

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ENTRETENIMIENTO EN EL SECTOR DE LLANOGRANDE  
(ESTÁ COOL)

BRAYAN ANDRÉS MARÍN GÓMEZ  
LUISA FERNANDA TRUJILLO OROZCO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
COMERCIO EXTERIOR VIII SEMESTRE  
RIONEGRO – ANTIOQUIA

2019

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ENTRETENIMIENTO EN EL SECTOR DE LLANOGRANDE  
(ESTÁ COOL)

BRAYAN ANDRÉS MARÍN GÓMEZ  
LUISA FERNANDA TRUJILLO OROZCO

Trabajo de grado para optar por el título de:  
Profesional en Comercio Exterior

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
COMERCIO EXTERIOR VIII SEMESTRE  
RIONEGRO – ANTIOQUIA

2019

## DEDICATORIA

A nuestras familias, especialmente a Valeria, Valentina y Laura quienes durante todo este tiempo han sido testigos de los días, semanas y meses trabajando a cabalidad por sacar este proyecto adelante, convirtiéndose en un apoyo fundamental, y a nuestros profesores, principalmente a Fredy Yoverly Álvarez Fonseca; su ayuda, consejos, tiempo y dedicación nos permitieron llegar a este punto.

## CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO .....	1
2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	3
2.1 Break room .....	5
2.2 Street environment .....	6
2.3 3D Adventure .....	7
3 Portafolio que ofrecerá la compañía.....	8
3.1 Plataforma estratégica .....	9
3.1.1 Misión.....	9
3.1.2 Visión.....	10
3.1.3 Valores corporativos .....	10
4. EQUIPO DE TRABAJO .....	11
4.1 Descripciones de los cargos.....	12
5. PLAN DE MERCADOS .....	15
5.1 Estudio del entorno.....	15
5.1.1 Dimensión Política .....	16
5.1.2 Dimensión Económica.....	18
5.1.3 Dimensión Socio cultural .....	20
5.1.4 Dimensión Tecnológica .....	25
5.1.5 Dimensión Legal.....	28
5.1.6 Dimensión Medioambientales .....	30

5.2	Análisis del sector .....	32
5.2.1	<i>Comportamiento del sector</i> .....	35
5.2.2	<i>Tendencias mundiales del sector</i> .....	36
5.3	Investigación de mercados .....	38
5.3.1	<i>Perfil del consumidor</i> .....	39
5.3.2	<i>Mercado potencial</i> .....	40
5.3.3	<i>Mercado disponible</i> .....	41
5.3.4	<i>Mercado meta</i> .....	41
5.4	Análisis de la competencia .....	42
5.4.1	<i>Break Room</i> .....	42
5.4.2	<i>Street Environment</i> .....	45
5.4.3	<i>3D Adventure</i> .....	46
5.4.4	<i>Competencia indirecta frente a la propuesta general de Esta Cool</i> .....	49
5.5	Estrategias de la mezcla de mercadeo .....	51
5.5.1	<i>Estrategias de producto</i> .....	52
5.5.2	<i>Estrategias de precio</i> .....	52
5.5.3	<i>Estrategias de promoción</i> .....	52
5.5.4	<i>Estrategias de distribución</i> .....	54
5.6	Mercado de proveedores .....	54
5.7	Resultados de la investigación de mercados .....	59
6.	ESTUDIO TÉCNICO .....	68
6.1	Tamaño y localización del proyecto .....	69

6.1.1	<i>Inversión Break room</i> .....	70
6.1.2	<i>Inversión Street environment</i> .....	71
6.1.3	<i>3D Adventure</i> .....	72
7.	ANÁLISIS DE RIESGOS .....	87
8.	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....	88
9.	PLAN FINANCIERO .....	89
9.1	Flujo de caja anual.....	89
9.2	Costos y gastos .....	93
10.	Referencias bibliográficas .....	96
11.	ANEXOS.....	101

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ficha técnica Módulo de mercados. Fuente: Creación propia	15
Tabla 2. Análisis competencia para Break room. Fuente: Datos tomados de páginas oficiales y redes sociales como Facebook e Instagram	43
Tabla 3. Competencia directa para 3D Adventure. Fuente: Datos tomados de las paginas oficiales	47
Tabla 4. Referentes internacionales 3D Adventure. Fuente: Datos tomados de las páginas oficiales	48
Tabla 5. Desglose de nuestra estrategia de promoción "estrella". Fuente: Creación propia	53
Tabla 6. Proyección de materia prima necesaria para 1 mes de funcionamiento (Break room). Fuente: Análisis basado en encuestas	70
Tabla 7. Proyección de materia prima necesaria para 1 mes de funcionamiento (Street environment). Fuente: Análisis basado en encuestas	71
Tabla 8. Proyección de materia prima necesaria para 1 mes de funcionamiento (3D Adventure). Fuente: Análisis basado en encuestas	72
Tabla 9. Muebles y enseres requeridos para la operación. Fuente: Creación propia	73
Tabla 10. Salarios del personal necesario para la operación. Fuente: Elaboración propia	75
Tabla 11. Ficha Técnica aerosoles. Fuente: Dogotuls.com	76
Tabla 12. Ficha técnica mamelucos, Fuente: Mercado libre	77
Tabla 13. Ficha técnica Oculus rift. Fuente: Schenker technologies	78
Tabla 14 . Ficha técnica guantes con sensores, Fuente: Cd	79
Tabla 15. Ficha técnica Mandos de control de movimiento, Fuente: Tom's Hardware	80
Tabla 16. Ficha técnica sensor de movimiento. Fuente: Herramientas	81
Tabla 17. Ficha técnica Pistola realidad virtual, Fuente: Amazon.com	82
Tabla 18. Ficha técnica Gamepad Xbox one. Fuente: Target	83
Tabla 19. Ficha técnica películas. Fuente: Creación propia	84
Tabla 20. Ficha técnica Casco de realidad virtual. Fuente: Creación propia	85

Tabla 21. Ficha técnica televisor. Fuente: Linio.com	86
Tabla 22. Flujo de caja anual de la compañía. Fuente: Creación propia	89
Tabla 23. Flujo de caja por años Break Room. Fuente: Creación propia	90
Tabla 24. Flujo de caja por años Street Environment. Fuente: Creación propia	91
Tabla 25. Flujo de caja por años. Fuente: Creación propia	92
Tabla 26. Análisis de costos y gastos de la compañía. Fuente: Creación propia	93
Tabla 27. Plan de implementación. Fuente: Creación propia	93
Tabla 28. Proyección financiera de la compañía. Fuente: Creación propia	94



## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Break room. Fuente: Thebreakclub.com. S.f	5
Figura 2. Street Environment. Fuente: Thebreakroom.in. S.f	6
Figura 3. Realidad virtual avanzada. Fuente: fanaticosdelhardware.com, 2019	7
Figura 4. Logotipo de la empresa. Fuente: Diseño propio, 2018	8
Figura 5. Organigrama general. Fuente: Creación propia, 2018	11
Figura 6. Competencias generales de los empleados. Fuente: Creación propia, 2018	12
Figura 7. Inflación en Colombia 2018. Fuente: Banrep.gov.co, S.f	17
Figura 8. Pirámide poblacional Colombia 2018. Fuente: Populationpyramid.net, 2018	21
Figura 9. Evolución en el tiempo de la población en Colombia. Fuente: Populationpyramid.net, S.f	22
Figura 10. Envejecimiento de la población colombiana. Fuente: Eltiempo.com, 2018	23
Figura 11. Aglomeración de la población colombiana. Fuente: Eltiempo.com, 2018	24
Figura 12. Resultado índice DRI, 2018. Fuente: Eltiempo.com, 2018	27
Figura 13. Porcentaje establecimientos, personal y ventas. Fuente: DANE, 2017	36
Figura 14 Cálculo del tamaño de muestra. Fuente: Universidad de Granada, S.f	38
Figura 15. Guantes con sensores, Fuente: Xataka.com, 2015	55
Figura 16. Oculus rift. Fuente: Theverge.com, S.f	55
Figura 17. Mandos con control de movimiento. Fuente: vandal.elespanol.com, 2016	55
Figura 18. Dispositivo informático. Fuente: Elconfidencial.com, 2019	56
Figura 19. Películas de todo tipo para nuestros visitantes. Fuente: xataka.com, 2017	56
Figura 20. Sensores de movimiento. Fuente: Tirasdeledbaratas.com, S.f	57
Figura 21. Gamepad Xbox One. Fuente: Target.com, S.f	57
Figura 22. Casco inteligente. Fuente: Tworeality.com, S.f	58
Figura 23. Pistola de realidad virtual. Fuente: Amazon.com, S.f	58
Figura 24. Distribución de la ocupación de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	59
Figura 25. Distribución de la residencia de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	59

Figura 26. Distribución del género de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	60
Figura 27. Distribución de la edad de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	61
Figura 28. Percepción de cansancio de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	62
Figura 29. Días de la semana más agotadores según los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	62
Figura 30. Formas de entretenimiento conocidas por los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	63
Figura 31. Importancia del entretenimiento para los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	64
Figura 32. Horas del día preferidas por los encuestados para divertirse. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	65
Figura 33. Opciones elegidas por los encuestados para divertirse. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	66
Figura 34. Dinero que pagarían los encuestados para realizar la terapia. Fuente: Encuestas realizadas, 2019	67
Figura 35. Análisis de riesgos. Fuente: Elaboración propia, 2019	87
Figura 36. Modelo del plan de implementación. Fuente: Elaboración propia, 2019	88

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Entrevista realizada a la población, Fuente: Creación propia	101
Anexo 2. Características oculus rift, Fuente: Schenker technologies	102

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios, contiene toda la información necesaria para que el lector se informe acerca de una nueva propuesta de entretenimiento llamada “Está Cool”, la cual operará en el sector de Llanogrande, este documento contiene la definición del producto a ofrecer, un plan de mercados, un plan de implementación y finalmente un plan financiero, el cual dará una idea de cómo se logrará desarrollar y efectuar el mismo, y cuáles serán las ganancias obtenidas a futuro. Se busca principalmente, analizar la viabilidad de una idea de negocios la cual beneficiará a grandes y chicos con la llegada de un servicio inexistente en Antioquia.

El Oriente Antioqueño es un territorio privilegiado entre otras cosas por su calidad de vida, paisajes, acceso al empleo, clima y cercanía con la capital, gracias a esto, es escogido por locales y foráneos como lugar de asentamiento y disfrute; debido a esta realidad, con el pasar de los años se viene observando un rápido crecimiento de la población en esta parte del país, más exactamente en el municipio de Rionegro y sus alrededores, tal y como lo dice Juan Manuel Valdés Secretario de Productividad y Competitividad de Antioquia, quien destaca dos subregiones como importantes núcleos de crecimiento del departamento. “La primera es el Oriente, que ocupa el segundo lugar por aporte económico. La región es el sitio al que se ha trasladado la industria del Valle de Aburrá a causa del alto costo de la tierra y las trabas a la movilidad, según datos de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, el 9% de todas las empresas departamentales se ubica en el Oriente. Su densidad empresarial es también la segunda de la región”. (El Colombiano, 2019). Teniendo en cuenta estos datos, se sobreentiende la necesidad de la implementación de lugares que faciliten el compartir de las personas, dinamicen el día a día, y a la vez se conviertan en una terapia la cual ayude a combatir el estrés que genera la cotidianidad.

Este proyecto acogió las consideraciones metodológicas del manual para la elaboración de planes de negocio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo – Ventures. La investigación

de mercados se apoyó en el desarrollo de encuestas dirigidas a personas residentes en los municipios que conforman el Valle de San Nicolás, en las que se identificaron sus expectativas y la posible acogida que tendrá la idea de negocio.

## 2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Está Cool es una compañía dedicada al entretenimiento, la cual ofrecerá a sus clientes un servicio pensado de igual manera como terapia anti estrés, debido a que está comprobado científicamente por ejemplo que: “Podemos apagar nuestro cerebro, desconectarlo o relajarlo mientras pintamos. Colorear nos ayuda a evadirnos de este mundo, a estimular nuestra creatividad, a conectar con nosotros mismos y a dar rienda suelta a nuestra fantasía. Por eso hay una nueva tendencia: pintar de colores el estrés”. Según explican los investigadores, “cuando nos concentramos en pintar, ponemos en marcha la coordinación entre el ojo y la mano, lo cual ocasiona que activemos ciertas zonas cerebrales que favorecen la inhibición del sistema límbico (nuestro centinela emocional), de tal manera que nos liberamos de las preocupaciones y de la ansiedad”. (Aldana, 2016)

También, el romper objetos sin restricción alguna, puede definirse en forma precisa como: “Una secuencia de actos que conducen a la liberación de todo aquello que el ser humano reprime con el objetivo de no exteriorizar hasta la más oculta de sus frustraciones”. Para la psicóloga clínica Carla Arispe, esta terapia está relacionada con la posibilidad de exteriorizar todas las emociones negativas y fuertes que las personas tienden a guardar. “Como terapia eventual para sacar la ira o el estrés está muy bien enfocada, pero lo ideal es llegar al fondo del problema y averiguar las razones por las que la persona está deprimida, molesta o frustrada. Para ello, es necesario ir a terapia con un profesional que le ayude a lidiar con sus problemas a través de diferentes herramientas”, argumenta Arispe. (Pau, 2018)

Finalmente, la realidad virtual también juega un papel importante a la hora de combatir el estrés, y es que, la tecnología VR que anteriormente sólo usaban los psicoterapeutas para tratar a

los pacientes, ahora se vende también a los departamentos corporativos de recursos humanos. Las empresas españolas por ejemplo han empezado a innovar y han comenzado a contratar a la empresa de tecnología Psious, que ha desarrollado formas de utilizar la realidad virtual y la AR para ayudar a la salud mental y a los problemas de comportamiento desde fobias hasta trastornos de ansiedad, también ayuda a los usuarios a evaluar su estado de ánimo, en qué quieren trabajar ese día y establecer objetivos a más largo plazo.

En general, supone una gran ayuda para mejorar la felicidad y las perspectivas, así como introducir un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida. Xavier Palomer, director ejecutivo de la compañía y creador de la aplicación, ha narrado que “inicialmente lanzaron Psious para proporcionar una terapia de exposición”. Es decir, usaban AR para mostrar arañas a alguien que tiene miedo a ellas sin tener que mostrarlas de verdad o confiar en la imaginación, sin embargo, tras varios años desde que se le ocurrió la idea de lanzar el negocio, Palomer ha explicado que “Ahora se puede utilizar para ayudar a las personas a calmar sus nervios, relajarse y convertirse en mejores oradores”. (García, 2017)

Nos enfocaremos en brindar un servicio donde las personas cuenten con agilidad y fácil acceso a todas las plataformas disponibles para mayor comodidad en sus reservas, teniendo como base un alto nivel de tecnología en todos nuestros equipos y suficiente calidad en los elementos de protección, los cuales, buscaremos sean visualmente agradables y permitan el pleno disfrute de las actividades propuestas, optando siempre por sostener unos precios competitivos y permanentes que nos conviertan en una experiencia única.

Está Cool nace después de haber identificado una necesidad latente en los habitantes del Oriente Antioqueño cercano, puntualmente la falta de espacios y lugares alternos a los

tradicionalmente conocidos, donde las personas se puedan divertir y liberar todo el estrés y la tensión que les genera el día a día. Se ofrecerá entonces, a niños, jóvenes y adultos una forma de entretenimiento diferente a lo convencional, buscando como ya se mencionó antes, que quienes deseen tomar este servicio puedan combatir todas estas emociones negativas y encuentren espacios con los que no se cuenta en la región. Espacios y tiempo acorde a cada experiencia, higiene garantizado, acompañamiento continuo por parte de nuestro personal de trabajo, parqueaderos, promociones, bonos, descuentos y un sin número de posibilidades ofrecidas nos diferenciarán de las actuales propuestas existentes en el mercado y nos harán líderes a la hora de ofrecer una nueva forma de diversión.

## 2.1 Break room



*Figura 1.* Break room. Fuente: Thebreakclub.com. S.f

En esta sección “Está Cool” pretende que sus clientes tengan un espacio alternativo a los existentes (Comfama, San Nicolás, Piedra del Peñol, San Antonio Etc.) en el cual sin restricción



alguna podrán romper botellas, vajillas, electrodomésticos y demás objetos en desuso, con el único objetivo de liberar tensión, estrés y divertirse.

## 2.2 Street environment



*Figura 2.* Street Environment. Fuente: Thebreakroom.in. S.f

En esta sección “Está Cool” buscará ofrecer a sus clientes un espacio donde puedan pintar sin límites los llamados “grafitis” los cuales en espacios callejeros públicos son tan difíciles de lograr por las limitaciones y restricciones que las autoridades imponen.

### 2.3 3D Adventure



*Figura 3.* Realidad virtual avanzada. Fuente: fanaticosdelhardware.com, 2019

En esta tercera sección “Está Cool” buscará ofrecer a sus clientes lo último en realidad virtual avanzada; mediante equipos de alta resolución y tecnología todos los visitantes podrán disfrutar de una experiencia la cual buscaremos no sea ofrecida en otro lugar.



Figura 4. Logotipo de la empresa. Fuente: Diseño propio, 2018

### 3. PORTAFOLIO QUE OFRECERÁ LA COMPAÑÍA

Está Cool, ofrecerá a sus clientes un servicio inexistente en el Oriente Antioqueño, servicio en el cual se podrá encontrar no solo diversión sino también alternativas de esparcimiento y manejo de las emociones para cada tipo de persona (Profesionales, empleados, empresarios, niños, jóvenes, adultos mayores, discapacitados, personas diagnosticadas con algún tipo de fobia, etc.) buscando que quienes actualmente se ven tan afectados por los constantes sucesos de estrés, ansiedad y demás tengan un escape a sus problemas por medio del juego y la imaginación.

*Break room:* En este espacio acondicionado con botellas, lozas, vajillas, vasos de vidrios, electrodomésticos en desuso y demás, el cliente podrá libremente romper a su antojo lo que quiera;

para la realización de esta actividad y buscando siempre la seguridad, a él o las personas que entren a la sala en cada sesión, se le o les entregará 1 bate a cada uno al igual que 1 mameluco de uso personal y 1 casco protector contra heridas y esquirlas además de guantes diseñados exclusivamente para el desarrollo de labores riesgosas.

*Street environment:* Esta sala estará acondicionada temáticamente como un ambiente callejero real, aquí el cliente dispondrá de 1 caja con aerosoles de todos los colores 1 mameluco, 1 tapabocas de uso personal y espacios suficientemente amplios los cuales imiten una pared buscando que este se sienta lo suficientemente tranquilo para pintar y hacer volar la imaginación a su antojo. Buscando mitigar las acciones negativas de la pintura sobre el cuerpo y los órganos vitales se trabajará con pintura orgánica la cual sea inofensiva para las vías respiratorias.

*3D adventure:* Esta sala estará acondicionada tridimensionalmente; aquí él, la o las personas que deseen disfrutar esta aventura podrán desde bucear con ballenas, viajar a mundos desconocidos, ganar batallas zombies o trepar por rascacielos; todo esto mediante la realidad virtual avanzada y con equipos de última tecnología. Para proteger la integridad de nuestros clientes y evitar caídas o accidentes, cada persona deberá llevar rodilleras, coderas y entrar sin ningún tipo de metal o elemento corto punzante, además Está cool como compañía dispondrá de colchonetas y demás elementos de protección buscando mitigar el riesgo.

### 3.1 Plataforma estratégica

#### 3.1.1 Misión

Ofrecer un servicio de alta calidad inexistente en el Oriente Antioqueño, buscando mitigar los impactos psicológicos que produce el día a día del siglo XXI, convirtiendo este a la vez en alternativa de diversión.

### *3.1.2 Visión*

Permanecer en el tiempo como la empresa líder en entretenimiento alternativo para el valle de San Nicolás destacándonos además por la calidad en el servicio y el compromiso con la seguridad de quienes nos visitan.

### *3.1.3 Valores corporativos*

**Confianza:** Nos caracterizamos por ser una empresa que brinda a sus clientes la percepción de confianza en cada una de nuestras operaciones, por medio de nuestro personal altamente calificado, buscamos que las personas que nos visitan se sientan a gusto y tranquilos para desarrollar cada una de las actividades que proponemos.

**Seguridad:** Nuestros sistemas de vigilancia y nuestro personal calificado, contratado estrictamente para cuidar a nuestros visitantes y además ser su guía en todo momento nos permitirán destacarnos como una empresa que vela por la seguridad de sus clientes.

**Respeto:** Para *Está cool* el respeto siempre será lo más importante, no solo el respeto entre colaboradores sino el respeto por nuestros clientes y sus necesidades, las cuales en realidad son nuestra razón de ser.

**Honestidad:** Nos destacaremos siempre por ser una compañía transparente que no abusa de las necesidades de quienes nos visitan, estableciendo precios competitivos y velando siempre porque lo más importante sea la satisfacción del cliente y las ganas de este volver a nuestras instalaciones porque encuentra un servicio de calidad a un precio accesible.

**Inclusión:** *Está Cool* no discriminará por razas o religión a nuestros clientes, a nuestras instalaciones todos siempre serán bienvenidos, personas con discapacidad, grupos focales vulnerables, niños en situación de abandono siempre serán nuestros clientes estrella y encontrarán una sonrisa y un trato amable cada que crucen la puerta de nuestras instalaciones.

Mejoramiento continuo: Nos esforzaremos día a día por mejorar, por ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades de quienes nos visitan, buscaremos siempre entregar tecnología de punta, instalaciones seguras y equipos más amigables con el medio ambiente tales como aerosoles ecológicos y dispositivos que ahorren energía.

#### 4. EQUIPO DE TRABAJO

En búsqueda de ofrecer un servicio de calidad el cual se base en la seguridad y pleno disfrute de nuestros clientes, dividiremos nuestro equipo de trabajo en cuatro grupos, área administrativa, seguridad de nuestros visitantes, higiene y mercadeo. Conformaremos entonces nuestra compañía con 1 Gerente, el cual hará las veces de Administrador por un tema de costos, 1 Director de mercadeo y 2 Auxiliares, 1 Contador, 1 persona responsable de seguridad y 1 persona responsable del aseo de las instalaciones. De igual forma es importante aclarar que todo nuestro equipo de trabajo recibirá constante capacitación en el conocimiento no solo técnico de nuestros equipos sino también funcional de nuestra propuesta de valor. Capacitación que recibirán por parte de nuestros proveedores y directivos de la compañía.

