Por medio de la recreación, diversión, y a través de la cultura ancestral tendrán experiencias envolventes.
- Compartir con la familias y amigos.

A través de los experimentos que se llevó a cabo en el instrumento “ENCUESTAS” se llega a la conclusión de nuestra propuesta de valor cumple con:

-Los padres de familias/acudientes tendrán una opción favorable de entretenimiento y diversión para sus hijos.

-Que les gusta que sea temático, como enseñanza de nuestra cultura y no se pierda la tradición.

- Los padres de familia/acudientes, no se van a preocupar por el momento de buscar otras alternativas para que sus hijos se sientan bien y puedan tener actividades recreativas y compartir en familia.

-Los padres de familia/acudientes ven con muchas expectativas el modelo de negocio, ya que suple una necesidad local de toda la comunidad.

-Es una necesidad insatisfecha que hay en la ciudad y no hay alternativas para el entretenimiento y diversión de los niños y niñas.

-Les llama mucho la atención que el sitio sea bajo techo, donde no se preocuparan por el clima y la seguridad.

-Les gustaría que fuera lo suficientemente divertido y entretenedor, que tuviera mucha variedad de juegos, que puedan realizar todos los que asistan al parque.

-Contar con personal calificado hará que los padres se sientan confiados y los niños desarrollando sus actividades guiados por ellos.

-Los padres están dispuestos a considerar el valor y tenerlo en su presupuesto como punto de recreación.

-Que el sostenimiento dependerá del excelente servicio que se le brinden tanto a los padres como a los niños y niñas.

-Que se tendrá en cuenta los medios de pagos (línea y físico) para que sea de manera fácil y ágil el acceso al parque.

-Que se debe perseguir el posicionar el parque como alternativa número uno en la recreación y entretenimiento divertido para los niños y niñas de la comunidad bonaverense y visitantes. Vásquez Forero, L y Vesga Díaz, F. (2013).

Se mencionan las hipótesis desarrolladas en los experimentos.

Hipótesis de deseabilidad.

a. Creer que nuestro parque temático cultural, será lo suficientemente divertido, atractivo y entretenedor, donde los niños y niñas de Buenaventura tendrán una experiencia envolvente.

El parque temático tenga mayor impacto en el mercado (entretenimiento) para que así los niños y niñas disfruten, se diviertan de manera segura y confiable en los espacios que tendrán variedad de juegos y actividades acompañados por personal calificado.

El 85% de los padres entrevistados tuvieron una reacción positiva y creíble de la viabilidad del parque temático.

b. Creer que para los padres de familia será una excelente opción, para que los niños y niñas se entretengan en actividades culturales y físicas en el parque temático cultural.

A la luz del atributo de deseabilidad, que los padres de familia tendrán la mejor opción para llevar a sus hijos a los espacios determinados para la diversión y recreación. En el parque temático cultural Kileli, lo importante es la satisfacción del usuario y al escoger se sienta seguro, confortable y que su estadía sea una experiencia envolvente.

El 89% les pareció una gran opción, sabiendo que requiere tiempo para implementar el parque

Hipótesis de factibilidad.

c. Contar con los recursos humanos (recreacionistas) y materiales (variedad de juegos) necesarios para mantener funcionando en óptimas condiciones el parque temático cultural.

Contar con personal calificado, guías en las actividades y dar el mayor aprovechamiento de los juegos de entretenimiento y diversión a los niños y niñas. En pro de la consecución y administración de los recursos necesarios para que sea viable este modelo de negocio.

Hipótesis viabilidad.

d. Creer que la fuente de ingresos por los servicios del parque temático cultural será suficientemente para el sostenimiento y rentable para los socios.

Esta es una hipótesis viable, a la cual se diseñará el portafolio de servicio para llevar a cabo una estrategia agresiva (diversos medios), donde se busquen socios que nos puedan apoyar, vincularse y promocionar los servicios que se ofrecen y estos generen mayores ingresos para la sostenibilidad y rentabilidad. Pueden ser colegios, organizaciones gubernamentales y empresas privadas, entre otros. Para que sea sostenible el negocio a largo plazo y se dé el cumplimiento de la propuesta de valor. Vázquez Forero, L y Vesga Díaz, F. (2013).

1.4 Análisis de los competidores

Se realiza el análisis de la competencia a nivel internacional, nacional y local, teniendo en cuenta los sitios más emblemáticos y con mucha experiencia en el sector de entretenimiento y diversión:

Tabla 3. Competencia sector de entretenimiento

 <p>Disney World</p>	<p>The Walt Disney Company, fundada en octubre de 1923 por los hermanos Walt and Roy O. Disney, no es solo la mayor empresa de medios de comunicación y entretenimiento en términos de valor de mercado. Se trata además de una de las compañías con la mejor reputación del mercado actual.</p> <p>Es uno de los parques temáticos más famosos de la empresa Walt Disney Company y, podríamos decir, del mundo entero. El parque, situado en la ciudad de Orlando (Florida).</p> <p>Un Ticket estándar para un día \$109 USD/día.</p>
 <p>Mundo Aventura</p>	<p>En 1998 el Parque Mundo Aventura abrió sus puertas al público, bajo la operación de la Cámara de Comercio de Bogotá, con el propósito de generar bienestar por medio de proyectos de entretenimiento sostenibles que mejoren el entorno social, económico y empresarial. El escenario está compuesto por 33 atracciones, juegos de destreza, espacios naturales, restaurantes, quioscos de comida y corredores adecuados para que disfrutes de espectaculares puestas en escena.</p> <p>Tarifas: Pasaporte UBIN PRO(32 atracciones) \$61.000, pasaporte UBIN (29 atracciones) \$51.000, pasaporte UBIN KIDS (22 atracciones) \$41.000.</p>
 <p>Parque del Café</p>	<p>Es una entidad sin ánimo de lucro, creada el 24 de febrero de 1995 por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el Comité Departamental de Cafeteros del Quindío. Nuestro objetivo principal es mostrar en un contexto natural, divertido y seguro el desarrollo que genera el café en nuestro país para rendir un homenaje a la pujanza de los cafeteros en Colombia.</p> <p>Tiene un área de 125 hectáreas, 58 de ellas construidas en una mezcla perfecta entre lo tradicional y lo moderno, en ella más de 35 atracciones mecánicas y culturales, con una temperatura promedio de 21 grados.</p> <p>Tarifas: Pasaporte múltiple \$72.000, Pasaporte Junior y Senior \$52.000.</p>
 <p>Magic Zona (Local)</p>	<p>Magic Zone establecimiento de comercio matriculado en la Cámara De Comercio De Buenaventura, su infraestructura es un espacio bajo techo, sus actividades son recreativas y de esparcimiento. Persona natural, ubicada en el centro comercial Viva Buenaventura en la zona continental. Tiene un área 200m2. Tarifas de juegos para niños entre \$5.000 – \$20.000</p>

Fuente: Elaboración propia

Se define los posibles criterios de diferenciación

Tabla 4. Criterios de diferenciación

No	Variable – Atributo identificado	Descripción del atributo
1	Precio	El precio es el valor que nos proporcionara los ingresos para su sostenibilidad. Y este debe ser accesible para que todos pueden disfrutar del servicio.
2	Variabilidad	Se tendrán diferentes exposiciones de atracciones y juegos. (heterogéneos)
3	Confort	Para que los clientes se sientan a gusto y el tiempo invertido sea beneficioso.
4	Diseños personalizados	La Importancia de las atracciones culturales que le apuntan al objetivo del mercado. Donde estos serán personalizados ejemplo barcos, animales del mar etc.
	Seguridad	Que los clientes se sientan protegidos, seguros al ingresar y al disfrutar de las atracciones del parque.
5	Atención y servicio al cliente	El cliente será el centro de atención, y nosotros estaremos motivados para darles la mayor información y buen trato para que se sientan satisfechos del servicio prestado.
6	Limpieza de las instalaciones	Tener un ambiente sano y libre de desechos.

Fuente: Elaboración propia 2022

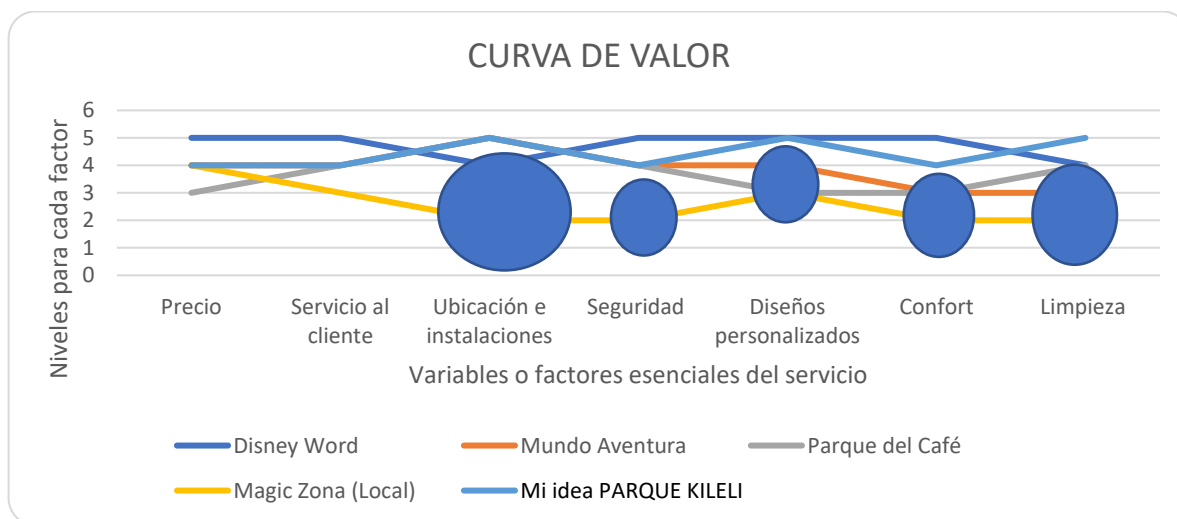
Se construye la curva de valor con los atributos identificados en el negocio.

Tabla 5. Curva de valor

Atributos/cualidades	Disney Word	Mundo Aventura	Parque del Café	Magic Zona (Local)	Mi idea PARQUE KILELI
Precio	5	4	3	4	4
Servicio al cliente	5	4	4	3	4
Ubicación e instalaciones	4	5	5	2	5
Seguridad	5	4	4	2	4
Diseños personalizados	5	4	3	3	5
Confort	5	3	3	2	4
Limpieza	4	3	4	2	5

Fuente: Elaboración propia 2023

Gráfica 2. Comparativa curva de valor



Fuente: Elaboración propia

El análisis del anterior, es hacer imperativo en las oportunidades que la gráfica de la curva proporciona para tener en cuenta a la hora de seguir con la idea de negocio (ubicación, seguridad, diseños personalizados, confort y limpieza), pero no dejando a un lado las desventajas que se tiene con la competencia (precio, servicio al cliente). Es por eso que respondemos las siguientes preguntas.

A partir del análisis de la información en la curva de valor, se responden algunas preguntas que ayudan conocer más la propuesta de valor. Y son:

a. ¿Por qué los clientes les comprarán?

Por ser un negocio que les brindaran un espacio de diversión con los sus hijos de manera diferente.

Porque en la ciudad no hay de dónde escoger y ven la oportunidad de satisfacer sus necesidades.

Por cambiar de entorno.

Por llenar un vacío de diversión

Por precios cómodos.

- Por lo han visto y les llama la atención (publicidad).
- Por identificarse con el lugar.
- Por presión de los hijos.
- Por empatía.

b. ¿Por qué será fácil o difícil competir en el mercado?

