



# **CREA RECREACIÓN**

**TRABAJO DE GRADO  
CREACIÓN DE EMPRESA**

**Responsables:**

Karen Lizeth León Ladino  
Johan Eduardo Martínez González

**Asesor:**

Wilson Fernando García Castellanos

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
**Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación**  
**Bogotá D.C.**  
**2019**

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	6
LOGO.....	8
SLOGAN .....	9
MISIÓN .....	10
VISIÓN .....	10
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA .....	11
MARCO REFERENCIAL .....	12
INVESTIGACIÓN.....	14
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO .....	14
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR .....	17
CAPITULO III: CANALES .....	18
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES .....	22
CAPITULO V: INGRESOS .....	24
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES .....	30
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES.....	35
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES .....	37
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS.....	39
CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO .....	44
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO .....	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48



## Índice de ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1 LOGO CREA RECREACIÓN .....	8
ILUSTRACIÓN 2 MAPA DE BOGOTÁ .....	14
ILUSTRACIÓN 3 LIENZO MODELO DE NEGOCIO.....	47



## Índice de tablas

TABLA 1 VALOR HORA POR EMPLEADO DE PLANTA.....	24
TABLA 2 VALOR UNITARIOS DE COSTOS.....	24
TABLA 3 VALOR DEL SERVICIO.....	24
TABLA 4 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	25
TABLA 5 PROYECCIÓN INGRESOS.....	26
TABLA 6 FLUJO DE CAJA.....	29
TABLA 7 RECURSOS CLAVE.....	34
TABLA 8 COSTOS FIJOS.....	39
TABLA 9 MANO DE OBRA.....	40
TABLA 10 COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN.....	41
TABLA 11 CRÉDITO LIBRE INVERSIÓN.....	41
TABLA 12 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS.....	42
TABLA 13 AMORTIZACIÓN ACTIVOS INTANGIBLES.....	42
TABLA 14 COSTOS VARIABLES.....	43
TABLA 15 MARGEN DE DISTRIBUCIÓN.....	43
TABLA 16 INVERSIÓN INICIAL.....	45
TABLA 17 VAN (VALOR ACTUAL NETO).....	45
TABLA 18 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO).....	46



## Índice de gráficos

GRAFICO 1 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	26
GRAFICO 2 PROYECCIÓN DE INGRESOS .....	27
GRAFICO 3 PROYECCIÓN FLUJO DE CAJA .....	30
GRAFICO 4 COMPOSICIÓN COSTOS FIJOS.....	39



## INTRODUCCIÓN

CREA Recreación, es una idea de negocio que parte de la necesidad de la formación del desarrollo humano, a través del aprendizaje experiencial y facilitando procesos de cambios enfocados en el ser. Se cuenta con un programa que recibe por nombre “Experiencia Lúdica Activa” y que tiene por objetivo, dar cumplimiento a la reglamentación del ministerio de trabajo y la inclusión de las pausas activas con el objetivo de promover la actividad física como hábito de vida saludable, todo esto desarrollado a través de programas de aprendizaje experiencial que involucren la lúdica como pilar fundamental en el desarrollo de actividades. Para abordar el campo metodológico del programa, definiremos brevemente los conceptos de aprendizaje experiencia, lúdica y pausas activas.

El aprendizaje experiencial como campo de inclusión académico y laboral, ha generado una consolidación en la tendencia educativa frente al cambio social debido a su progreso alcanzado en el aprendizaje autónomo y la utilización de pedagogías y metodologías didácticas que fomenten las competencias individuales y colectivas en los individuos, así lo define la autora Romero, M. (2010). Frente a esta metodología se puede definir la importancia de su aplicación debido a los aportes significativos frente a las nuevas formas de enseñar y aprender que permiten la promoción del desarrollo de competencias que produce el aprendizaje experiencial. Smith (2001), citado por Romero, M. (2010), explica que una de las características principales del aprendizaje experiencial es que este tipo de metodologías, permiten involucrar al individuo en una interacción directa con lo que se quiere estudiar, partiendo de un punto central que es la experiencia vivida. Es decir, el sujeto aprende a través de las prácticas ejecutadas, de tal forma que se permita una potencialización formativa en el aprendizaje de lo que se quiera enseñar.

Por otro lado, la lúdica hace parte del componente inherente del ser humano y su trascendencia, dentro de la existencia connatural de las prácticas diarias que se han relacionado con el componente juego. Dentro del contexto que abarca el término de



la lúdica, el autor Jiménez (1998), citado por Posada, R. (2014), explica que la lúdica está ligada a la cotidianidad, especialmente a la búsqueda del sentido de la vida y a la creatividad humana. Tras esta afirmación se va dando así cabida a la importancia de la implementación de la lúdica en cada uno de los procesos relacionados a la formación del ser y potencializar los procesos de aprendizaje de manera autónoma y creativa.