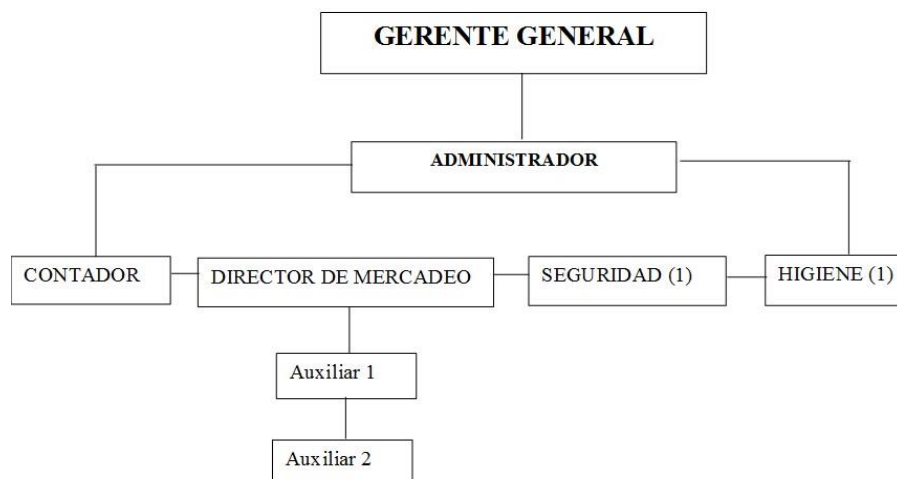


Figura 5. Organigrama general. Fuente: Creación propia, 2018

COMPETENCIA (NIVEL) CARGO	Atención al cliente	Relacionamiento	Sentido de pertenencia	Respeto	Capacidad de adaptación	Innovación y creatividad
Gerente (Admón.)	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Dir. Mercadeo	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Seguridad	Alto	Bajo	Alto	Alto	Medio	Bajo
Higiene	Medio	Bajo	Alto	Alto	Medio	Bajo
Aux. mercadeo	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Figura 6. Competencias generales de los empleados. Fuente: Creación propia, 2018

#### 4.1 Descripciones de los cargos

CARGO: GERENTE (Administrador)

PROFESION: Profesional en Administración de empresas, Mercadeo o Comercio Exterior

FUNCIONES:

- Supervisar cada uno de los procesos que se desarrollan en las diferentes áreas de la organización.
- Liderar estrategias que potencialicen económicamente la compañía.
- Ejecutar planes de acción para que la organización de cumplimiento a su misión y visión.
- Dirigir el capital humano hacia el correcto desarrollo de la misión de la organización.
- Presentar informes acerca del cumplimiento de los objetivos planteados en cada periodo comercial.

- Proyectar financieramente en el tiempo a la compañía.

CARGO: CONTADOR

PROFESIÓN: Contador Público titulado

FUNCIONES:

- Manejo y aplicación de las normas contables en la organización empresarial.
- Presentación de informes financieros a la gerencia y la nación.
- Liquidación y pago de impuestos.
- Realización de la nómina de los empleados.

CARGO: DIRECTOR DE MERCADEO

PROFESIÓN: Profesional en Comercio Exterior, Administración de empresas o Marketing en lo posible con Especialización en mercadeo.

FUNCIONES:

- Implementar el correcto plan de Marketing de la organización.
- Dar cumplimiento a las políticas de satisfacción al cliente.
- Definir continuamente estrategias de marketing para potencializar las ventas en la organización.
- Planear y gestionar el uso de los recursos disponibles bajo la continua optimización de los estos.
- Dirigir el área de mercadeo de la compañía.

CARGO: AUXILIAR DE MERCADEO

PROFESIÓN: Técnico o Tecnólogo en mercadeo

FUNCIONES:

- Apoyo en las decisiones del gerente de mercadeo.
- Gestión y seguimiento del plan de marketing implementado.



- Apoyo constante al mercadeo online (página web y redes sociales).
- Apoyo en ventas.
- Demás funciones asignadas por su jefe directo.
- Propuestas de mejora al área de mercadeo.

CARGO: VIGILANTES- SEGURIDAD

PROFESIÓN: Vigilante certificado

FUNCIONES:

- Ejercer la vigilancia de las instalaciones, tanto de los bienes móviles como inmóviles.
- Dar constante ayuda a los clientes en sus preguntas y requerimientos.
- Efectuar control de ingreso a propios y visitantes si alguna situación específica lo requiriera.
- Brindar primeros auxilios a quien en alguna situación específica lo requiriera.
- Poner a disposición de las autoridades competentes a quien incurra en un delito dentro o fuera de las instalaciones aledañas a la compañía.
- Hacer control y chequeo continuo de las instalaciones y cámaras de seguridad.

CARGO: ASEO E HIGIENE

PROFESION: Ninguna en específico, bachiller

FUNCIONES:

- Mantener las instalaciones completamente limpias y aseadas para el desarrollo de las actividades por parte de los clientes.
- Proporcionar a los clientes los equipos de higiene necesarios para desarrollar las actividades propuestas por la compañía.

- Asear las instalaciones y recoger los residuos que quedan luego de cada sesión realizada por los clientes.
- Brindar atención al cliente cuando lo requiera.

## 5. PLAN DE MERCADOS

*Tabla 1* Ficha técnica Módulo de mercados. Fuente: Creación propia

Objetivo	Conocer acerca la necesidad actual del mercado en cuanto a entretenimiento se refiere, para determinar la viabilidad y por consiguiente las estrategias a seguir en el desarrollo de la idea de negocio de manera eficiente y efectiva.
Población	Residentes de los municipios cercanos del Oriente Antioqueño
Muestra	382 Encuestados
Calculo de la muestra	Anuario estadístico de Antioquia (Simulador estadístico)

### 5.1 Estudio del entorno

Este estudio se realizará mediante el análisis de PESTEL “Instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de una compañía la cual analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos” (endvawnnow, 2012), el cual según Macías busca: Averiguar el impacto que tendrán sobre el sector en el que nos encontremos, determinados factores de nuestro entorno general: jurídicos o normativos, económicos, políticos, culturales, demográficos, sociológicos, tecnológicos y medioambientales. Este análisis busca estimar el impacto que tendrán estos factores sobre lo que nos interesa, así como

la relevancia que tendrá la evolución de cada factor sobre el sector que estemos analizando. (Macias, 2015).

### *5.1.1 Dimensión Política*

En Colombia existe la ley 1014 de 2006 llamada “Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.” creada por el entonces presidente de la República a Álvaro Uribe Vélez, y que tiene como algunos objetivos

- Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.
- Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.
- Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas. (COLCIENCIAS, 2006)

En este sentido, Está Cool se siente respaldada para nacer como empresa porque tiene un gobierno actual que la apoya y cree en que “El emprendimiento en Colombia es la nueva fuerza de sostenibilidad” (Publirreportaje, 2017)

En Colombia esta tendencia va en incremento ayudando a la sostenibilidad del país, generando a su vez reducción en los índices de desempleo, teniendo en cuenta que un emprendedor requiere de innovación y constancia para que su nueva oportunidad de negocio llegue al éxito. El

hábito de emprender cada vez toma mayor fuerza ya que Colombia es un país líder en pensamiento y desarrollo empresarial. (Publirreportaje, 2017).

*Política Monetaria.* La política monetaria en Colombia se rige por un esquema de Inflación Objetivo, cuyo propósito es mantener una tasa de inflación baja y estable, y alcanzar un crecimiento del producto acorde con la capacidad potencial de la economía. Esto significa que los objetivos de la política monetaria combinan la meta de estabilidad de precios con el máximo crecimiento sostenible del producto y del empleo. En tanto las metas de inflación sean creíbles, estos objetivos son compatibles. De esta forma, la política monetaria cumple con el mandato de la Constitución y contribuye a mejorar el bienestar de la población.

La Junta Directiva del Banco de la República (JDBR) determina la política monetaria con el objetivo de mantener la tasa de inflación alrededor de su meta de largo plazo de 3% (con un margen admisible de desviación de +/- 1%). Esta meta se plantea sobre la inflación de precios al consumidor, que se mide estadísticamente como la variación anual del índice de precios al consumidor (IPC).

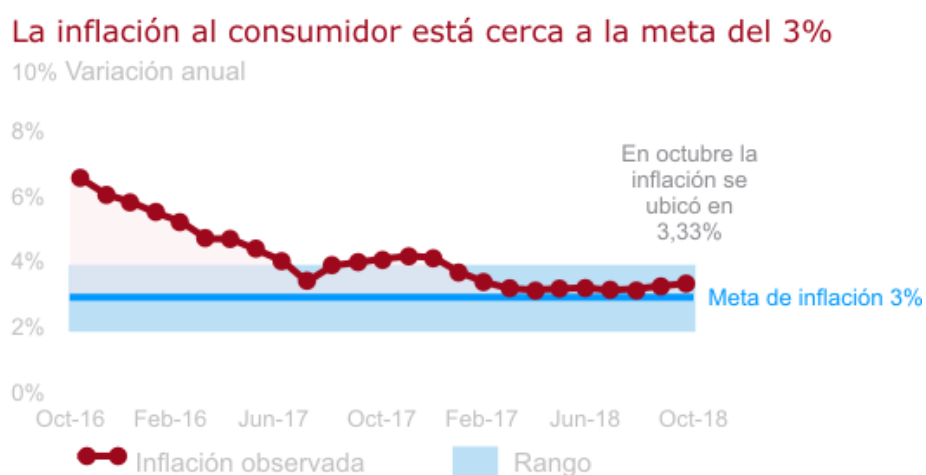


Figura 7. Inflación en Colombia 2018. Fuente: Banrep.gov.co, S.f

### Proceso de toma de decisiones.

Las decisiones de política monetaria se toman con base en el análisis del estado actual y de las perspectivas de la economía, y de acuerdo con la evaluación del pronóstico de inflación frente a las metas. Si como resultado de esta evaluación se concluye que existen riesgos de que la inflación se desvíe de la meta en el horizonte de tiempo en el cual opera esta política, y que dicha desviación no se debe a choques transitorios, la autoridad monetaria procederá a modificar la postura de política, ajustando su principal instrumento que es la tasa de interés de intervención en el mercado monetario (tasas de interés de las operaciones de liquidez de corto plazo del Banco de la República).

De esta manera la política monetaria contribuye a asegurar la estabilidad de precios y a mantener un crecimiento económico alto y sostenido que genere empleo y mejore el nivel de vida de la población. Si la economía excede un ritmo de crecimiento sostenible, podrán aparecer excesos de gasto que comprometan la estabilidad de precios o desemboquen en fragilidad financiera, la cual, a la postre, puede terminar en caídas fuertes en la producción y el empleo. (Banco de la República, S.f).

#### *5.1.2 Dimensión Económica*

Según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) el crecimiento de la economía colombiana para el tercer trimestre del 2018 fue de 2,7%. Mientras que para todo el año el Producto Interno Bruto (PIB) ha sido de 2,5%, (Revista Portafolio, 2018) . La cifra del PIB fue vista con buenos ojos por parte de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), que a través de su presidente Bruce Mac Master Rojas destacó la importancia del dato para alcanzar el objetivo de crecimiento entre 2,5% y 2,7% para este año. “Hay que destacar la tendencia de crecimiento continuada que estamos viendo desde hace unos meses”. “Las cifras

también muestran un proceso de consolidación después de años en los que la economía tuvo un desempeño mediocre”, anotó Mac Master.

Mac Master, dijo también que "Un aspecto que vale la pena señalar es que las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, todas ellas muy relacionadas con la economía naranja, apenas están creciendo al 1%". Esta noticia sin duda perjudica un poco a “Está Cool” debido a que nuestra actividad económica se basa en el entretenimiento y la diversión, de igual forma, consideramos que lo más importante es que este componente, aunque lento está creciendo, y que “El dato fue calificado por Fenalco (La Federación Nacional de Comerciantes) como alentador, al considerar que con esta perspectiva es más factible alcanzar un 2,7% de crecimiento para todo el año”. Lo que nos impulsa como compañía a buscar estrategias para contribuir de manera más efectiva con la potencialización de la economía de nuestro país.

Un informe presentado por Hugo A. Macías, experto Economista de la Universidad de Medellín, señala que “El empleo no ha respondido aún al mayor crecimiento de la economía. Si bien a lo largo de 2018 la tasa de desempleo disminuyó durante el año (como ocurre todos los años en Colombia), en cada mes la tasa de desempleo es mayor que la del mismo mes en años anteriores, los distintos programas nacionales que se han ejecutado para impulsar el empleo, han fracasado a la hora de generar impactos visibles”.

El informe también habla acerca del tema público, el cual fue el centro de atención en el tercer trimestre de 2018 por relacionarse con una nueva reforma tributaria, esa fue la gestión económica central del Presidente Iván Duque en su primer semestre de gobierno. En la propuesta inicial radicada ante el Congreso aparecieron importantes gravámenes a los productos de la canasta familiar y a los ingresos de los ciudadanos de los estratos más bajos. Frente al tema de la inflación,

se supo que se ha mantenido por debajo del 10% anual y que desde agosto de 2016 empezó una nueva tendencia descendente desde 8,97% para estabilizarse alrededor de 3,2% anual a lo largo de 2018 le permitió a la Junta Directiva del Banco de la República mantener baja la tasa de interés de referencia para, de paso, estimular financieramente el crecimiento de la economía. (Macías, 2018)

Analizando este informe, identificamos que la reforma tributaria nos puede afectar como empresa debido a que los colombianos de clase media quienes serán en su mayoría nuestros clientes, ahora deben limitar un poco el dinero destinado a diversión y entretenimiento por suplir necesidades más básicas, aun así trabajaremos y buscaremos estrategias para que todas las familias, amigos, parejas y demás puedan y quieran acercarse a nuestras instalaciones sin que vean afectadas sus finanzas de manera brusca. Con respecto a la inflación en este momento esta se convierte en aliada importante para nosotros, debido a que, en determinado momento entre otras, tendremos que optar por un crédito bancario y los intereses a pagar no serán tan altos.

Las perspectivas negativas están del lado de la mayor carga tributaria que tendrán que asumir los contribuyentes en medio de graves escándalos de corrupción y los altos niveles de desempleo que no se corrigen en el mediano plazo y que afectan especialmente las principales ciudades del país. El incremento de la tasa de cambio también está encareciendo los bienes durables importados y hace cada vez más costoso el turismo internacional de quienes generan ingresos en pesos colombianos.

### *5.1.3 Dimensión Socio cultural*

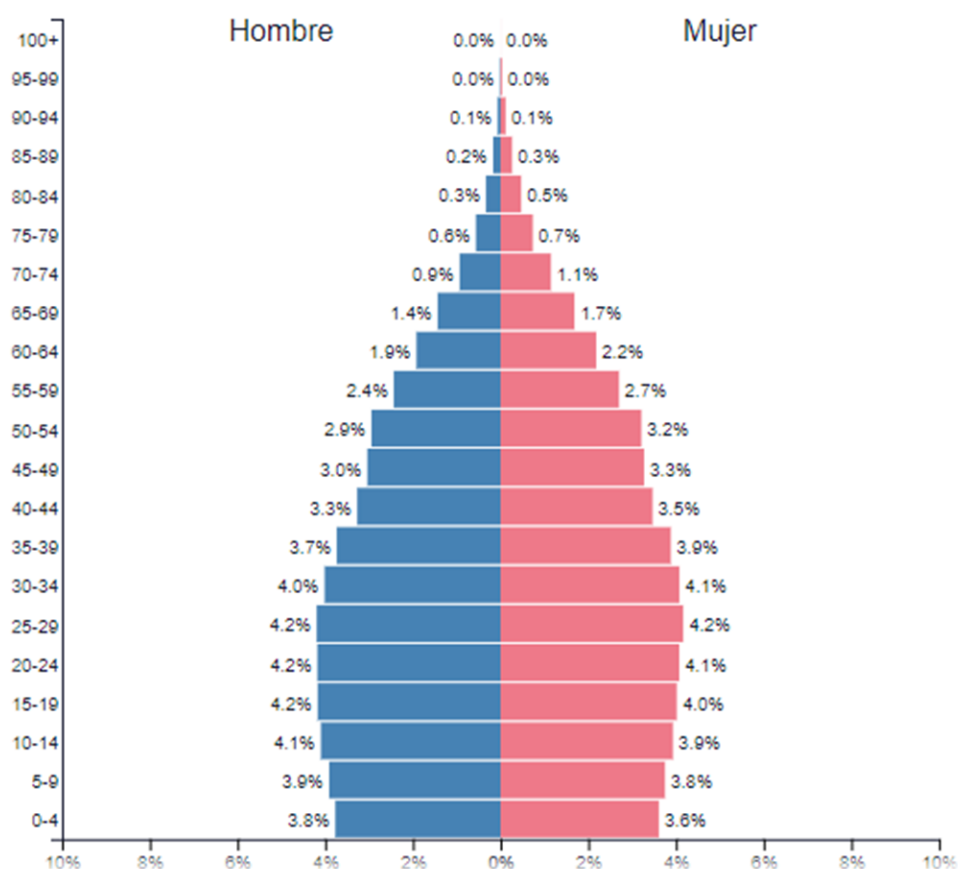


Figura 8. Pirámide poblacional Colombia 2018. Fuente: Populationpyramid.net, 2018

Según esta imagen, la población más densa en Colombia se ubica entre los 15-19 años (4.2% para hombres) y (4.0% para mujeres), 20-24 años (4.2% para hombres) (4.1% para mujeres) y 25-29 años (4.2% tanto para hombres como para mujeres).



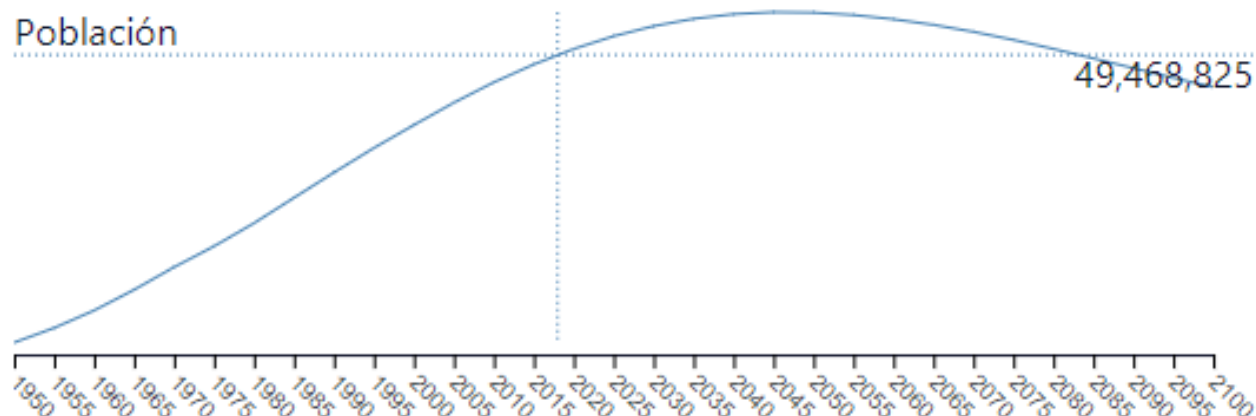
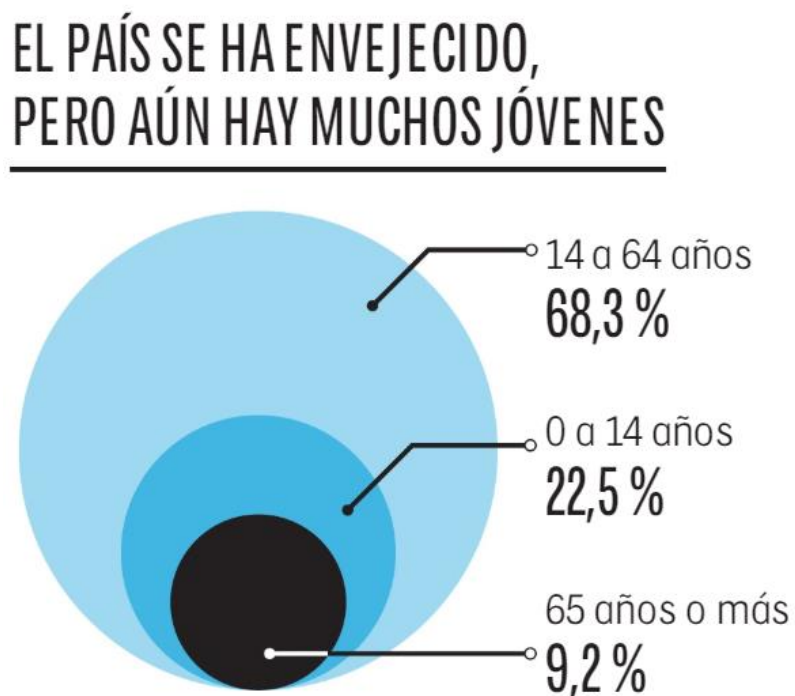


Figura 9. Evolución en el tiempo de la población en Colombia. Fuente: Populationpyramid.net, S.f

Esta gráfica muestra cual ha sido la evolución en crecimiento de la población colombiana desde 1950 y cuál será el posible comportamiento para años futuros, se observa claramente que se mantiene la tendencia al crecimiento hasta el año 2080 llegando a tener una población de aproximadamente 49 millones de colombianos.

Un artículo publicado por el periódico el tiempo permite ver los primeros hallazgos que dejó el censo poblacional en Colombia para el año 2018, en el cual el 9,2 % de los colombianos es mayor de 65 años, mientras que la población adulta mayor en el 2005 era de 6,2%. El país pasó de tener 46,6% de habitantes menores de 15 años en 1964, a contar solo con el 22,5% de la población en ese rango de edad y, geográficamente, los menores están en su mayoría en zonas limítrofes como La Guajira, Vichada, Vaupés, Amazonas y Chocó. Aquí hay que recordar que se estimaba que de esas poblaciones era precisamente de donde había salido la población joven, debido a las pocas oportunidades que estas ofrecen para las nuevas generaciones.

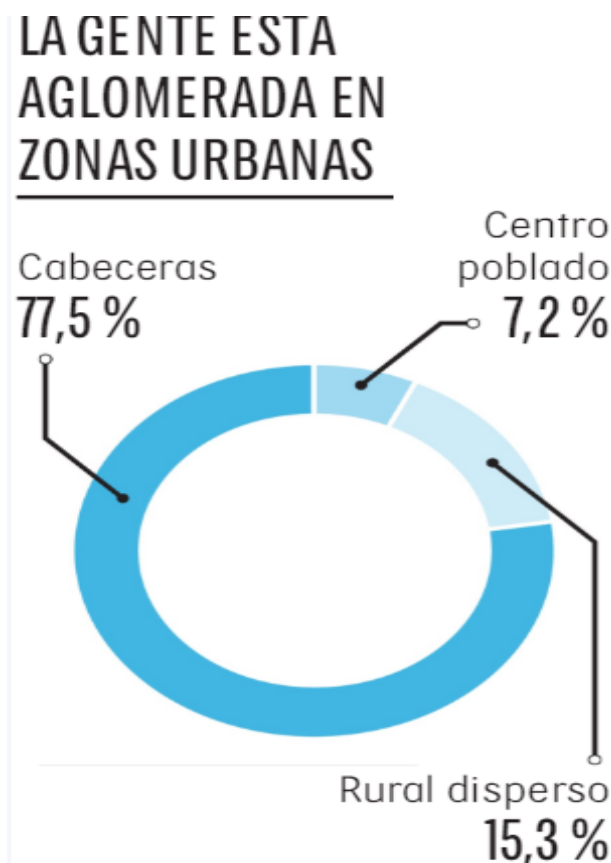


*Figura 10.* Envejecimiento de la población colombiana. Fuente: Eltiempo.com, 2018

El grueso de la población, 68,3%, se da entre 15 y 64 años, no obstante, al cambio en la pirámide poblacional (era ancha la franja de edad infantil y angosta la de la vejez) esa es hoy la gente en edades potencialmente productivas y se concentra en el centro y occidente del país, según los datos preliminares. Esto concuerda con el hecho de que el desarrollo se ha situado también en estas áreas del territorio nacional: más del 68% de personas entre 15 y 64 años está ubicado en Antioquia, Cundinamarca, Santander, el Eje Cafetero, Valle y Nariño.

