

MONOGRAFIA – TRABAJO DE GRADO
IDEA DE NEGOCIO
CENTRO DE OCIO, DIVERSION INFANTIL

PRESENTADO POR: FLOR LILIANA CAMPO USUGA

Cód. : D0101809

TUTOR: Dr. LUIS ENRIQUE CORREA



UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA (FAEDIS)
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA

HONDA (Tolima)

2I- 02 - 2016

AGRADECIMIENTO

Los grandes logros implican grandes sacrificios, de los que cada día aprendemos y nos superamos con esfuerzo y motivación para seguir adelante. Es muy reconfortante saber que cada esfuerzo no fue en vano y que valió la pena.

Quiero expresar mi agradecimiento muy sincero a todas las personas que directa o indirectamente han contribuido a la realización y culminación de este proyecto. En primer lugar al profesor Luis Enrique Correa, Tutor de este trabajo que me ofreció de forma desinteresada su apoyo y colaboración en esta Monografía de grado. A Víctor mi pareja por su amor y apoyo incondicional, sin la cual no hubiese sido posible avanzar en este largo camino. A mis niñas por ser mi motivación y por todo el tiempo del que me he apropiado.

CONTENIDO

| | Pág. |
|--|-------------|
| TEMA:..... | 3 |
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| DEFINICIÓN | 3 |
| RESUMEN..... | 7 |
| TEMA DEL PROYECTO | 8 |
| 1. TITULO | 8 |
| 2. CRACTERIZACIÓN DEL NEGOCIO..... | 8 |
| 3. PREGUNTA DE INVESTIGACION | 10 |
| 4. JUSTIFICACION | 11 |
| 5. OBJETIVO GENERAL | 12 |
| 5.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS | 12 |
| 6.1 Marco Contextual..... | 13 |
| 6.2 Marco Teórico..... | 14 |
| 6.3 Marco Legal: | 16 |
| 7. MEODOLOGIA DE LA INVESTIGACION..... | 18 |
| 7.1 Aproximación Metodológica | 18 |
| 7.2 Enfoque de la Investigación | 18 |
| 7.3 Enfoque Metodológico | 19 |
| 7.4 Técnica e instrumentos | 19 |
| 7.4.1 La Observación..... | 20 |
| 7.4.2 Revisión Documental..... | 20 |
| 7.4.3 Entrevista a profundidad | 20 |
| 7.5 Población y Muestra | 21 |
| 7.5.1 Población:..... | 21 |

| | |
|------------------------|----|
| 7.5.2 Muestra:..... | 21 |
| 8. DESARROLLO | 22 |
| 9. CONCLUSIONES | 29 |
| 10. BIBLIOGRAFÍA | 30 |

TEMA DE PROYECTO DE NEGOCIO

CENTRO DE OCIO, DIVERSION INFANTIL

HONDA TOLIMA

TEMA:

Desarrollo del trabajo escrito correspondiente al proyecto de negocio, aplicado a la conceptualización de una idea de negocio en este caso investigando su viabilidad para desarrollarla.

INTRODUCCIÓN

Después de realizar un estudio de mercado en busca de una oportunidad de negocio que resulte viable, rentable y con proyección de futuro, se piensa que esta puede ser un negocio dedicado al ocio, entretenimiento y recreación de los niños en el municipio de Honda Tolima, al encontrarse que el municipio carece de un lugar de entretenimiento y dispersión. Al evidenciarse como el juego constituye un elemento básico en la vida de un niño, que además de divertido resulta necesario para su sano desarrollo.

DEFINICIÓN

Un parque infantil es una instalación de titularidad pública o privada consistente en un área delimitada y una serie de elementos de juego, destinada a los niños hasta una cierta edad.

Estos parques están sometidos a rigurosas medidas de seguridad, tanto en las instalaciones como en los equipos o elementos de los que están compuestos.

En un inicio el ocio no estuvo muy encaminado de manera educativa ni estimulante, pero en España surgieron las primeras ideas de realizar parques más pedagógicos y enriquecedores para el público infantil. De esta manera el objetivo principal de los parques en la actualidad, es entretener a través de estructuras psicomotrices que aporten además de diversión estímulo y desarrollo de diferentes capacidades, sin embargo no todos los parques infantiles son iguales, ya que es posible clasificarlos según sea su finalidad y diseño conceptual y organizativo, de los cuales podemos destacar:

Estructuras psicomotrices:

Tienen un gran tamaño, y ofrecen estructuras de gran complejidad, estos suelen hacer parte de grandes centros vacacionales o lugares especializados en juegos infantiles. Suelen tener piscina de bolas, toboganes, túneles y en general obstáculos de grandes dimensiones, en la parte exterior como en la interior. Las edades separan dos categorías una de 2 a 5 años, y una gran estructura psicomotriz para las edades de 6 a 12 años.