Puede darse la oportunidad de penetrar en el mercado de entretenimiento y diversión en Buenaventura y satisfacer las necesidades de la población, siendo que ha sido inexplorado y poco visibilizado en lo local. Se puede innovar y crear la propuesta de valor que impacte a la sociedad.

c. ¿Cuál es la oportunidad que usted ve a partir del análisis de la competencia?

El entretenimiento presenta una alta demanda por su componente innovador y diversión. Se abre la oportunidad de satisfacer una población que presenta escasez de espacios para esparcimiento.

La propuesta de valor de satisfacer las necesidades de tener espacios para la recreación y diversión en los niños y niñas de la ciudad de Buenaventura, teniendo en cuenta los elementos diferenciados con la competencia local;

Como son: servicio al cliente, ubicación, seguridad, confort y diseños personalizados, nos brindaran la oportunidad de tener una ventaja competitiva al presentarse al mercado este negocio.

Se describe el modelo de negocio a través del lienzo Lean Canvas, donde se realiza cada uno de los segmentos teniendo en cuenta propuesta de valor.

Gráfica 3. Business Model Canvas del Parque temático Kileli

<p>PROBLEM <i>List your top 1-3 problems.</i></p>  <p>Los padres de familia no cuentan con espacios y sitios de diversión para realizar actividades recreativas con sus hijos.</p> <p>EXISTING ALTERNATIVES <i>List how these problems are solved today.</i></p> <p>Gobierno local ONG Guarderías</p>	<p>SOLUTION <i>Outline a possible solution for each problem.</i></p>  <p>Sitios, espacios físicos y parques de diversión y recreación para niños.</p>	<p>UNIQUE VALUE PROPOSITION <i>Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.</i></p>  <p>*Establecer un sitio temático cultural apropiado, in door y ambiente seguro para que los padres de familias/acudientes puedan llevar a sus niños y niñas; donde disfrutaran actividades lúdicas, de entretenimiento y diversión, experimentando momentos envolventes.</p> <p><i>List your #1 for Y analogy e.g. YouTube = Flickr for videos.</i></p>	<p>UNFAIR ADVANTAGE <i>Some jobs.</i></p>  <p>Ofrecer diversión segura. Colaboradores cualificados. Diversos juegos. Espacios de esparcimientos. Sitio bajo techo.</p> <p>CHANNELS <i>List your path to customer (or outbound).</i></p> <p>Gestionar visitas con: Colegios y escuelas Empresas locales. Fondos de empleados Facebook Instagram Cuchas radiales. Podcast. Página web - Venta de tickets - pasaportes</p>	<p>CUSTOMER SEGMENTS <i>List your target customers and users.</i></p>  <p>Padres de familia que tengan niños entre 3 a 12 años de edad. Colegios y escuelas de básica primaria. Fondos de empleados de empresas. Comunidad general. Empresas locales.</p> <p>EARLY ADOPTERS <i>List the characteristics of your ideal customers.</i></p>
<p>COST STRUCTURE <i>List your fixed and variable costs.</i></p>  <p>Inversión: Terreno, urbanismo y obras de infraestructura- redes e instalaciones, estudios y diseños técnicos. Costos fijos y variables: Salarios del recurso humano, publicidad y mercadeo, servicios públicos, impuestos, mobiliario y equipos, papelería y suministro de oficina, seguridad privada. seguros. mantenimiento. elementos para el aseo.</p>		<p>REVENUE STREAMS <i>List your sources of revenue.</i></p>  <p>Ventas de tickets, pasa bordos, cuota de suscripción, suvenires, alquiler de espacios para celebraciones y para ventas de alimentos y otros.</p>		

Fuente: Elaboración propia

1.5 Tamaño del Mercado y fracción del mercado

Tabla 6. Tamaño del mercado nacional

Segmento foco de potenciales clientes – usuarios	Mercado Total TAM	Mercado Servido SAM	Mercado objetivo SOM	Fuentes verificables
Familias conformadas con niños y niñas (menores de 12 años de edad), que están dispuestos a llevarlos a lugares de entretenimiento y diversión e invertir \$20.000.	Nivel nacional de la población entre 0 a 14 años es un 22,6% de la distribución por grupos de edad, de un total	Nivel departamental (Valle del Cauca) la población entre 0 a 14 años es un 19,3% de la distribución por grupos de edad. de un total 5.796.652 Personas (de 1.449.163	Aproximadamente 167.587 niños y niñas. (577.887 habitantes registrados 2018 en Buenaventura, 29% de la población entre 0 a 14 años de edad).	Se tomaron los datos Según información para todos de la distribución de la población por grandes grupos de edad, según fuente DANE, 2018, pág. 29, 32, 39 y 54.

	48.258.494 personas.	viviendas x 4 personas por hogar).	Estimado \$3.351 millones de pesos. Me interesa un 10%, que equivale a \$335 millones de pesos.
--	----------------------	------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-desarrollo-territorial/100320-Info-Alcaldia-Buenaventura.pdf>

La siguiente tabla muestra el tamaño de mercado a nivel nacional y departamental de los años 2023, 2024 y 2025, teniendo en cuenta el incremento del año 2022, que fue del 7,5%

Tabla 7. Tamaño del mercado nacional

Tamaño del Mercado

	Colombia	Valle del Cauca
Año	miles de millones de pesos	
2022		
2023	\$ 8.067	\$ 742.499
2024	\$ 8.470	\$ 798.186
2025	\$ 8.894	\$ 858.049

Fuentes: Global Entertainment & Media Outlook y Dane 2020

El tamaño del mercado en el Sector de actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios, tiende en ir en aumento. La industria del entretenimiento mueve miles de millones de dólares en el mundo y de forma inconsciente porque las personas no se percatan de la gran cantidad de estímulos que reciben. Total, se trata de diversión y la naturaleza humana siempre va a destinar esfuerzo, tiempo y gasto a nutrir este mercado. Una familia se puede gastar entre 200.000 y 300.000 pesos, en cada visita a un sitio de diversión, una cifra muy ajustada” señala Ángela Díaz, directora ejecutiva de Acolap. Tomado de El Tiempo, 2018.

El entretenimiento en vivo es la tercera industria que más ha impulsado la economía en el país y ha logrado un crecimiento de 35,7% (DANE 2021).

El mercado objetivo al que está apuntando el modelo de negocio, en el sector de entretenimiento y diversión. Aproximadamente 167.587 niños y niñas. (577.887 habitantes registrados 2018 en Buenaventura, 29% de la población entre 0 a 14 años de edad). DANE, 2018, pág. 29, 32, 39 y 54. Estimado \$3.351 millones de pesos. Se apunta a un 10%, que equivale a \$335 millones de pesos.

Tabla 8. Tamaño del mercado objetivo

Mercado Objetivo

	Colombia	Valle del Cauca	Buenaventura
Año	miles de millones de pesos		
2023	\$ 8.067	\$ 742.499	\$ 81.240
2024	\$ 8.470	\$ 798.186	\$ 87.333
2025	\$ 8.894	\$ 858.049	\$ 93.882

Fuentes: Global Entertainment & Media Outlook y Dane 2020

Este mercado tiene muy buenas proyecciones de ventas a futuro, se ha tomado para el año 2024 el 5% de incremento, para el año 2025 el 7%, el 2026 el 9% y para el 2027 el 10% de incremento.

Tabla 9. Presupuesto de ventas generales

Presupuesto de ventas generales en \$ 2023 – 2027

Ingresos Anuales	2023	2024	2025	2026	2027
		5%	7%	9%	10%
	880.464.281	924.487.495	989.201.620	1.078.229.765	1.186.052.742

1.6 Estrategias de mercadeo y plan de ventas



Fuente diseño propio

Se caracteriza por el color naranja que describe la diversión y alegría, el faro como pilar o torre central de la ciudad puerto y los cuadros de colores donde se ubicaran los diferentes juegos y actividades que se realizaran en el parque con los niños, niñas y adolescentes.

El eslogan que identificará al parque temático siendo “Por y para los niñ@s, !diviértete!”

Siendo ellos los más importantes para el desarrollo de las actividades de diversión y entretenimiento.

Se emplearán los siguientes medios para atraer a los clientes:

Gráfica 4. Estrategia de mercado y plan de ventas



Fuente: Elaboración propia

Precio: El cliente está dispuesto a pagar un valor entre

Precio competencia: prestan un servicio entre \$5.000 a \$20.000, para los niños y niñas de los 1 a 10 años, con atracciones mecánicas y pocas actividades físicas, para esas edades, el espacio no es amplio y está ubicado en un local de un centro comercial de la ciudad.

Nivel de Precio: Se tendrá un nivel de precio asequible; porque se apostará a poder llegar a toda la población que requiere de un espacio ameno, entretenido y divertido.

Descuentos: Mientras estamos en la etapa de posicionamiento y acreditación de la marca se ofrecerán descuentos por referidos en los servicios y se logrará cerrar alianzas con empresas, colegios entre otros.

Cantidad: Se atenderá a los visitantes diario, teniendo en cuenta el aforo del parque, con el personal presto para entregar lo mejor y atenderlos como son “Reyes y Reinas del parque” e integrados con las familias.

Forma de pago: Los servicios tendrán forma de pago en efectivo o en línea, tarjeta de crédito, transferencia o suscripción.

Crédito o contado: Todos los servicios serán de pago de contado, se comprende la importancia de tener un flujo de caja para permitir mejorar en todos los espacios de recreación y diversión del parque.

El presupuesto de nóminas y gastos asociados al desarrollo de las actividades del parque temático para cumplir con su actividad es:

Tabla 10. Presupuesto de nómina y gastos

GASTOS DE OPERACION	MES	MES	MES
Arriendo	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Servicios Públicos	1.400.000	1.400.000	1.400.000
Tickets/brazaletes	2.500.000	2.500.000	2.500.000
vigilancia	2.560.000	2.560.000	2.560.000
Póliza seguro	4.000.000	4.000.000	4.000.000
GASTOS DE ADMINISTRACION			
Gastos de Publicidad	800.000	800.000	800.000
Asesoría Contable	400.000	400.000	400.000
Gastos de Representación	200.000	200.000	200.000
Gastos Transporte	200.000	200.000	200.000
Gastos Papelería	150.000	150.000	150.000
Gastos de aseo y cafetería	80.000	80.000	80.000
Salarios	17.651.854	17.651.854	17.651.854
seguridad social	2.379.690	2.379.690	2.379.690
Aportes parafiscales	452.800	452.800	452.800
Prestaciones sociales	2.655.727	2.655.727	2.655.727
TOTAL	50.430.071	50.430.071	50.430.071

Fuente: Elaboración propia

1.7 Plan de ventas

Se realiza el presupuesto en ventas e ingresos mensuales para los años 2023 al 2026 y estos son los resultados:

Se ofrece tres paquetes temáticos de recorridos.