Continuando con el abordaje metodológico de este proyecto, aparece un concepto importante y que preocupa al ámbito empresarial y es el hecho de comprender la necesidad de implementar un programa de estilo de vida saludable que beneficie a los funcionarios de la organización, de tal forma que permita una ruptura de la brecha laboral frente a la carga que se genera diariamente. Es importante resaltar que los autores Castro, E., Múnera, J., Sanmartín, M., Valencia, N., y González E., (2011) explican que actualmente los trabajadores se ven enfrentados al cumplimiento de una jornada laboral que oscila entre las ocho y las doce horas diarias, generando así una carga física, psicológica, cognitiva y de interacción social, que puede catalogarse como factores de riesgo. Como consecuencia de dicho lo anterior, el autor Idrovo (2003), citado por Castro, E. y Col. (2011), explica que las enfermedades ocupacionales en Colombia entre 1985 y 2000, aumentan significativamente con el correr de los años, produciéndose así una alteración en el sistema músculo esquelético del individuo.

Partiendo de este contexto en Colombia aparece un término llamado “Pausas activas”, en el cual el ministerio de salud, lo explica como:

Aquellas sesiones físicas, desarrolladas en el entorno laboral que incluyan una adaptación física cardiovascular, fortalecimiento muscular y mejoramiento de la flexibilidad buscando reducir el riesgo cardiovascular y las lesiones musculares por sobre uso asociados al desempeño laboral. Las Pausas Activas serán una forma de promover la actividad física, como hábito de vida



saludable, por lo cual se deben desarrollar programas educativos sobre la importancia y los beneficios de la actividad física regular.

Dicho lo anterior se puede deducir, que la implementación de este tipo de pausas activas debe estar relacionado al cambio de hábitos de estilo de vida saludable en los individuos y el mejoramiento de condiciones desfavorables presentes en el ámbito laboral. Partiendo de esto, se puede decir que, a nivel empresarial, uno de los aportes más significativos que trae consigo el aprendizaje experiencial, es el mejoramiento del clima organizacional, entendiéndose este concepto como “el ambiente generador de las emociones de los miembros de un grupo u organización”, tal como lo explica Celis, P. (2014), citado por Guillermo, G. (2007). Dentro de los objetivos primordiales que se espera de la relación entre aprendizaje experiencial y clima organizacional, se encuentra el desarrollo de aptitudes y habilidades, que fortalezcan el crecimiento personal a través del aprendizaje, todo esto en pro de potencializar las habilidades de grupos laborales que permitan un mejoramiento significativo en el ámbito laboral.

## LOGO



**Ilustración 1** Logo CREA Recreación



El logo de nuestra idea de negocio está diseñado con el objetivo de realizar una ambientación natural del trabajo en equipo, a través de la conexión de actividades que potencialicen la formación del ser y el desarrollo de desafíos personales, para la interacción del bienestar individual y colectivo.

Dentro de las teorías que se tienen referentes al uso del color de los logos empresariales, podemos decir que los autores Labrecque & Milne (2010), citados por Segura, N. (2016) hacen una relación significativa al color verde con la naturaleza y seguridad, fortaleciéndolo a través de la conexión con el aire libre (Outdoors). Explicando el punto de partida de nuestra idea de negocio, basada en la interacción del ser humano y el componente significativo del medio ambiente, con el uso de metodologías y materiales que preserven y cuiden el medio ambiente. De igual manera los autores Madden, Hewett, & Roth, (2000), citados por Segura, N. (2016) hacen una relación al color verde por ser pacífico, gentil, tranquilizante y placentero.

## **SLOGAN**

**“TRANSFORMANDO VIDAS DE MANERA SIGNIFICATIVA”**

CREA Recreación es una idea de negocio que, transformará vidas de manera significativa, porque cada propuesta se encuentra desarrollada con la más alta calidad y con los materiales pertinentes, de tal forma que se permita fortalecer el programa de EXPERIENCIA LÚDICA ACTIVA, potencializando el mejoramiento del clima organizacional a través de actividades diferentes y únicas que reten al sujeto a superar diferentes situaciones que se puedan presentar durante la actividad y que lo pueda relacionar a su diario vivir. Cabe resaltar que, a través de este tipo de actividades, se está promoviendo la actividad física, como un hábito de vida saludable en pro del bienestar individual de la persona.



## **MISIÓN**

Somos una entidad que busca reconocer y valorar el desarrollo humano por medio de procesos que impacten a la creatividad y a las habilidades de las personas de una manera positiva e interactiva, en el sector administrativo y contable a través del programa EXPERIENCIA LÚDICA ACTIVA, logrando así el aprendizaje y el desarrollo personal y social.

Esta idea de negocio espera brindar un servicio que permita el mejoramiento del clima organizacional a través de actividades saludables, que involucren la actividad física como pilar fundamental del movimiento de la persona y el bienestar individual del ser.

## **VISIÓN**

Para el 2024, CREA Recreación espera estar posicionada como una de las empresas líderes en el mercado de la recreación, que busque fortalecer los valores y desarrollo humano del ser, a través de actividades y metodologías innovadoras que sustente la recreación como un campo social y necesario en las entidades organizacionales del sector administrativo y contable; De igual manera se espera utilizar este tipo de metodologías a través de actividades que involucren el movimiento y la actividad física en las personas, para que comprendan la importancia de implementar hábitos de vida saludables en su diario vivir.