Estructuras psicomotrices y máquinas

Esta unión de los dos tipos de atracción es común en los centros comerciales, lugares donde por una parte cuentan con un circuito psicomotriz con los obstáculos antes mencionados pero en menor tamaño y por otro lado, el espacio tiene diferentes tipos de máquinas para infantiles como: carrusel, carros chocones, máquinas de videojuegos y más.

Las edades tienen un rango muy amplio entre niños de los 2 y los 16 años aproximadamente.

Espacios lúdicos creados en establecimientos comerciales

Como por ejemplo los cines, tiendas, supermercados, entre otros. Su finalidad es ofrecer el cuidado de los niños, de manera divertida y segura, mientras los adultos realizan sus actividades tranquilamente. De esta manera en pequeños espacios combinan actividades como: piscinas de bolas, módulos de psicomotricidad, rincones de dibujo y construcción y espacios de juego simbólico, siendo un servicio gratuito que ofrecen a sus clientes y usuarios los establecimientos.

Podemos establecer varios propósitos que cumplen los parques infantiles, como por ejemplo la formación y diversión segura de los niños y niñas que asisten al parque es uno de los objetivos, sin embargo, beneficia también a los padres, gracias a la vigilancia, estimulación del desarrollo, crecimiento y habilidades psicomotrices, resulta ser la solución perfecta, que le permite a los adultos encargados disfrutar de tiempo libre de manera tranquila.

Aporte en la formación

Crear un parque infantil implica pensar en todas las variables que le involucran, para que logre potenciar al máximo las capacidades del niño. Para esto es necesario basarse en importantes teorías sobre psicomotricidad, de tal manera que todos los parques reciban asesoramiento por parte de personas especializadas en lo que se refiere a montaje e instalación de la estructura, y adicionalmente cuenta con un asesoramiento pedagógico.

Por ejemplo los parques han sido ambientados como la selva, el barco pirata, entre muchos otros, consiguen introducir a los niños y niñas en el juego de imaginación, que incluye retos sicomotrices, ampliando de manera importante las posibilidades del parque infantil. Finalmente el parque infantil es una actividad sana y divertida, que proporciona a nuestros niños horas de juego rico y estimulante para su desarrollo físico, intelectual, social y afectivo.

- Estructuras psicomotrices
- Estructuras psicomotrices y maquinas

El parque infantil, como estructura de psicomotricidad donde se paga por tiempo, horas o por el juego que el niño desee. La principal motivación con esta idea de negocio es permitir a los padres realizar diferentes actividades al tiempo que tiene la posibilidad de tener a sus hijos en un espacio lúdico sin necesidad de estar de forma presencial con ellos.

Lo innovador de este tipo de centros radica en el espacio en el que estará instalado (son espacios cerrados) que pueden ser combinables con espacios abiertos de grandes o pequeñas dimensiones.

Por otra parte cabe destacar que en los inicios se pensó en un producto únicamente comercial, que fuera atractivo a la población infantil al margen de las normas educativas. Sin embargo no hay que olvidar que los verdaderos clientes y usuarios van a ser sus padres, por ello habrá que mantener una vigilancia continua y un correcto mantenimiento de las instalaciones para infundir confianza a los padres y seguridad a los niños

Normativa que regula los espacios recreativos.

Los parques infantiles están sometidos a una serie de medidas tanto en las instalaciones que incluyen situación, acceso, elementos auxiliares, señalización, así como todos los elementos o equipos de juego de la instalación.

RESUMEN

Con este trabajo se busca mostrar la viabilidad de implementar un proyecto de negocio dirigido a la constitución de un modelo de centro de diversion infantil en el municipio de Honda (Tolima) en el que se logra aplicar los conceptos formativos adquiridos en la carrera de administración de empresas, bajo el esquema propuesto por el programa donde inicialmente se muestra la intención de investigación de la idea de negocio seguido del esquema requerido finalmente se destacan los hallazgos de la investigación.

TEMA DEL PROYECTO

CENTRO DE OCIO, DIVERSION INFANTIL

1. TITULO

CENTRO DE OCIO, DIVERSION INFANTIL

2. CRACTERIZACIÓN DEL NEGOCIO

Al realizar este análisis se evidencia que el municipio de Honda es un municipio básicamente urbano y cuenta con 8 veredas, y a diferencia de la mayoría de poblaciones tolimenses, su economía no depende de la agricultura. El movimiento comercial de "La Ciudad de los Puentes" integra al turismo, la pesca y la ganadería. Cuenta con capacidad hotelera, arquitectura colonial y sus diversos atractivos que hacen un ambiente propicio para disfrutar del mejor descanso. Su cercanía con otras poblaciones y ciudades, la amabilidad de sus gentes son otros factores que apoyan la industria turística. La pesca es el sustento de cientos de familias hóndanos. En la época de subienda, la economía se reactiva.