Paquete Mar: Contempla el siguiente recorrido que incluye:

- Ingreso
- Piscina de pelotas
- Zona de juego
- Zona de multiuso

Zona infantil
 Valor \$20.000

Paquete Puerto: Contempla el siguiente recorrido que incluye:

Ingreso
 Escaladores
 Parque infantil
 Cancha de actividades
 Valor \$40.000

Paquete Pacífico: Contempla el siguiente recorrido que incluye:

Ingreso
 Piscina de pelota
 Zona de juego
 Zona de multiuso
 Zona de infantil
 Zona de colgarse
 Valor \$60.000

Tabla 11. Presupuesto en ventas

Presupuesto año/mes 2023

Ingresos Mensuales	2023	2024	2025	2026
Enero	60.000.000	63.000.000	67.410.000	73.476.900
Febrero	60.600.000	63.630.000	68.084.100	74.211.669
Marzo	61.206.000	64.266.300	68.764.941	74.953.786
Abril	67.326.600	70.692.930	75.641.435	82.449.164
Mayo	67.999.866	71.399.859	76.397.849	83.273.656
Junio	68.679.865	72.113.858	77.161.828	84.106.392
Julio	74.861.052	78.604.105	84.106.392	91.675.968
Agosto	75.609.663	79.390.146	84.947.456	92.592.727
Septiembre	75.609.663	79.390.146	84.947.456	92.592.727
Octubre	84.682.823	88.916.964	95.141.151	103.703.855
Noviembre	85.529.651	89.806.133	96.092.563	104.740.893
Diciembre	98.359.098	103.277.053	110.506.447	120.452.027
TOTAL	880.464.281	924.487.495	989.201.620	1.078.229.765

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el sector de entretenimiento y diversión, está dirigido a los niños entre 2 a 15 años de edad, la asistencia puede verse significativamente en estaciones por los meses de más o menos afluencia, teniendo en cuenta algunas fechas como:

Tabla 12. Fechas de mayor afluencia

Descripción	Fechas
Vacaciones de fin de año	Diciembre (4 semanas)
Vacaciones inicio de año	Enero – febrero (5 semanas)
Semana Santa	Abril (1 semana)
Día del niño	Abril (día 28)
Vacaciones escolares	Junio (3 semanas)
Semana descanso	Octubre (1 semana)

Fuente: Elaboración propia

2. Análisis técnico

Teniendo en cuenta que el tipo de empresa planteada en el presente proyecto prestará un servicio de entretenimiento y diversión para los niños y niñas del Distrito Buenaventura, analizar los aspectos técnicos necesarios para la implementación del parque temático de diversiones KILELI; se tendrán en cuenta aspectos como las características del terreno, la distribución de las instalaciones, la ficha técnica de las actividades donde se describen los elementos necesarios para desarrollar el juego (pista, materiales, elementos de protección personal, etc.).

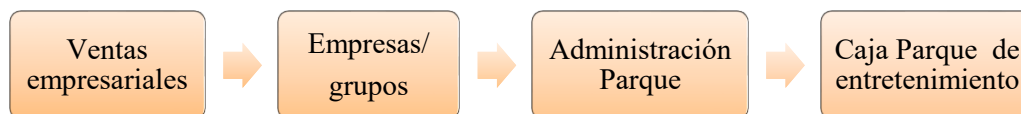
2.1 Procesos productivos o de prestación del servicio

Para llevar a cabo el servicio de entretenimiento y diversión en contacto con la cultura ancestral para los niños, niñas y jóvenes se requiere de diferentes actividades físicas individuales y grupales: como juegos de competencias, corriendo, saltando, entre otros; poniendo toda la actitud para desarrollar de forma guiada por personal idónea y especializado, quienes estarán al frente implementando. Los padres de familias podrán adquirir el tiquete de entrada ya sea desde su casa, a través de la página web del parque o de manera presencial en las instalaciones del mismo.

En la prestación del servicio se necesita un equipo de seres humanos sensibles y empáticos con la disposición de siempre dar lo mejor a los visitantes del Parque Kileli, contando con servicio de vigilancia a la entrada, dos cajeras, seis recreacionistas, un coordinador y administrador, que estarán en pro del bienestar de todos los que ingresan a entretenerse y divertirse sanamente con las diversas actividades que tendrá el parque.

Gráfico 5. Proceso de ventas





Fuente: Elaboración propia

El proceso de venta personal se presenta cuando los asistentes al parque compran el acceso a las diferentes actividades de entretenimiento y diversión directamente al personal que se encuentran en la caja del parque. Y cuando una empresa desea comprar un paquete de actividades para sus colaboradores, en este caso, la organización realiza una negociación directamente con el ejecutivo del parque y se efectúa la transacción en el medio de pago designado.

Se realiza la línea de servicios, en el cual se mostrará las actividades de procesos de venta, tiempo estimado, cargos que participan, números de colaboradores y los equipos y herramientas que se utilizaran, en este caso se tomará una sola actividad recreativa:

Tabla 13. Línea de servicio

Línea de Producto / Servicio:				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Venta por taquilla o recarga tarjeta	5 minutos	Cajera	2	1 portátil - caja (recibe el efectivo)/ por cliente
Venta por línea	3 minutos	N/A	N/A	Internet – página web del parque.
Ingreso al parque	2 minutos	Servicio de vigilancia	1	N/A
Actividad de entretenimiento (yeimy o ponchado)	30 minutos	Recreacionistas	2	Elementos y accesorios para desarrollar la actividad de entretenimiento y diversión (20 personas, se forman dos equipos)
Salida del parque	10 minutos			Señalización
Total	50 minutos		5 personas	

Fuente: Elaboración propia

En el parque se atenderán 120 niños y niñas por día contando la accesibilidad del parque y la capacidad óptima donde estarán distribuidas las zonas para desarrollar las diferentes actividades del Parque temático de entretenimiento y diversión.

2.2 Requerimientos y Proveedores de equipos, muebles, materias primas, tecnología, o suministros

Para la puesta en marcha del parque temático de entretenimiento y diversión KILELI se necesita computadores, aires acondicionados, muebles, escritorios, cajas de seguridad, tableros y adecuar las siguientes zonas: espacio destinada para oficina administrativa, zonas de canchas, zonas bajo techo, salones de juegos, zonas verdes, zona de enfermería, senderos, taquilleras, plazoletas de comidas, baños, planta eléctricas y parqueaderos. Para brindar a los visitantes gran comodidad y seguridad para la estancia y desplazamiento dentro del parque.

Además, se tiene que aprovisionar de muebles, enseres y demás, luego de haber definido los requerimientos pre-operativos se anexaran para el desarrollo y bienestar de los colaboradores como: diademas, auriculares para comunicación, accesorios ergonómicos, zonas para la pausa activa y sitio de cafetería.

Tabla 14. Tipos de Activos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura Adecuaciones	Aires acondicionados de 18000BTU – 220V	2	\$2.616.165	Conexión a 220V
	UPS 3KVA – 220V	10	\$1.264.000	Conexión a 220V – Mínimo 5 entradas de conectores
	Contador industrial	1		Se solicita conectiva del servicio las 24 horas de agua
	Transformador de energia	1		Se solicita al operador Celsia para el debido suministro y adecuación.
Equipo de comunicación y computación	Computador Portatil HP 15,6” Disco SSD	4	\$2.699.000	Procesador Core i7, velocidad de procesamiento superior a 4 Ghz, 8 GB de RAM 8GB SSD y tarjeta de video superior a 8 GB
	Camaras de vigilancia solar Powered Battery	10	\$560.000	5.0MP WIFI IP
	Escritorio de 120x 75 cm	2	\$389.900	Diseño minimalista (simplicidad – calmado)

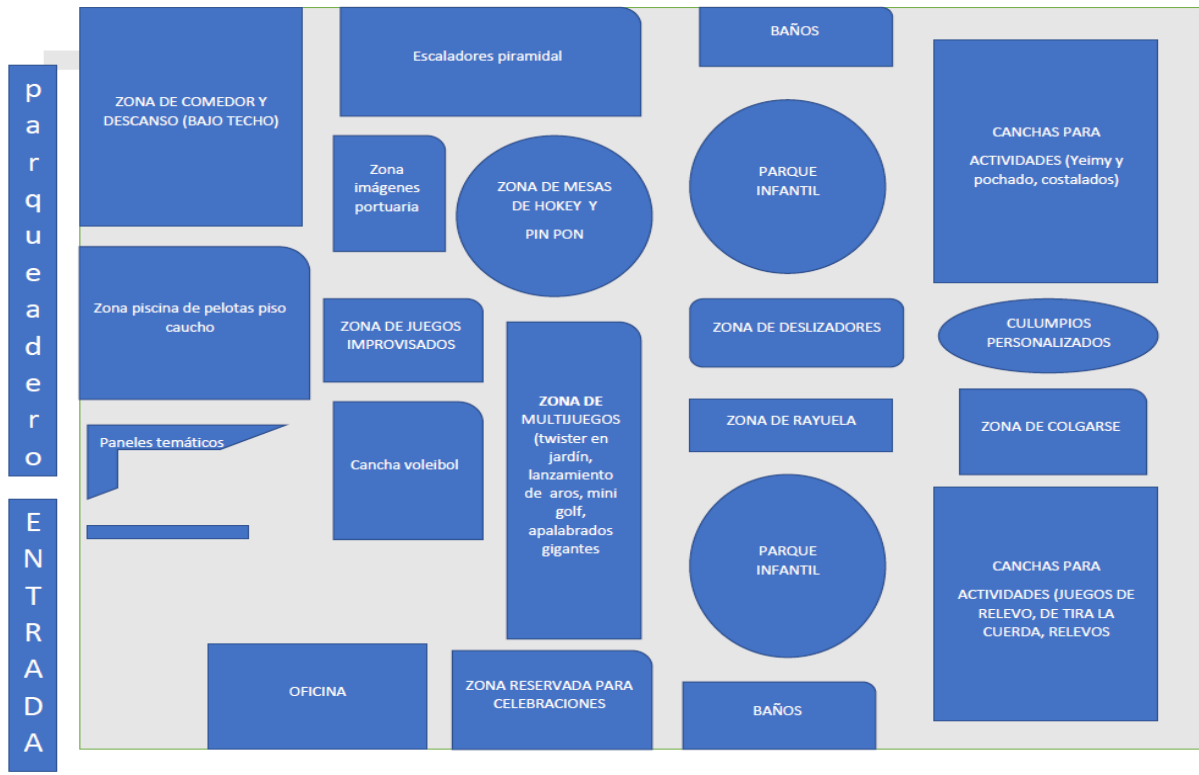
Muebles y Enseres y otros	Escritorio Gerencial	2	\$1.129.900	
	Silla ergonómica	2	\$588.628	Neo chair. Silla de malla de respaldo alto con reposacabezas
	Silla escritorio	2	389.900	Ergo Delphi1 Basculante Premiun
	Locker Metálico	1	\$720.000	De 9 puestos
	Mesa de reuniones o juntas y sillas isósceles negra	1	\$3.139.200	Base metálica con 8 puestos
Otros (incluido herramientas)	Auriculares diadema	10	\$423.000	Con function Bluetooth

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Distribución de planta/oficinas y de equipos

Se necesita un lugar físico para la adecuación del negocio, contando la optimización de los espacios, recursos y accesibilidad; donde los visitantes disfruten y tenga experiencias agradables en la estadía Enel parque temático de entretenimiento y diversión KILELI, y se presenta el diseño de acuerdo a las actividades que se desarrollaran en él, y es:

Gráfico 6. Plano del parque

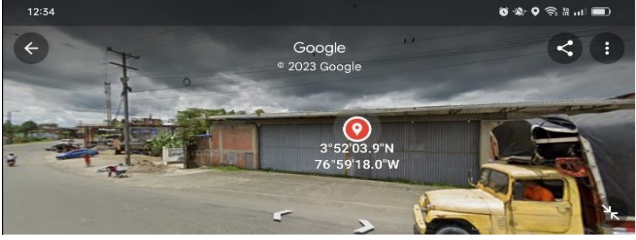


Fuente: Elaboración propia

Características del Terrero

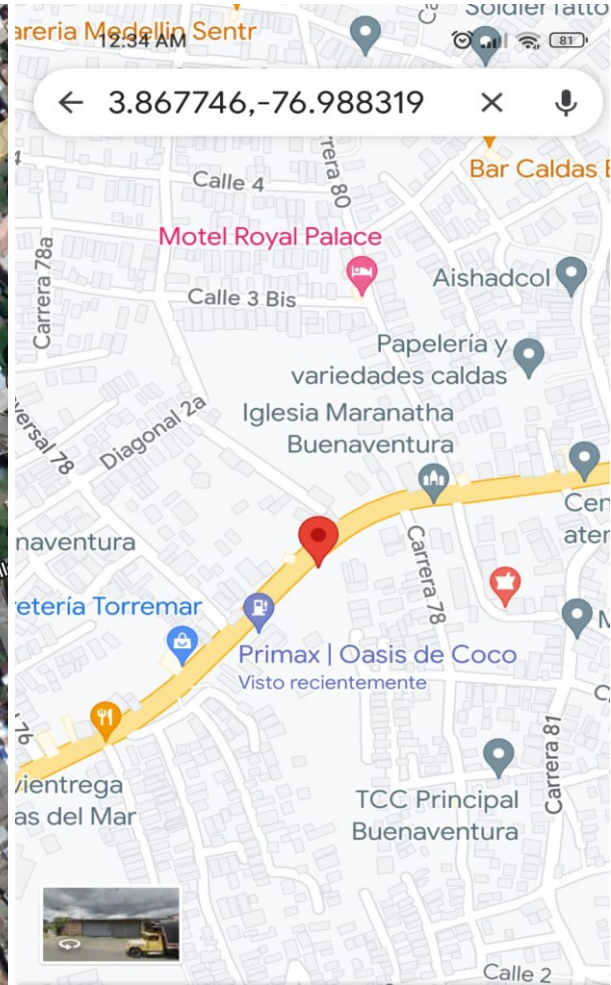
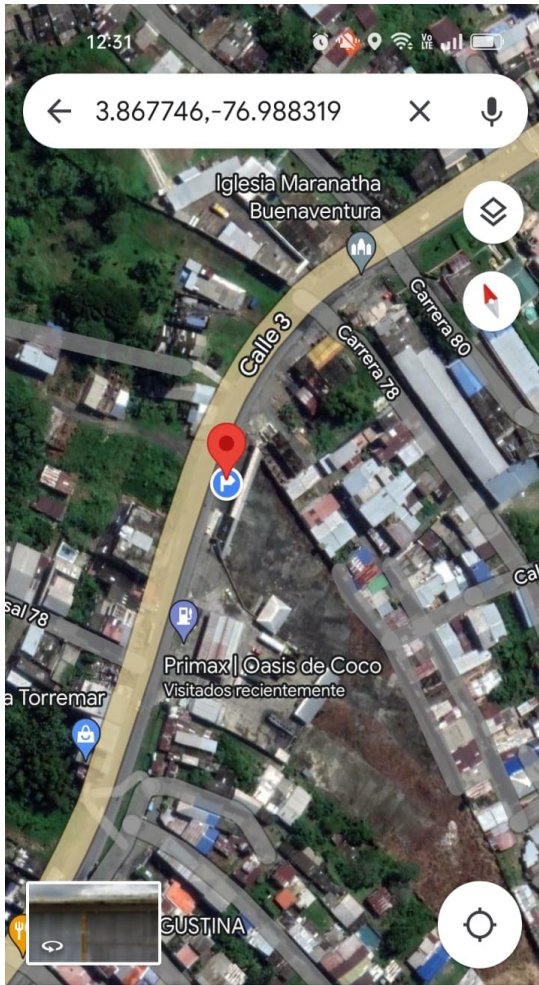
Teniendo en cuenta los resultados obtenidos a través de la aplicación de la encuesta en el estudio de campo, donde se encontró que a las personas encuestadas les gustaría que una idea de negocio como la planteada en el presente plan se localizará en la zona continental, se procedió a buscar un terreno en este sector que cumpliera con las características necesarias para la implementación del parque temático de diversiones y entretenimiento Kileli. De esta forma se encontró un terreno ubicado en la vía principal cuyas características se exponen a continuación:

Tabla 15. Ficha técnica del local

FICHA TÉCNICA	
Local	Avda. Simón Bolívar
Descripción	Frente al Barrio Matías Mulumba, sobre la vía principal
Servicios	Agua, energía, gas natural, alumbrado, internet.
Superficie del Terreno	1.8 hectáreas
Metros de Frente	100 mts.
Metros de Fondo	180 mts
Costo alquiler	15.000.000 mensuales
Foto	 <p>Fuente: https://maps.app.goo.gl/Lv95RqTMUD9aCB526</p>

PLANO DE LA UBICACIÓN DEL LOCAL

Gráfica 7. Ubicación del local



<https://maps.app.goo.gl/Lv95RqTMUD9aCB526>

3. Análisis administrativo

3.1 El perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige.

Se detalla el recurso humano necesario para la implementación del parque temático de entretenimiento y diversión se considerará iniciar con una planta de personal compuesta por 10 empleados directos y uno indirecto. Se dispondrá de un administrador, un coordinador, de 2 cajeros, 4 asistentes, que desarrollarán las actividades con los niños y niñas visitantes, 2 aseadoras, que tendrán la responsabilidad del mantenimiento y limpieza del local y un enfermero y un vigilante.

Tabla 16. Recurso humano

RECURSO HUMANO NECESARIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO

<i>Personal total 11</i>	
<i>Puesto R.H interno</i>	<i>Administrador, coordinador, cajeros, asistentes, enfermero y aseadoras.</i>

Fuente: Diseño propio

3.2 El perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige.

Tabla 11. Cargos Operacionales.

Área	ADMINISTRADOR	COORDINADOR	CAJERA (2)	ASISTENTES (4)	ENFERMERO	ASEADORA (2)
	Administrativo	Operativo	Operativo	Operativo	Operativo	Operativo
Acciones	Administrar los recursos económicos y el recurso humano procurando el bienestar del personal y el crecimiento del Parque. Toma de decisiones con respecto a contrataciones, inversiones, personal, compras, etc. Llevar la contabilidad y relación diaria de ingresos-egresos en el Parque.	Supervisar la actividad de todos los clientes del parque. Atender a las personas que llegan y orientarlas respecto a las reglas de cada uno de los juegos, elementos de protección personal y seguridad	Atender a los visitantes del parque. Brindar asesoría a las personas que llegan a pagar su entrada o comprar sus boletos para las atracciones o comprar en la tienda.	Atender a las personas que llegan a acceder a las atracciones, explicarles las normas de seguridad	Cuida al individuo, grupos y comunidad en la salud y enfermedad considerando el ciclo de vida, respetando la integridad del ser humano, en sus dimensiones: físico, psicológicas, sociales, culturales, ambientales y espirituales.	Velar por la limpieza, el orden y la organización dentro del parque
Competencia:	Administrador de Empresas. Respuesta al Cambio. Estratégico, Innovador, Manejo de Personal, Estrategias de Marketing, Emprendedor	Don de Mando, Líder, amable, responsable, Conocimiento del Paintball Táctico, Seguridad del Juego.	Excelente Manejo de Sistema. Estudios en el área.	Amable, Responsable, Actitud de Servicio, Excelente trato a clientes	Ser capaz, en el ámbito de la enfermería, de prestar una atención sanitaria técnica y profesional adecuada a las necesidades de salud de las personas que atienden,	Responsable, Amable, respetuosa, comprometida con la empresa.
Experiencia	1 año administrando negocio. Amplio conocimiento del proyecto y del sector	1 año de experiencia en juegos extremos	6 meses en Manejo de Caja, cuadro y dinero.	6 meses de experiencia en Servicio al cliente	1 año de experiencia	No se requiere
Horario	9:30 a.m. 7:00 p.m.	9:30 a.m. 7:00 p.m.	9:30 a.m. 7:00 p.m.	9:30 a.m. 7:00 p.m.	9:30 a.m. 7:00 p.m.	9:30 a.m. 7:00 p.m.
Tipo de contrato	Fijo	Fijo	Fijo	Fijo	Servicios	Servicios
Tipos de riesgos	Clase I	Clase I	Clase I	Clase I	Clase I	Clase I
Clase I:	0,522%					
Clase II:	1,044%					
Clase III:	2,436%					
Clase IV:	4,350%					
Salario mensual	\$1.500.000	\$1.300.000	\$1.160.000	\$1.160.000	\$1.260.000	\$1.160.000
Fecha de vinculación	Junio 01 2024	Junio 01 2024	Junio 01 2024	Junio 01 2024	Junio 01 2024	Junio 01 2024

Fuente: Elaboración propia

El parque temático de diversión Kileli, busca establecer relaciones efectivas entre los colaboradores de manera que puedan trabajar en armonía y en equipo, con eficiencia al mismo tiempo obtener satisfacción personal por las tareas asignadas y realizadas, de tal manera que se logre alcanzar las metas y objetivos propuestos.

Políticas de Incorporación Del Personal

Para el parque temático Kileli esta etapa es muy importante, para los nuevos empleados que desean ser parte de él, a la vez en este punto se obtendrá la primera noción y conocimiento de la nueva zona de diversión y entretenimiento bajo techo.

Proceso de Reclutamiento

El parque Kileli reclutará o convocará candidatos posibles, directamente en las instalaciones, lugar donde se llevará a cabo el inicio del proceso de contratación, las vacantes ofrecidas de trabajo se harán de manera públicas por medio de: bolsas de empleos radio, periódico local y en nuestra página web, esto con el objeto de obtener los postulantes necesarios para efectuar la selección; que abastezcan personal “idóneo”, de acuerdo al perfil solicitado, con la garantía de eficiencia y eficacia en el trabajo.

La Selección de colaboradores

Para su normal y eficiente funcionamiento contratará personal de alta calidad, lo anterior es debido a que será una de las estrategias de posicionamiento en el mercado por ende la importancia de tomar una adecuada decisión. Una vez que se haya reclutado el personal idóneo para los puestos o cargos ofertados se evaluará de la siguiente manera:

1. Se tomará en cuenta la hoja de vida personal.
2. Entrevista personal, para corroborar la información descrita en el currículo.
3. Evaluar actitudes y valores subjetivos.
4. Se realizará una evaluación psicológica, que permite evaluar la salud mental del candidato y su capacidad para adecuarse a la cultura de la organización.
5. Tendrá entrevista personal con el administrador, con el fin de este suministre su punto de vista y posible aceptación.
6. Finalmente una vez elegido el candidato este pasa a firmar el contrato laboral.

Inducción Capacitación Y Evaluación Del personal

- Luego, que se cuente con el personal contratado quienes pasan ser parte de Parque temático de diversión Kileli, en este proceso se dará a saber la primera noción de las sus labores,

conocimiento de la empresa. Donde se manifiesta de manera general y clara el cómo funciona y de qué manera se realizan las actividades y lo más importante quienes son nuestros clientes. *Vásquez Forero, L y Vesga Díaz, F. (2013).*

Inducción

La esta etapa de inducción con los colaboradores iniciará desde el momento que el empleado firme su contrato laboral. En este proceso cada funcionario se le suministrará información sobre su respectivo cargo a desempeñar; y de manera grupal se les dará inducción acerca de la empresa. Se considerara como terminada cuando el empleado ha tenido tiempo suficiente para digerir la información requerida y aplicara con éxito lo que ha estado aprendiendo, es decir como empresa lo que se espera de los nuevos colaboradores que estos apliquen sus conocimientos y experiencia laboral.

El plan que contará el parque para la adecuada inducción será el siguiente:

- información sobre la organización,
- políticas del personal y beneficios,
- condiciones y características de contratación

Disciplina Interior.

Se considera como el paso a paso o derrotero de convivencia o guía para una mejor cultura organización. Es de suma importancia para ambas partes tanto para el empleador como para sus empleados. Y se debe tener en cuenta son los siguientes:

1. Reglamentos de régimen interior (control de ingreso y retiro).
2. Derechos y Deberes.
3. Premios y sanciones. Disciplina.