## **FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA**

La universidad Santo Tomas, dentro de sus pilares fundamentales, busca la formación integral del ser humano a través del perfil profesional tomasino, de tal forma que se enfrente al mundo a través de un comportamiento crítico y creativo que fortalezcan el desarrollo personal y mejora del entorno social a través de las practicas desarrolladas, en la diferentes poblaciones a las que tiene que acudir el profesional en cultura física, deporte y recreación.

A través de los aprendizajes adquiridos en la universidad Santo tomas y la formación personal desarrollada en esta misma institución, queremos brindar un aporte social y formativo en los grupos laborales, logrando así, no sola una disminución del sedentarismo y aumento de actividad física en los participantes, sino también un mejoramiento en las relaciones personales, que fortalezcan el bienestar individual y colectivo, con respuesta al mejoramiento del clima organizacional.

Crea Recreación, es una empresa que se dedica a la atención del público y busca competir de manera leal frente a la formación de la persona, desarrollada a través de la metodología de aprendizaje experiencial, vinculándolo al componente lúdico que radica en el disfrute y bienestar del ser, de tal forma que su resultado se vea reflejado en la formación integral del participante y el cumplimiento de necesidades establecidas por la organización.



## MARCO REFERENCIAL

Este proyecto se centra en la necesidad de fortalecer el clima organizacional en el sector administrativo y contable., frente al componente de la metodología de educación experiencial, vinculado a través de la recreación como campo social, por tanto, es importante tener algunos de los conceptos más importantes dentro del proyecto.

Al respecto, Mesa (2004), dice:

La recreación como actividad social general, producto mutante de las culturas a todo lo largo y ancho de la historia humana, Es una actividad que complementa y completa las otras dos grandes actividades sociales, la educación y el trabajo, en torno a las cuales circulan, se construyen y reconstruyen las restantes actividades culturales y sociales (Leontiev, 1982 en Mesa 1977). La recreación como práctica general corresponde entonces tanto al legado de las tradiciones como a las más recientes creaciones tecnológicas que desde lo sociocultural actúan en el plano de lo simbólico. En la actividad recreativa general identifiqué tres grandes núcleos problemáticos que se constituyen en objetos de investigación: A) lo contemplativo o del espectáculo y lo trascendental del Ser B) lo festivo C) Lo lúdico o de los juegos y D). Los lenguajes lúdico-creativos. (p. 2)

Mientras que Cardona (1999) nos dice:

Un fenómeno social que promueve y desarrolla valores de superación y conquista personal, de comunicación y promoción de la vida social, de la alegría y estados de buen humor, de descanso, y de la salud física y mental; dichos valores satisfacen las necesidades emocionales, sociales, intelectuales y físicas. (p.69)



Mora (1976) lo define “Un modo de hacer, una manera de vivir, una forma de ser que se apodera del ser humano, que se identifica con él, que lo realiza o que le permite un cierto grado de éxito personal que le satisface plenamente” (p.52).

La educación experiencial siendo la metodología representativa de la corporación REMA necesitamos conocer su definición como concepto según algunos autores. Gutiérrez (2011) dice:

El aprendizaje experiencial existe como una forma particular de aprendizaje distinguida por el papel central que la experiencia juega en el proceso de aprendizaje. Como analizaremos posteriormente, este modelo supone que para aprender algo se debe trabajar o procesar la información que se recibe. (p.6)

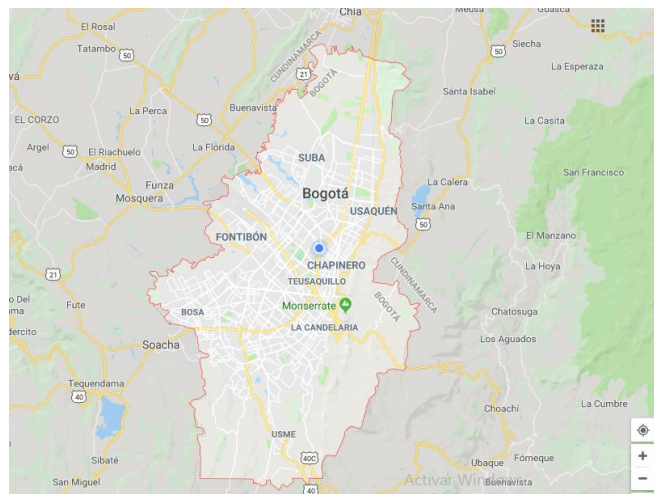
La metodología de la educación experiencial se ha procesado con gran vehemencia con el paso de los años y en la actualidad ya tiene todo un concepto metódico de utilidad “En los últimos años, se ha avanzado considerablemente en la comprensión acerca de cómo el cerebro trabaja y se asume la existencia de distintos estilos de aprendizaje. Teniendo en cuenta estos conocimientos, los resultados de diversas investigaciones sugieren que sería muy interesante despertar y potenciar en los sujetos, la capacidad de aprovechar su experiencia y su interacción con el medio para aprender” (Romero, 2010, pág. 6).



# INVESTIGACIÓN

## CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

- **Geografía:** Ciudad de Bogotá DC localizada en el departamento de Cundinamarca/Colombia.