Cabe resaltar que en la actualidad la pesca se encuentra muy deteriorada en el municipio de Honda por la gran sequía que ha causado el fenómeno del niño en Colombia.

En el anterior estudio realizado a la comunidad por medio de la observación se pudo comprobar que para la comunidad resulta muy interesante un lugar que tenga juegos para niños y en algunos juegos, así los padres puedan jugar con ellos e interactuar porque tampoco se cuenta con otro sitio llamativo al cual poder asistir y llevar a sus pequeños.

Después del estudio realizado se observa que es una ciudad que constantemente está siendo visitada por personas que ven en esta una oportunidad para descansar, para cambiar de ambiente, pasear por el clima que es un poco caliente, por las fáciles condiciones para llegar a ella especialmente familias de clase media- baja procedentes de la ciudad de Bogotá, pero si bien es cierto que Honda es una ciudad la cual su economía es movida de la mezcla de varias actividades en especial el turismo , y que tiene atractivos turísticos que le permiten a propios y extraños disfrutar, no tienen un lugar dedicado especialmente a la distracción y diversión de los pequeños por lo cual esto arroja una necesidad por satisfacer, que en este caso sería un:

CENTRO DE OCIO, DIVERSIONES INFANTILES.

Que resulta muy viable por la ausencia de un lugar así en el municipio y por lo tanto sería de gran atracción para todos, porque esto va a hacer un sitio de esparcimiento al cual podrán asistir todos los días, con un horario flexible para permitir que se aproveche el máximo tiempo en él.

Los servicios que se ofertaran deben estar orientados a la diversión y ocupación del tiempo libre de niños así como de distintas actividades educativas combinadas con las lúdicas,

En la actualidad en Colombia se ha producido una demanda continua de las actividades recreativas y de tiempo libre, esta evolución puede ser debida a la cada vez vida “más estresante” y poca conciliación laboral y familiar. Lo que convierte los centros de recreación en una buena opción de entretenimiento

Por otra parte cabe destacar las nuevas tendencias de evitar celebraciones en las casas donde resulta más dispendioso y sobretodo muy incómodo por el cual se puede evitar, y realizarlas en un sitio como este donde se podrá ofrecer paquetes de servicios, entre ellos el alquiler del lugar que sería el principal servicio.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Cómo identificar o determinar qué tipo de negocio se puede establecer en el municipio de Honda (Tolima)?

4. JUSTIFICACION

Este proyecto se lleva a cabo con el objetivo de identificar, formular y estructurar una idea de negocio y de esta manera darle cumplimiento a la actividad del proyecto de negocio propuesto como trabajo de grado por la facultad de administración, la cual tiene como meta el desarrollar habilidades de aprendizaje significativo en un contexto mediante estudios de casos aplicados y siguiendo los momentos básicos del nivel procedimental de la metodología de la investigación.

Además de esto, el proyecto busca asegurar la viabilidad de la puesta en marcha de un centro de ocio, diversión infantil en el municipio de Honda departamento del Tolima, teniendo en cuenta que este tiene gran posibilidad de expansión en el tema del turismo lo que motiva la elaboración de un proyecto empresarial que funcione como lugar para la sana diversión y desarrollo infantil en este municipio y que a su vez le aporte al desarrollo económico del mismo.

Por otro lado se buscar cubrir un vacío en mercado a través de la oferta de servicios que se acomoden y satisfagan a las necesidades de los posibles clientes y usuarios por medio de estrategias que integren las diferentes zonas que se encuentran aquí, esto debido a que actualmente en el sector no se encuentran lugares que oferten estos servicios.

5. OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio para el montaje de un centro de ocio, diversión infantil en el municipio de Honda (Tolima).

5.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Plantear una propuesta de valor que refleje el valor agregado de la idea de negocio.
- Identificar a quienes va dirigido la prestación de los servicios del negocio (posibles clientes y usuarios).
- Identificar alianzas, actividades y recursos clave implicados en la creación de valor de la idea de negocio.
- Realizar una estructura económica proyectada a la sana diversión infantil.