En cuanto a la comunicación y cargo específico que va a desempeñar el trabajador se resaltarán la siguiente información:

1. Organigrama y cuadros directivos.
2. Subordinados.
3. Explicación de las actividades a su cargo y su relación con los objetivos de la empresa.
4. Retribución (sueldo)
5. Rendimiento exigible: Información sobre medidas a aplicar sobre rendimiento en el cargo.
6. Seguridad, normas, reglamentos y funciones que debe cumplir para preservar la seguridad personal y la del resto del personal.

Lo anterior, servirá para llegar a nuestros clientes de manera eficiente, eficaz y humana.

Capacitación

Una vez conformada deberá destinarse un día para la realización de nuevas y retroalimentación de capacitaciones, esto será con el fin de mantener nuestro personal actualizado en diferentes temas que nos competen, será muy importante para el desarrollo y desempeño dentro de la empresa.

Los siguientes serán algunos temas a tratar en las capacitaciones:

1. Nuestro personal contará con capacitación en la atención y servicio al cliente para padres de familias y/o acudientes y de menores de edad.
2. Se realizará capacitación en primeros auxilios, del como evacuar a los niños en caso de incendios, sismos, terremotos, etc.
3. Adicionalmente contaremos cursos de capacitación, los cuales serán para el mejor desempeño laboral, motivación y habilidad de nuestra fuerza laboral.

Política Administración laboral.

El Sistema de Seguridad Social que se rige en Colombia por la Ley 100 de 1993. Está conformado por los sistemas de pensiones, salud, riesgos laborales y servicios sociales complementarios.

- El parque temático Kileli afiliará a sus empleados al sistema de salud por medio de una EPS. También debe realizar la vinculación a los fondos de pensión y al sistema de riesgos laborales a través de una ARL (Administradora de Riesgos Profesionales). E implementar estrategias de comunicación interna para que sus empleados puedan informarse sobre los beneficios a los que tienen derecho. *Vásquez Forero, L y Vesga Díaz, F. (2013).*

PRESUPUESTO DE NÓMINA

Se presenta el cuadro donde figura los 11 cargos que estarán desarrollando todas las labores al interior del parque temático de diversión Kileli. El valor de nómina mensual será de \$12.519.660, cabe aclarar que se cuenta con dos profesionales independientes como lo es el Contador público y el enfermero.

Tabla. Nómina recurso humano Parque Kileli

CARGO	SALARIO		DIAS	No. puestos	SALARIO		Subtotal	DEDUCIDO			TOTAL DEDUCIDO	NETO PAGADO
	BASICO	MENSUAL			BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE		SALUD 4%	PENSION 4%	FONDO SOLIDARIDAD PENSIONAL 1%		
	Contador	1.500.000			30	1		1.500.000	140.606	1.640.606		
Vendedor	1.300.000	30	1	1.300.000	140.606	1.440.606	52.000	52.000	0	104.000	1.336.606	
Vendedor	1.160.000	30	2	2.320.000	281.212	2.601.212	92.800	92.800	0	185.600	2.415.612	
Vendedor	1.160.000	30	4	4.640.000	562.424	5.202.424	185.600	185.600	0	371.200	4.831.224	
Administrador	1.160.000	30	2	2.320.000	281.212	2.601.212	92.800	92.800	0	185.600	2.415.612	
	\$ 6.280.000		9	\$ 12.080.000	\$ 1.406.060	\$ 13.486.060	\$ 483.200	\$ 483.200	\$ -	\$ 966.400	\$ 12.519.660	

Fuente: Elaboración propia

Se calcula el valor de las prestaciones sociales mensuales de los empleados contratados. Donde el parque tendrá en cuenta para las causaciones de obligaciones laborales.

Tabla 19. Causaciones prestaciones sociales

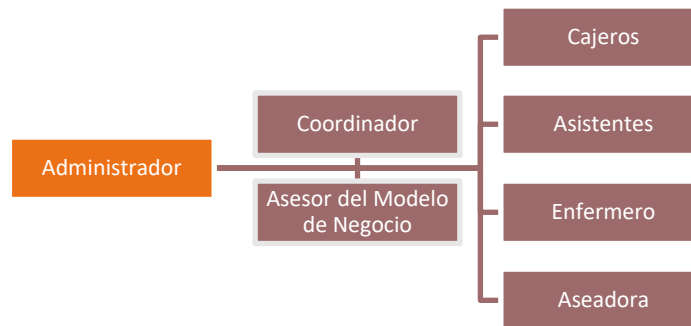
CARGO	SALARIO		DIAS	No. puestos	SALARIO		CAUSACION DE OBLIGACIONES LABORALES											TOTAL OBLIGACION	
	BASICO	MENSUAL			BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO CON AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO SIN AUXILIO TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL			APORTES PARAFISCALES			PRESTACIONES SOCIALES				
	0,522%	8,50%			12%	2%	4%	3%	8,33%	12%	8,33%	4,17%	ARL	SALUD	PENSION	SENA	CAJA COMPENSACION		ICBF
Administración	1.500.000	30	1	1.500.000	140.606	1.640.606	1.500.000	7.830	127.500	180.000	30.000	60.000	45.000	136.662	196.873	136.662	62.550	983.078	
Coordinador	1.300.000	30	1	1.300.000	140.606	1.440.606	1.300.000	6.786	110.500	156.000	26.000	52.000	39.000	120.002	172.873	120.002	54.210	857.374	
Cajeros	1.160.000	30	2	2.320.000	140.606	2.460.606	2.320.000	12.110	197.200	278.400	46.400	92.800	69.600	204.968	295.273	204.968	96.744	1.498.464	
Asistentes	1.160.000	30	4	4.640.000	140.606	4.780.606	4.640.000	24.221	394.400	556.800	92.800	185.600	139.200	398.224	573.673	398.224	193.488	2.956.630	
Aseadoras	1.160.000	30	2	2.320.000	140.606	2.460.606	2.320.000	12.110	197.200	278.400	46.400	92.800	69.600	204.968	295.273	204.968	96.744	1.498.464	
	6.280.000		9	12.080.000	703.030	12.783.030	12.080.000	63.058	1.026.800	1.449.600	241.600	483.200	362.400	1.064.826	1.533.964	1.064.826	503.736	7.794.010	

Fuente: Elaboración propia

3.3 Las estructura organizacional

A continuación de describe la estructura organizacional del parque temático Kileli

Gráfica 8. Estructura organización Parque Temático Kileli



Fuente: Elaboración propia

3.4 Socios clave

Es de vital importancia para el proyecto en los aspectos de deseabilidad y viabilidad poder integrar una firma y/o socio inversionista que pueda generar el apalancamiento necesario para todo el desarrollo del proyecto y demás puntos para la formación de la compañía el cumplimiento de la deseabilidad, la factibilidad y/o la viabilidad. Contar con las entidades financieras del país, la comunidad en general que desee invertir y formar parte minorita del modelo.

4. Análisis legal, social y ambiental

Resaltar los tres aspectos del análisis legal, social y ambiente para establecer el tipo de sociedad bajo la cual el parque de diversión y entretenimiento se registrará. La Ley 1429 de 2010, describe que “tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas” quien favorece a las nuevas pequeñas empresas y las disposiciones en materia legal para la constitución para la cual la Ley 1225 de 2008 “por la cual se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.”

TIPO DE SOCIEDAD

El modelo de negocio del Parque Temáticos KILELI, estará conformado por un tipo de empresa denominada Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S. la cual será constituida inicialmente con un capital de 250 SMMLV, este tipo de empresa permitirá tener una carga tributaria dentro de los parámetros estándar, dará la facilidad y flexibilidad de adaptarse a las particularidades del negocio mientras la compañía va generando crecimiento, además de un proceso de formación ágil y permitiendo poner las reglas de funcionamiento.

4.1 Permisos y manejo de propiedad intelectual

Tipo de trámite	Organismo encargado	Costo asociado	Tiempo requerido (demora del trámite)
Establecer Estatutos	Abogado / Notaria	\$2.800.000	1 semana
Apertura empresa	Cámara de Comercio	\$1.500.000 – varía según el capital suscrito por rango UVT, 34,77	4 horas
Obtención RUT	Dian	Gratuito	2 horas
Registro Bomberos	Bomberos	\$119.500	2 días
Registro de Marca / Abogado	Superintendencia Industria y Comercio	\$1.200.500 + \$1.800.000	6 meses
Fumigación	Independiente	\$500.000	2 hora

Fuente: Elaboración propia

Para el modelo de negocio es importante poder registrar la marca, idea e innovación intelectual del proyecto lo cual dará una ventaja competitiva y legal.

4.2 Normatividad Técnica

Para el funcionamiento del proyecto se necesitan permisos y reglamentaciones, ya que es un parque temático y estará abierta sus puertas para la atención al cliente y debe estar autorizada a prestar el servicio a la comunidad del distrito Buenaventura.

LEY 1429 DE 2010

Resulta pertinente mencionar dentro de los aspectos legales los múltiples beneficios en materia de impuestos que brinda la Ley 1429 de 2010. Facilitan la constitución y operación de empresas nuevas que generen empleo en Colombia. Así, el Parque temático puede acogerse a esta ley y resultar favorecido con una disminución en el campo tributario.

LEYES QUE REGULAN EL PARQUE TEMÁTICO KILELI

El día 20 de abril de 2010, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo expidió la Resolución 0958 “Por la cual se establecen unas disposiciones en desarrollo de la Ley 1225 de 2008, sobre parques de diversiones, atracciones y dispositivos de entretenimiento, en todo el territorio nacional”

El objeto de la Resolución 0958 de 2010 “consiste en establecer la forma y oportunidad de la intervención de las autoridades de carácter nacional, distrital y municipal, en relación con el registro, funcionamiento, instalación, uso y explotación de los parques de diversiones y dispositivos de entretenimiento en función de la protección de la vida de los usuarios, visitantes y empleados”.

Para la expedición de la Resolución el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo recibió los aportes del Ministerio de la Protección Social, Ministerio del Interior y de Justicia (Dirección de Gestión del Riesgo para Atención y Prevención de Desastres), la Dirección de Prevención y Atención de Emergencias – DPAAE, Defensa Civil Colombiana, Cuerpo Oficial de Bomberos, Federación Colombiana de Municipios y Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de la Alcaldía Mayor de Bogotá y contó con el apoyo de la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones – ACOLAP.

LEY 1225 DE 2008

Mediante esta ley se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.

Esta ley estipula diferentes Categorías dentro de las cuales se incluyen los diferentes establecimientos de entretenimiento y diversión. Para el caso del Parque temático Kileli, como su nombre lo indica hace parte de la categoría denominada Parques de Diversiones contemplada de la siguiente manera:

Parques de Diversiones Permanentes: Son aquellos que se instalan en un sitio o ubicación de carácter permanente. Para ello cuentan con una infraestructura permanente como estacionamientos, , estructuras de cimentación, sistema sanitarios recorridos peatonales y jardines. Estos parques tienen dentro de su oferta de entretenimiento, atracciones de alto impacto, familiares

e infantiles, juegos de destreza y atracciones de carácter lúdico. Generalmente tienen a su alrededor un cerramiento definitivo.

La norma también estipula requisitos que se debe cumplir para el establecimiento de un Parque de Diversión como son el registro ante las autoridades competentes, requisitos de operación y mantenimiento, partes y repuestos de las atracciones, deberes de los visitantes, mecanismos de inspección, vigilancia y control y las sanciones por incumplimiento del establecimiento.