**Ilustración 2** Mapa de Bogotá

- **Micro Localización**  
Zona norte, enfocados en las localidades de Usaquén, Chapinero, Barrios Unidos, Engativá y Suba, basados en los barrios más conocidos como los rosales, chico norte, el nogal y también aquellos que las grandes empresas comerciales estén ubicadas en estas zonas de Bogotá.  
Nosotros como tal estaremos ubicados en la carrera 8ª #163b-75 cerca al hospital Simón Bolívar, donde podrán encontrar nuestra oficina personal, de igual forma debemos considerar que nosotros buscaremos nuestras entidades.



- **Clientes potenciales**

Los clientes potenciales de acuerdo al programa, Experiencia Lúdica Activa, va dirigido a todas aquellas personas en la cual podemos encontrar en una organización o empresa ya sea nacional o internacional que pertenezcan al área contable y administrativa, donde en su tiempo de trabajo estén en una oficina sin la posibilidad de hacer actividad física o cualquier medio de disfrute activo.

- **Demografía**

Nuestra empresa quiere acoger a personas de clase media y alta, con estratos socioeconómicos entre 2,3,4 y 5, ya sean mujeres y hombres, entre las edades de 18 a 60 años que estén dispuestos a participar de una forma recreativa y creativa en su trabajo, por lo tanto ofrecemos estrategias para aquellos empresarios que quieran brindarle un ambiente activo y enriquecedor a sus empleados de tal forma que todas las actividades se realicen dentro de la empresa, sin la necesidad de estar desplazándose o incrementar el riesgo de peligro para el usuario de la organización.

- **Psicográfica**

Nuestra propuesta de mercado va enfocada a todo el sector administrativo y contable que cuenten con un organización empresarial y comercial, en donde nuestro objetivo se han profesionales, técnicos y estudiantes que quieren irse por la rama laboral administrativa y empresarial, es por esto que nuestra empresa comenzará estableciéndose en la ciudad de Bogotá, donde se buscará organizaciones tanto internacionales como nacionales que quieren enriquecer con el desarrollo humano y profesional a sus empleados, brindándoles nuevas estrategias de adherencia y continuidad hacia la persona, brindándoles espacios donde desarrollan sus pausas actividad de una manera de aprendizaje indoor.



Por lo tanto, estas personas deben contener aptitudes y actitudes similares para la satisfacción de sus deseos y con esto la elaboración de programas enfocados a fortalecer sus capacidades laborales, creando ambientes cómodos y óptimos en el trabajo, con el desarrollo de estrategias y características especiales en cada componente de aprendizaje, creando una secuencia y un programa.

Dicho esto, se quiere comenzar a impactar con empresas cuyos nombres sean representativas para el país, por ejemplo: Innovar Consultores y Auditores SAS, Asecorp Asesorías Tributarias Contables y Financieras, CoreConta, Castillo y Asociados Contadores y Asesores Contables, entre otras, en algunos casos buscaremos alianzas para realizar la continuidad del proyecto y así establecernos laboralmente, estas empresas en su mayoría cuentan con 20 a 300 empleados, logrando crear procesos en donde se dividan en subgrupos y así realizar un buen trabajo con los empleados, debemos tener en cuenta que cada factor empresarial no es el mismo y sus acciones varían, es por esto que debemos realizar varios paquetes y programas para que nuestro ambiente sea innovador y único para la empresa que estamos trabajando.



## **CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR**

La organización CREA RECREACIÓN, en su primera instancia ofrece un programa llamado experiencia lúdica activa, logrando una propuesta innovadora y creativa para el ámbito laboral, ya que este satisface necesidades tanto intrínsecas como extrínsecas de las personas, colocando en su máximo esplendor el desarrollo humano, personal, grupal y social, caracterizándonos por la utilización del aprendizaje autónomo y la utilización de metodologías basadas en la educación experiencial.

Por otra parte, también incluiremos un portafolio lleno de talleres y propuestas recreativas y vivenciales, en las cuales serán orientados de acuerdo a un objetivo o el objetivo que la empresa quiera trabajar, es decir, trabajo en equipo, confianza, motivación, posicionamiento de marca, liderazgo, entre otros.

Dado esto, crear una oportunidad de adherencia hacia los programas y talleres ofrecidos, logrando establecer una planificación y una organización con la empresa que nos contrata, para acompañarla en procesos administrativos en diferentes momentos que ella lo requiera, aportando hacia las necesidades de los trabajadores y todo esto permitido por la ley de trabajo y el reglamento del ministerio de trabajo, donde involucra realizar actividades para los empleados que impliquen actividad física y recreación.



## **CAPITULO III: CANALES**

Los canales son determinados, por la relación entre nuestra empresa con los clientes o las personas que queremos impactar laboralmente o también es aquella fuente en cómo nos comunicamos efectivamente para llegar y promocionar nuestra propuesta.

Según Gómez (2014) los canales de distribución los define como “una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.” Es decir que son una serie de herramientas que se emplean para hacer llegar al consumidor el servicio a prestar.

Es por esto por lo que comenzamos preguntándonos cuales serían los canales más efectivos para la buena relación y ejecución de nuestra propuesta innovadora, por lo tanto, decimos que:

**Distribución:** Es la forma de cómo la empresa prestadora de servicios basada en la educación directa vivencial y tomando el campo de la recreación, requerimos de atracción de clientes dándole a conocer lo que somos y lo que hacemos con un atractivo servicio que será nuestra propuesta de valor.