6. MARCO TEORICO REFERENCIAL

Arias, señala que “El marco teórico de la investigación o marco referencial, puede ser definido como el compendio de una serie de elementos conceptuales que sirven de base a la indagación por realizar” (Arias, 1999, pág. 13), entre los aspectos teóricos que hacen referencia al objeto de estudio, se pretende mostrar una serie de elementos conceptuales que sirven de base para la realización del estudio de viabilidad de negocio para esto se consultó información de diversos textos y documentos Web.

6.1 MARCO CONTEXTUAL.

Para los primeros años del siglo XXI y lo que se lleva en las últimas cinco décadas, se vivió una crisis y olvido profundo y franca decadencia por parte del municipio de Honda, por esto y de manera de contextualizar lo que se presenta en este municipio, tal y como señala Eduardo Santa como factores de la decadencia actual de Honda, político y económico (Santa, 1987):

“La violencia partidista que azotó al país en esos años cincuentas del presente siglo, la afectó notablemente, al castigar a la mayor parte de las ciudades y poblaciones tributarias. El eje tendido entre Honda y Manizales, por carretera y por cable, ya se había roto por completo debido a la utilización del transporte en aviones. La navegación fluvial, tanto en el alto como en el bajo Magdalena, ha desaparecido casi en su totalidad, no solo por la acción de 'los modernos medios de transporte, sino por la alarmante merma de su caudal de aguas, debido

principalmente a la acción depredadora del hombre en todas las vertientes donde nacen sus afluentes y en las riveras mismas del gran río. A todo esto hay que sumar la acción destructora de la avalancha de los ríos Lagunilla y Gualí, a raíz de la explosión del Nevado del Ruiz en 1985, fenómeno natural que afectó notablemente a buena parte de las ciudades tributarias de su economía. La total y trágica destrucción de la población de Armero, una de las más ricas y prósperas de la región, significó también la ruptura de uno de los eslabones más importantes de aquel microcosmos económico, pues la zona afectada era ciertamente una de las primeras productoras de algodón, arroz, sorgo, ajonjolí y otras variedades agrícolas y pecuarias. La propia ciudad de Honda, se ha visto afectada no sólo físicamente por la acción del río Gualí, que pasa por su centro urbano, sino por el impacto psicológico en muchos de sus habitantes, que han preferido emigrar antes que correr un nuevo riesgo, como en el turismo que frecuentemente inunda sus calles, sus puentes y sus plazas, dejando un apreciable aporte económico a su decadente economía. Pero, a pesar de todo, Honda sigue siendo la gran ciudad enclave, y lo único que no puede perder jamás es su esperanza y su futuro. Ahora, sus dirigentes cívicos tendrán que agarrarse de la primera, para poder salvar el segundo. Para ello Honda puede contar no solo con la solidaridad de todos los tolimenses, sino con la del país entero, que la siente, de verdad, como algo que pertenece al patrimonio espiritual de todos”.

6.2 MARCO TEÓRICO.

Existen diversos referentes teóricos que sustentan el estudio para el montaje de un centro de ocio, diversión infantil, que permiten una conceptualización de una idea de negocio para el caso una investigación de la viabilidad. Por lo anterior se señala a continuación diferentes bases teóricas que sustentan lo planteado.

MODELO CANVAS: (Osterwlder)

El desarrollo de la siguiente propuesta de idea de negocio tiene como elemento conceptual una serie de definiciones que permite dar a conocer en un sentido más amplio sobre el cual se enmarca el proyecto, de esta manera se toma el “modelo canvas” como referente teórico al permitir a través de este el desarrollo del diseño de la idea de negocio, por consiguiente el libro Business Model Generation de Alexander Osterwlder Yves Pigneur permite la implementación de un modelo ya estandarizado para la creación de una idea de negocio mediante el Business modelo canvas, que lo que plantea es una base para crear su propio lienzo, como una herramienta estratégica empresarial y de gestión que ayuda a describir, diseñar, retar e inventar nuevos negocios, canvas se basa en nueve pilares fundamentales, organizados en un lienzo pre-estructurado de nueve casillas donde se puede visualizar en una sola imagen un mapa de la idea de negocio.

Habría que decir también que canvas es una palabra inglesa que traducida al español significa lienzo, utilizado por Alexander Osterwalder como “Modelo de Negocio” donde interpreta canvas como una plantilla estratégica que revela la representación gráfica del modelo de negocio, donde se describe racionalmente como una organización se crea, promueve y adquiere valor describiendo los aspectos centrales de una organización.

RECREACIÓN DINÁMICA: (www.deporte.org.mx, pág. 03)

Es aquella en la que el hombre tiene un desenvolvimiento físico y psíquico directo con el entorno y sus elementos en el área que se son utilizados para

recreación, en este caso el hombre deja de ser espectador y se convierte en actor, este requiere de esfuerzo físico.