La investigación también ha encontrado datos que permiten estimar hacia qué zonas del país debería dirigirse la economía del cuidado, toda vez que gran parte de los colombianos

dependientes, es decir, los menores de 15 y mayores de 65 años se concentran en estos departamentos: La Guajira, Magdalena, Cesar, Sucre, Chocó, Vichada, Guainía, Vaupés y Amazonas, donde hay más de 55 personas por cada 100 habitantes en los dos rangos de edades inactivas, según el censo. (El tiempo, 2018)



*Figura 11.* Aglomeración de la población colombiana. Fuente: Eltiempo.com, 2018

Nos caracterizaremos por ser una empresa incluyente, en la cual toda persona, grupo empresarial, familia, amigos o pareja podrá tener un espacio gracias a la fusión de 3 servicios dentro de una sola idea de negocio. Buscaremos siempre no dejar de lado a ningún actor importante de la sociedad, entendiendo que nacimos no solo para divertir sino también para ayudar, en este sentido

las cifras entregadas por el DANE son un indicativo de que deberemos trabajar fuertemente para que esa población tan amplia de la cual las estadísticas hablan se sienta parte de una compañía que fue creada para todos.

El DANE en su boletín sobre estadísticas vitales, informó que en lo corrido del año 2018 se reportó un total de 469.146 nacimientos de los cuales, el 51,3% correspondió a hombres y el 48,7% a mujeres. Para el mismo periodo del año 2017 se reportó un total de 479.343 nacimientos, manteniéndose las mismas proporciones. En lo corrido del año 2018 se presentaron 169.601 defunciones no fetales, de las cuales el 55,1% correspondió a hombres y el 44,9% restante a mujeres. Para el año 2017 se presentaron 146.388 defunciones no fetales, de las cuales el 51,8% correspondieron a hombres y el 48,2% a mujeres. En lo corrido del año 2018 y según grupo de edad de la madre, la mayor proporción de defunciones fetales se presentó en el rango comprendido entre los 20 y 29 años, el cual concentró el 47,3% del total, es decir, 14.367 casos. Para el año 2017 y según grupo de edad de la madre, la mayor proporción de defunciones fetales se presentó en el rango comprendido entre los 20 y 29 años el cual concentró el 47,2% del total. (DANE, 2018).

#### *5.1.4 Dimensión Tecnológica*

La revista dinero hace una advertencia acerca de las implicaciones, compromisos y retos que se deberán asumir en cuanto a ciencia y tecnología con la entrada de nuestro país a la OCDE (Organización Para la Cooperación y Desarrollo). Con el fin de asegurar y garantizar beneficios para la población a partir de los avances científicos y tecnológicos se debe entonces compartir la misma visión por todas las naciones miembros de esta organización, lo cual implica un crecimiento económico sostenido, creación de empleos de calidad y fortalecimiento del bienestar a través de la

ciencia y la tecnología, es por esto que el país debe posicionar estas temáticas como elemento fundamental para el desarrollo sustentable. (Portafolio, 2018).

El periódico El Colombiano presentó un artículo donde informa que la nación con relación al desarrollo tecnológico, se encuentra en la posición número 47 dentro de un total de 118 lugares en todo el mundo. En el ranking es superada por Uruguay, Chile y Costa Rica, entre otras. El índice de Preparación Digital (DRI, por sus siglas en inglés) es un estudio que recientemente publicó los resultados sobre qué tan preparadas están 118 naciones en esta materia. El balance dejó ver que Colombia ocupa la posición número 7 en América Latina y la 47 a escala mundial. Con el fin de descubrir cómo están las diferentes naciones del mundo en esa materia, el estudio evaluó a cada una en siete componentes: infraestructura digital, adopción de tecnología, capital humano, necesidades básicas, facilidad para hacer negocios, inversión del gobierno y de negocio y emprendimiento. Colombia recibió una calificación de 12.88. La anterior puntuación pone al país por debajo de otros latinos como Uruguay, Chile, Costa Rica, Panamá, México y Puerto Rico, naciones que se quedan con las primeras posiciones en la región. Por otro lado, Colombia se encuentra arriba de Argentina, Perú, Brasil, El Salvador, Ecuador, República Dominicana y Guatemala.

Country	Quartile	AAA Category	Digital Readiness Score
Uruguay	Med-High	Accelerate	14.07
Chile	Med-High	Accelerate	13.92
Costa Rica	Med-High	Accelerate	13.89
Panama	Med-High	Accelerate	13.41
Mexico	Med-High	Accelerate	13.11
Puerto Rico	Med-Low	Accelerate	12.95
Colombia	Med-Low	Accelerate	12.88
Argentina	Med-Low	Accelerate	12.53
Peru	Med-Low	Accelerate	11.97
Brazil	Med-Low	Accelerate	11.80
El Salvador	Med-Low	Accelerate	11.57
Ecuador	Med-Low	Accelerate	11.33
Dominican Republic	Med-Low	Accelerate	10.93
Guatemala	Med-Low	Accelerate	10.80
Paraguay	Med-Low	Accelerate	10.74
Honduras	Med-Low	Accelerate	10.58
Nicaragua	Med-Low	Activate	10.03
Bolivia	Med-Low	Activate	9.88
Haiti	Low	Activate	7.49
		<b>LatAm Digital Readiness Average</b>	<b>11.78</b>

*Figura 12.* Resultado índice DRI, 2018. Fuente: Eltiempo.com, 2018

Según Cisco, empresa dedicada al ámbito tecnológico que realizó el estudio con el acompañamiento de la investigadora Gartner Research, la importancia de que los países tengan una buena preparación digital radica en que este factor les permite mantener su competitividad global, aumentar su Producto Interno Bruto (PIB), fomentar la innovación y crear nuevos puestos de trabajo.

El coeficiente que recibió Colombia, 12.88, la ubica en la calificación intermedia en materia de preparación digital denominada ‘Acelerar’, esta categoría la describe como una nación con capacidad para aprovechar la tecnología digital y lista para aumentar su ritmo de innovación. Por otro lado, se cree que tiene la oportunidad de maximizar el impacto positivo de la digitalización en

su crecimiento económico, así como también la facilidad de la operación en las empresas. (Ojeda, 2018).

Para nuestra compañía resulta sumamente alentador tanto el puntaje obtenido como la clasificación categórica otorgada de “Acelerate”, esto nos muestra que estamos preparados para asumir el reto de “la tecnología digital” y que por medio de nuestra idea de negocio contribuiremos con ese país digital que con seguridad veremos en el futuro. Somos una nación que poco a poco se ve absorbida por el entretenimiento desarrollado con realidad virtual, lo cual va de la mano de esta herramienta llamada “digitalización” y sin duda con el paso de los años vamos a ser casi al 100% tecnológicos, podremos entonces deducir, que nos encaminamos como compañía de manera correcta pues parte de nuestra razón para existir es la tecnología, gracias a que uno de nuestros servicios se enfocará en la realidad virtual avanzada como alternativa al estrés, de igual forma y gracias a esto, también contribuiremos con la potencialización de nuestra economía nacional y aportaremos para tener más pronto ese “País tecnológico”.

#### *5.1.5 Dimensión Legal*

En cuanto a políticas laborales, la ministra de Trabajo, Alicia Arango, anunció que el Gobierno Nacional trabaja en la creación de una nueva política laboral integral en el país, tras el inicio del Gobierno del presidente Iván Duque. Luego de conocer el informe presentado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), que destaca un aumento de 320 mil nuevos empleos frente a julio de 2017, la funcionaria aseguró que no se ahorrarán esfuerzos para garantizar el mejoramiento de la actividad laboral en el país.

La ministra de Trabajo agregó que “Avanzamos con la resolución 3546 de 2018 que da los lineamientos de las prácticas laborales para los jóvenes, para atacar la principal barrera que enfrenta la población con la falta de experiencia, pero la estamos atacando, dándoles oportunidades a las

empresas de tener trabajadores de alta cualificación a bajo costo”. Finalmente, ratificó que el Gobierno Nacional ya empezó a trabajar a través del programa “Estado Joven”, cuyos resultados arroja actualmente que más de seis mil practicantes han entrado a fortalecer diferentes entidades del Gobierno Nacional y territorial (Cabrera, 2018).

Dentro de los aspectos legales importantes a tratar, también está el tema de derechos de propiedad intelectual, los cuales sin duda siempre serán importantes para cualquier compañía, estos derechos son los que finalmente en un futuro podrán definir temas tan importantes como quien gana una demanda o de quien es posesión un nombre.

La *Propiedad Intelectual* es la denominación que recibe la protección legal sobre toda creación del talento o del ingenio humano, dentro del ámbito científico, literario, artístico, industrial o comercial. La protección de la propiedad intelectual es de tipo jurídica, sin embargo, las leyes que existen no se realizan sobre esta denominación conceptual, sino sobre dos campos muy bien diferenciados: el Derecho de Autor y la Propiedad Industrial. La protección que la ley colombiana otorga al Derecho de Autor se realiza sobre todas las formas en que se puede expresar las ideas, no requiere ningún registro y perdura durante toda la vida del autor, más 80 años después de su muerte, después de lo cual pasa a ser de dominio público. El registro se debe hacer ante la Dirección Nacional del Derecho de Autor y sólo tiene como finalidad brindar mayor seguridad a los titulares del derecho.

En el caso del Software, la legislación colombiana lo asimila a la escritura de una obra literaria, permitiendo que el código fuente de un programa esté cubierto por la ley de Derechos de



Autor. La Propiedad Industrial por su parte, es la protección que se ejerce sobre las ideas que tienen aplicación en cualquier actividad del sector productivo o de servicios.

En Colombia, para oficializar esta protección se requiere un registro formal en la Superintendencia de Industria y Comercio y sólo es válido durante algunos años para asegurar el monopolio de su explotación económica. La diferencia fundamental entre los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial, es que mientras los primeros protegen el medio en el que va la creación y el ingenio artístico, durante toda la vida del autor más un tiempo adicional (80 años), el segundo protege la idea, pero sólo en el caso en que tenga una aplicación industrial, y se realiza por un tiempo limitado para asegurar su explotación económica (alrededor de 20 años). En ambos casos, después de pasada la protección, las creaciones pasan a ser de Dominio Público, lo que significa que cualquier persona o empresa puede utilizarlas sin permiso de nadie y sin tener que pagar por ello, pero siempre reconociendo la autoría.

Si bien la protección de la Propiedad Intelectual se realiza a través de la legislación, y por tanto tiene cobertura en el territorio del país, las leyes y decretos tanto del Derecho de Autor como de la Propiedad Industrial se realizan con base en los acuerdos y tratados de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), por lo que hace que la mayoría de países en el mundo realizan la protección de forma similar y con mecanismos para la cooperación internacional en caso de pleitos jurídicos por fuera de las fronteras de su territorio. (IERED, S.f)

#### *5.1.6 Dimensión Medioambiental*

En cuanto a leyes medio ambientales es importante para “Está Cool” entender cómo funciona este tema en nuestro país debido a que parte de nuestra labor comercial se centrará en la

reutilización de desechos (Break club) y utilización de pinturas ecológicas (Street environment). Buscando que estas sean más amigables con el medio ambiente y mitiguen al máximo el riesgo de enfermedades respiratorias para nuestros clientes.

Sin duda alguna, en este proyecto se identifica que para poder llevar a cabo los servicios ofrecidos se tendrán que utilizar una gran variedad de productos como lo son botellas, electrodomésticos en desuso, aerosoles y pinturas. Se tiene identificado que el mayor impacto sobre el medio ambiente lo podrían tener las pinturas en aerosol. Según la página web “Ecología hoy” nos plantea la siguiente definición sobre este producto que por su emisión de gases contamina la atmosfera y por ende el ambiente.

Técnicamente, un aerosol es una suspensión de partículas finas, solidas o liquidas en un gas. Teniendo un fuerte impacto sobre el calentamiento global porque contrarrestan un enfriamiento en el clima inducido por los gases de efecto invernadero como lo es el dióxido de carbono”. (Ecología hoy, 2014)

De acuerdo a la planeación que se tiene en el proyecto, para contrarrestar esta situación se ha pensado en la medida de lo posible utilizar pinturas que sean ecológicas y así evitar la contaminación al medio ambiente. Por otro lado, se contará con un servicio de recolección del vidrio roto que generan las botellas y electrodomésticos, este será un proceso contratado con un tercero el cual se especialice en este tipo de procesos; buscaremos además que esta empresa nos haga productos generados a partir de los vidrios rotos para volver a ser utilizados por nuestros clientes atendiendo por supuesto la reglamentación sobre los residuos de aparatos electrónicos y demás, que plantea el ministerio de medio ambiente mediante la ley 1672 del 19 julio 2013 en la que indica lo siguiente: “ordenar a los productores a establecer de manera directa (o a través de terceros que actúen en su nombre) sistemas de recolección y gestión ambientalmente segura de los

residuos generados por sus productos una vez estos han finalizado su vida útil” (Min Ambiente, 2013).

Finalmente, la empresa tendrá dentro de sus políticas internas la separación de desechos de todos los productos utilizados por nuestros visitantes, se contará con puntos ecológicos y de separación de basuras dentro de las instalaciones con el fin de contribuir al cuidado de nuestra casa matriz

## 5.2 Análisis del sector

La actividad económica en Colombia está dividida en sectores económicos, cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos. Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- Sector primario o sector agropecuario.
- Sector secundario o sector industrial.
- Sector terciario o sector de servicios.

*Sector primario:* Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

*Sector secundario:* Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:

- Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.
- Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

*Sector terciario:* Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles, pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

Aunque los sectores anteriormente indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Lo anterior da origen a los siguientes sectores económicos, los cuales son:

- Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.

- Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
- Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
- Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
- Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
- Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.
- Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.
- Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).
- Sector solidario: En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.
- Sector de comunicaciones: En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.) (Banrep, S.f)

Analizada la teoría anterior y rigiéndonos por la misma se ubica a “Está Cool” dentro del sector terciario de la economía colombiana puesto que este:

Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. (Red Cultural del Banco de la República en Colombia, 2000).

Si bien la teoría no aclara que la diversión y el entretenimiento también se ubican en este sector, relaciona a su vez el comercio como parte del mismo, y toma este fragmento del escrito como no productivo, pues no se producen bienes tangibles pero ayuda a potencializar el ingreso nacional del país (Red Cultural del Banco de la República en Colombia, 2000); complementa la teoría que el sector servicios corresponde a la parte 3 de la clasificación de los sectores económicos en donde podríamos ubicar nuestra idea de negocio más explícitamente.

### *5.2.1 Comportamiento del sector*

De acuerdo a la clasificación nacional, “Está cool”, se ubica en sector terciario, exactamente en el sector de “establecimientos de comercio como prestadores de un servicio”. Encontramos de acuerdo a los datos estadísticos recogidos Por el DANE que el aporte que hace este sector a la producción nacional, es decir al producto interno bruto (PIB) según información recolectada de octubre 2015 a septiembre de 2016 es la siguiente:

En el periodo de análisis, la encuesta de Micro establecimientos investigó 33.013 unidades económicas en las 24 ciudades principales y sus áreas metropolitanas, de los cuales 20.086 pertenecían al sector comercio, 9.667 al sector servicios y 3.260 a la industria. Estos micro establecimientos ocupaban 72.691 personas, de las cuales 39.998 estaban vinculadas al comercio, 23.517 a los servicios y 9.176 a la industria. (DANE, 2017)

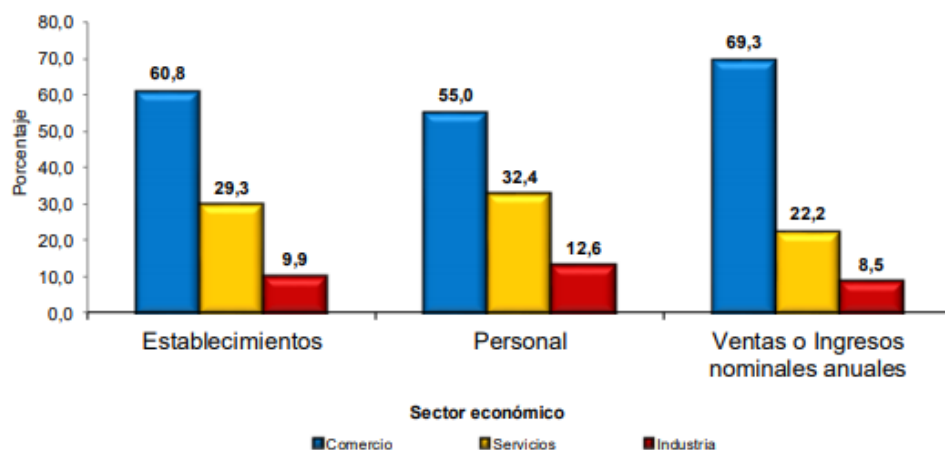


Figura 13. Porcentaje establecimientos, personal y ventas. Fuente: DANE, 2017

Por otro lado, de acuerdo a una columna publicada por portafolio.com el director y profesor Giovanni E. Reyes Ph.D. University of Pittsburgh/Harvard., profesor y director de la Maestría en Dirección de la Universidad del Rosario, realiza un análisis en lo que recoge datos del DANE y advierte que

El sector de servicios prevalece sobre el producto interno bruto realizando un aporte de 68 % como valor agregado del mismo, el cual estaría dividido por varios subsectores como servicios financieros, construcción y establecimientos de comercio en los que encontramos hoteles, restaurantes y demás actividades comerciales presentando un crecimiento del 13% en la producción del año 2016 con una tasa de crecimiento real sectorial del 5 % (Giovanni Reyes, 2017).

### 5.2.2 Tendencias mundiales del sector

Con base en las fichas de observación realizadas, en las que se adelanta una investigación de los posibles competidores a nivel nacional y referentes internacionales directos, se observa que la difusión de las propuestas de valor existentes sobre entretenimiento alternativo son expuestas a

los clientes mediante las redes sociales oficiales de cada empresa que presta el servicio, y que el enfoque puntual al que le apuestan los empresarios son en la mayoría de casos exclusivamente los “Break room´s” como terapia anti estrés. Por otro lado, observamos que estos servicios tienen más acogida en las personas del continente europeo y americano, personas en las cuales se genera un mayor impacto y aceptación de esta forma de diversión.

Se observó también que el servicio se caracteriza por ser incluyente con un gran porcentaje de la población, niños desde los 13 años hasta personas mayores pueden disfrutar de esta forma de liberación la cual está pensada para desarrollarse igualmente con grupos familiares, empresariales, amigos, parejas etc. Europa tiene a España como gran referente en la implementación de nuevas formas de entretenimiento, datos arrojados por Macro.com dan una idea más clara acerca del aporte de este sector al producto interno bruto del país.

El producto interior bruto de España en 2017 ha crecido un 3,1% respecto a 2016. Se trata de una tasa 2 décimas menos que la de dicho año, cuando fue del 3,3%. En 2017 la cifra del PIB fue de 1.163.662M.€, con lo que España es la economía número 11 en el ranking de los 195 países de los que publicamos el PIB. El valor absoluto del PIB en España creció 45.140M.€ respecto a 2016.” (Datos Macro.com, 2017)

Una de las revistas más importantes del país Ibérico nos cuenta como el crecimiento del producto interno bruto para España, donde geográficamente ubicamos la mayoría de establecimientos utilizados como referentes internacionales tales como Crash Terapy, Scape hunt y VR Fabricators clasificados en el sector terciario (servicios), se da luego de la crisis del 2008 que atravesaron importantes economías; uno de los columnistas de dicha revista realiza el siguiente análisis sobre el sector.

Los servicios son esa caja que, tras la crisis, reaparecen en el nuevo hogar con un peso que ahora, además, es mayor. En 2008 aportaba 703.051 millones de Euros al país, un 63% del



PIB. Ocho años después, con una crisis y una recuperación de por medio, su peso en la economía Española crece al 67,2%, hasta los 748.911 millones. (Garrido, 2017)

El comportamiento del sector servicios durante el 2017 y su aporte al producto interno bruto español se debe en gran parte gracias al sector hotelero y de turismo, lo que de una u otra manera contribuye a que establecimientos comerciales y empresas que generan alternativas diferentes de diversión a las ya conocidas se potencialicen y comiencen a aportar a una economía en crecimiento.

### 5.3 Investigación de mercados



ugr

Universidad  
de Granada

## CÁLCULO DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE UNA MUESTRA

(Para la estimación de proporciones, bajo el supuesto de que  $p=q=50%$ )

<b>MARGEN DE ERROR MÁXIMO ADMITIDO</b>	5.0%
<b>TAMAÑO DE LA POBLACIÓN</b>	73,807
Tamaño para un nivel de confianza del 95% ..... 382	

*Figura 14* Cálculo del tamaño de muestra. Fuente: Universidad de Granada. S,f

Teniendo claro que este estudio va dirigido a todo tipo de consumidores que estén buscando una nueva forma de diversión, y una alternativa a las opciones ya existentes, se desarrolló una investigación de tipo cualitativo, mediante la herramienta de encuestas, las cuales se entienden como maneras de experimentar y obtener información de cierto porcentaje poblacional.

De acuerdo al anuario estadístico del DANE, para el periodo comprendido entre los años 2015 y 2017 con un tamaño de la población de 73.807 personas, un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% se debieron realizar 382 encuestas, las cuales se dirigieron a personas de los municipios del Oriente Antioqueño, sin definición de sexo y con estrato socioeconómico mínimo 3, estas personas comprendían edades entre los 14 y 65 años de edad, se analizaron temas sensibles los cuales permitieron obtener información como: los días de mayor estrés para los encuestados, formas de entretenimiento que actualmente conocen los encuestados en el Oriente Antioqueño, cuáles de las opciones que se planea ofrecer prefieren los encuestados como nueva forma de entretenimiento y cuanto estarían dispuestos a pagar por recibir este servicio.

### *5.3.1 Perfil del consumidor*

Partiendo de la idea de que seremos una empresa que ofrecerá entretenimiento como forma de diversión y terapia anti estrés, nos dirigiremos a un mercado muy variado y amplio; personas del Oriente Antioqueño, así como visitantes nacionales y extranjeros que cuenten con una capacidad económica adecuada (Estrato 3 en adelante) y que lleguen a este municipio (el cual cuenta con características propias de una ciudad) mediante el turismo, podrán asistir a pasar un rato “chévere” en “Está Cool”. No pondremos límites, pero si algunas restricciones, buscando siempre la seguridad de todos.