### **Fases:**

#### **Percepción e información:**

Para brindar una mayor percepción empresarial y de igual forma elevar la información de nuestra empresa, es importante establecer relaciones estratégicas con el medio social y con diferentes compañías publicitarias que logren destacar los componentes y nuestras propuestas, dicho esto, desarrollaremos diferentes métodos de alianzas y estrategias que logren dar una apertura a lo que se va a ofrecer.

Entre estos contamos con el uso de las herramientas tecnológicas, que, por bien visto, ya es un medio que se debe tener en cuenta para todo mercador, donde las relaciones cliente y empresa son más factibles por páginas web, telefonía celular, aplicaciones y



más importante correos y redes sociales dando la información más relevante y sobre todo con publicaciones y actualizaciones de nuestros programas.

Por otro lado también se contara con visitas empresariales a esos lugares en donde queremos impactar, llevando la información más pertinente y realizando una breve exposición a lo que nosotros somos y que oportunidades y desarrollos, logran con nuestros programas, por lo tanto: se contara con tres pilares fundamentales que son: el primero, generalidades e información de nuestra empresa, segundo, programas y actividades enfocadas a diferentes objetivos que las empresas mayormente requieren y tercero y último, información de contactos, páginas web y correos para que se puedan comunicar con nosotros.

También y muy importante es darles la información en donde vamos a estar ubicados, nuestros objetivos y como vamos a desarrollar nuestras intervenciones hacia nuestros clientes. A partir de lo anterior se buscará tomar los datos de las personas interesadas en nuestros programas y con estos datos llamarlos y brindarle una mejor información y diseñar planes y hacer mercadeo telefónico con el cliente.

Por otro lado, también es importante nuestra imagen corporativa:

**Marca, logo y slogan:**



## **Evaluación**

Este factor es muy importante ya que con esto se toman medidas de mejoramiento para nuestra empresa y así fortalecer cada aspecto funcional, estructural y administrativo, por lo tanto, se realizarán una serie de llamadas y encuestas para evaluar si la información del producto fue clara y si ha dado frutos a partir de la gente que los puso en práctica o la empresa que nos contrató y así tomar esas sugerencias para mejorar el servicio día a día y así posicionarnos más en el mercado.

Por lo tanto, contaremos con lo siguiente:

- Encuestas de satisfacción.
- Llamadas.
- Toma de datos mediante la elaboración de los talleres.
- Seguimiento de redes sociales.
- Evaluación del rendimiento de la empresa.
- Buzón de sugerencias.

## **Compra**

Contaremos con muchas facilidades de pago, desde pago en efectivo, virtual o a cuotas, esto se puede manejar desde una plataforma virtual o de manera presencial, de igual forma se subirá información de descuentos y promociones para aquellos que estén interesados en nuestros programas.

## **Entrega**

Teniendo en cuenta el tipo de servicio que ofrecemos, solo se podrá hacer entrega del servicio de forma presencial y directa con el cliente y sus usuarios, ya que como se maneja toda la parte de interacción y trabajo vivencial, por lo tanto, apenas adquieran



nuestros productos y se realice el pago y se concluyan que se debe fortalecer en la empresa administrativa y contable, se entregará una planeación y una organización de equipos para ejecutar lo más productivamente nuestro trabajo.

### **Post-Venta**

Se organizará una visita mensual post actividad y taller realizado para revisar y verificar que el objetivo se haya cumplido, de igual forma mediante las actividades tomaremos iniciativa en diagnosticar el grupo y después del trabajo realizado se ofrecerá otra estrategia para reforzar a un más el trabajo empresarial, de igual forma, no se perderá el contacto de la empresa dándole la oportunidad de conocer nuevos programas para su utilización.

Finalizando nuestra intervención hacia la población trabajada, les daremos un recordatorio de todas las vivencias trabajadas, y esto mediante un video que haga destacar los momentos más destacados en los cuales las personas se sintieron más alegres, activas, donde se pudo trabajar los valores y el objetivo que se quería dar a demostrar, por lo tanto, es un valor agregado donde es un gusto para los usuarios.



## **CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

Esta parte es muy importante para establecer una buena relación con los clientes, ya que por bien dicho, algunas veces se establece que el cliente tiene la razón o que el cliente es la parte fundamental de la empresa, por lo tanto es aquel que debemos cuidar y proteger para que nuestra empresa pueda crecer y ser altamente demandada en el mercado, es por esto que comenzamos estableciendo que en la capital de Bogotá se encuentran un grupo de clientes y empresas potenciales entre las edades de 18 a 60 años, lo cual deben estar sujetas a una empresa donde debe tener la capacidad de pagar un servicio.

De igual forma, debemos considerar que no solo estamos buscando estrategias de mercado en las zonas norte de Bogotá, si no impactar toda la comunidad empresarial de Bogotá, creciendo sucesivamente hasta dar iniciado a procesos de mercado a las grandes ciudades como Medellín, Cali, Bucaramanga, Cartagena, entre otras.

Volviendo al punto central de nuestra relación con los clientes es muy importante resaltar que esta se va a determinar por una relación personal, en que el objetivo sea fidelizar y captar nuevos clientes, donde esto genera un vínculo efectivo entre la unión de los dos mejorando relaciones empresa- cliente, teniéndonos en cuenta en su trabajo contable y administrativo en el cual busquen desarrollar las cualidades y habilidades de sus usuarios potenciando su trabajo tanto individual como colectivamente.