RECREACIÓN PASIVA: (<http://repository.javeriana.edu.co>, pág. 38)

Se da cuando la intervención física del hombre no llega a desarrollarse totalmente, sí que llega a ser únicamente un espectador en donde la recreación dada como un deleite espiritual propio de este.

RECREACIÓN SOCIAL: (www.tiposde.org/, 2012)

Tiene posibilidades de gruesos sectores de la población y posee cualidades de atracción común a la mayoría de los usuarios, por ejemplo: museos nacionales, parques, zoológicos, playas, etc.

RECREACIÓN POPULAR: (www.icbf.gov.co, 2014, pág. 04)

Practicada por la población de medianos y escasos recursos económicos y que hace uso de medios recreativos de carácter público o privado, accesibles a esta población, por ejemplo: parques, plazas públicas, presentaciones públicas, ferias, fiestas, etc.

6.3 MARCO LEGAL:

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA: (www.constitucioncolombia.com)

En el Artículo 44, se establece “Son derechos fundamentales de los NIÑOS: la vida.... la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión”.

El artículo 52 de la constitución establece: “El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas”.

Ley 181 de 1995: (www.mineducacion.gov.co, 1995)

Dentro del marco legal para la creación del proyecto de negocio se relacionan las normas principales para el montaje de un centro de ocio, recreación infantil la ley 181 de 1995. “por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el sistema nacional del deporte”.

La declaración Universal de los derechos Humanos: (www.un.org)

En el artículo 24, se establece “Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.”

7. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

7.1 APROXIMACIÓN METODOLÓGICA

En el diseño o marco metodológico, se presenta la forma en que se realizara el estudio, para el caso de este proyecto, según Rojas, Estrellita “el investigador deja indicada la forma en que realizará el estudio; o sea, como hacer la investigación. Debe detallar información acerca de las partes o elementos que conforman el diseño. Estos elementos son: tipo de investigación; población y muestra; variables, conceptualización, operacionalización e instrumentación; técnicas de recolección de datos; fuentes de información; procedimientos y análisis de información”. (Rojas, 1998, pág. 31)

7.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto de Monografía de Grado, responde a un enfoque de carácter cualitativo implicando la recolección, análisis e integración de datos con la finalidad de mostrar una perspectiva más amplia y profunda del comportamiento de actores implicados en el objeto de estudio. (Baptista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2010, pág. 354)

Por parte del enfoque cualitativo se hace evidente con el proceso de interpretación y descripción que se desarrolla en este proyecto de Monografía de Grado la caracterización mediante datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de la investigación en el proceso de internación del estudio, para ello las variables pueden ser media de forma tal que no se le asocie valores

numéricos en termino de cualidades específicas. (Baptista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2010, pág. 05).cv

7.3 ENFOQUE METODOLÓGICO

Este proyecto de Monografía de Grado, posee un enfoque de carácter descriptivo, donde es planteado por el Dr. Manuel E. Cortés Cortés y la Dra. Miriam Iglesias León como: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Describen situaciones, eventos o hechos, recolectando datos sobre una serie de cuestiones y se efectúan mediciones sobre ellas, buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.” (Cortés Cortés & Iglesias León, 2004, pág. 20). Se muestra la pertinencia de este enfoque al hacer un recuento de datos importantes de cualquier fenómeno que se analicen a través de variables independientes, en este caso herramientas de apoyo que contribuyan a la gestión y control del proceso de garantías y servicios post venta.

7.4 TÉCNICA E INSTRUMENTOS

Para de este proyecto de Monografía de Grado se implementaron varias técnicas e instrumentos que facilitaron e hicieron más dinámico su desarrollo. A continuación se especificaran las técnicas e instrumentos implementados:

7.4.1 La Observación

Esta técnica se fundamenta en que sirve para recoger información que permite interpretar situaciones que influye en la conducta o situación observada (Cortés Cortés & Iglesias León, 2004, pág. 35), tiene total coherencia con el desarrollo del proyecto de Monografía de Grado porque permite orientar y enfocar los objetivos que en rutan el proyecto de Monografía de Grado, y permite de manera controlada la aplicación de teorías que agrupan la situación.

7.4.2 Revisión Documental.

La revisión documental permite detectar, consultar y obtener la bibliografía u otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación. Este proyecto de Monografía de Grado se valió de esta técnica con el uso de fuentes primaras como secundaria durante todo el proceso de desarrollo de la propuesta, donde una primera parte se emplearon documentos de la organización y en segunda instancia se consulta documentos públicos como normatividad y postulados que le aportan a este proyecto de Monografía de Grado. (Sampieri, 2010, pág. 78)

7.4.3 Entrevista a profundidad

La entrevista a profundidad, se orienta como una técnica que posibilita la investigación, claridad y seguimiento a las preguntas que hacen las veces de instrumento dentro de esta técnica, el desarrollo se da por la implementación de preguntas orientadas al estudio de representaciones personalizadas hacia la

recepción de información de percepciones específicas (Batthyány & Cabrera, 2011, pág. 90).