Los niños y niñas menores de 12 años siempre deberán ir acompañados de personas mayores, sean sus padres, hermanos o familiares cercanos, las mujeres embarazadas deben abstenerse de realizar la sesión del “Break club” y el “Street environment” debido a que pueden presentarse posibles alteraciones en la salud de su bebé, finalmente, los adultos mayores siempre deberán tomar las respectivas indicaciones para evitar algún tipo de lesión producto de una caída

o cualquier otro accidente. Buscamos y velamos por la seguridad de nuestros visitantes, por eso nuestro principal objetivo es que todos disfruten con un equipo humano y técnico de calidad el cual siempre estará a su servicio.

### *5.3.2 Mercado potencial*

Está Cool se dirigirá a todo tipo de personas que busquen una nueva alternativa de diversión por medio del arte, el juego y la destrucción de objetos que no estén en uso, teniendo en cuenta lo descrito anteriormente quienes residan principalmente del municipio de Rionegro (y todas sus localidades), El Carmen de Viboral, Marinilla, La Unión, La Ceja, Guarne, El Santuario e incluso Medellín y municipios un poco más alejados podrán ser partícipes de este servicio el cual estará diseñado para acaparar la mayor población posible, también vemos como un mercado potencial a futuro las empresas puesto que se observa la tendencia de que quienes son encargados de talento humano y personal e incluso innovación y desarrollo en estas, empiezan a verse más preocupados por la salud mental y física de quienes están bajo su mando, tomando esto como referencia posiblemente se llegará a acuerdos o promociones importantes para empresarios quienes deseen incrementar por medio de estas terapias la productividad de sus empleados.

Según indica la última investigación de Regus, entidad especializada en el espacio laboral, el 38% de los trabajadores colombianos sufren de estrés laboral. La encuesta, que cubre la opinión de más de 16.000 profesionales, descubrió que dos quintos de los trabajadores colombianos (38%) señala que sus niveles de estrés han aumentado en el último año. Un número de factores nacionales tales como la inestabilidad laboral, y la constante incertidumbre de la economía global son, según se cree, los causantes de este aumento en la presión. Sin embargo, quienes respondieron la encuesta confirman que el factor más estresante corresponde a sus trabajos.

La investigación también se centró en posibles soluciones y descubrió que casi siete de cada diez (68%) de los encuestados colombianos identificaron al trabajo flexible como una manera de reducir el estrés. Ana María Castro, directora de Regus para la región Nordeste, comenta:

Confirmando la investigación anterior de Regus que indica que el 58% de los trabajadores se sienten más saludables directamente como resultado de un trabajo flexible, los encuestados claramente identifican al trabajo flexible como una posible solución a sus altos niveles de estrés, puntualizó Castro. (Finanzas personales, S.f)

Otro estudio señala que un tercio de los trabajadores europeos sufre estrés laboral, según el estudio “La Prevención de los riesgos psicosociales en España, Europa y Latinoamérica” de la Universidad Internacional de Valencia, este problema seguirá en aumento en los próximos años, dada la mayor competencia, las elevadas expectativas de rendimiento y las jornadas de trabajo más largas, como adelanta la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su trabajo de 2016. (Opere, S.f)

### *5.3.3 Mercado disponible*

Según datos del anuario estadístico de Antioquia, la población total del departamento es de 6.613.118 esta se distribuye en: 3.232.027 hombres y 3.381.091 mujeres (Antioquia, 2017). El mercado disponible con el que se contará será esta población, no sin excluir a posibles visitantes que lleguen a estos territorios, los cuales quieran experimentar y llevarse una bonita experiencia además de conocer algo novedoso y diferente.

### *5.3.4 Mercado meta*

Según datos del anuario estadístico de Antioquia, la población total del oriente cercano es de 590.858 personas, 297.162 hombres y 293.696 mujeres (Antioquia, 2017). El mercado meta se clasificará teniendo en cuenta 3 variables.

1. Personas que se encuentren dentro de las estadísticas del anuario oficial publicado por el ente encargado.
2. Niños mayores de 12 años, jóvenes, familias, parejas con estrato social mayor o igual a 3 además de grupos empresariales y/o sociales que deseen contar con el servicio.
3. Personas de la tercera edad que cuenten con la capacidad física para desarrollar las actividades propuestas.

#### 5.4 Análisis de la competencia

Al proponer un servicio que fusionará 3 actividades diferentes, se hizo un exhaustivo análisis de la competencia directa e indirecta nacional y nuestros posibles referentes internacionales, encontrando datos importantes de empresas que a nivel global se encargan de implementar sistemas parciales que conservan características propias similares a lo propuesto por “Está Cool”.

##### *5.4.1 Break Room*

La búsqueda de competencia directa local (nacional) resultó ser infructuosa debido a que no se encontró ningún competidor directo de este tipo en el país, es por esto que nos dirigimos hacia nuestros referentes internacionales buscando analizar cómo funcionan estas salas a nivel mundial.

Tabla 2. Análisis competencia para Break room. Fuente: Datos tomados de páginas oficiales y redes sociales como Facebook e Instagram

ROMPER	CRASH THERAPY-ESP	THE BREAK CLUB- ARG	THE ANGER CLUB- MEX	THE BREAK ROOM-AUS
<b>PRECIO</b>	<p>25 piezas (vasos, copas, platos) 20 euros: \$ 68.000</p> <p>30 piezas (vasos, copas, platos) 30 euros: \$ 100.000</p>	<p>- Monitor + 20 botellas: 833.00: \$ 84. 000</p> <p>- Pc completo + 25 botellas: 974.00: \$ 99.000</p> <p>- TV 22 + 30 botellas: 1260.00: \$ 128.000</p> <p>- TV 29 + 35 botellas:1754.00</p> <p>- 30 botellas: 489.00: \$50.000</p> <p>- Regalo the break club: 330.00: \$34. 000</p> <p>- Rompe lo que quieras: 330.000: \$3.300.000</p>	<p><b>Sesión por pareja</b> 30 minutos • 350.00 MXN Botellas y aparatos de plástico: \$55.000</p> <p><b>Sesión individual</b> 30 minutos • 250.00 MXN Botellas y aparatos de plástico: \$39.000</p>	<p>- Phone Rs 150+1 min. Utensils (Set of 4) Rs. 150 + 1 min.</p> <p>- Printer Rs. 300 + 3 min. - Desktop Rs. 500 + 4 min.</p> <p>- Televisión (small) Rs. 400 + 4 min</p> <p>- Televisión (large) Rs. 800 + 6 min.</p>
<b>SEGMENTO</b>	<p>Este recurso lo pueden utilizar todas aquellas personas que no se atreven a expresar y liberar su rabia, ni delante de los demás ni solos, ya sea porque crean que es malo sentir rabia como porque no se sientan con derecho a hacerlo.</p> <p>Este producto está enfocado a todo tipo de personas siendo sus clientes más recurrentes abogados, ingenieros, estudiantes y hasta personas desbordadas por la crisis española.</p>	<p>La propuesta realizada por The Break Club, va dirigida a cualquier tipo de clientes desde menores de edad acompañados de adultos responsables, hasta personas adultas, se busca liberar todas las emociones que presenta el ser humano en su diario vivir que finalmente son contrarrestadas mediante la música y el romper objetos (electrodomésticos y botellas).</p> <p>El sitio es visitado desde extranjeros, abogados, exnovios desechados y gente que vaya en busca de algo diferente, acaparando la atención del sitio un 85% el público femenino.</p>	<p>La propuesta es dirigida a todo tipo de personas que en determinado momento de su vida han sentido tal estrés que quieren acabar con todo por una suma de dinero</p>	<p>Si tienes más de 18 años, eres más que bienvenido a The Break Room. Todos nuestros derechos son reservados para denegar la entrada a personas que consideramos no aptas para las actividades, así que tenlo en cuenta antes de venir</p>

<p><b>CANALES</b></p>	<p>Los canales que emplean son venta directa a los clientes, la cual es incentivada en redes sociales como Facebook y Twitter.</p> <p>La empresa no ofrece ningún tipo de servicio posventa a excepción de un masaje en una silla relajadora posterior a la terapia de choque. Los clientes evalúan/califican la propuesta de valor por medio de sus comentarios en Facebook, este es el único medio de comunicación que estos tienen con los dueños de la compañía.</p>	<p>Los canales utilizados para la entrega del producto son diversos todos apoyados en la internet; mediante su página oficial ofrecen aparte de información de la compañía los costos y productos en donde además se debe/puede hacer la reserva electrónica, la empresa cuenta también con una tienda virtual en la que puedes armar tu plan y ver el costo del mismo, las redes sociales son grandes aliadas de esta compañía debido a que están en constante interacción con sus clientes y los hacen partícipes de su estancia en el club por medio de la publicación de sus fotos, comentarios o experiencias de los mismos.</p>	<p>Se dan a conocer a sus clientes por medio de Facebook que es su única red social y gracias a un correo electrónico para interactuar con los mismos.</p> <p>Los comentarios que los clientes dejan en Facebook son la única fuente con la que cuenta la empresa para ser evaluada por estos</p>	<p>La propuesta de negocio se difunde mediante el sitio web y todas las redes sociales disponibles las cuales se convierten en grandes aliadas de esta empresa por el alto volumen de seguidores y apreciaciones buenas que tienen de la misma y donde igualmente se ofrecen y difunden promociones y productos novedosos que estarán próximos a entrar a formar parte del servicio</p> <p>Como producto posventa The Break Room ofrece camisetitas con accesorios y diferentes frases alusivas al plan que el cliente escoja.</p>
-----------------------	--	---	---	--

Tal y como lo referenciamos en la tabla anterior, encontramos en Argentina a *The Break Club* convirtiéndose en nuestro referente internacional más importante puesto que proponen y prestan un servicio en donde puedes pagar por romper botellas y electrodomésticos a tu gusto con el único fin de divertirse y liberar tensión por un espacio de entre 30 y 60 minutos. Seguido de esto se sitúa en España a *Crash Therapy* quienes proponen a sus clientes romper objetos del día a día, como platos, vasos, botellas y todo tipo de vajillas del hogar con la banda sonora que cada persona elija. En tercer lugar, ubicamos en México a *The Anger Club* una propuesta a la que sin duda le

hace falta innovación y fuerza en sus estrategias de mercadeo y ventas, pero de la cual evidentemente podemos aprender para convertir a nuestra empresa en un gran prestador de servicios de entretenimiento, The Anger Club propone a sus clientes romper botellas, vasos, vajillas y electrodomésticos completos o por partes (pequeños teléfonos, mouses, teclados) con el fin de liberar tensión y estrés.

Finalmente ubicamos a *The break Room* como nuestro último referente internacional, sin duda una propuesta divertida e innovadora que los australianos no dudan en vivir, ubicada en la ciudad de Collingwood, The break room ofrece planes especializados donde solo está usted, sus rompibles y un bate de béisbol en su mano, equipo de seguridad, un bate y una caja llena de vajilla para aplastar. Tiene elementos como platos de comida, frascos de albañil y garrafas. Esta empresa se convierte en modelo a seguir puesto que su atención al cliente, elegancia y servicios posventa impulsan de manera positiva las ventas y el reconocimiento en todo el país.

#### *5.4.2 Street Environment*

Catalina Rodríguez, dio a saber que en Bogotá

Sí existe un plan y sí tenemos un espacio en el que discutimos con un representante de los artistas urbanos y del grafiti, hacia dónde vamos, qué es lo que nos interesa y cómo podemos movilizar esas agendas. La red de espacios de la Galería Santa Fe, la entendemos no solo como las galerías, los museos o los espacios de circulación, sino que entendemos que el espacio público hace parte de esa red y que allí los artistas también ponen en escena su producción. Entonces en la beca Red Galería Santa Fe hemos incluido el estímulo para la realización de intervenciones en el marco del Festival Hip Hop al Parque”, afirmó la gerente de Artes Plásticas y Visuales.

El festival Hip Hop al parque se realizará en el mes de noviembre y el próximo 12 de julio cuando salga el fallo para esos estímulos de la Red Galería Santa Fe se conocerán cuáles son las 44 intervenciones artísticas que se realizarán en la ciudad a través del portafolio de



estímulos que el sector Cultura ofrece a la ciudadanía. En cuanto a los lugares, se tienen dispuestas las superficies que año tras año Idartes dispone para que los artistas urbanos y de grafiti hagan sus intervenciones en el marco del Festival. (Moreno, 2016)

No encontramos en Colombia sitios autorizados, lugares abiertos o cerrados a excepción de los que propone Bogotá donde las personas puedan ir libremente a hacer sus grafitis, por el contrario si nos damos cuenta que rayar las paredes de nuestro país o los sitios públicos si puede tener graves consecuencias legales como multas (Según noticias leídas), es por esto que se hace urgente la creación de un espacio donde los amantes del arte y la pintura callejera puedan ir sin sentir temor, rechazo o ser estigmatizados por la sociedad como delincuentes por el simple hecho de querer expresar sus sentimientos, emociones y vivencias por medio del dibujo. Como resultado del estudio concluimos entonces que no tenemos competencia directa en Colombia para nuestro “Street Environment”

#### *5.4.3 3D Adventure*

Existen diversos sitios en Colombia en los cuales puedes pagar para ir simplemente a disfrutar mediante la realidad virtual, diversos locales, centros comerciales en todas las ciudades y hasta negocios de barrio ofrecen esta alternativa, la cual no está tan bien estructurada pues es una actividad a la que consideramos le falta, nos encontramos entonces algunos lugares los cuales consideramos pueden convertirse en competencia en determinado momento.

Tabla 3. Competencia directa para 3D Adventure. Fuente: Datos tomados de las paginas oficiales

<b>REALIDAD VIRTUAL (Bogotá)</b>	<b>TIC 3D PARK</b>	<b>SMAARTI R</b>
<b>PRECIO</b>	Precio general \$33.000. Afiliándote gratis con tu Pasaportic 25% de Dcto \$24.750. Horarios, tarifas y descuentos sujetos a cambios sin previo aviso.	Entrada al recorrido \$ 26.000 Recorrido y hamburguesa \$ 38.500 Celebración cool \$39.000
<b>SEGMENTO</b>	Primer parque temático de las tecnologías de la información y comunicaciones del país. Una experiencia similar a las atracciones de Orlando, USA. Una aventura fantástica para niños de 3 a 100 años en un sorprendente despliegue de shows en tercera dimensión, a bordo de los Byte Cars (vehículos inteligentes) con personajes animatrónicos.	Ven y Sumérgete en un emocionante recorrido en familia que va desde la era de los Dinosaurios, pasa por la época de las Cavernas, Una Pirámide Egipcia, las Pagodas Chinas, La Era digital y llega a Bogotá en el año 2.042, en medio de reales escenografías, Únicos Videojuegos temáticos interactivos, Un espectacular viaje en cine 5D y una sala de cine 3D. ¡Ah! La diversión es para toda la familia y además aprendemos sobre el uso responsable del internet.
<b>CANALES</b>	Los canales que emplea TIC 3D PARK, en su mayoría lo realizan mediante su página web, en la que presenta todos los tipos de planes, horarios, reservas y afiliaciones con el fin de tener descuentos a la hora de adquirir el plan, además se difunde mediante sus redes sociales como Facebook, Instagram	Los canales que emplea son mediante su plataforma virtual, donde se realiza la reserva, además ofrece productos adicionales dentro de los planes, los cuales se realizan en forma directa al consumidor.

A nivel mundial existen empresas que son expertas en el tema de realidad virtual y las cuales nos pueden servir como grandes referentes y aliados a la hora de generar convenios, recolectar información o implementar alianzas estratégicas, estos son:

Tabla 4. Referentes internacionales 3D Adventure. Fuente: Datos tomados de las páginas oficiales

<b>REALIDAD VIRTUAL</b>	<b>VIRTUAL X</b>	<b>VR FABRICATOR</b>
<b>PRECIO</b>	SIN DATOS	SIN DATOS
<b>SEGMENTO</b>	<p>Virtual X está diseñada para ser proveedor de diversión para cualquier edad debido a la facilidad para acceder a sus juegos y la seguridad con la que cuentan las instalaciones. Niños desde dos años hasta adultos mayores podrán disfrutar de este servicio sin ningún tipo de restricción.</p> <p>Por otro lado debido al auge de las nuevas tecnologías se observa una tendencia a que los niños y jóvenes son los clientes más habituales y recurrentes de este servicio.</p>	<p>Si tienes menos de 13 años, necesitamos autorización de tus padres o tutores. La edad mínima para poder jugar son 9 años. No recomendamos el juego si estás en un estado avanzado de embarazo o padeces dolencias cardíacas. La experiencia no puede desarrollarse si tienes epilepsia en cualquier grado. Puedes jugar con ciertas limitaciones físicas, incluso disponemos de experiencias aptas para personas que usen sillas de ruedas.</p>
<b>CANALES</b>	<p>Virtual X está diseñada para ser proveedor de diversión para cualquier edad debido a la facilidad para acceder a sus juegos y la seguridad con la que cuentan las instalaciones. Niños desde dos años hasta adultos mayores podrán disfrutar de este servicio sin ningún tipo de restricción.</p> <p>Por otro lado debido al auge de las nuevas tecnologías se observa una tendencia a que los niños y jóvenes son los clientes más habituales y recurrentes de este servicio.</p>	<p>VR Fabricators cuenta con una ubicación privilegiada debido a que desarrolla su objeto social dentro de un centro comercial lo cual permite gran acogida entre las personas y excelente difusión acerca de lo que hacen, aparte cuentan con página oficial y redes sociales como Facebook, y Twitter las cuales ayudan a la difusión de la compañía.</p> <p>Facebook es el canal directo que esta empresa emplea para abrirle espacio a sus clientes, los cuales en su gran mayoría agregan comentarios bastante positivos a esta compañía lo cual permite que se dé a conocer con el tiempo.</p>

Finalmente, como competidores indirectos se relaciona a *Enigma Escape Room*, ubicados en la ciudad de Medellín y quienes ofrecen un servicio de diversión distinto a los conocidos tradicionalmente pero que de igual forma se aleja mucho de nuestra propuesta de negocio, Enigma Escape Room propone disfrutar en grupos de un reto de escapismo, donde de una forma

divertida desafías tus habilidades mentales y cuyo objetivo es lograr escapar de una sala temática en menos de 60 minutos, en grupo de 2 a 6 personas por medio de la búsqueda de pistas ocultas, apertura de candados, y avance en un escenario ambientado temáticamente para resolver una serie de enigmas y misterios usando la lógica, sentido de observación, reflexión y trabajo en equipo.

#### *5.4.4 Competencia indirecta frente a la propuesta general de Esta Cool*

*San Nicolás:* Conocido también como Centro Comercial del oriente, este reúne no sólo actividades económicas con una amplia oferta comercial, sino también un espacio para la cultura y el esparcimiento de las familias que acuden allí, cuenta con variadas tiendas de ropa desde marcas comunes hasta grandes cadenas, restaurantes, zonas verdes, instituto de idiomas, cine y espacios adecuados en fechas especiales como navidad para que las personas vivan experiencias diferentes en por ejemplo su popular pista de hielo.

*Comfama:* Comfama Rionegro, es un lugar donde se respira aire puro y donde además las personas pueden divertirse en familia. Este parque cuenta con piscinas, atracciones mecánicas, restaurantes y hasta un pequeño pueblito paisa que evoca la cultura antioqueña y donde el humor coloquial y las costumbres paisas son protagonistas. Este lugar se encuentra ubicado a solo una hora de Medellín.

*La piedra del peñol (Guatapé):* Es uno de los pueblos más coloridos de Colombia, un pueblito paisa que en entremezcla la historia indígena y la cultura antioqueña, y la refleja en sus vistosos zócalos y calles llenas de vida. Guatapé es un municipio de Colombia, ubicado en el Oriente del departamento de Antioquia, y se encuentra a 2 horas de la ciudad de Medellín, exactamente a 79 kilómetros de la Ciudad de la Eterna Primavera. Es mundialmente famoso por sus coloridos zócalos y por ser hogar de la Piedra del Peñol. Los zócalos son esas pequeñas obras de arte que aparecen en la parte baja de las casas, que en principio sirvieron para proteger las

fachadas de la voracidad de las gallinas y de la humedad. Mientras que la Piedra del Peñol sin duda es uno de los mejores miradores de Colombia.

La Piedra del Peñol es un enorme monolito de 220 metros de altura, 60.000 toneladas, y un diámetro de 100 metros, que en su interior aloja más de 650 escalones que culminan en uno de los miradores más increíbles de Colombia. Al llegar a lo más alto encontrarás algunos restaurantes, una tienda de recuerdos, y el mirador que te permite tener una panorámica de 360° del embalse de Guatapé. (Travelgrafia, S.f)

*Visita a San Antonio de Pereira:* Los amantes de la comida tienen un espacio en Antioquia, se trata de San Antonio de Pereira, un corregimiento del municipio de Río Negro donde se encuentra desde un succulento chuzo de carne hasta los más provocativos postres. En una tarde soleada, como es común en este pueblo de 18 grados de temperatura; la plaza principal está llena de quioscos y carpas que ofrecen todo tipo de dulces e incluso hay un pequeño trapiche portátil para sacar guarapo de la caña de azúcar. En todas las casas que rodean la plaza hay restaurantes, tiendas de postres o estaderos que aprovechan el espacio de los andenes y sacan sillas y mesas para que los clientes disfruten de sus productos mientras aprecian el paisaje urbano que se les ofrece.

La especialidad gastronómica de la región es la comida criolla: chicharrón, chorizo, chunchullo, arepas, empanadas y los succulentos chuzos de res, cerdo o pollo, que son servidos con papa, arepa de maíz “pelao” con queso y el infaltable limón para cortar la grasa; y que no crean que es poquito, uno de estos deja lleno hasta al más glotón. Uno de los productos característicos de este corregimiento es la empanada, se encuentra de todos los sabores y tamaños, empezando por la más traicionera, esa pequeñita de las que uno se come 4 ó 6 sin parar; son tan importantes que hace 10

años se decidió hacer la Fiesta Nacional de la Empanada, la cual tiene lugar todos los años en el mes de agosto.

Pero si hay algo que ha hecho famoso a este corregimiento son los postres, son pocos los turistas que pasan por estas tierras sin probarlos. Mucha gente entra al local con la mera excusa de acompañar a alguien, pero una vez ingresan se encuentran con una barra repleta de opciones, colores y texturas. (Destinos y planes.com, S.f)

*Scape Hunt* ubicado en la ciudad de Barcelona (España) se convierte en un referente internacional indirecto importante puesto que es una empresa global en la que además se puede acceder a franquicias de la misma, Escape Hunt es el líder mundial en una industria de rápido crecimiento como es el entretenimiento temático, ofreciendo juegos “Room escape” o “Escape the room” para el público en general y para clientes de empresas de todo el mundo. Cuenta con 6 salas de juego, con misterios basados en casos reales de la Barcelona de 1900, y dispone de un amplio y lujoso vestíbulo.