Por lo tanto, agregamos los siguientes factores claves para la relación que debemos tener con los clientes:

- **Asistencia Personal:**

Dicho lo anterior para ofrecer un mejor servicio de manera presencial debemos tener en cuenta el tipo de sujetos que vamos a trabajar y como es su relación con el entorno en que se desarrolla, de igual forma se establecen



diferentes metodologías para poder lograr la mejor asistencia vital para que su crecimiento tanto cognitivo, interpersonal e intrapersonal.

- **Asistencia Personal Exclusiva:**

En esta parte debemos destacar que personas interesadas en recibir asesoría externa o complementaria para su crecimiento personal, compartiremos nuestros conocimientos hacia los empresarios como para los usuarios creando oportunidades exclusivas para todos.

- **Comunidades:**

Determinamos que nuestro trabajo será enfocado en lo colectivo y en la comunicación de las personas, por lo tanto, nos encontraremos que siempre trabajaremos con grupos de trabajo, por lo tanto, estos serán diferenciados por comunidades de todo tipo comerciales, administrativas, de diferentes áreas, contables, de procesos de desarrollo entre otras.

- **Creación colectiva:**

Como nosotros ofrecemos diferentes programas y actividades a los usuarios, debemos tener claro que todo es un proceso colectivo en cuanto a la relación del cliente y la empresa, lo cual concluye que seremos una herramienta para que ellos cumplan y logren las metas que se quieren dar a exponer logrando convertirnos en facilitadores en su proceso de aprendizaje.



## CAPITULO V: INGRESOS

- **PRECIO DE VENTA**

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Vr. Hora</b>
Facilitador 1	1.101.269,44	4.588,62
Facilitador 2	1.101.269,44	4.588,62
Fotografía y Diseño	1.009.269,44	4.205,29
<b>Totales</b>		<b>13.382,53</b>

**Tabla 1** Valor hora por empleado de planta

<b>Costo del Taller</b>	<b>Unidades</b>	<b>Vr. Unitario</b>	<b>Vr. Total</b>
Duración (hora)	3	13.382,53	40.147,60
Papelería y Fotocopias	1	15.000,00	15.000,00
Alimentación	3	3.333,33	10.000,00
Costos Fijos Uni.	1	48.996,40	48.996,40
Transporte	3	5.000,00	15.000,00
<b>Total</b>		<b>85.712,26</b>	<b>129.144,00</b>

**Tabla 2** Valor unitarios de costos

Programa Mensual Taller "Experiencia Lúdica Activa"	<b>N° Sesiones</b>	<b>Vr. Unitario</b>	<b>Vr. Total</b>
	4	129.144,00	516.576,00
Utilidad del servicio 35%		35%	180.801,60
<b>Valor Total del Taller</b>			<b>697.377,60</b>

**Tabla 3** Valor del Servicio



Para el establecimiento del valor del servicio del programa de Experiencia Lúdica Activa que ofrece la empresa CREA Recreación, se tomaron en cuenta cada uno de los factores de los costos fijos y variables de la organización (ver tabla N° 1 y 2). Dentro del margen de utilidad del servicio, estará representado con un porcentaje del 35%. El valor neto del servicio será de \$ 700.000, dentro de las características de este servicio, se encuentran las siguientes condiciones.

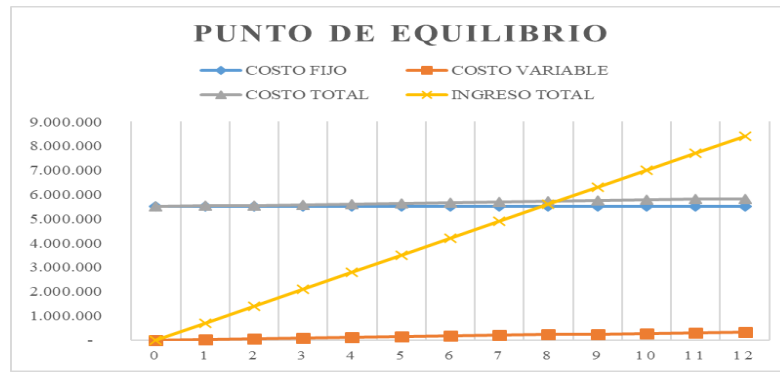
- El valor neto corresponde al total de cuatro sesiones realizadas en un mes.
- Cada sesión contara con un tiempo de tres horas.
- Este valor corresponde a un grupo no superior a 30 participantes, en dado caso que la cantidad de población sea superior, su precio será ajustable a la cantidad correspondiente.
- Los materiales serán suministrados por CREA Recreación.
- Cada actividad tendrá una evaluación y perspectivas del trabajo realizado por los facilitadores y los participantes.
- Al final del programa (última sesión), se hará entregable un producto audiovisual que facilite la recopilación de las vivencias obtenidas.