7.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

7.5.1 Población:

El marco de actuación basado en las características que se están estudiando, implica determinar la magnitud de individuos o elementos que están inmersos en el objeto de estudio, por consiguiente la población hace referencia a un grupo finito al que se le desea hacer alguna inferencia (Cortés Cortés & Iglesias León, 2004, pág. 90). Para el caso de esta propuesta de mejora, la población objeto es El Municipio de Honda Tolima.

7.5.2 Muestra:

La muestra es un subconjunto de la población cuya finalidad es presentar particularidades y ofrecer conclusiones semejantes a las que se lograrían estudiando en la totalidad de la población, este subconjunto proporciona información para el desarrollo del estudio aplicando herramientas en la recolección de datos (Baptista Lucio, Fernández Collado, & Hernández Sampieri, 2010, pág. 173). Considerando así la delimitación de la muestra, para el desarrollo de este proyecto de Monografía de Grado, se enmarca en la propuesta de un “CENTRO DE OCIO, DIVERSION INFANTIL”, de los habitantes y turistas del municipio de Honda Tolima.

8. DESARROLLO

Este proyecto de Monografía de Grado de un “CENTRO DE OCIO, DIVERSIÓN INFANTIL” se direcciono en su totalidad bajo una investigación de carácter cualitativo dónde se valida el interés del mercado para poner en marcha la idea de negocio de un centro de diversiones infantiles donde se obtuvieron los siguientes hallazgos.

PROPUESTA DE VALOR

Este capítulo presenta el análisis de la propuesta de valor, los elementos diferenciadores del proyecto centro de diversiones infantiles, de tal manera que permita tener claridad frente al tipo de negocio y el mercado en que se piensa trabajar

Descripción de la propuesta de valor

El “Centro de ocio, diversión infantil”, es un proyecto de negocio que busca calmar una necesidad enfocada en el disfrute, la recreación y la ocupación del tiempo libre de los niños en el municipio de Honda Tolima.

Esto con el fin de satisfacer una necesidad en el público infantil ya que pueden realizar diversas actividades en el centro de diversión según lo que más les atraiga a los pequeños, este va a contar con piscina de pelotas, pasamanos, circuitos de niveles de dificultad, toboganes, zona de dibujo etc.

A fin de que los niños logren realizar y disfrutar de todas las actividades que deseen y aquí se encuentren, también logrando la dispersión de los padres y el sano desarrollo de los pequeños al disfrutar de los beneficios de este lugar.

Elementos diferenciadores

Los clientes y usuarios (padres – niños), tendrán una atención personalizada ya que contaremos un con el personal idóneo para garantizar un buen servicio al cliente, se ofrecerá una gama de servicios donde los niños podrán escoger los juegos que más les atraigan y los valores a pagar serán asequibles para todo público.

Informe en términos de hallazgo:

Según lo Observado y entrevistado con un segmento de futuros clientes y usuarios, se evidencia que la propuesta de valor planteada es interesante para los entrevistados, puesto que se satisface una necesidad ya que es algo que los niños quieren y los padres necesitan, la ven como una buena idea de negocio para los niños divertirse y su sano crecimiento y desarrollo por otro lado los padres también estarían tranquilos de ver a sus hijos disfrutando en un lugar que representa seguridad y diversión al tiempo que podrían ocuparse en hacer otras cosas mientras los niños se encuentren en el centro de diversiones y así evitar llevarlos a todos lados con ellos o dejarlos encerrados en sus casas.

Mencionan y se percibe que han escuchado y visitado lugares como este que se pretende montar en el municipio, pero que les gustaría ir y disfrutar de estos servicios en el municipio de Honda con sus niños, de igual forma menciona que estarían dispuestos a pagar lo justo por cada juego o distracción que los niños escogieran.

De resaltar que los futuros clientes y usuarios lo ven como una idea de negocio muy viable también por ser un municipio turístico cercano a las grandes ciudades y muy lindo para visitar

CLIENTES Y USUARIOS

Este capítulo presenta el análisis de los potenciales clientes y usuarios de esta idea de negocio, en este se muestra el segmento de clientes y usuarios al que va dirigido la prestación del servicio de centro de diversión infantil.