A continuación, se resumen los puntos sobresalientes de cada uno de estos:

REQUISITOS PARA EL REGISTRO ANTE LAS AUTORIDADES

Para realizar el registro previo ante la respectiva autoridad distrital o municipal, se deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Certificado de existencia y representación legal o registro mercantil o cédula de ciudadanía o RUT, por parte de las personas naturales,
- Una Póliza de responsabilidad civil extracontractual que cubra la responsabilidad civil derivada de lesiones a los visitantes y usuarios de los Parques de Diversiones.
- Hoja técnica de cada atracción o dispositivo de entretenimiento expedida por el fabricante o instalador donde se establezca la capacidad, condiciones y restricciones de uso, panorama de riesgos, plan de mantenimiento, número de operarios requerido y descripción técnica del equipo.

- Un Plan de señalización con las condiciones y restricciones de uso recomendadas por el fabricante o instalador, en lugares visibles en cada una de las Atracciones o Dispositivos de Entretenimiento existentes en el Parque de Diversiones.
- Un Plan de emergencia as del sitio donde opera el Parque de Diversiones.
- Una Certificación de existencia de un contrato de servicios médicos para la atención de emergencias celebrado con una entidad legalmente constituida. *Vásquez Forero, L y Vesga Díaz, F. (2013).*

REQUISITOS DE OPERACIÓN

Un establecimiento como el Parque de diversión y entretenimiento debe contar con:

- Un plan de emergencia avalado por los comités locales o por las autoridades competentes.
- Salidas y rutas de evacuación adecuadas de acuerdo con su tamaño y tipo de operación.
- Señalización clara de evacuación en materia de rutas y salidas de emergencia.
- Un programa de salud ocupacional y riesgos profesionales para sus empleados.

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO

Para la implementación de un parque también es necesario contar con un adecuado plan de mantenimiento y limpieza con pruebas e inspecciones periódicas a los dispositivos de carácter preventivo, así como se debe contar también con programas de capacitación y entrenamiento.

El mantenimiento de los equipos en forma general se realizará cada 4 meses con inspecciones mensuales que garanticen el correcto funcionamiento de los mismos.

4.3 Normatividad Tributaria

Impuestos y otras obligaciones			
Concepto	Organismo que administra el impuesto u obligación	% de pago	Periodicidad de pago
Pago Retención en la fuente	Dian	2.5% para declarantes	Mensual
Autorretención de renta	Dian	2%	Mensual
RetelCA	Alcaldía	0.05 ventas	Bimestral
Industria y Comercio	Alcaldía	15% base gravable	Anual
Gravámenes Financieros	Entidad Bancaria	4x1000, Retención de Iva, Gravámenes, Iva, Cuota Manejo, Seguros	Mensual
Renovación Cámara & Comercio	Cámara y Comercio	Según capital suscrito	Anual
Aporte Seguridad Social	Entidades de salud, pensión, caja de compensación y riesgos laborales	8.5%, 12 %, 6.960%	Mensual
Cesantías	Fondo de cesantías	1 salario mensual x empleado	Anual
Renta	Dian	35% utilidades empresa	Anual

Fuente: Elaboración propia

4.4 Normatividad Laboral

En Colombia la normatividad laboral es de 47 horas semanales desde julio de 2023 según Ley 2101 e ira disminuyendo cada año hasta llegar a 44 horas semanales, donde el trabajador en cumplimiento de ello es poseedor del pago de su dominical (Min Trabajo, 2023). Y el Decreto 1045 DE 1978 “Por el cual se fijan las reglas generales para la aplicación de las normas sobre prestaciones sociales de los empleados públicos y trabajadores oficiales del sector nacional.” El parque Kileli estará cumpliendo a cabalidad con todas las obligaciones que adquiere con el recurso humano vinculado.

5. Análisis económico

Las necesidades y requerimientos del modelo de negocio son todos aquellos elementos, equipos e insumos que se necesitan para la puesta en marcha del parque temático. Dentro de estos requerimientos se incluyen una inversión inicial, unos costos y gastos de su mantenimiento a lo largo de los primeros 5 años de funcionamiento.

5.1 Las necesidades de inversión en activos fijos y en capital de trabajo

A través de la siguiente tabla se describe todos los insumos, materiales y equipos que se necesita para que el parque temático oferte todos y cada uno de los servicios en la ciudad de Buenaventura.

Tabla Presupuesto de Inversiones

Presupuesto de inversiones			
Inversión depreciable	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
Aires acondicionados	2	2.616.165	5.232.330
UPS 3KVA 220	5	1.264.000	6.320.000
Sillas escritorio	2	389.900	779.800
Locker metálico	1	720.000	720.000
Mesa de reuniones y silla isósceles	1	3.139.200	3.139.200
Total activos depreciables a 1 año			\$16.191.330
Computador	4	2.699.000	10.796.000
Impresora	2	670.000	1.340.000
Flota de transporte (motocicleta)	1	8.000.000	8.000.000
Celulares	2	1.800.000	3.600.000
Escritorios gerenciales	2	1.129.900	2.259.800
Cámaras de vigilancia	10	560.000	5.600.000
Escritorios de 120 x 75	2	389.900	779.800
Sillas ergonómicas	2	588.628	1.177.256
Total activos depreciables a 3 años			\$33.552.856
Parques exteriores	1	14.000.000	14.000.000
Parque de Exterior Castillo Medieval	1	12.000.000	12.000.000
Parque de Exterior Multijuego 2 Torres	1	14.000.000	14.000.000
Circuito Trepador	1	10.000.000	10.000.000
Balancines	3	1.300.000	3.900.000
Parque de Exterior Multijuego Toboganes	1	14.000.000	14.000.000
Barco pirata maxi parque	1	23.000.000	23.000.000
Escalador piramidal	2	22.550.000	45.100.000
Total activos depreciables a 5 años			\$136.000.000
Sube y baja	3	1.700.000	5.100.000
Mesa de tenis ping pon todo	5	6.590.000	32.950.000
Gusano infantil	5	1.250.000	6.250.000
Total activos depreciables a 10 años			44.300.000
Total inversión en activos			\$230.044.186

Fuente: Elaboración propia

Para la adquisición de equipos y materiales que requiere de \$230.044.186 para el parque inicie operar de manera eficiente y obtenga los resultados esperados.

Capital Social: la inversión inicial requerida es de \$300.000.000 para cubrir todos los costos y gastos del modelo de negocio y se estable relación con la entidad bancaria quien haría el desembolso del crédito. Cada año se estará abonando al crédito \$61.262.856 con cuotas fijas a 7 años.

Se anexa tabla de amortización del crédito

ITEM	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	250.000.000	247.995.635	245.973.231	243.932.626	241.873.654	239.796.153	237.699.953	235.584.888	233.450.787	231.297.479	229.124.792	226.932.550
Cuota mensual fija	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365	4.254.365
Gastos Financieros	2.250.000	2.231.961	2.213.759	2.195.394	2.176.863	2.158.165	2.139.300	2.120.264	2.101.057	2.081.677	2.062.123	2.042.393
Abonos a capital	2.004.365	2.022.404	2.040.606	2.058.971	2.077.502	2.096.199	2.115.065	2.134.101	2.153.308	2.172.687	2.192.242	2.211.972
Saldo final	247.995.635	245.973.231	243.932.626	241.873.654	239.796.153	237.699.953	235.584.888	233.450.787	231.297.479	229.124.792	226.932.550	224.720.579
Tasa de Interes de Prestamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plazo del prestamo	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Fuente: Elaboración propia

5.2 Los ingresos

Se calculan los 4 primeros años de ventas y el precio de venta de cada servicio de entretenimiento y diversión por año, se tuvieron en cuenta indicadores financieros como el PIB y el IPC de años anteriores.

INGRESOS	2.024	2.025	2.026	2.027
Ventas netas	648.000.000	663.520.000	717.663.232	776.224.552

Fuente: Elaboración propia

Los Costos

COSTOS	2024	2025	2026	2027
Costos variables	13.650.000	34.632.000	6.141.757	6.642.925
Costo nomina	121.653.383	126.190.613	131.238.238	136.487.767
TOTAL	\$ 135.303.383	\$ 160.822.613	\$ 137.379.995	\$ 143.130.692

Fuente: Elaboración propia

Los Gastos

En estos gastos están: publicidad, capacitaciones, asesorías, gastos de representación, de transporte papelería y aseo.

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	MES	2024	2025	2026	2027
Gastos de Publicidad		5.001.750	10.803.780	14.606.711	19.748.273
Gastos de Capacitación		-	7.202.520	9.737.807	13.165.515
Asesoría Contable	800.000	9.600.000	9.984.000	10.383.360	10.798.694
Gastos de Representación	450.000	5.400.000	5.616.000	5.840.640	6.074.266
Gastos Transporte	300.000	3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.510
Gastos Papelería	200.000	2.400.000	2.496.000	2.595.840	2.699.674
Gastos de aseo	300.000	3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.510
Depreciación Muebles y Enseres		27.375.615	11.184.285	11.184.285	-
Total gastos de administración y ventas		56.977.365	54.774.585	62.136.163	60.585.442
Gastos de administrativos fijos		51.975.615	36.768.285	37.791.645	27.671.654
Gastos administrativos variables		5.001.750	18.006.300	24.344.518	32.913.788

Fuente: Elaboración propia

Los gastos fijos de nómina contemplados para los cuatros años son:

Gastos Fijos	2024	2025	2026	2027
Nómina	121.653.383	126.190.613	131.238.238	136.487.767

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se relaciona los diferentes ítems del presupuesto de nómina por año, en los cuales el Parque Temático Kileli tendrá a cargo por los servicios prestados de los empleados:

PRESUPUESTO DE NOMINA

CARGOS Y CONCEPTOS	2.024	2.025	2.026	2.027
Total, salarios mensuales	6.320.000	6.572.800	6.835.712	7.109.140
Total Auxilios de transporte	8.436.360	8.503.851	8.844.005	9.197.765
Total salarios anuales	75.840.000	78.873.600	82.028.544	85.309.686
Total prestaciones sociales	18.400.339	19.077.410	19.840.507	20.634.127
Total aportes parafiscales	3.033.600	3.154.944	3.281.142	3.412.387
Total seguridad social	15.943.085	16.580.808	17.244.041	17.933.802
Total carga prestacional	37.377.023	38.813.162	40.365.689	41.980.316
Total costo de la nómina	121.653.383	126.190.613	131.238.238	136.487.767
Prima Junio	3.160.000	3.286.400	3.417.856	3.554.570
Prima Diciembre	3.160.000	3.286.400	3.417.856	3.554.570
Vacaciones diciembre	3.160.000	3.286.400	3.417.856	3.554.570
Cesantías Febrero	6.320.000	6.572.800	6.835.712	7.109.140
Interés cesantías febrero	758.400	788.736	820.285	853.097
Pagos otros meses	105.094.983	108.969.877	113.328.672	117.861.819
Pago fijo mensual	8.757.915	9.080.823	9.444.056	9.821.818

Fuente: Elaboración propia

6. Análisis financiero

Este plan de negocios, se constituye en una gran oportunidad de inversión, puesto que la tasa interna de retorno que resulta una vez realizado el ejercicio financiero, asciende al 29% estando por encima de la tasa esperada y cumple con el objetivo básico financiero. También se considera viable debido a que el retorno de la inversión está estimado en un tiempo de 3 años. Para la puesta en marcha de este plan de negocios se requiere una inversión inicial de Doscientos cincuenta millones de pesos (\$250.000.000,00) será financiado a un plazo de siete años a través de una entidad financiera esta propuesta también será postulada ante el Fondo Emprender, con el ánimo de conseguir apoyo económico para hacerla una realidad.

Las ventas serán de los tiquetes de ingresos a las actividades de recreación y entretenimiento de los tres paquetes temáticos de recorridos (MAR a \$20.000, PUERTO a \$40.000 y el PACÍFICO a \$60.000).