• **PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO POR SESION</b>	
COSTO FIJO	5.496.700
PRECIO VENTA	700.000
CV UNITARIO	27.667
X	8,18
CV TOTAL	226.190
INGRESO TOTAL	5.722.891

**Tabla 4** Punto de Equilibrio





**Grafico 1** Punto de Equilibrio

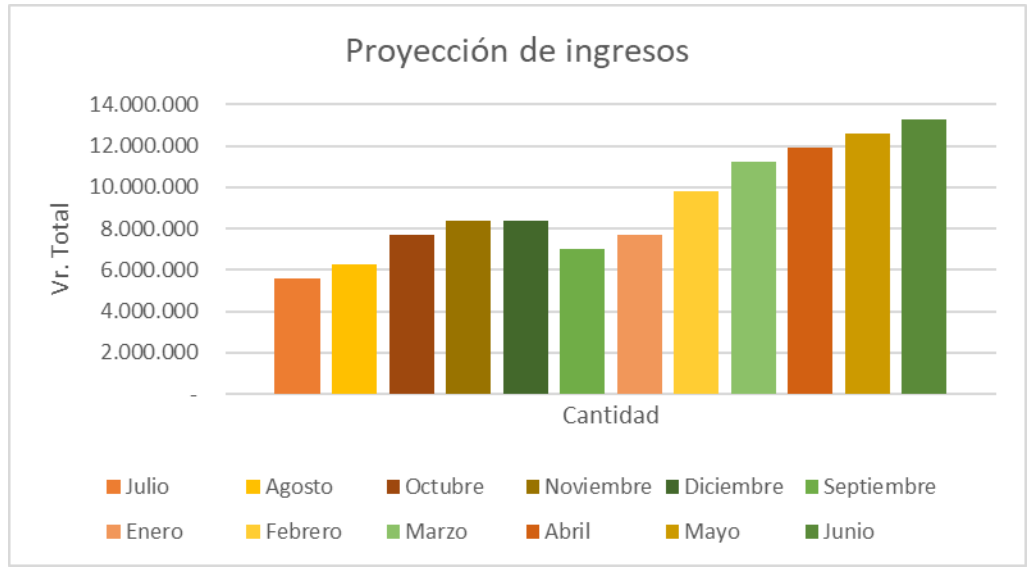
Teniendo en cuenta la estructura de costos fijos y variables, y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender un total de \$ 5.722.891 al mes para no perder ni ganar dinero, en cantidad de servicios ofrecidos, estamos hablando de aproximadamente ocho servicios. En la gráfica se ve representado con una línea amarilla.

### PROYECCIÓN DE INGRESOS

Mes	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Julio	8	700.000,00	5.600.000,00
Agosto	9	700.000,00	6.300.000,00
Septiembre	10	700.000,00	7.000.000,00
Octubre	11	700.000,00	7.700.000,00
Noviembre	12	700.000,00	8.400.000,00
Diciembre	12	700.000,00	8.400.000,00
Enero	11	700.000,00	7.700.000,00
Febrero	14	700.000,00	9.800.000,00
Marzo	16	700.000,00	11.200.000,00
Abril	17	700.000,00	11.900.000,00
Mayo	18	700.000,00	12.600.000,00
Junio	19	700.000,00	13.300.000,00
<b>Totales</b>			<b>109.900.000,00</b>

**Tabla 5** Proyección ingresos





**Grafico 2** Proyección de ingresos

Dentro del cuadro N° 5 de proyección de ingresos, notamos un decremento de en los meses de diciembre y enero, esta baja la debemos a la suposición de la sesion de continuidad laboral debido a las festividades decembrinas las cuales nos generan una disminución en ingresos proyectados.