Gracias a este estudio acerca de nuestra competencia tanto directa como indirecta así como nuestros referentes internacionales, podemos concluir que “Está cool” se convertirá en pionera en Colombia en la implementación de una nueva forma de entretenimiento y liberación de estrés, mediante la combinación de 3 alternativas en un mismo lugar, esta ventaja competitiva con la cual iniciaremos, nos permitirá convertirnos en una buena y sana opción para nuestros clientes, gracias al continuo mejoramiento y avance en técnicas y formas más efectivas de entregar diversión.

## 5.5 Estrategias de la mezcla de mercadeo

### 5.5.1 Estrategias de producto

Planeamos ofrecer un servicio novedoso, diferente e inexistente en el territorio localizado, buscamos que las personas sean un poco más felices gracias a nuestra idea de negocio, y que por medio de esta y los dividendos que a futuro nos pueda generar podamos implementar la estrategia...

*Programa social.* Mediante el cual y gracias a las ventas generadas por nuestros servicios, planeamos obtener recursos para posteriormente aliarnos con entidades sin ánimo de lucro u organizaciones que apoyen a los niños y comunidades menos favorecidas mediante nuestro programa: *Avanza jugando: El cual beneficiará a niños, adolescentes y madres de escasos recursos mediante la entrega de útiles escolares.*

### 5.5.2 Estrategias de precio

Nuestra estrategia en precios siempre vendrá precedida de la elección de unos proveedores calificados y serios, con los cuales podamos trabajar de la mano para generar una economía en escala lo cual finalmente repercuta en beneficios para nuestros consumidores, tenemos claro que en la medida en que nuestros precios sean asequibles muchísimas personas se acercarán a nuestras instalaciones y por ende nuestros proveedores gracias al incremento en los pedidos, nos podrán dar mejores condiciones económicas para finalmente nosotros ofrecer un servicio a menor costo con la misma calidad de siempre.

### 5.5.3 Estrategias de promoción

Un sin número de promociones con las cuales contaremos, nos harán merecedores de un espacio en el corazón de nuestros consumidores, nuestra promoción estrella siempre será: “Un implemento por los niños menos favorecidos”. Mediante esta promoción las personas que lleven

un cuaderno, un bolso, unos colores o cualquier implemento para la escuela serán merecedoras de unos puntos los cuales son acumulables cada mes y se podrán cambiar por pases para ingresar parcial o totalmente gratis a nuestras instalaciones.

*Tabla 5.* Desglose de nuestra estrategia de promoción "estrella". Fuente: Creación propia

1 CUADERNO + 1 CAJA DE COLORES	Te harás merecedor de 15 puntos de un total de 50 disponibles para reclamar un pase gratis para ti y un acompañante
1 CAJA DE COLORES	Te harás merecedor de 10 puntos de un total de 50 disponibles para reclamar un pase para ti
1 CUADERNO	Te harás merecedor de 2 puntos de un total de 50 disponibles para reclamar un pase para ti
1 SUPER COMBO (Colores, cuaderno, regla, borrador, sacapuntas, pegastic, marcadores, plastilina)	Te harás merecedor de 27 puntos de un total de 50 disponibles para reclamar un pase para ti y un acompañante
2 SUPER COMBOS (Colores, cuaderno, regla, borrador, sacapuntas, pegastic, marcadores, plastilina)	Te harás merecedor de 37 puntos de un total de 50 disponibles para reclamar un pase para ti y un acompañante
1 COMBO ( Cuaderno, colores, plastilina, lápiz lapicero)	Te harás merecedor de 17 puntos de un total de 50 disponibles para reclamar un pase para ti y un acompañante
ARMA TU COMBO	Podrás llevar a nuestras instalaciones tu propio combo, nosotros analizaremos de cuantos puntos eres merecedor!!!

**(Todas nuestras promociones caducan mes a mes)**

- Recomiéndonos y gana puntos: sólo por hablarle a tus amigos y familiares y lograr que ellos asistan a nuestras instalaciones tu ganarás puntos que luego puedes cambiar por beneficios en nuestros servicios.



- Cliente frecuente: Conviértete en nuestro cliente frecuente y sé el primero en enterarte de nuestras promociones y descuentos.
- Pases dobles por fechas especiales: ¿eres cliente frecuente y estás de cumpleaños? Te harás merecedor de un pase totalmente gratis para ti y un acompañante y así puedas disfrutar de este día tan especial acompañado en “Está Cool” (Aplican restricciones).
- Reservas por página web o redes sociales: Si realizas tus reservas mediante nuestras redes sociales o nuestra página web te puedes ganar un descuento que rifaremos aleatoriamente).

#### *5.5.4 Estrategias de distribución*

Contaremos con unas instalaciones fijas debido a que nuestro servicio requiere de estas, se planea que su ubicación sea en el sector de Llanogrande(Rionegro) en donde las personas podrán asistir a disfrutar de nuestros servicios, adicional a esto se proyecta contar con free lances los cuales harán las veces de vendedores externos y promocionaran nuestros servicios.

#### 5.6 Mercado de proveedores

Nuestros principales insumos para poder funcionar serán:

Break room: Electrodomésticos en desuso tales como televisores, computadores, hornos, neveras, estufas, teclados, grabadoras, equipos de sonido etc., botellas y vajillas, así como bates de béisbol para poder golpear efectivamente los objetos a romper.

Street environment: Aerosoles de todos los colores y tamaños para libre escogencia de nuestros clientes, papel especial para las paredes el cual simule in ambiente callejero o en su defecto pinturas especiales para las paredes las cuales den aspecto de calle, barriles de metal y en lo posible vagones y uno o dos carros abandonados para hacer más real la aventura.

3D adventure: Gafas de realidad aumentada (Oculus rift), Guantes con sensores, mandos de control de movimiento, televisores con tecnología apropiada, sensores de movimiento, películas de última tecnología, cascos inteligentes, pistola para juegos 3D.



*Figura 16.* Oculus rift. Fuente: Theverge.com, S.f



*Figura 15.* Guantes con sensores, Fuente: Xataka.com, 2015



*Figura 17.* Mandos con control de movimiento. Fuente: vandal.elespanol.com, 2016



*Figura 18.* Dispositivo informático. Fuente: Elconfidencial.com, 2019



*Figura 19.* Películas de todo tipo para nuestros visitantes. Fuente: xataka.com, 2017



*Figura 20.* Sensores de movimiento. Fuente: Tirasdeledbaratas.com, S.f



*Figura 21.* Gamepad Xbox One. Fuente: Target.com, S.f



*Figura 22.* Casco inteligente. Fuente: Tworeality.com, S.f



*Figura 23.* Pistola de realidad virtual. Fuente: Amazon.com, S.f

## 5.7 Resultados de la investigación de mercados

Gracias a las encuestas realizadas se pudieron determinar los siguientes resultados (Ver anexo)

### Ocupación

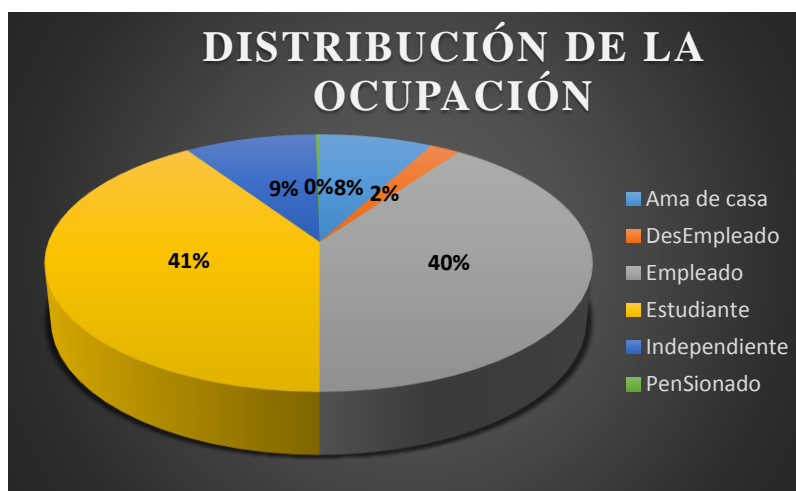


Figura 24. Distribución de la ocupación de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

### Lugar de residencia

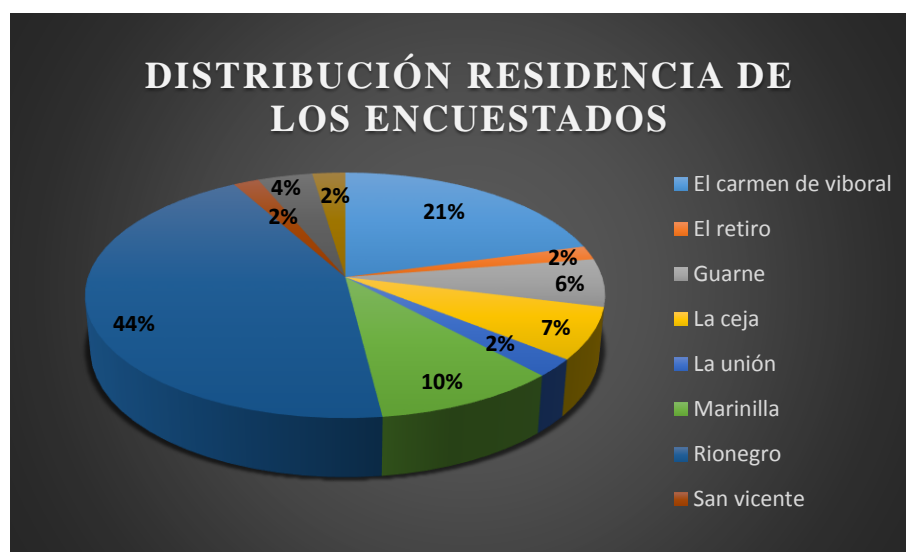


Figura 25. Distribución de la residencia de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

Según los datos recopilados, la población encuestada se distribuye entre empleados, desempleados, estudiantes, amas de casa, independientes y pensionados siendo los estudiantes con el 41% y las personas empleadas con el 40% la mayor población que aportó respuestas a esta investigación, los pensionados por su parte aportaron sólo el 1%, la menor información (ver figura 23). La realización del estudio se dio en la mayoría de los municipios del oriente antioqueño cercano siendo Rionegro y el Carmen de viboral con el 44% y 21% respectivamente los municipios que más aportaron datos valiosos a este estudio, de otro lado, la Unión, El Retiro y San Vicente fueron los municipios que menos aportaron información, sólo el 6% entre todos (ver figura 24).

### Género

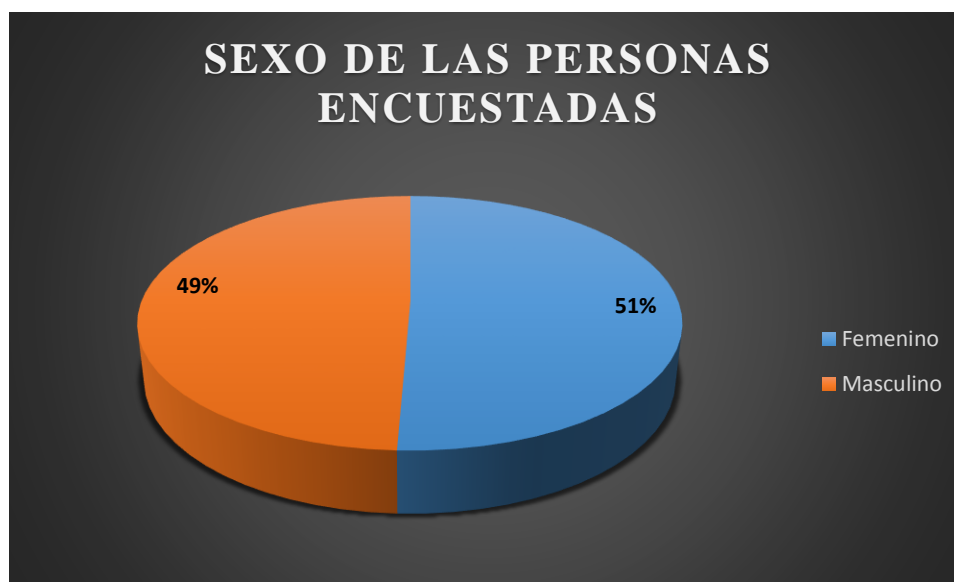
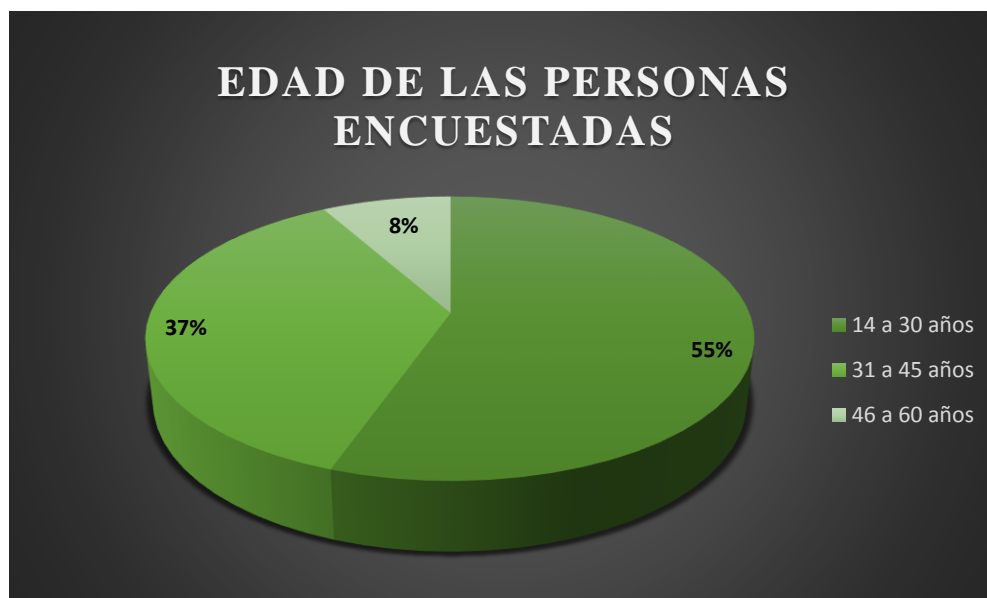


Figura 26. Distribución del género de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

## Edad



*Figura 27.* Distribución de la edad de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

El estudio arrojó que del 100% de las personas encuestadas el 51% son mujeres, el 49% restante de la población se identifican como hombres (ver figura 25). De esos hombres y mujeres encuestados el 55% son personas que se encuentran entre los 14 y los 30 años de edad aportando la mayoría de datos, mientras que las personas mayores de 46 años aportaron la minoría de datos posibles con un porcentaje del 8% (ver figura 26).



¿Las personas ahora mantienen más agotadas?



Figura 28. Percepción de cansancio de los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

Días de la semana más agotadores



Figura 29. Días de la semana más agotadores según los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

Con una respuesta casi absoluta por el SI, el 91% de la población encuestada considera que ahora el ser humano se mantiene mucho más agotado que años atrás (ver figura 27), esta sin duda es una respuesta muy positiva para que “Esta cool” como empresa de entretenimiento logre tomar fuerza debido a que esto reconfirma que las personas necesitan urgentemente espacios sanos de diversión y entretenimiento, esta respuesta además da soporte al estudio realizado durante todo este tiempo en el cual se ha venido hablando acerca de las enfermedades y necesidades latentes del ser humano del siglo XXI por lograr liberar la tensión y estrés generados por el día a día. Con una gran inclinación por los lunes y los viernes, las personas responden a que estos son los días en que más mantienen agotadas, también figura el miércoles como día en que los residentes del oriente antioqueño sufren las inclemencias del estrés sea por trabajo, problemas personales etc. (ver figura 28).

#### Formas de entretenimiento conocidas

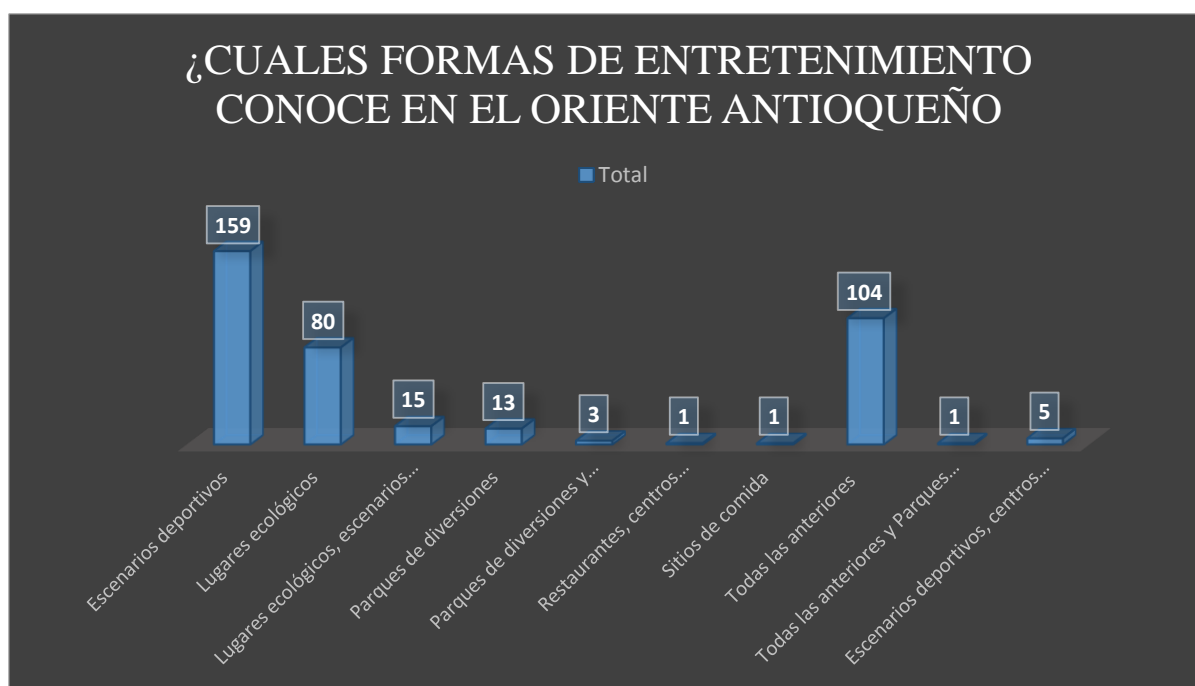


Figura 30. Formas de entretenimiento conocidas por los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

Según el estudio realizado, las personas del oriente antioqueño solo conocen las formas de entretenimiento comunes, se observa una mayor inclinación por los espacios deportivos y los lugares ecológicos, aunque también arrojaron respuestas positivas las opciones: espacios culturales y de recreación, sitios de comida, parques de diversiones y centros comerciales (ver figura 29). Se considera importante la implementación de nuevas formas para liberar tensión y estrés debido al acelerado crecimiento de esta zona del país la cual poco a poco se convierte en una urbe donde las necesidades de las personas aumentan y para las cuales los empresarios deben estar preparados con espacios alternativos que permitan a la gente salir de la rutina y conservar una vida mental más saludable la cual ayude a combatir así las enfermedades del siglo XXI.

¿Es importante el entretenimiento?

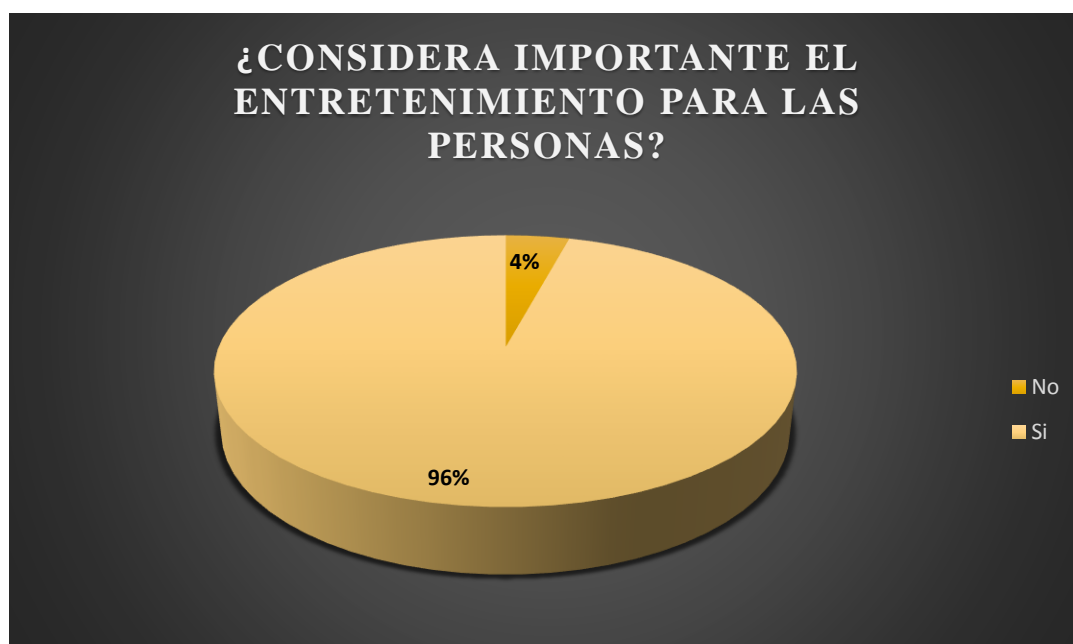
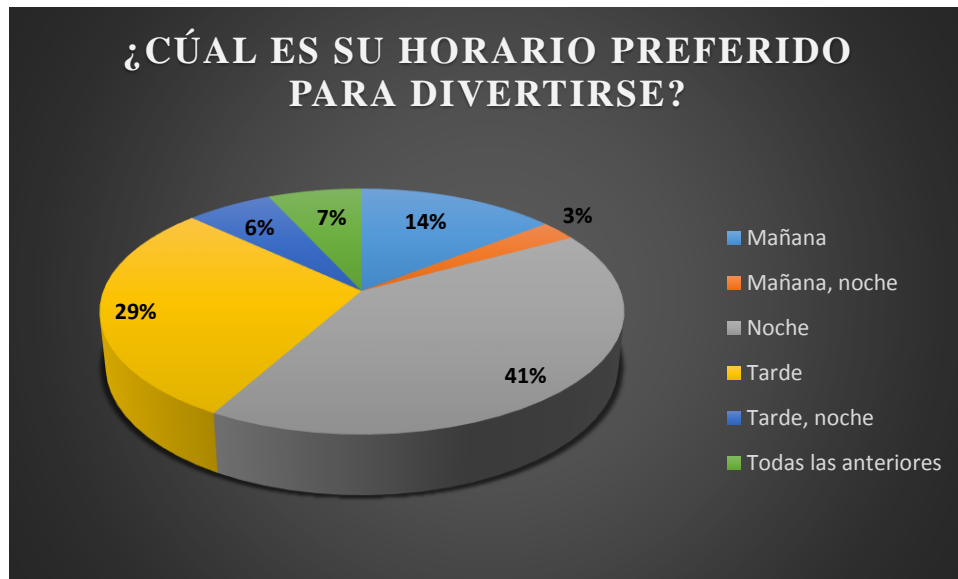


Figura 31. Importancia del entretenimiento para los encuestados. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

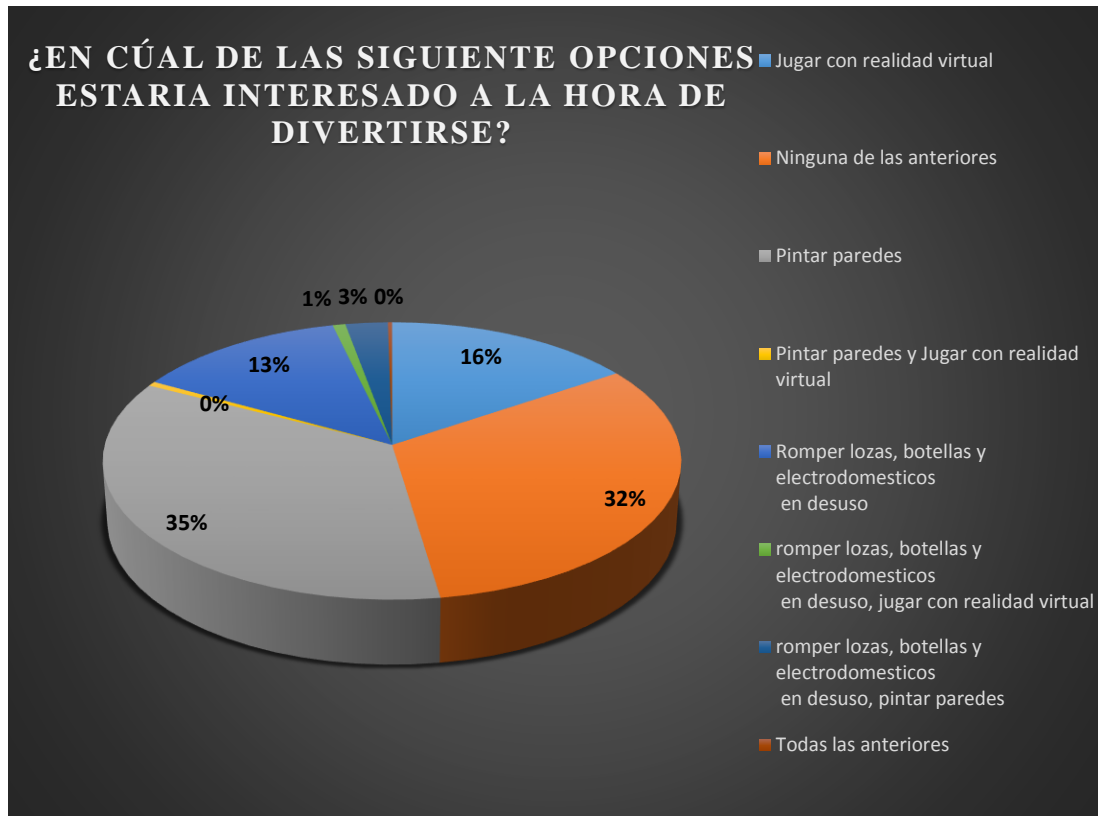
### Horas del día preferidas para divertirse



*Figura 32.* Horas del día preferidas por los encuestados para divertirse. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

Con base en esta información y teniendo claros además los días en que mayor estrés y tensión sienten las personas (lunes, miércoles y viernes, puesto que así lo confirma el 70% de la población encuestada) no dejando de lado los fines de semana (sábado y domingo) los cuales son utilizados por las familias y la población en general para divertirse (ver figura 31), se llega a la conclusión de que el horario óptimo para ofrecer el servicio será en las horas de la tarde y la noche los días anteriormente mencionados .