Relaciones con los clientes y usuarios:

Los principales clientes y usuarios que potencializan la idea de negocio, son principalmente los padres de familia entre los que se incluyen habitantes del municipio de Honda con de los alrededor del municipio y turistas con niños a cargo, mencionando que los niños son los principales usuarios de la idea de negocio que se plantea.

Las estrategias planteadas desde el punto de vista del negocio para con los clientes y usuarios, debido a que es una idea de negocio nueva en el sector y necesita principalmente darse a conocer por medio de técnicas para seducir a los posibles clientes y usuarios, mostrándoles la variada oferta de servicios y los beneficios que va a traer para ellos.

Los valores y principios en los que se fundamentara este proyecto de negocio serán la responsabilidad, el compromiso, la seguridad y la confianza. Siempre en pro de brindar los mejores servicios eficaz y eficientemente con la más alta calidad

ALIANZAS CLAVE Y RECURSOS CLAVES

Este capítulo presenta el análisis de las alianzas y recursos claves de la idea de negocio, mostrando la intervención de cada uno de estos aspectos en la idea de negocio.

ALIANZAS CLAVE

Es importante realizar alianzas con empresas del Municipio como estaciones radiales, las instituciones educativas y la alcaldía del municipio, puesto que estas entidades son claves para hacer que difunda el servicio que se ofrece, para así abarcar la mayor cantidad de personas posibles.

Con la comunidad también es valioso tener alianzas, porque ellos son las mejores personas para publicitar en centro de ocio, división infantil, por esta razón consideramos tener alianza con la comunidad para ofrecer a los clientes y usuarios, el mejor servicio de frente a la sana diversión.

Lo que se busca lograr con estas alianzas son una mayor cooperación entre las diferentes empresas donde nos apoyemos y tengamos cada vez mayor uso de nuestros servicios, permitiéndonos crecer como empresa y como organizaciones prestadoras de servicios en municipio, otro de los aspectos importantes es lograr negociar precios asequibles para poder garantizar a los clientes y usuarios usuarios buenos precios donde van a tener calidad y cantidad, también con esta alianza se podrá garantizar a nuestros aliados una permanente demanda de sus servicios, así la cooperación será mutua.

RECURSOS CLAVES

HUMANOS

Personal administrativo: Personal que gestiona el buen funcionamiento de la empresa, con contrato directo.

Asesores comerciales: personal de directo de la empresa, contratados con el fin de fomentar el consumo de los servicios de la empresa.

Publicista: Personal externo de la empresa, contratado para elaborar publicidad de la empresa

Ingeniero de sistemas: Personal externo de la empresa contratado para programar la página web y manejo de internet.

Expertos en relaciones interpersonales: Personal directo de la empresa, para el manejo de los clientes y usuarios y para afianzar el negocio.

Personal de atención al cliente: Personal directo de la empresa, contratado para el buen uso de las relaciones con los clientes y usuarios.

FÍSICOS

Transporte: Servicios contratados con externos, para el servicio de transporte de los clientes y usuarios al sitio de destino, también para el desplazamiento del personal en asuntos de la empresa.

Teléfono: Elementos propios de la empresa para la comunicación de la información de la empresa a los clientes, usuarios y aliados.

Equipos de cómputo: Elemento propio de la empresa, para el desarrollo de las actividades de promoción de la empresa y el manejo de la información.

Papelería: Elementos con información de la empresa.

INTELECTUALES

Información del parque arvi: contar con toda la información del parque arvi, para así transmitirla de forma correcta.

Información de paquetes a ofrecer: tener la información de lo que se ofrece, garantizando una comunicación asertiva.

Bases de datos: toda información que sea de interés para la empresa, como información de clientes y usuarios, aliados y competencia.

Conocimiento en negociación: manejo correcto de negociación para hacer buenas negociaciones con los aliados y con los clientes y usuarios.

FINANCIEROS

Inversión en diseño de entregables: destinar dinero para una buena elaboración de los portafolios de servicios.

Inversión en nómina: el pago correspondiente al personal vinculado con la empresa.

Inversión en elementos para los clientes y usuarios: pago de insumos que pueden requerir los clientes y usuarios en su uso del servicio.

Inversión en publicidad: pago de dinero a quien realiza la publicidad de la empresa.

Inversión en lobby: destinar dinero para realizar visitas a clientes y usuarios potenciales, los cuales pueden ser buenos consumidores de los servicios.

Inversión en entregables: pago de dinero para adquirir publicidad que será entregada a personas que pueden ser futuros clientes y usuarios, a razón de fomentar que se dé a conocer la empresa.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y FLUJO DE INGRESOS

Este capítulo presenta el análisis de la estructura de costos y flujo de ingresos de la idea de negocio, en este se muestra de manera descriptiva los posibles costos e ingresos en los que incurre la idea de negocio.