6.1 Estado de Resultados y Flujo de Caja

A continuación, se presenta el Estado de Resultados

ITEM	2.024	2.025	2.026	2.027
Ventas netas	648.000.000	663.520.000	717.663.232	776.224.552
Costos variables	13.650.000	34.632.000	6.141.757	6.642.925
Costo nomina	121.653.383	126.190.613	131.238.238	136.487.767
Gastos de Operación	352.980.837	365.140.117	378.222.796	391.854.685
Gastos de Administración y Ventas	31.080.000	32.882.720	34.501.656	36.210.124
Gastos preoperativos	26.300.000	0	0	0
Gastos financieros	25.772.956	22.903.497	19.708.327	16.150.474
Utilidad gravable	76.562.824	81.771.053	147.850.458	188.878.577
Impuesto de Renta	26.796.988	28.619.868	51.747.660	66.107.502
Utilidad neta	49.765.835	53.151.184	96.102.798	122.771.075
Reserva legal	4.976.584	5.315.118	9.610.280	12.277.107
Utilidad del periodo	44.789.252	47.836.066	86.492.518	110.493.967

Fuente: Elaboración propia

En el análisis vertical del Estado de Resultado se evidencia que para el año 2024 se tendrá una utilidad del periodo del 6,9%, para el año 2025 de 7,2%, el año 2026 12,1% y para el 2027 de 14,2%.

ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS				
Descripción	2024	2025	2026	2027
Costos variables	2,1%	5,2%	0,9%	0,9%
Costo nomina	18,8%	19,0%	18,3%	17,6%
Gastos de Operación	54,5%	55,0%	52,7%	50,5%
Gastos de Administración y Ventas	4,8%	5,0%	4,8%	4,7%
Gastos preoperativos	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Gastos financieros	4,0%	3,5%	2,7%	2,1%
Utilidad gravable	11,8%	12,3%	20,6%	24,3%
Impuesto de Renta	4,1%	4,3%	7,2%	8,5%
Utilidad neta	7,7%	8,0%	13,4%	15,8%
Reserva legal	0,8%	0,8%	1,3%	1,6%
Utilidad del periodo	2,1%	5,2%	0,9%	0,9%

Fuente: Elaboración propia

Para que contribuya y obtengan los ingresos la administración del Parque temático enviarán las cartas de intenciones para los colegios, jardines infantiles, cajas compensación para actividad recreativas y lúdicas, alianzas con fondos de empleados y comunidad en general, que se llegaron a través de páginas sociales, web, publicidad radial, etc. Y contratos con las entidades gubernamentales y empresas del sector privado donde se acordarán fechas y anticipos del 30% de costo. Se hará una programación a través de los resultados obtenidos en encuestas donde el 90% se necesitan para que los niños y niñas tengan las oportunidades de divertirse sanamente con actividades y juegos ancestrales, en un espacio temático; reconociendo que en el distrito de Buenaventura hay insuficiente de zonas de esparcimientos. La ubicación en la zona continental, las áreas de acceso, las condiciones de limitaciones de ingreso de alimentos, alcohol, ni alucinógenos, los responsables mayores de edad, se les hará la debida revisión al personal que ingresa y con la ayuda de detectores de metales.

6.2 Evaluación de proyecto

A continuación, se presenta el Flujo de Caja neto del parque temático KILELI a 4 años donde se muestran las fuentes y usos de los recursos.

FLUJO DE CAJA NETO					
	Año 0	2024	2025	2026	2027
Utilidad Neta (Utilidad operativa)		49.765.835	53.151.184	96.102.798	122.771.075
Total Depreciación	-	92.017.674	92.017.674	92.017.674	92.017.674
Pagos de capital		25.279.421	28.148.880	31.344.051	34.901.904
Total Amortización	-	-	-	-	-
EBITDA		141.783.510	145.168.859	188.120.472	214.788.749
1. Flujo de fondos neto del periodo		116.504.088	117.019.978	156.776.422	179.886.846
Inversiones de socios	50.000.000	-	-	-	-
Préstamo	250.000.000	-	-	-	-
2. Inversiones netas del periodo	300.000.000	-	-	-	-
3. Liquidación de la empresa					
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	(300.000.000)	116.504.088	117.019.978	156.776.422	179.886.846
Balance de proyecto	(300.000.000)	(231.495.912)	(151.515.279)	(18.981.302)	157.868.535
Periodo de pago descontado	3,11				
Tasa interna de retorno	29%				
Valor presente neto	87.189.387				
Tasa mínima de retorno	16%				

Fuente: Elaboración propia

Al realizar el respectivo cálculo del flujo de caja neto, se obtiene una tasa interna de retorno (TIR) bastante positiva, igual al 29%, demuestra que el negocio tiene una tasa de rentabilidad buena, que confirma que se ha logrado la meta mínima de ventas y recolección de recursos y así

asegurar la construcción del proyecto, y la tasa mínima de retorno (TMR) del 16%. El periodo de pago descontado es de 1,1%

6.3 Sensibilidad

En este análisis de la sensibilidad del proyecto se toma en cuenta los de una inversión consiste en tomar en cuenta los elementos financieros, donde se podrá determinar la solidez del mismo ante diversas variables.

La primera variable que se tendrá en cuenta es la de Crecimiento de ventas:

VISITANTES	150%
TIR	42%

En donde al incrementar del 100% al 150% las ventas del servicio de recreación y entretenimiento la TIR aumenta al 42%, siendo un beneficio, donde se obtendrían resultados excelentes para los socios e inversores del proyecto.

La segunda variable que se tendrá en cuenta es la de decrecimiento de ventas, donde los ingresos serían el 50% arrojando una TASA Interna de Retorno de 18%, donde se podría comprometer el buen desarrollo de las actividades y el cumplimiento de las obligaciones legales.

VISITANTES	50%
TIR	18%

Además, se debe tener en cuenta los riesgos de operación como son los factores externos. Se pueden identificar los desastres naturales como terremotos e inundaciones, problemas sociales (huelgas, inseguridad) o incluso problemas de salud pública, como pandemia. Estos no son

fácilmente predecibles, pero deben tomarse en cuenta a la hora de la llevar a cabo dicho modelo de negocio.

7. Road Map del Negocio

Visión

Posicionar como el mejor e innovador parque temático cultural apropiado, indoor y seguro donde los padres de familias/acudientes puedan llevar a los niños y niñas de 2 a 14 años de edad; a desarrollar actividades lúdicas, de entretenimiento y diversión guiados por personal experto en el que experimentarían momentos envolventes.

Misión

Crear, fortalecer y convertirnos en el único parque temático bajo techo de diversión y entretenimiento en el Distrito de Buenaventura, para los niños y niñas de 2 a 14 años de edad, donde experimenten momentos de recreación y actividades físicas que contribuyan a la salud física y psicológica.

Objetivo General

Determinar la viabilidad de crear un parque temático bajo techo, para los niños y niñas de Buenaventura, tomando en cuenta todos los aspectos del mercado nacional y local, las condiciones técnicas, operativas, económicas, financieras, organizativas, ambientales y administrativas que contribuyan al mejoramiento de la recreación y el entretenimiento en la ciudad.

Objetivos Específicos

- Describir las razones si es viable la realización del Parque Temático de diversiones y entretenimiento para los niños y niñas de Buenaventura teniendo en cuenta los aspectos técnicos y operativos para su implementación.
- Establecer las razones que hacen posible la creación del parque temático de diversión y entretenimiento desde el punto de vista organizacional y ambiental en la ciudad Buenaventura.
- Mostrar la factibilidad de la creación del Parque temático de diversiones y entretenimiento, desde el punto de vista administrativo para la constitución, formalización y el mantenimiento.
- Proyectar los ingresos, costos y erogaciones del parque temático de diversión y entretenimiento y un análisis del sector para establecer la factibilidad financiera.

Metas

El principal objetivo de la creación del Parque temático Kileli, es ofrecer la alternativa atractiva, de un espacio de diversión y entretenimiento para los niños y niñas de 2 a 14 años de edad de Buenaventura, que incluya diversos juegos ancestrales, canchas, escaladores, barcos piratas, gusanos infantil, castillo medieval, tenis de mesa, entre otros, y una gama de servicios en los que los usuarios podrán divertirse e interactuar con los amigos, compañeros y familiares/acompañante en un lugar creativo, sano, seguro y llamativo.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos mencionar las siguientes metas:

- Para el mes de junio de 2024, haber montado los juegos de entretenimiento y diversión como: escaladores, barcos piratas, gusanos infantiles, castillo medieval.
- A febrero de 2024 haber realizado las canchas y adecuaciones locativas del espacio con sus servicios adicionales como baños, cafetería, lockers entre otros.
- Iniciar el funcionamiento del Parque con todos sus servicios agosto de 2024.
- Tener para el año 2024 vinculados de manera directa los 10 empleados: se dispondrá de un administrador, un coordinador, de 2 cajeros, 4 asistentes, que desarrollarán las actividades con los niños y niñas visitantes, 2 aseadoras, que tendrán la responsabilidad del mantenimiento y limpieza del local y un enfermero y un vigilante. Y como prestadores de servicio al enfermero y dos vigilantes
- Obtener una rentabilidad de entre el 35% y 40% durante el primer año de funcionamiento (2024-2025), luego seguir creciendo.
- Lograr tener visitantes entre 80 y 100 niños y niñas por día.
- Obtener ingresos mensuales de \$700.000.000 durante el año 2024-2025.
- Incursionar en el mercado a mediados del 2024 y lograr la consolidación y fidelización de las familias bonaverense durante el primer año de funcionamiento.

8. Conclusiones.

El objetivo principal de este proyecto, fue el desarrollar un plan de negocios para la creación de un Parque Temático ancestrales in door de juegos de entretenimiento y diversión para contribuir con el desarrollo sicomotriz y psicoafectivo de los niños y niñas en el Distrito Buenaventura. En la información recogida en el proceso de investigación se pudo responder a los objetivos propuestos anteriormente.

Se determinó dentro de la cultura organizacional definir la visión, misión y principios cuyo principal objetivo es cumplir la promesa básica de satisfacer las expectativas y gustos de niños y niñas entre 2 a 14 años de edad, a través de la sana diversión, el esparcimiento y la recreación, de igual forma la visión es posicionar la empresa como el mejor e innovador parque temático cultural y seguro donde los padres de familias/acudientes puedan llevar los infantes a desarrollar actividades lúdicas y de entretenimiento guiados por personal experto en el que experimentarían momentos envolventes.

La investigación identificó que el mercado potencial del parque temático es las unidades familiares de los estratos 2,3 y 4 con ingresos de dos (2) salarios mínimos legales vigentes, y según la información recolectada se muestra que es un mercado creciente y dispuesto a ofrecerles otro tipo de diversión a sus hijos. También se pudo observar que el número familiares va en crecimiento cada vez más lo que sería un mercado potencial por cautivar en el futuro.

En el proceso de desarrollar el plan de negocios se pudo determinar que los recursos financieros necesarios para poner en marcha el modelo se obtendrían de la de una entidad financiera por valor de \$250.000.000 pagadero a 7 años, con una tasa de interés cómodo de 0,90%.

Es relevante anotar con respecto a la competencia, que un punto a favor de este plan de negocios es que en el Distrito de Buenaventura cuenta con una población aproximada de 500.000 habitantes (DANE 2022) y en la actualidad sólo hay una sala de juegos bajo techo ubicada en el Centro Comercial Viva Buenaventura en la zona continental. Tiene un área 200m². Tarifas de juegos y atracciones mecánicas para niños entre \$5.000 – \$20.000. Razón por la cual es una gran oportunidad para invertir y de otra manera contribuir a la sana convivencia y entretenimiento en espacios amplios y diversidad de juegos temáticos.