## Opciones para divertirse



*Figura 33.* Opciones elegidas por los encuestados para divertirse. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

### ¿Cuánto pagarías?



*Figura 34.* Dinero que pagarían los encuestados para realizar la terapia. Fuente: Encuestas realizadas, 2019

Finalmente, esta investigación mostró que aunque los resultados no fueron los esperados quizás por el desconocimiento de las personas hacia nuestra idea de negocio, hubo un porcentaje importante de estas que asistirían a realizar una de las actividades propuestas, el pintar paredes con el 35% de aceptación se ubica como segunda opción según los encuestados debido a que la mayoría de la población respondió que no estaría interesada en asistir a “Está Cool”, en tercer lugar se ubica el jugar con realidad virtual con un 16% de aceptación lo cual en principio se pudo considerar como opción principal a elegir por las personas debido al gran auge de los videojuegos en el siglo XXI, esta sin duda fue una sorpresa que arrojó esta investigación. Por último, el romper lozas, vajillas y electrodomésticos, aunque con menos porcentaje resultó ser una opción viable por los entrevistados con un 13%, el resto de respuestas estuvieron divididas entre las personas que realizarían 2 de las 3 actividades o incluso las 3 (ver figura 32).

Los datos recolectados también dejaron ver que el 47% de la población solo estaría dispuesta a pagar entre 20.000 y 40.000 pesos por recibir este servicio, en tanto solo el 3% estaría dispuesto a pagar entre 60.000 y 80.000 pesos el cual es el valor apropiado con el que se piensa promocionar varios de los servicios (ver figura 33).

Este trabajo exhaustivo que se hizo por medio de encuestas, permitió concluir que el oriente antioqueño presenta una latente necesidad de nuevos espacios de entretenimiento para las personas puesto que a la hora de preguntar ¿Qué forma de entretenimiento cree que le hace falta al oriente antioqueño? Las respuestas fueron tan variadas como el total de la población desde “lugares ecológicos y museos” hasta “Parques de diversiones pero que realmente sean para divertirse” pasando por “piscinas”, “gimnasios al aire libre”, “boleras”, “lugares para practicar deportes extremos”, “cine y cultura”, “video juegos”, “librerías”, “teatros” y cientos de posibilidades más que consideran estas personas se necesitan en este territorio.

La pregunta ¿A qué se dedica los tiempos libres? También arrojó datos importantes para nosotros como investigadores puesto que hubo respuestas muy relacionadas con esta idea de negocio como lo fueron: Estar con la familia, pasar tiempo en familia, compartir con mis amigos y mi pareja, jugar videojuegos, dibujar, pintar etc. Esto permite intuir que las personas, aunque por el momento no conocen sobre esta idea de negocio, cuando esta comience a hacerse realidad posiblemente la acogerán debido a que realizan actividades similares desde su casa.

## 6. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la

determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero (Facultad Economía UNAM, S.f)

### 6.1 Tamaño y localización del proyecto

Planeamos inicialmente ser reconocidos como microempresa debido a que es un proyecto en el cual en principio se contará con pocas personas, En cuanto a inversión, se planea contar con un espacio lo suficientemente amplio para que nuestros clientes puedan desarrollar las actividades libremente y sin peligro de accidentes, 2 bodegas medianas (60-65mt<sup>2</sup> street environment y 3D adventure) que cuente con 2 locales igualmente medianos (1 parte administrativa otro para break room) es lo que se planea inicialmente será el espacio a alquilar para poder funcionar.

En cuanto a localización se planea que la empresa esté ubicada en la localidad de Llanogrande, observamos que con el paso del tiempo esta se ha venido convirtiendo en un punto no solo para hacer negocios, comprar viviendas, tener empresas sino también en un lugar donde personas de gran capacidad económica desarrollan actividades de diversión y entretenimiento, aparte de ser un punto estratégico por su cercanía con el aeropuerto JMV (José María Córdova), hospitales como el san Vicente y la Somer y supermercados como Carulla.



### 6.1.1 Inversión Break room

Tabla 6. Proyección de materia prima necesaria para 1 mes de funcionamiento (Break room).  
Fuente: Análisis basado en encuestas

Producto	Cantidad por persona	Total personas por objeto (Aprox)	Unidades a vender	Yendo cada persona 2 veces al mes
Botellas	10	50	500	1.000
Televisor	1	50	50	100
Microondas	1	50	50	100
Computador	1	50	50	100
Vajillas	20	50	1.000	2.000
Nevera	1	50	50	100
Estufa	1	50	50	100
Teclado	2	50	100	200
Grabadoras	2	50	100	200
Equipo de sonido	1	50	50	100
<b>TOTAL</b>		<b>500</b>	<b>2.000 Unid</b>	<b>4.000 Unid</b>

Es importante aclarar que cada persona será libre de escoger el o los objetos que quiera romper, en este cuadro solo se muestra un aproximado de objetos partiendo de la idea de que cada persona que vaya a desarrollar esta actividad querrá romper el total de los mismos, además se hace el cálculo

de que pasaría si cada persona interesada en break room quisiera repetir la experiencia por segunda vez en el mes. Estos datos pueden presentar una alta variabilidad.

### 6.1.2 Inversión Street environment

Tabla 7. Proyección de materia prima necesaria para 1 mes de funcionamiento (Street environment). Fuente: Análisis basado en encuestas

Producto	Cantidad por persona	Total personas por objeto (Aprox)	Unidades a vender	Yendo la persona 2 veces al mes
Aerosoles de todos los colores (Amarillo, azul, rojo, verde, rosado, negro, gris, blanco, café, violeta, morado Etc)	10	132	1.320	2.640
<b>TOTAL</b>		<b>132</b>	<b>1.320 Unid</b>	<b>2.640 Unid</b>

Los datos pueden presentar una alta variabilidad debido a que algunas personas estarían interesadas en otra actividad sumada a “Street environment”

## 6.1.3 3D Adventure

Tabla 8. Proyección de materia prima necesaria para 1 mes de funcionamiento (3D Adventure).  
Fuente: Análisis basado en encuestas

Producto	Cantidad por persona	Total personas por objeto (Aprox)
Oculus rift	1	60
Guantes con sensores	1	60
Mandos con control de mov	2	60
Televisores 56"	1	60
Peliculas de Xbox	1	60
Sensores de movimiento	-----	60
Gamepad Xbox One	1	60
Cascos inteligentes	1	60
Pistolas de realidad virtual	1	60

Tabla 9. Muebles y enseres requeridos para la operación. Fuente: Creación propia

<b>ELEMENTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>PROVEEDOR</b>
Computadores	6	\$ 1.800.884,00	\$ 10.805.304,00	Amazon
Sillas de oficina	6	\$ 289.900,00	\$ 1.739.400,00	Karlson
Escritorios	6	\$ 289.900,00	\$ 1.739.400,00	Amazon
Impresora multifuncional	2	\$ 779.900,00	\$ 1.559.800,00	Amazon
Lapiceros, tijeras, resaltadores, resmas etc	1 caja de cada uno		\$ 350.000,00	Papelería Gabri
Sellos de la compañía	3	\$ 25.000,00	\$ 75.000,00	Servimpresos
Teléfonos	6	\$ 91.000,00	\$ 546.000,00	Linio
Oculus rift	10	\$ 1.200.000,00	\$ 12.000.000,00	Mercado libre
Guantes con sensores	10	\$ 600.000,00	\$ 6.000.000,00	Manus machina
Mandos con control de movimiento	10	\$ 669.603,00	\$ 6.696.030,00	Finch
Televisores 56"	6	\$ 1.799.900,00	\$ 10.799.400,00	Jumbo
Películas de Xbox	30	\$ 64.999,00	\$ 1.949.970,00	Mercado libre
Sensores de movimiento	40	\$ 18.990,00	\$ 569.700,00	Linio
Control Xbox One	6	\$ 49.900,00	\$ 299.400,00	Mercado libre
Cascos inteligentes	10	\$ 272.000,00	\$ 2.720.000,00	Linio
Pistolas de realidad virtual	10	\$ 350.000,00	\$ 3.500.000,00	Mercado libre
Aerosoles de todos los colores	550Aprox.	\$ 6.000,00	\$ 3.300.000,00	Dmental graffiti

Mamelucos ( hombre y mujer)	20 Aprox	\$ 70.000,00	\$ 2.000.000,00	Mercado libre
Barriles abandonados	7	\$ 7.000,00	\$ 70.000,00	Chatarrería al mejor precio
Vagón o carro abandonado	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	Chatarrería al mejor precio
Botellas	1000 Aprox.	\$ 703,00	\$ 1.609.000,00	Los cartujos
Vajillas	2000 Aprox	\$ 2.500,00	\$ 500.000,00	Baratillo la loma
Insumos en desuso (computadores, teclados, tv, equipos, neveras, etc.)	3000 k	\$ 70.000,00	\$ .038.000,00	Chatarrería al mejor precio

Los datos arrojados para los aerosoles, mamelucos se arrojan basados en las encuestas y en el total de personas que respondieron estar interesadas en esta alternativa, aun así, hay que tener en cuenta que los datos pueden variar y las entrevistas tienen un margen de error.

El total de las neveras, tv's, equipo de sonido etc se calcula con base en los espacios que se tienen proyectados para ofrecer el servicio, en caso de requerir más equipos de los registrados inicialmente nos adelantaremos a la demanda y los conseguiremos antes de que el inventario llegue a cero, esto lo hacemos de este modo única y exclusivamente por un tema de espacio para guardar la materia prima.

Tabla 10. Salarios del personal necesario para la operación. Fuente: Elaboración propia

Labor Profesional	Cantidad requerida	Salario	Total
Administrador	1	1.500.000	1.500.000
Contador	1	1.400.000	1.400.000
Director de Mercadeo	1	1.900.000	1.900.000
Auxiliares de mercadeo	2	1.300.000	2.600.000
Seguridad	1	1.100.000	1.100.000
Higiene	1	828.000	828.000
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>8.028.000</b>	<b>10.028.000</b>

Tabla 11. Ficha Técnica aerosoles. Fuente: Dogotuls.com

	<b>FICHA TECNICA</b>  <b>AEROSOLES</b>	Fecha de realización:  18/05/2019																												
Descripción	Esmalte acrílico en aerosol son recubrimientos especialmente diseñados para pintar cualquier superficie, como papel, madera metal, plástico, yeso, cristal, cartón, etc., con un excelente acabado y secado rápido.																													
Presentación	Envase metálico																													
Embalaje	Caja con envases metálicos																													
Vida útil	Sin Datos																													
Componentes	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: black; color: white; text-align: center;">DATOS TECNICOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: left;">TIPO DE PINTURA</td> <td>ESMALTE ACRÍLICO SECADO RAPIDO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">PESO BRUTO</td> <td>417 g.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">NETO REPORT ADO</td> <td>400 ml.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">PROPELENTE</td> <td>HIDROCARBURO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">VÁLVULA Y ASPERSOR</td> <td>SEAQUIST PERFECT</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">EMPAQUE CAJA</td> <td>12 PIEZAS</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">RENDIMIENTO</td> <td>0.8 m<sup>2</sup> /bote a 2 milésimas</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">PRESIÓN</td> <td>60-65psi</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">VISCOSIDAD</td> <td>11-15 s en cf4</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">DENSIDAD</td> <td>0.88-1.01 g /cm<sup>3</sup> SEGÚN COLOR</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">% SÓLIDOS TOTALES I</td> <td>5-32% SEGÚN COLOR</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">TIEMPO DE SECADO TOTAL</td> <td>5 minutos</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">COLOR</td> <td>SEGÚN CATALOGO</td> </tr> </tbody> </table>		DATOS TECNICOS		TIPO DE PINTURA	ESMALTE ACRÍLICO SECADO RAPIDO	PESO BRUTO	417 g.	NETO REPORT ADO	400 ml.	PROPELENTE	HIDROCARBURO	VÁLVULA Y ASPERSOR	SEAQUIST PERFECT	EMPAQUE CAJA	12 PIEZAS	RENDIMIENTO	0.8 m <sup>2</sup> /bote a 2 milésimas	PRESIÓN	60-65psi	VISCOSIDAD	11-15 s en cf4	DENSIDAD	0.88-1.01 g /cm <sup>3</sup> SEGÚN COLOR	% SÓLIDOS TOTALES I	5-32% SEGÚN COLOR	TIEMPO DE SECADO TOTAL	5 minutos	COLOR	SEGÚN CATALOGO
DATOS TECNICOS																														
TIPO DE PINTURA	ESMALTE ACRÍLICO SECADO RAPIDO																													
PESO BRUTO	417 g.																													
NETO REPORT ADO	400 ml.																													
PROPELENTE	HIDROCARBURO																													
VÁLVULA Y ASPERSOR	SEAQUIST PERFECT																													
EMPAQUE CAJA	12 PIEZAS																													
RENDIMIENTO	0.8 m <sup>2</sup> /bote a 2 milésimas																													
PRESIÓN	60-65psi																													
VISCOSIDAD	11-15 s en cf4																													
DENSIDAD	0.88-1.01 g /cm <sup>3</sup> SEGÚN COLOR																													
% SÓLIDOS TOTALES I	5-32% SEGÚN COLOR																													
TIEMPO DE SECADO TOTAL	5 minutos																													
COLOR	SEGÚN CATALOGO																													
Recomendaciones de almacenamiento y uso	Producto inflamable, manténgase apartado de altas temperaturas, chispas y flamas. No perforo, destruya, ni arroje al fuego el envase al terminar su contenido																													
<b>Características sensoriales</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Característica</th> <th style="width: 50%;">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Color</td> <td style="text-align: center;">Varios</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Textura</td> <td style="text-align: center;">Liquido/ Inflamable</td> </tr> </tbody> </table> <p>(Dogotuls.com, S.f)</p>			Característica	Descripción	Color	Varios	Textura	Liquido/ Inflamable																						
Característica	Descripción																													
Color	Varios																													
Textura	Liquido/ Inflamable																													

Tabla 12. Ficha técnica mamelucos, Fuente: Mercado libre


	<b>FICHA TECNICA</b>  <b>MAMELUCOS</b>	Fecha de realización:  18/05/2019
Descripción	Mameluco térmico trucker 100%, semi impermeable, relleno con guata 180g forrado en tafeta antiestática cierre central dos bolsillos bajos capucha con puños	
Presentación	1 por bolsa	
Embalaje	Bolsa Plástica transparente	
Vida útil	Recambiar por rotura o costuras	
Componentes	PVC Plástico	
Recomendaciones de almacenamiento y uso	No utilizar si hay partes desgarradas, sueltas o que cuelguen. Es preferible lavar a mano y con agua tibia.	
<b>Características sensoriales</b>		
<b>Característica</b>		<b>Descripción</b>
Color		Azul rey
Textura		Lisa
(Mercado libre, S.f)		



Tabla 13. Ficha técnica Oculus rift. Fuente: Schenker technologies

	<p align="center"><b>(OCULUS RIFT)</b></p> <p align="center"><b>FICHA TECNICA</b></p> <p align="center"><b>GAFAS DE REALIDAD</b></p> <p align="center"><b>VIRTUAL</b></p>	<p align="center">Fecha de realización:</p> <p align="center">18/05/2019</p>						
<p align="center">Descripción</p>	<p>Resolution: 2560 x 1440  Refresh Rate: 80 Hz  Field of View: 110°  incl. Inside-Out-Tracking &amp; 2 Oculus Touch Controllers  Minimum Specs:  GPU: NVIDIA GeForce GTX 1050Ti/AMD Radeon RX 470 or better  CPU: Intel Core i3-6100 / AMD Ryzen 3 1200, FX4350 or better  Memory: 8GB RAM or more  Video Output: DisplayPort 1.2/Mini DisplayPort (with adapter included in the box)  Ports: 1x USB 3.0</p>							
<p align="center">Presentación</p>	<p>1 por caja</p>							
<p align="center">Embalaje</p>	<p>Caja de cartón</p>							
<p align="center">Vida útil</p>	<p>Mínimo 2 años con posibilidad de disfrutarlas hasta 13 dependiendo del cuidado</p>							
<p align="center">Componentes</p>	<p>Anexo</p>							
<p>Recomendaciones de almacenamiento y uso</p>	<p>Evitar el contacto con el agua y con materiales que puedan deteriorar los lentes</p>							
<p align="center"><b>Características sensoriales</b></p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th align="center">Característica</th> <th align="center">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td align="center">Color</td> <td align="center">Negro</td> </tr> <tr> <td align="center">Textura</td> <td align="center">Lisa</td> </tr> </tbody> </table>			Característica	Descripción	Color	Negro	Textura	Lisa
Característica	Descripción							
Color	Negro							
Textura	Lisa							
<p align="center">(Schenker technologies, S.f)</p>								

Tabla 14 . Ficha técnica guantes con sensores, Fuente: Cd

	<b>GLOVEONES</b>  <b>FICHA TECNICA</b>  <b>GUANTES CON SENSORES</b>	Fecha de realización:  06/07/2019						
Descripción	Estos guantes, se colocan en las manos tal y como si se tratara de unos guantes cualesquiera con la diferencia de que, al menos en la versión actual, el usuario también debe tener sujetos a la muñeca unos aparatosos. Los controles físicos se adhieren a los guantes de tal forma que el usuario no tiene que sujetarlos en las manos.							
Presentación	1 par de guantes por bolsa							
Embalaje	Bolsa plástica							
Vida útil	Depende del cuidado del usuario							
Componentes	Sensores IMU Puerto MicroUSB. Batería Li-Po. Bluetooth							
Recomendaciones de almacenamiento y uso	Es transpirable, se puede lavar, es ajustable.							
<b>Características sensoriales</b>								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="263 1377 810 1476" style="text-align: center;">Característica</th> <th data-bbox="810 1377 1357 1476" style="text-align: center;">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="263 1476 810 1568" style="text-align: center;">Color</td> <td data-bbox="810 1476 1357 1568" style="text-align: center;">Negro y rojo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1568 810 1663" style="text-align: center;">Textura</td> <td data-bbox="810 1568 1357 1663" style="text-align: center;">Lisa</td> </tr> </tbody> </table>			Característica	Descripción	Color	Negro y rojo	Textura	Lisa
Característica	Descripción							
Color	Negro y rojo							
Textura	Lisa							
(CD, 2015)								

Tabla 15. Ficha técnica Mandos de control de movimiento, Fuente: Tom's Hardware

	<p><b>(FINCH SHIFT)</b></p> <p><b>FICHA TECNICA</b></p> <p><b>MANDOS DE CONTROL</b></p> <p><b>DE MOVIMIENTOS</b></p>	<p>Fecha de realización:</p> <p>18/05/2019</p>						
<p>Descripción</p>	<p>Los controles manuales permiten a los desarrolladores ser creativos y construir cosas que no son factibles con las entradas clásicas de gamepad. La capacidad de alcanzar e interactuar con el entorno lleva su experiencia de realidad virtual a otro nivel de inmersión. Los controladores de movimiento Finch Shift le permiten experimentar esos juegos con soluciones de realidad virtual móviles de bajo costo, como los auriculares con Google Cardboard.</p>							
<p>Presentación</p>	<p>2 controles en una caja corrugada</p>							
<p>Embalaje</p>	<p>Caja corrugada de cartón</p>							
<p>Vida útil</p>	<p>Sin datos</p>							
<p>Componentes</p>	<p>Sin datos</p>							
<p>Recomendaciones de almacenamiento y uso</p>	<p>Sin datos</p>							
<p><b>Características sensoriales</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="263 1472 808 1566" style="text-align: center;"><b>Característica</b></th> <th data-bbox="808 1472 1356 1566" style="text-align: center;"><b>Descripción</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="263 1566 808 1656" style="text-align: center;">Color</td> <td data-bbox="808 1566 1356 1656" style="text-align: center;">Negro</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1656 808 1753" style="text-align: center;">Textura</td> <td data-bbox="808 1656 1356 1753" style="text-align: center;">Lisa</td> </tr> </tbody> </table> <p>(Tom's Hardware, S.f)</p>			<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>	Color	Negro	Textura	Lisa
<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>							
Color	Negro							
Textura	Lisa							