ESTRUCTURA DE COSTOS

La estrategia de costos se considerara mixta debido a que está orientada a tener beneficios tanto por valor como por volumen, esto debido a que en los servicios que ofrece la empresa varían de acuerdo a la cantidad de personas y de esta manera se podrá competir en precio, o sea por volumen, entre más personas menor será el precio; por otro lado la empresa estará enfocada en brindar el servicios de alta calidad en pro del valor agregado de la organización

adecuándose a los deseos y necesidades del cliente y el usuario para finalmente genere satisfacción o beneficios por los cuales el cliente esté dispuesto a pagar.

Estos serán los Costos claves para desarrollar la idea de negocio:

- Publicidad: la publicidad se considera como uno de los principales costos de la idea de negocio ya que de esta depende.
- Talento humano: este es un principal costo debido a que la empresa es una prestadora de servicios por lo cual implica gran cantidad de talento humano para cumplir con el objetivo o fin de la organización.
- Base de datos: para el registro y control de los clientes y usuarios y usuarios, de esta manera mantener contacto con los usuarios como estrategia de comercial.

FLUJO DE INGRESOS

La generación de ingresos de la idea de negocio, se va a llevar a cabo principalmente a través de la venta directa de servicios, por medio del cobro mediante la elaboración de planes recreacionales.

9. CONCLUSIONES

De acuerdo a lo que se evidencio en el desarrollo de la idea de negocio, se ve una aceptación de la propuesta de valor donde esta es pertinente a los deseos de los clientes y usuarios en asuntos de diversión y entretenimiento para los niños, se resalta también que es muy llamativa para los padres al ofrecerle la oportunidad de tener tiempo libre para ellos.

Se identifican los canales de distribución y comunicación donde se pueden promocionar para acaparar la mayor cantidad de clientes y usuarios potenciales para esta idea, se encontró que estos canales pueden ser los medios radiales, televisivos, los sitios web y volantes, donde se nota que son medios de fácil acceso para los clientes y usuarios y se puede trasmitir por medio de estos canales la información del centro de diversión infantil.

La proyección de los ingresos y costos no se refleja de forma precisa en la realidad del entorno, debido a que se realizaron como expectativas de los interesados y su metodología fue descriptiva por lo que solo esboza las proyecciones de los ingresos y costos de forma superficial, lo cual se puede interferir al momento de la puesta en marcha del negocio.

10. BIBLIOGRAFÍA

- www.mineducacion.gov.co. (1995). Recuperado el 21 de 02 de 2016, de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf
- www.tiposde.org/. (2012). Recuperado el 21 de 02 de 2016, de <http://www.tiposde.org/cotidianos/574-tipos-de-recreacion/>
- www.icbf.gov.co. (2014). Recuperado el 21 de 02 de 2016, de http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/ContenidoBienestarEnFamiliarCBF/DescargasBienestarEnFamilia/GuiasDeFamiliaModulo1/M1_Guia13.pdf
- Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración 3ª Edición*. Caracas: Episteme.
- Baptista Lucio, P., Fernández Collado, C., & Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación en ciencias sociales*. Uruguay: Universidad de la República.
- Cortés Cortés , M. E., & Iglesias León, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. En M. E. Cortés Cortés, & M. Iglesias León, *Generalidades sobre Metodología de la Investigación* (pág. 04). MEXICO: Universidad Autónoma del Carmen.
- <http://repository.javeriana.edu.co>. (s.f.). Recuperado el 21 de 02 de 2016, de <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/13913/1/PerezParraBeatrizHelena2011.pdf>
- Osterwlder, A. (s.f.). *Business Model Generation*. Recuperado el 21 de 02 de 2016, de www.businessmodelgeneration.com
- Rojas, E. (1998). El usuario de la información.
- Sampieri, E. (2010). *Metodologia de la investigacion 5ta Edicion*.
- Santa, E. (1987). www.banrepcultural.org. Recuperado el 21 de 02 de 2016, de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero2003/palomo.htm>
- www.businessmodelgeneration.com. (s.f.). Recuperado el 10 de 09 de 2014, de <http://www.businessmodelgeneration.com/book>

www.constitucioncolombia.com. (s.f.). Recuperado el 21 de 02 de 2016, de
<http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-52>

www.deporte.org.mx. (s.f.). Recuperado el 21 de 02 de 2016, de
<http://www.deporte.org.mx/culturafisica/pnaf/archivos/Juegos%20Recreativos.pdf>

www.un.org. (s.f.). Recuperado el 22 de 02 de 2016, de
<http://www.un.org/es/documents/udhr/>