Dentro de los servicios que se ofrecerán en este modelo de negocio se pudo establecer por los gustos, preferencias y diversidad de juegos de los padres de familias/acudientes objeto de la investigación que los Piscina de pelota, Zona de juego, Zona de multiuso, Zona de infantil, Zona de colgarse y amplias zonas (canchas, mesas de pin pon, escaladores, barcos piratas, balancines, deslizadores, entre otros) son el mejor diferenciador de este plan de negocios y la ventaja competitiva.

También se determinó que el parque funcionará con una planta de personal compuesta por un Administrador quien responderá por la dirección del parque, un coordinador de operaciones, 2 cajeras, 4 asistentes/especialistas en recreación, un enfermero y dos aseadores que tendrán la responsabilidad de mantener y velar por el aseo y sanidad del parque.

El parque temático KILELI se constituirá como una empresa de Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S. conformada por propietario y quien cumplirá con lo establecido legalmente en el Código de Comercio en referencia a las sociedades comerciales.

El plan mercadeo será dirigido a las unidades familiares utilizando estrategias como el marketing viral, herramientas como el diseño de una página web y promociones de ventas

permanentes, propagandas radiales, flayer y comunicaciones constantes con las empresas municipales.

Por último, en las proyecciones financieras (tanto Ventas, Estado de Resultados y Flujo de Caja) que se realizaron se observó que el parque temático de diversión y entretenimiento KILELI es un negocio muy rentable a corto plazo, debido a la naturaleza y la escasez del servicio en el mercado local, reflejando así que inicia teniendo utilidades del periodo de 6,9% a partir primer año.

9. Referencias

La oferta de entretenimiento en vivo está moviendo la economía. (n.d.). Diario La República. Retrieved November 17, 2023, from <https://www.larepublica.co/economia/la-oferta-de-entretenimiento-en-vivo-esta-moviendo-la-economia-3424842>

Vásquez Forero, L y Vesga Díaz, F. (2013). Plan de negocios para la creación de un parque de diversiones extremas en Cartagena. Universidad de Cartagena.

Análisis del tamaño del mercado y de acciones de los parques temáticos y de atracciones de EE. UU. - Informe de investigación de la industria - Tendencias de crecimiento. (n.d.). Mordorintelligence.com. Retrieved November 17, 2023, from <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/united-states-amusement-and-theme-park-industry>

Tendencias, innovaciones y transformaciones de las infraestructuras recreativas. (2022, August 28). Inmobiliare. <https://inmobiliare.com/tendencias-innovaciones-y-transformaciones-de-las-infraestructuras-recreativas/>

Ingresos de parques, experiencias y productos de Walt Disney en el mundo 2009-2021. (n.d.). Statista. Retrieved November 22, 2022, from <https://es.statista.com/estadisticas/681350/ingresos-anuales-de-los-parques-y-resorts-de-walt-disney-a-nivel-mundial/>

Sanz Barroso, I. (2020). *El sector turístico estadounidense y los parques temáticos: análisis del caso Walt Disney World*. Universidad de Valladolid.

Surhone, L. M., Tennoe, M. T., & Henssonow, S. F. (Eds.). (2010). *Walt Disney world resort: Official album (2000)*. Betascript Publishing.

Precios – MundoAventura. (n.d.). Com.co. Retrieved November 23, 2022, from <https://mundoaventura.com.co/planea-tu-visita/precios/>

Ciclón. (2021, June 15). Parque del Café. <https://parquedelcafe.co/atracciones/ciclón/>

StackPath. (n.d.). Hacerfamilia.com. Retrieved December 4, 2022, from <https://www.hacerfamilia.com/familia/aprovechar-fines-semana-crecer-familia-20190913131447.html>

La actividad física y su hijo de 6 a 12 años. (n.d.). Kidshealth.org. Retrieved December 4, 2022, from <https://kidshealth.org/es/parents/fitness-6-12.html>

S., L. N. B. (2018, July 21). *Familias gastan más de medio billón en parques de diversiones*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/gasto-de-familias-colombianas-en-parques-de-diversiones-246156>

(N.d.-d). Gov.Co. Retrieved December 4, 2022, from <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-desarrollo-territorial/100320-Info-Alcaldia-Buenaventura.pdf>
<https://www.acis.org.co/portal/content/noticiasdelsector/los-ingresos-de-la-industria-del-entretenimiento-y-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n-se-recuperan>

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/220422-Consejo-Departamental-de-estadisticas-del-Valle.pdf>

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib>

<https://investpacific.org/el-valle-del-cauca-en-medios/el-valle-la-tercera-economia-mas-grande-del-pais/>

S., L. N. B. (2018, July 21). *Familias gastan más de medio billón en parques de diversiones*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/gasto-de-familias-colombianas-en-parques-de-diversiones-246156>

(N.d.-d). Gov.Co. Retrieved December 4, 2022, from <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-desarrollo-territorial/100320-Info-Alcaldia-Buenaventura.pdf>

StackPath. (n.d.). Hacerfamilia.com. Retrieved December 4, 2022, from <https://www.hacerfamilia.com/familia/aprovechar-fines-semana-crecer-familia-20190913131447.html>

Anexos

Test Card

Strategyzer

Test Name: Entrevistas	Deadline:
Assigned to: Neila Yasmina Millán Cuero	Duration:

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Que en el distrito Buenaventura, no tengan suficientes espacios físicos (privados o públicos), para que los niños y niñas puedan entretenerse y divertirse en compañía de sus padres.

Critical: ▲▲▲

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Tendremos la opinión de los padres de familia y/o acudientes si tienen opciones de entretenimiento y diversión para sus hijos en la ciudad de Buenaventura.

Test Cost: ●●●●● Data Reliability: ▲▲▲

STEP 3: METRIC

And measure

Se realiza la entrevista a 20 padres de familias y/o acudientes que tengan hijos, a través de un formulario de Google

Time Required: 🕒🕒🕒

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Si más del 80% de las respuestas son favorables, es decir, que no cuentan con sitios de esparcimiento, entretenimiento y diversión para los niños y niñas de Buenaventura; esto conforme a lo que deseamos obtener para nuestro modelo de negocio.

Copyright Strategyzer AG

Learning Card

Strategyzer

Insight Name: Entrevistas	Date of Learning: 10 November 2022
Person Responsible: Neila Yasmina Millán Cuero	

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

Que en el distrito Buenaventura, no tengan suficientes espacios físicos (privados o públicos), para que los niños y niñas puedan entretenerse y divertirse en compañía de sus padres.

STEP 2: OBSERVATION

We observed

Que la entrevista arrojó lo siguientes:

- El 85% de los padres manifestaron que no se cuentan con sitios suficientes para la diversión.
- El 70% manifiestan que el gobierno distrital no tiene política implementada para que los niños y niñas disfruten el esparcimiento y diversión.
- Y los padres deben recurrir a otras alternativas personales para que los niños y niñas salgan de su cotidianidad, como paseos en la zona rural, ver películas en casa o cine, juegos en casa, entre otros.

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

Que los datos primarios que se obtuvieron, son clave para nuestro modelo de negocios.

Que se requiere con urgencia presentar alternativas para que los padres de familias tengan **espacios adecuados**, donde sus hijos pueden entretenerse, divertirse y tener esos espacios de esparcimiento que contribuya al desarrollo y crecimiento de los niños y niñas.

Tener diferentes propuestas para satisfacer esa falencia que tienen los niños y niñas en el presente.

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

- El sector de entretenimiento no se ha potencializado en la ciudad de Buenaventura, y nuestro modelo de negocio se proyecta como viable, para cubrir las necesidades de la comunidad.
- Presentar la propuesta de negocio de un parque temático de entretenimiento y diversión dirigido al público infantil.
- Evaluar qué tipo de entretenimiento es necesario para suplir esas necesidades.
- Mirar los recursos que se requieren para el modelo de negocio del sector de entretenimiento.

Copyright Strategyzer AG



VALIDACIÓN DE ADOPTADORES TEMPRANOS

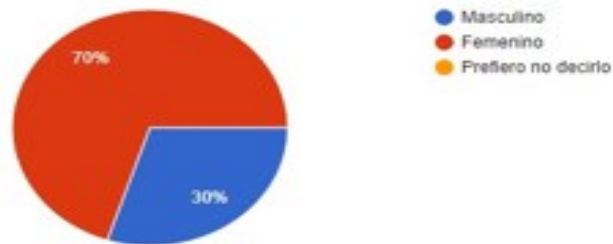
20 respuestas

[Publicar análisis](#)

1. Marque su género

20 respuestas

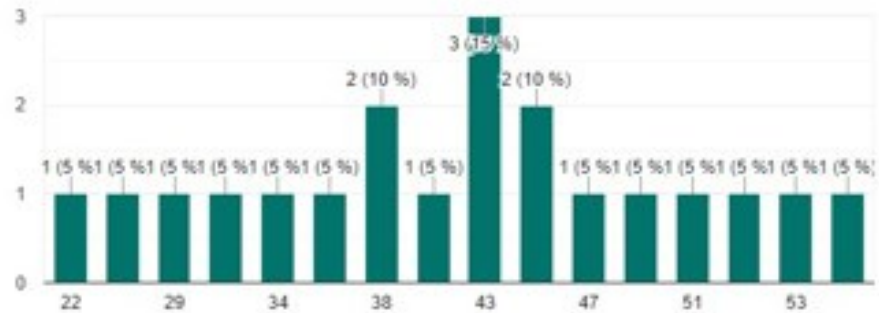
[Copiar](#)



2. ¿Qué edad tiene? (escribe sólo 2 números, ejemplo 36)

20 respuestas

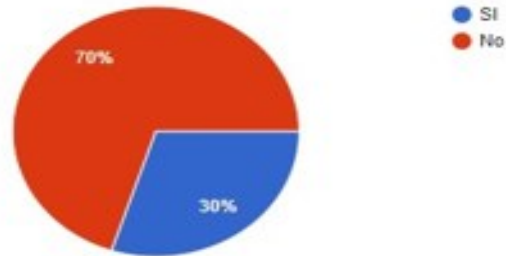
[Copiar](#)



4. El Distrito de Buenaventura, implementa una política pública de deporte, recreación y entretenimiento?

 Copiar

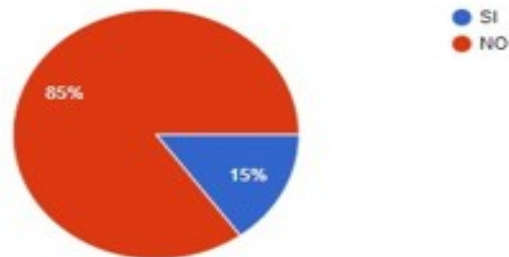
20 respuestas



5. ¿Cuenta con sitios suficientes para entretenimiento y recreación la ciudad?

 Copiar

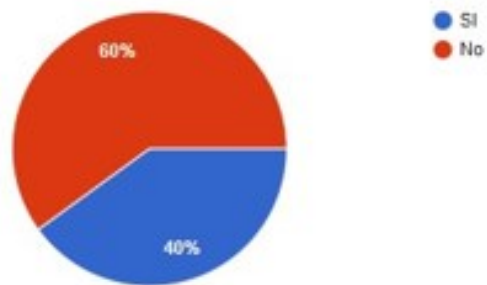
20 respuestas



7. ¿Los sitios dónde ha ido con sus hijos, le brinda seguridad y entretenimiento?

 Copiar

20 respuestas



De la siguiente lista de actividades seleccione las que realizan sus hijos en el tiempo libre

 Copiar

20 respuestas