Tabla 16. Ficha técnica sensor de movimiento. Fuente: Herramientas

	<b>FICHA TECNICA</b>  <b>SENSOR DE MOVIMIENTO</b>	Fecha de realización:  18/05/2019						
Descripción	El siguiente producto cuenta con una forma redondeada del panel que recogerá los movimientos, este sensor es capaz de detectar en un rango de 180 grados y una distancia aproximada de 12 metros. Consume bastante poco, tan solo 800 W.							
Presentación	1 sensor por empaque							
Embalaje	Caja de cartón							
Vida útil	De 5 a 10 años según su uso							
Componentes	Potencia eléctrica de 1000W (300VA) Alcance máximo de 12 metros Frecuencia de 50Hz REV 75184112 AP WS 15317 - Detector de movimiento (180°) IP44							
Recomendaciones de almacenamiento y uso	Es resistente al agua y el polvo, aun así se recomienda que no esté en contacto con estos.							
<b>Características sensoriales</b>								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Característica</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Color</td> <td style="text-align: center;">Blanco</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Textura</td> <td style="text-align: center;">Lisa- redonda</td> </tr> </tbody> </table>			Característica	Descripción	Color	Blanco	Textura	Lisa- redonda
Característica	Descripción							
Color	Blanco							
Textura	Lisa- redonda							
(Herramientas 10, S.f)								

Tabla 17. Ficha técnica Pistola realidad virtual, Fuente: Amazon.com

	<p><b>FICHA TECNICA</b></p> <p><b>PISTOLA DE REALIDAD</b></p> <p><b>VIRTUAL</b></p>	<p>Fecha de realización:</p> <p>18/05/2019</p>														
<p>Descripción</p>	<p>Con las pistolas de realidad virtual podrás enlazar tu Smartphone a más de 30 juegos diferentes de realidad aumentada. Escaneando el código QR, podrás descargar 2 aplicaciones y seleccionar entre diferentes tipos de juegos. La conexión vía bluetooth te permitirá disfrutar de los juegos completamente gratis.</p>															
<p>Presentación</p>	<p>1 Pistola en su respectivo empaque</p>															
<p>Embalaje</p>	<p>Caja de cartón</p>															
<p>Vida útil</p>	<p>Sin datos</p>															
<p>Componentes</p>	<p>Detalles técnicos</p> <table border="1" data-bbox="704 1108 1390 1371"> <tr> <td>Pilas:</td> <td>3 A (Tipo de pila necesaria)</td> </tr> <tr> <td>Edad mínima recomendada (por el fabricante)</td> <td>10 años y más</td> </tr> <tr> <td>Montaje necesario</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>Necesita baterías</td> <td>Sí</td> </tr> <tr> <td>Incluye baterías</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>Tipo de Batería(s) / Pila(s)</td> <td>Pila A</td> </tr> <tr> <td>¿Mando a distancia incluido?</td> <td>No</td> </tr> </table>		Pilas:	3 A (Tipo de pila necesaria)	Edad mínima recomendada (por el fabricante)	10 años y más	Montaje necesario	No	Necesita baterías	Sí	Incluye baterías	No	Tipo de Batería(s) / Pila(s)	Pila A	¿Mando a distancia incluido?	No
Pilas:	3 A (Tipo de pila necesaria)															
Edad mínima recomendada (por el fabricante)	10 años y más															
Montaje necesario	No															
Necesita baterías	Sí															
Incluye baterías	No															
Tipo de Batería(s) / Pila(s)	Pila A															
¿Mando a distancia incluido?	No															
<p>Recomendaciones de almacenamiento y uso</p>	<p>Sin datos</p>															

Tabla 18. Ficha técnica Gamepad Xbox one. Fuente: Target


	<p><b>FICHA TECNICA</b></p> <p><b>GAMEPAD XBOX ONE</b></p>	<p>Fecha de realización:</p> <p style="text-align: center;">18/05/2019</p>						
<p>Descripción</p>	<p>Mejora tu experiencia de juego Xbox con este controlador inalámbrico Xbox One en blanco. Compatible con todas las plataformas de juegos Xbox One (Xbox One, Xbox One S, Xbox One X) PC con Windows 10 y Windows 10. Estos controladores presentan un diseño ergonómico y nuevos botones de hombro L / R. Hecho para el jugador de hoy, este controlador inalámbrico presenta un diseño delgado y aerodinámico para una fácil portabilidad junto con un nuevo agarre texturizado y palos para el pulgar. Además de su gran diseño, esta consola se siente excelente para sostenerla frente a esas largas e interminables horas de diversión de juego.</p>							
<p>Presentación</p>	<p>1 control de material plástico</p>							
<p>Embalaje</p>	<p>Caja de cartón</p>							
<p>Vida útil</p>	<p>Sin datos</p>							
<p>Componentes</p>	<p><b>Dimensiones (total):</b> 1.0 pulgadas (L) x 1.0 pulgadas (W) x 1.0 pulgadas de espesor  <b>Peso:</b> 1.0 libras  Inalámbrico con conexión USB</p>							
<p>Recomendaciones de almacenamiento y uso</p>	<p>Debe ser alimentado por medio de baterías</p>							
<p><b>Características sensoriales</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Característica</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Color</td> <td style="text-align: center;">Blanco, Negro</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Textura</td> <td style="text-align: center;">Lisa</td> </tr> </tbody> </table> <p>(Target, S.f)</p>			Característica	Descripción	Color	Blanco, Negro	Textura	Lisa
Característica	Descripción							
Color	Blanco, Negro							
Textura	Lisa							

Tabla 19. Ficha técnica películas. Fuente: Creación propia

	<b>FICHA TECNICA</b>  <b>PELÍCULA XBOX</b>	Fecha de realización:  18/05/2019						
Descripción	Películas de última tecnología para que el cliente disfrute al máximo de la realidad virtual							
Presentación	1 película							
Embalaje	1 película por empaque							
Vida útil	Depende del cuidado							
Componentes	Sin Datos							
Recomendaciones de almacenamiento y uso	No dejarles caer polvo, mantenerlas siempre en su estuche							
<b>Características sensoriales</b> <table border="1" style="width: 100%; margin: 10px auto;"> <thead> <tr> <th data-bbox="264 1255 810 1352">Característica</th> <th data-bbox="810 1255 1356 1352">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="264 1352 810 1444">Color</td> <td data-bbox="810 1352 1356 1444">Multicolor</td> </tr> <tr> <td data-bbox="264 1444 810 1537">Textura</td> <td data-bbox="810 1444 1356 1537">Áspera en su protector, lisa la película</td> </tr> </tbody> </table>			Característica	Descripción	Color	Multicolor	Textura	Áspera en su protector, lisa la película
Característica	Descripción							
Color	Multicolor							
Textura	Áspera en su protector, lisa la película							

Tabla 20. Ficha técnica Casco de realidad virtual. Fuente: Creación propia

	<b>FICHA TECNICA</b>  <b>CASCO INTELIGENTE</b>	Fecha de realización:  18/05/2019						
Descripción	Se trata de un dispositivo totalmente inalámbrico. Está diseñado para funcionar con Windows y Android, instalados de forma dual, por lo que puedes ver películas, videos en 360 grados y películas sin necesidad de enlazarse con otros dispositivos.							
Presentación	1 Casco							
Embalaje	Caja de cartón							
Vida útil	Sin datos							
Componentes	Pantalla: Resolución de 1920×1200 píxeles. Obtendrá una relación de aspecto de 16:10  CPU: Intel Atom x5 Z8300 con núcleo cuádruple 1.44-1.84 GHz.  Memoria RAM: 2GB LPDDR3, Memoria ROM: 32 GB Emmc  Comunicaciones – Bluetooth V4.0 y Wifi.  Batería: 3.7V, 3800 mAh con 4 horas de autonomía.  Sistema Operativo: Dual Windows 10 y Android 5.1.							
Recomendaciones de almacenamiento y uso	Sin datos							
<b>Características sensoriales</b>								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="263 1505 810 1602" style="text-align: center;">Característica</th> <th data-bbox="810 1505 1357 1602" style="text-align: center;">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="263 1602 810 1698" style="text-align: center;">Color</td> <td data-bbox="810 1602 1357 1698" style="text-align: center;">Blanco, negro</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1698 810 1791" style="text-align: center;">Textura</td> <td data-bbox="810 1698 1357 1791" style="text-align: center;">Lisa</td> </tr> </tbody> </table>			Característica	Descripción	Color	Blanco, negro	Textura	Lisa
Característica	Descripción							
Color	Blanco, negro							
Textura	Lisa							
(Creaxid, 2017)								



Tabla 21. Ficha técnica televisor. Fuente: Linio.com

	<b>FICHA TECNICA</b>  <b>TELEVISOR</b>	Fecha de realización:  18/05/2019						
Descripción	Dispositivo electrónico destinado a la recepción y reproducción de señales de televisión. Usualmente consta de una pantalla y mandos o controles.							
Presentación	1 televisor							
Embalaje	Caja corrugada							
Vida útil	10 Años							
Componentes	Referencia TV: 43j5290 Medida diagonal 108 cm Resolución 1920 X 1080 – FHD Salida de sonido: 20W Sintonizador Digital: SI DVB-T2 Tipo de altavoz: 2CH Sensor Eco Conectividad: Puerto HDMI Si (2) - Puerto USB Si (1)							
Recomendaciones de almacenamiento y uso	No tenerlo en contacto con el agua o elementos corrosivos							
<b>Características sensoriales</b>								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th data-bbox="261 1453 808 1549" style="text-align: center;">Característica</th> <th data-bbox="808 1453 1357 1549" style="text-align: center;">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="261 1549 808 1640" style="text-align: center;">Color</td> <td data-bbox="808 1549 1357 1640" style="text-align: center;">Negro</td> </tr> <tr> <td data-bbox="261 1640 808 1738" style="text-align: center;">Textura</td> <td data-bbox="808 1640 1357 1738" style="text-align: center;">Lisa</td> </tr> </tbody> </table>			Característica	Descripción	Color	Negro	Textura	Lisa
Característica	Descripción							
Color	Negro							
Textura	Lisa							
(Linio, S.f)								

## 7. ANÁLISIS DE RIESGOS

<i>Riesgo</i>	<b>Descripción del Riesgo</b>	<b>Fuente que Lo genera</b>	<b>consecuencia</b>	<b>Peligro que representa</b>	<b>Control a implementar</b>	<b>Prioridad del control</b>
<i>Bajo</i>	Equipos desactualizados	Falta de información o conocimiento a la hora de comprar los equipos	Ausencia de clientes	Alto	Control y seguimiento a las empresas que convertiremos en proveedores	Alta
<i>Medio</i>	Proveedores incumplidos	Contratos con compañías poco serias	Déficit de suministros para funcionar	Medio	Ofrecer buenos precios por los insumos comprados logrando la fidelización de proveedores	Media
<i>Medio</i>	Personal poco calificado	Falta de adecuados filtros en las entrevistas y procesos de selección	Accidentes o procesos administrativos erróneos	Medio	Capacitación y seguimiento constante	Alta
<i>Alto</i>	Crisis financiera	Retiro de alguno de los socios de la compañía	Cierre o venta de activos de la compañía	Alto	Propuestas e informes con cifras alentadoras	Media
<i>Medio</i>	Falta de seguros contra accidentes	Falta de empresas que puedan proveer estos seguros	Demandas	Alto	Convenios con compañías aseguradoras, capacitación constante al personal para evitar que esto pase	Alta
<i>Alto</i>	Robos de equipos	Falta de vigilancia adecuada en la compañía	Quiebre de la compañía	Alto	Vigilancia estricta del lugar las 24 horas	Alta
<i>Alto</i>	Productos sustitutos más económicos	Un nulo proceso de fidelización del cliente	Baja en las ventas	Alto	Fidelización del cliente por medio de promociones, descuentos y demás	Media

Figura 35. Análisis de riesgos. Fuente: Elaboración propia, 2019

## 8. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN																																							
ACTIVIDADES	MESES																																				RESPONSABLE	RESULTADO	COSTO
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36			
<b>COMPAÑÍA</b>																																							
Creación plan de negocios																																							
Trámites de legalización																																							
Pago Impuestos																																							
Compra de equipos																																							
Planeación Estratégica																																							
<b>MARKETING</b>																																							
Creación de relación comercial																																							
Desarrollo campaña coial																																							
Lanzamiento campaña coial																																							
Fidelización																																							
Canales distribuc.																																							
Selección proveed.																																							
<b>FINANZAS</b>																																							
Apertura cuentas bancarias																																							
Convenios financieros																																							
<b>GESTIÓN HUM.</b>																																							
Selección personal																																							
Formación equipo de trabajo																																							
<b>OPERACIÓN</b>																																							
Inauguración de la compañía																																							
Establecimiento de operación																																							
Inicio de alianzas comerciales																																							

Figura 36. Modelo del plan de implementación. Fuente: Elaboración propia, 2019

## 9. PLAN FINANCIERO

## 9.1 Flujo de caja anual

Esta indica los costos e ingresos mes a mes del año 1 al año 3, con una variación del 1 %

Tabla 22. Flujo de caja anual de la compañía. Fuente: Creación propia

	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>UTILIDAD</b>
MES 1	\$ 63.327.736,00	\$ 52.467.633,00	\$ 10.860.103,00
MES 2	\$ 63.961.013,36	\$ 52.992.309,33	\$ 10.968.704,03
MES 3	\$ 64.600.623,49	\$ 53.522.232,42	\$ 11.078.391,07
MES 4	\$ 65.246.629,73	\$ 54.057.454,75	\$ 11.189.174,98
MES 5	\$ 65.899.096,03	\$ 54.598.029,30	\$ 11.301.066,73
MES 6	\$ 66.558.086,99	\$ 55.144.009,59	\$ 11.414.077,40
MES 7	\$ 67.223.667,86	\$ 55.695.449,68	\$ 11.528.218,17
MES 8	\$ 67.895.904,53	\$ 56.252.404,18	\$ 11.643.500,35
MES 9	\$ 68.574.863,58	\$ 56.814.928,22	\$ 11.759.935,36
MES 10	\$ 69.260.612,22	\$ 57.383.077,50	\$ 11.877.534,71
MES 11	\$ 69.953.218,34	\$ 57.956.908,28	\$ 11.996.310,06
MES 12	\$ 70.652.750,52	\$ 58.536.477,36	\$ 12.116.273,16
<b>TOTAL AÑO 1</b>	<b>\$ 803.154.202,64</b>	<b>\$ 665.420.913,62</b>	<b>\$ 137.733.289,02</b>
<b>TOTAL AÑO 2</b>	<b>\$ 843.311.912,77</b>	<b>\$ 698.691.959,30</b>	<b>\$ 144.619.953,47</b>
<b>TOTAL AÑO 3</b>	<b>\$ 885.477.508,41</b>	<b>\$ 733.626.557,26</b>	<b>\$ 151.850.951,15</b>
<b>TOTAL AÑO 4</b>	<b>\$ 929.751.383,83</b>	<b>\$ 770.307.885,13</b>	<b>\$ 159.443.498,70</b>
<b>TOTAL AÑO 5</b>	<b>\$ 976.238.953,02</b>	<b>\$ 808.823.279,38</b>	<b>\$ 167.415.673,64</b>

Tabla 23 Flujo de caja por años Break Room. Fuente: Creación propia

	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>UTILIDAD</b>
<b>MES 1</b>	\$ 15.198.656,64	\$ 12.592.231,92	\$ 2.606.424,72
<b>MES 2</b>	\$ 15.350.643,21	\$ 12.718.154,24	\$ 2.632.488,97
<b>MES 3</b>	\$ 15.504.149,64	\$ 12.845.335,78	\$ 2.658.813,86
<b>MES 4</b>	\$ 15.659.191,13	\$ 12.973.789,14	\$ 2.685.402,00
<b>MES 5</b>	\$ 15.815.783,05	\$ 13.103.527,03	\$ 2.712.256,02
<b>MES 6</b>	\$ 15.973.940,88	\$ 13.234.562,30	\$ 2.739.378,58
<b>MES 7</b>	\$ 16.133.680,29	\$ 13.366.907,92	\$ 2.766.772,36
<b>MES 8</b>	\$ 16.295.017,09	\$ 13.500.577,00	\$ 2.794.440,08
<b>MES 9</b>	\$ 16.457.967,26	\$ 13.635.582,77	\$ 2.822.384,49
<b>MES 10</b>	\$ 16.622.546,93	\$ 13.771.938,60	\$ 2.850.608,33
<b>MES 11</b>	\$ 16.788.772,40	\$ 13.909.657,99	\$ 2.879.114,41
<b>MES 12</b>	\$ 16.956.660,13	\$ 14.048.754,57	\$ 2.907.905,56
<b>TOTAL AÑO 1</b>	\$ <b>192.757.008,63</b>	\$ <b>159.701.019,27</b>	\$ <b>33.055.989,37</b>
<b>TOTAL AÑO 2</b>	\$ <b>202.394.859,07</b>	\$ <b>167.686.070,23</b>	\$ <b>34.708.788,83</b>
<b>TOTAL AÑO 3</b>	\$ <b>212.514.602,02</b>	\$ <b>176.070.373,74</b>	\$ <b>36.444.228,27</b>
<b>TOTAL AÑO 4</b>	\$ <b>223.140.332,12</b>	\$ <b>184.873.892,43</b>	\$ <b>38.266.439,69</b>
<b>TOTAL AÑO 5</b>	\$ <b>234.297.348,73</b>	\$ <b>194.117.587,05</b>	\$ <b>40.179.761,67</b>

Tabla 24 Flujo de caja por años Street Environment. Fuente: Creación propia

	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>UTILIDAD</b>
<b>MES 1</b>	\$ 16.465.211,36	\$ 13.641.584,58	\$ 2.823.626,78
<b>MES 2</b>	\$ 16.629.863,47	\$ 13.778.000,43	\$ 2.851.863,05
<b>MES 3</b>	\$ 16.796.162,11	\$ 13.915.780,43	\$ 2.880.381,68
<b>MES 4</b>	\$ 16.964.123,73	\$ 14.054.938,23	\$ 2.909.185,50
<b>MES 5</b>	\$ 17.133.764,97	\$ 14.195.487,62	\$ 2.938.277,35
<b>MES 6</b>	\$ 17.305.102,62	\$ 14.337.442,49	\$ 2.967.660,12
<b>MES 7</b>	\$ 17.478.153,64	\$ 14.480.816,92	\$ 2.997.336,72
<b>MES 8</b>	\$ 17.652.935,18	\$ 14.625.625,09	\$ 3.027.310,09
<b>MES 9</b>	\$ 17.829.464,53	\$ 14.771.881,34	\$ 3.057.583,19
<b>MES 10</b>	\$ 18.007.759,18	\$ 14.919.600,15	\$ 3.088.159,02
<b>MES 11</b>	\$ 18.187.836,77	\$ 15.068.796,15	\$ 3.119.040,62
<b>MES 12</b>	\$ 18.369.715,14	\$ 15.219.484,11	\$ 3.150.231,02
<b>TOTAL AÑO 1</b>	\$ <b>208.820.092,69</b>	\$ <b>173.009.437,54</b>	\$ <b>35.810.655,15</b>
<b>TOTAL AÑO 2</b>	\$ <b>219.261.097,32</b>	\$ <b>181.659.909,42</b>	\$ <b>37.601.187,90</b>
<b>TOTAL AÑO 3</b>	\$ <b>230.224.152,19</b>	\$ <b>190.742.904,89</b>	\$ <b>39.481.247,30</b>
<b>TOTAL AÑO 4</b>	\$ <b>241.735.359,80</b>	\$ <b>200.280.050,13</b>	\$ <b>41.455.309,66</b>
<b>TOTAL AÑO 5</b>	\$ <b>253.822.127,79</b>	\$ <b>210.294.052,64</b>	\$ <b>43.528.075,15</b>

Tabla 25 Flujo de caja por años. Fuente: Creación propia

	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>UTILIDAD</b>
<b>MES 1</b>	\$ 31.663.868,00	\$ 26.233.816,50	\$ 5.430.051,50
<b>MES 2</b>	\$ 31.980.506,68	\$ 26.496.154,67	\$ 5.484.352,02
<b>MES 3</b>	\$ 32.300.311,75	\$ 26.761.116,21	\$ 5.539.195,54
<b>MES 4</b>	\$ 32.623.314,86	\$ 27.028.727,37	\$ 5.594.587,49
<b>MES 5</b>	\$ 32.949.548,01	\$ 27.299.014,65	\$ 5.650.533,37
<b>MES 6</b>	\$ 33.279.043,49	\$ 27.572.004,79	\$ 5.707.038,70
<b>MES 7</b>	\$ 33.611.833,93	\$ 27.847.724,84	\$ 5.764.109,09
<b>MES 8</b>	\$ 33.947.952,27	\$ 28.126.202,09	\$ 5.821.750,18
<b>MES 9</b>	\$ 34.287.431,79	\$ 28.407.464,11	\$ 5.879.967,68
<b>MES 10</b>	\$ 34.630.306,11	\$ 28.691.538,75	\$ 5.938.767,36
<b>MES 11</b>	\$ 34.976.609,17	\$ 28.978.454,14	\$ 5.998.155,03
<b>MES 12</b>	\$ 35.326.375,26	\$ 29.268.238,68	\$ 6.058.136,58
<b>TOTAL AÑO 1</b>	<b>\$ 401.577.101,32</b>	<b>\$ 332.710.456,81</b>	<b>\$ 68.866.644,51</b>
<b>TOTAL AÑO 2</b>	<b>\$ 421.655.956,39</b>	<b>\$ 349.345.979,65</b>	<b>\$ 72.309.976,74</b>
<b>TOTAL AÑO 3</b>	<b>\$ 442.738.754,20</b>	<b>\$ 366.813.278,63</b>	<b>\$ 75.925.475,57</b>
<b>TOTAL AÑO 4</b>	<b>\$ 464.875.691,91</b>	<b>\$ 385.153.942,56</b>	<b>\$ 79.721.749,35</b>
<b>TOTAL AÑO 5</b>	<b>\$ 488.119.476,51</b>	<b>\$ 404.411.639,69</b>	<b>\$ 83.707.836,82</b>

## 9.2 Costos y gastos

Las siguientes tablas proyectan el valor a invertir para llevar a cabo la implementación del proyecto.

*Tabla 26. Análisis de costos y gastos de la compañía. Fuente: Creación propia*

<b>COSTOS Y GASTOS</b>	
NOMINA	\$ 11.724.800,00
CONTADOR	\$ 1.400.000,00
<b>TOTAL NOMINA</b>	<b>\$ 13.124.800,00</b>
GASTOS FIJOS	\$ 30.000.000,00
GASTOS OPERACIONALES	\$ 6.997.000,00
AMORTIZACION PLAN IMPLEMENTACION	\$ 2.345.833,00
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$ 52.467.633,00</b>

*Tabla 27. Plan de implementación. Fuente: Creación propia*

<b>PLAN DE IMPLEMENTACION</b>	
COMPAÑÍA	\$ 63.989.404,00
MARKETING	\$ 8.250.000,00
FINANZAS	\$ 700.000,00
GESTION HUMANA	\$ 1.200.000,00
OPERACIÓN	\$ 2.300.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 76.439.404,00</b>



Tabla 28. Proyección financiera de la compañía. Fuente: Creación propia

PROYECCIÓN FINANCIERA				
	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Ingresos</b>	\$ -	\$ 803.154.203	\$ 899.532.707	\$ 1.007.476.632
<b>Costos</b>	\$ -	\$ 332.710.457	\$ 372.635.712	\$ 417.351.997
<b>Gastos</b>	\$ 84.450.000	\$ 332.710.457	\$ 372.635.712	\$ 417.351.997
	\$ 84.450.000	\$ 665.420.914	\$ 745.271.423	\$ 834.703.994
	\$ 84.450.000	\$ 137.733.289	\$ 154.261.284	\$ 172.772.638

VNP	\$ 265.562.584
TIR	52%
PRI	0,093481444

De acuerdo a la proyección realizada para este plan de negocio, se observa que para el VNP (Valor presente neto) respecto al flujo de caja proyectado por 3 años, se obtiene un VNP de \$265.562.584, lo que indica una maximización positiva de la inversión inicial.

Por otro lado, la TIR (Tasa interna de retorno) indica que de acuerdo al plan financiero proyectado a los tres años, habrá un retorno positivo de la inversión inicial, teniendo presente que este retorno es favorable debido a que los recursos para la financiación del proyecto son propios (inversionistas), de igual forma, es importante tener presente que esta valoración financiera, es una proyección con datos reales, pero a su vez no es 100 % confiable, ya que en el mercado hay muchos factores que pueden influir en la variación de esta proyección, debido a que el sector terciario en el cual es ubicado nuestro plan de negocio se ve sometido a variaciones cíclicas, de acuerdo a la

oferta y demanda del mercado el cual se puede ver afectado por tasas de interés, fluctuación del dólar, crecimiento del PIB y otros comportamientos financieros dentro de la administración de la empresa. En cuanto al PRI, (Periodo de recuperación de la inversión), se puede decir que esta será a corto plazo, pues se evidencia que los ingresos son relativamente altos comparados con la inversión inicial.

## 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana, R. (25 de 05 de 2016). *La mente maravillosa*. Obtenido de La mente maravillosa:  
<https://lamenteesmaravillosa.com/pintar-colores-estres-una-nueva-forma-relajarse/>
- Amazon. (S.f de S.f de S.f). *Amazon*. Obtenido de Amazon: [https://www.amazon.es/Simulador-realidad-bluetooth-smartphone-virtual/dp/B078RRDRXD/ref=sr\\_1\\_fkmr0\\_2?keywords=pistola+realidad+aumentada&qid=1568916118&refinements=p\\_n\\_age\\_range%3A1624878031&sr=8-2-fkmr0](https://www.amazon.es/Simulador-realidad-bluetooth-smartphone-virtual/dp/B078RRDRXD/ref=sr_1_fkmr0_2?keywords=pistola+realidad+aumentada&qid=1568916118&refinements=p_n_age_range%3A1624878031&sr=8-2-fkmr0)
- Antioquia, A. e. (S.f de S.f de 2017). *Antioquiadatos*. Obtenido de Antioquiadatos:  
<http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/2-3-proyecciones-de-poblacion-por-grupos-etareos-segun-sexo-en-los-municipios-de-antioquia-anos-2015-2016>
- Banco de la República. (S.f de S.f de S.f). *Banco de la República* . Obtenido de Banrep:  
<http://www.banrep.gov.co/es/politica-monetaria>
- Banrep. (S.f de S.f de S.f). *Banrep*. Obtenido de Banrep:  
[http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores\\_econ%C3%B3micos](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos)
- Cabrera, D. (01 de Septiembre de 2018). *RCN Radio*. Obtenido de  
<https://www.rcnradio.com/colombia/gobierno-implementara-politica-laboral-pese-disminucion-de-desempleo>
- CD, A. (21 de 05 de 2015). *Vida Extra*. Obtenido de Vida Extra:  
<https://www.vidaextra.com/hardware/gloveone-el-guante-para-tocar-y-sentir-la-realidad-virtual>
- COLCIENCIAS. (S.f de S.f de 2006). *Colciencias.gov*. Obtenido de Colciencias.gov:  
<https://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Creaxid. (29 de 06 de 2017). *Creaxid*. Obtenido de Creaxid: <https://www.creaxid.com.mx/blog/helmelt-vr-realidad-virtual-casco/>
- DANE. (2017). *boletín técnico microestablecimientos*. BOGOTA D.C: DANE.
- DANE. (2018). *Estadísticas vitales nacimientos y defunciones*. S.d: S.d.

*Datos Macro.com.* (2017). Obtenido de Datos Macro.com: <https://www.datosmacro.com/pib/espana>

*Destinos y planes.com.* (S.f de S.f de S.f). Obtenido de Destinos y planes.com:

<http://www.destinosyplanes.com/web/index.php/destinos/colombia/medellin-antioquia/item/190-san-antonio-de-pereira>

*Dogotuls.com.* (S.f de S.f de S.f). *Dogotuls.* Obtenido de Dogotuls.com:

<https://www.dogotuls.com.mx/media/Fichastec/PA4034.pdf>

*Ecología hoy.* (14 de 05 de 2014). Obtenido de Ecología hoy: <https://www.ecologiahoy.com/impacto-contaminante-de-los-aerosoles>

*El Colombiano.* (17 de 07 de 2019). *El Colombiano.* Obtenido de El Colombiano:

<https://www.elcolombiano.com/negocios/oriente-y-uraba-polos-de-crecimiento-economico-en-antioquia-BC11206575>

*El Colombiano.* (17 de 07 de 2019). *Oriente y Urabá, polos de crecimiento económico en Antioquia.*

Obtenido de El Colombiano: <https://www.elcolombiano.com/negocios/oriente-y-uraba-polos-de-crecimiento-economico-en-antioquia-BC11206575>

*El tiempo.* (25 de 09 de 2018). *Los primeros hallazgos que deja el censo poblacional.* Obtenido de El

Tiempo: <https://www.eltiempo.com/economia/sector-financiero/hallazgos-en-el-censo-de-poblacion-en-colombia-273266>

*Enciclopedia virtual.* (S.f de S.f de S.f). *Eumed.net.* Obtenido de Eumed.net: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html)

*endvawnow.* (03 de 01 de 2012). Obtenido de endvawnow: <http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>

Facultad Economía UNAM. (S.f). *Estudio técnico.* Ciudad de Mexico : S.d.

*Finanzas personales.* (S.f de S.f de S.f). *Finanzaspersonales.co.* Obtenido de Finanzaspersonales.co:

<https://www.finanzaspersonales.co/consumo-inteligente/articulo/estres-mal-empresas/47008>

García, L. (16 de 12 de 2017). *Con salud*. Obtenido de Con salud:

[https://www.consalud.es/saludigital/92/la-realidad-virtual-tambien-combate-el-estres-en-el-trabajo\\_45098\\_102.html](https://www.consalud.es/saludigital/92/la-realidad-virtual-tambien-combate-el-estres-en-el-trabajo_45098_102.html)

Garrido, H. (2017). España revive por los servicios, el único sector que recupera el empleo y PIB perdido en la crisis. *20 MINUTOS*.

Giovanni Reyes. (12 de Agosto de 2017). Economía Colombiana: La prevalencia de los sectores Servicios. *Portafolio.com*.

Herramientas 10. (S.f de S.f de S.f). *Herramientas10.Top*. Obtenido de Herramientas10.Top:

<https://herramientas10.top/mejores-sensores-de-movimiento/>

*IERED*. (S.f de S.f de S.f). Obtenido de [http://www.iered.org/miembros/ulises/representacion-ideas/Derechos-Autor/propiedad\\_intelectual\\_en\\_la\\_legislacion\\_colombiana.html](http://www.iered.org/miembros/ulises/representacion-ideas/Derechos-Autor/propiedad_intelectual_en_la_legislacion_colombiana.html)

Linio. (S.f de S.f de S.f). *Linio.com*. Obtenido de Linio.com: [https://www.linio.com.co/p/televisor-](https://www.linio.com.co/p/televisor-samsung-led-43-smart-tv-un43j5290akxzl-rzjl05?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=col-semun-spla&adjust_adgroup=41548991018&utm_term=tvaudiovideo&gclid=Cj0KCQjw-b7qBR)

[samsung-led-43-smart-tv-un43j5290akxzl-](https://www.linio.com.co/p/televisor-samsung-led-43-smart-tv-un43j5290akxzl-rzjl05?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=col-semun-spla&adjust_adgroup=41548991018&utm_term=tvaudiovideo&gclid=Cj0KCQjw-b7qBR)

[rzjl05?adjust\\_t=1zira0\\_f1h7ws&adjust\\_google\\_network=g&adjust\\_google\\_placement=&adjust\\_c](https://www.linio.com.co/p/televisor-samsung-led-43-smart-tv-un43j5290akxzl-rzjl05?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=col-semun-spla&adjust_adgroup=41548991018&utm_term=tvaudiovideo&gclid=Cj0KCQjw-b7qBR)

[ampaigh=col-semun-](https://www.linio.com.co/p/televisor-samsung-led-43-smart-tv-un43j5290akxzl-rzjl05?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=col-semun-spla&adjust_adgroup=41548991018&utm_term=tvaudiovideo&gclid=Cj0KCQjw-b7qBR)

[spla&adjust\\_adgroup=41548991018&utm\\_term=tvaudiovideo&gclid=Cj0KCQjw-b7qBR](https://www.linio.com.co/p/televisor-samsung-led-43-smart-tv-un43j5290akxzl-rzjl05?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=col-semun-spla&adjust_adgroup=41548991018&utm_term=tvaudiovideo&gclid=Cj0KCQjw-b7qBR)

Macías, H. A. (2018). *Panorama optimista en Colombia para 2019*. Medellín: S.d.

Macias, M. (07 de Abril de 2015). *Bevator.com*. Obtenido de Bevator.com:

<https://www.bevator.com/analisis-del-entorno-y-los-factores-externos-que-influyen-en-tu-modelo-de-negocio/>

Mazuera, J. M. (13 de 12 de 1998). *El tiempo*. Obtenido de El tiempo:

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-833057>

Mercado libre. (S.f de S.f de S.f). *Mercado libre* . Obtenido de Mercado libre:

[https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-781866407-mameluco-termico-nacional-tela-trucker-](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-781866407-mameluco-termico-nacional-tela-trucker-impermeable-)  
[impermeable-](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-781866407-mameluco-termico-nacional-tela-trucker-impermeable-)

\_JM?searchVariation=35457430572&quantity=1#position=9&type=item&tracking\_id=255a6150-c989-4801-8a50-76f5691bd571

Min Ambiente. (19 de 07 de 2013). *Ministerio del medio ambiente*. Obtenido de Ministerio del medio ambiente: <http://www.minambiente.gov.co/index.php/normativa/leyes>

Moreno, X. H. (06 de Marzo de 2016). *Alcaldía de Bogotá*. Obtenido de <http://www.bogota.gov.co/content/temas-de-ciudad/cultura-y-recreacion/estos-son-los-requisitos-para-pintar-grafitis-en-bogota>

Ojeda, D. (25 de Mayo de 2018). Colombia, el séptimo país más preparado en materia tecnológica de América Latina. *El Espectador*, págs. <https://www.elespectador.com/tecnologia/colombia-el-septimo-pais-mas-preparado-en-materia-tecnologica-de-america-latina-articulo-790656>.

Opere, M. (S.f de S.f de S.f). *Grupo PYA*. Obtenido de Grupo PYA: <https://blog.grupo-pya.com/impacto-del-estres-laboral-consecuencias-personas-empresas/>

Pau, A. (09 de 09 de 2018). *Página siete*. Obtenido de Página siete: <https://www.paginasiete.bo/gente/2018/9/9/la-terapia-de-romperlo-todo-para-liberar-el-estres-193212.html#!>

Portafolio. (2018). Retos en ciencia y tecnología para Colombia en su ingreso a la Oede. *Portafolio*.

Publirreportaje. (11 de 11 de 2017). Emprendimiento en Colombia, la nueva fuerza de sostenibilidad. *El Tiempo*.

Red Cultural del Banco de la República en Colombia. (s.f de s.f de 2000). *Sectores Económicos*. Obtenido de Enciclopedia BanRepcultural:

[http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores\\_econ%C3%B3micos](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos)

Red Cultural del Banco de la República en Colombia. (s.f de s.f de 2000). *Sectores Económicos*. Obtenido de Banrepcultural:

[http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores\\_econ%C3%B3micos](http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos)

Revista Portafolio. (2018). Ligera sorpresa alcista en PIB del tercer trimestre. *Revista Portafolio*.

Schenker technologies. (S.f de S.f de S.f). *Schenker technologies*. Obtenido de Schenker technologies:

<https://bestware.com/en/oculus-rift-s.html>

Target. (S.f de S.f de S.f). *Target*. Obtenido de Target: [https://www.target.com/p/xbox-one-wireless-](https://www.target.com/p/xbox-one-wireless-controller-white/-/A-51313062)

[controller-white/-/A-51313062](https://www.target.com/p/xbox-one-wireless-controller-white/-/A-51313062)

Tom's Hardware. (S.f de S.f de S.f). *Tom's Hardware*. Obtenido de Tom's Hardware:

<https://www.tomshardware.com/news/finch-shift-mobile-motion-controllers,33357.html>

Travelgrafia. (S.f de S.f de S.f). *Travelgrafia*. Obtenido de Travelgrafia:

<https://travelgrafia.co/blog/guatape-piedra-del-penol/>

## 11. ANEXOS

## Anexo A. Entrevista realizada a la población del Oriente Antioqueño



COMERCIO EXTERIOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

Un estudio de mercados es realizado con el fin de analizar la viabilidad de ofrecer una nueva forma de entretenimiento en el Oriente Antioqueño. Esta encuesta está dirigida a todo tipo de personas mayores de 14 años y que no pase los 60 años de edad. Por lo anterior, se le solicita comedidamente responder las siguientes preguntas.

Ocupación: \_\_\_\_\_  
Lugar de residencia: \_\_\_\_\_  
Género: Femenino \_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_  
Rango de edad: 14 a 30 años \_\_\_\_ 31 a 45 años \_\_\_\_ 46 a 60 años \_\_\_\_

1. ¿Considera que actualmente las personas se mantienen más agotadas y/o cansadas que hace cinco años?  
a) Si \_\_\_\_ b) No \_\_\_\_
2. ¿Cuál es el día de la semana en el cual se siente más cansado o agotado? Seleccione varios días si es el caso.  
a) Lunes \_\_\_\_ b) Martes \_\_\_\_ c) Miércoles \_\_\_\_ d) Jueves \_\_\_\_  
e) Viernes \_\_\_\_ f) Sábado \_\_\_\_ g) Domingo \_\_\_\_ h) Todas las anteriores \_\_\_\_
3. ¿Con cuáles formas de entretenimiento cree usted que cuenta el Oriente Antioqueño?  
a) Parques de diversiones b) Lugares ecológicos c) Escenarios deportivos d) Todas las anteriores \_\_\_\_  
Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
4. ¿Considera el entretenimiento parte importante del día a día del ser humano?  
a) Si \_\_\_\_ b) No \_\_\_\_
5. ¿Cuáles son las horas del día preferidas por usted para divertirse, liberar tensión y estrés?  
a) Mañana \_\_\_\_ b) Tarde \_\_\_\_ c) Noche \_\_\_\_ d) Todas las anteriores
6. ¿Cuál de las opciones que se presentan a continuación preferiría escoger a la hora de divertirse con el fin de liberar tensión y estrés?  
a) Romper lozas, botellas y electrodomésticos en desuso \_\_\_\_ b) Pintar paredes \_\_\_\_  
c) Jugar con realidad virtual \_\_\_\_ d) Ninguna de las anteriores \_\_\_\_
7. en caso de usted haber elegido una de las opciones anteriores. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para que se le permitiera realizar una de estas?  
a) Entre 20.000\$ y 40.000\$ \_\_\_\_ b) Entre 40.000\$ y 60.000\$ \_\_\_\_ c) Entre 60.000\$ y 80.000\$ \_\_\_\_  
d) No aplica \_\_\_\_
8. ¿A qué se dedica en los tiempos libres?  
\_\_\_\_\_
9. ¿Qué forma de entretenimiento considera que le hace falta a la región del Oriente Antioqueño?  
\_\_\_\_\_

Muchas gracias por su colaboración.



## Anexo B: Características del oculus rift

Itemized Components	Manufacturer Name	Description	Tc
<b>HEADSET</b>			
<b>Display</b>			
AMOLED (x2)	SAMSUNG DISPLAY CO LTD	3.51" Diagonal, AMOLED, LTPS, 1200 x 1080, N/T, Pentile Matrix, 12.2g	
<b>Processor ICs</b>			
RF System-on-Chip	NORDIC SEMICONDUCTOR ASA	RF SoC, 2.4GHz RF Transceiver, 32-Bit ARM Cortex-M0 Core CPU, 128KB Flash, 16KB RAM, 8-Channel 10-Bit ADC, 31 I/Os	
Microcontroller	ST MICROELECTRONICS	MCU, 32-Bit, ARM Cortex-M0 Core, 48MHz, 128KB Flash & 16KB SRAM, 16-Channel 12-Bit ADC, 87 GPIOs	
<b>Memory</b>			
Flash	WINBOND ELECTRONICS CORP	Flash, NOR, 64Mb, SPI	
EEPROM	ST MICROELECTRONICS	EEPROM, 64Kb, I2C Serial Interface	
EEPROM	ON SEMICONDUCTOR	EEPROM, 1Kb, Serial	
<b>User Interface ICs</b>			
Audio	C-MEDIA ELECTRONICS INC	USB Audio Controller, Single Chip, USB 2.0 Full Speed, w/ Integrated Dual DAC & Headphone Amplifier, I2C Interface, 8 GPIOs	
LED Driver (x3)	TEXAS INSTRUMENTS INC	LED Driver, 16-Channel, 12-Bit Grayscale PWM Control, Serial Interface	
USB Hub Controller	CYPRESS SEMICONDUCTOR CORP	USB Hub Controller, USB 3.0, 4-Port, Integrated ARM Cortex-M0, 16KB RAM & 32KB ROM, w/ Battery Charging, I2C Interface	
HDMI-to-MIP Converter	TOSHIBA SEMICONDUCTOR	Interface IC, HDMI(R) to MIP(R) Dual DSI Converter, HDMI 1.4 Input, MIPI DSI 4 lanes, Audio Output Interface, I2C Interface	
<b>Power Management ICs</b>			
Regulator (x3)	ON SEMICONDUCTOR	Regulator, DC-DC Converter, Step-Down, Adjustable, 1A, 1.7MHz	
Regulator	ANALOG DEVICES INC	Regulator, LDO, -2.5V, -200mA, Low Noise	
Load Switch (x2)	ON SEMICONDUCTOR	Load Switch, Integrated P-Channel MOSFET, 1.5A, w/ Auto-Discharge Path	
Regulator (x2)	TEXAS INSTRUMENTS INC	Regulator, DC-DC Converter	
Regulator	RICOH CO LTD	Regulator, DC-DC Converter, Step-Up, Adjustable, 700mA, 1.2MHz, w/ 23V OVP Threshold	
Overvoltage Protection	RICOH CO LTD	Overvoltage Protection Switch, 29V, w/ Voltage Suppressor	
<b>Sensors</b>			
IR Emitter (x44)	VISHAY INTERTECHNOLOGY INC	IR Emitter	
Accelerometer / Gyroscope	BOSCH SENSORETEC GMBH	Accelerometer / Gyroscope, 6-Axis, 12-Bit Accelerometer, 16-Bit Gyroscope, $\pm 2g/\pm 4g/\pm 8g/\pm 16g$ , $\pm 2000\text{degree/s}$ , Digital Output	
Microphone	GOERTEK INC	Microphone Element, MEMS, Analog	
<b>Misc. Electronics</b>			
		Discrete Semis, Passives, LEDs, etc.	
<b>Electromechanicals</b>			
		Printed Circuit Boards, Connectors, Loudspeakers	
<b>Mechanicals</b>			
		Plastics, Metals, Hardware, Misc.	
<b>SENSOR</b>			
<b>Processor ICs</b>			
RF System-on-Chip	NORDIC SEMICONDUCTOR ASA	RF SoC, 2.4GHz RF Transceiver, 32-Bit ARM Cortex-M0 Core CPU, 128KB Flash, 16KB RAM, 8-Channel 10-Bit ADC, 31 I/Os	
Webcam Controller	ETRON TECHNOLOGY INC	Webcam Controller, USB 3.0, Parallel x 2 or MIPIx2, Full HD 1080P x 1 / HD 720P x 2, 3D Output	
<b>Memory</b>			
EEPROM	ON SEMICONDUCTOR	EEPROM, 32Kb, I2C Interface	
<b>Power Management ICs</b>			
Regulator (x2)	ON SEMICONDUCTOR	Regulator, DC-DC Converter, Step-Down, Adjustable, 1A, 1.7MHz	
Regulator	ST MICROELECTRONICS	Regulator, LDO, Adjustable, 300mA, Low Noise	
Regulator	ST MICROELECTRONICS	Regulator, LDO, 1.8V, 300mA, Low Noise	
Overvoltage Protection	RICOH CO LTD	Overvoltage Protection Switch, 29V, w/ Voltage Suppressor	
<b>Sensors</b>			
Camera		IR Camera Module, 4P Lens (Contains On Semiconductor Aptina Image	
<b>Misc. Electronics</b>			
		Discrete Semis, Passives, LEDs, etc.	
<b>Electromechanicals</b>			
		Printed Circuit Boards, Connectors, Loudspeakers	
<b>Mechanicals</b>			
		Plastics, Metals, Hardware, Misc.	
<b>REMOTE</b>			
<b>Processor ICs</b>			
RF System-on-Chip	NORDIC SEMICONDUCTOR ASA	RF SoC, 2.4GHz RF Transceiver, 32-Bit ARM Cortex-M0 Core CPU, 128KB Flash, 16KB RAM, 8-Channel 10-Bit ADC, 31 I/Os	
<b>Misc. Electronics</b>			
		Discrete Semis, Passives, LEDs, etc.	
<b>Electromechanicals</b>			
		Printed Circuit Boards, Connectors, Loudspeakers	
<b>Mechanicals</b>			
		Plastics, Metals, Hardware, Misc.	

Anexo 2. Características oculus rift, Fuente: Schenker technologies

*Cualquier reproducción parcial o total del presente documento sin previa autorización de sus autores se considerará como violación al derecho de autor y será sancionado conforme la ley colombiana.*