## PROYECCIÓN FLUJO DE CAJA

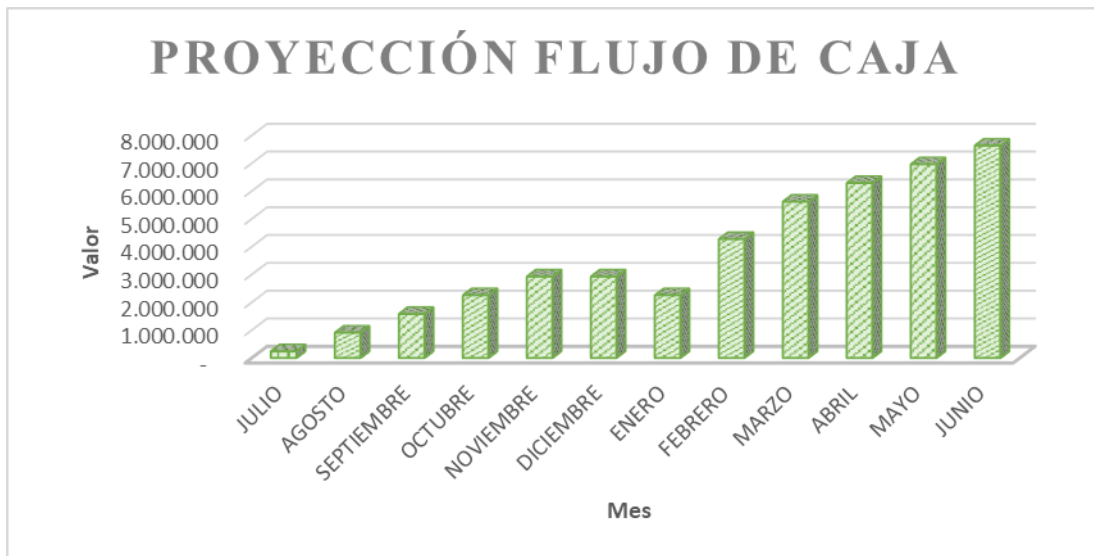
	2019					
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>INGRESOS</b>						
<b>Saldo Inicial</b>	-	238.845	911.179	1.583.512	2.255.845	2.928.179
Programa Experiencia Lúdica Activa	5.600.000	6.300.000	7.000.000	7.700.000	8.400.000	8.400.000
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 5.600.000</b>	<b>\$ 6.300.000</b>	<b>\$ 7.000.000</b>	<b>\$ 7.700.000</b>	<b>\$ 8.400.000</b>	<b>\$ 8.400.000</b>
<b>EGRESOS</b>						
Salario	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000
Aux. Transporte	291.096	291.096	291.096	291.096	291.096	291.096
Prestador servicios	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Servicios públicos	215.000	215.000	215.000	215.000	215.000	215.000
Crédito Libre Inversión	364.559	364.559	364.559	364.559	364.559	364.559
Depreciación	469.167	469.167	469.167	469.167	469.167	469.167
Transporte y Viáticos	88.533	99.600	110.667	121.733	132.800	132.800
Publicidad	22.133	24.900	27.667	30.433	33.200	33.200
Papelería	110.667	124.500	138.333	152.167	166.000	166.000
<b>Total egresos</b>	<b>5.361.155</b>	<b>5.388.821</b>	<b>5.416.488</b>	<b>5.444.155</b>	<b>5.471.821</b>	<b>5.471.821</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>238.845</b>	<b>911.179</b>	<b>1.583.512</b>	<b>2.255.845</b>	<b>2.928.179</b>	<b>2.928.179</b>



INGRESOS	2020					
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
<b>Saldo Inicial</b>	<b>2.928.179</b>	<b>2.255.845</b>	<b>4.272.845</b>	<b>5.617.512</b>	<b>6.289.845</b>	<b>6.962.179</b>
Programa Experiencia Lúdica Activa	7.700.000	9.800.000	11.200.000	11.900.000	12.600.000	13.300.000
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 7.700.000</b>	<b>\$ 9.800.000</b>	<b>\$ 11.200.000</b>	<b>\$ 11.900.000</b>	<b>\$ 12.600.000</b>	<b>\$ 13.300.000</b>
<b>EGRESOS</b>						
Salario	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000
Aux. Transporte	291.096	291.096	291.096	291.096	291.096	291.096
Prestador servicios	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Servicios publicos	215.000	215.000	215.000	215.000	215.000	215.000
Crédito Libre Inversión	364.559	364.559	364.559	364.559	364.559	364.559
Depreciación	469.167	469.167	469.167	469.167	469.167	469.167
Transporte y Viaticos	121.733	154.933	177.067	188.133	199.200	210.267
Publicidad	30.433	38.733	44.267	47.033	49.800	52.567
Papeleria	152.167	193.667	221.333	235.167	249.000	262.833
<b>Total egresos</b>	<b>5.444.155</b>	<b>5.527.155</b>	<b>5.582.488</b>	<b>5.610.155</b>	<b>5.637.821</b>	<b>5.665.488</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>2.255.845</b>	<b>4.272.845</b>	<b>5.617.512</b>	<b>6.289.845</b>	<b>6.962.179</b>	<b>7.634.512</b>

Tabla 6 Flujo de Caja





**Grafico 3** Proyección flujo de caja

## CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

La empresa Crea Recreación es una entidad que va dirigida a esas empresas contables y administrativas que tienen el interés de reforzar el crecimiento personal de sus trabajadores, es por lo que contamos con los mejores implementos y personal calificado para que nuestra empresa sea la mejor en todo el sentido laboral y social para nuestros clientes.

Por lo tanto, debemos definir cuáles serán esos recursos claves que pondrán en funcionamiento nuestra empresa y en las óptimas condiciones que se pueden obtener. Es por esto, debemos analizar cuáles serán nuestros recursos humanos, físicos, intelectuales y económicos.

Para los recursos físicos, se tendrá en cuenta mucho material pedagógico y recreativo, en estos casos son muy difíciles nombrarlos, pero haciendo un recuento de los elementos debemos utilizar lo siguiente:



- Cuerdas
- Aros
- Conos
- Materiales diversos escolares (colores, esferos, lápices, crayones, reglas, tijeras, pegamento, marcadores, etc.)
- Formas geométricas.
- Juegos de destrezas
- Tripa de pollo
- Papel de todo tipo (kraft, cartulina, iris, papel blanco, cartón paja, etc.)
- Y objetos que cumplan con los objetos propuestos

En cuanto al espacio, lo que pretende la empresa Crea Recreación, cuando se realicen nuestros servicios los usuarios no tenga por qué desplazarse y salir de su zona laboral, ya que como se trabaja con una metodología indoor, lo ideal sería trabajar en la misma empresa por lo tanto los recursos necesarios serían:

- Salón amplio
- Sillas
- Mesas
- Toma corrientes
- Tablero

De igual forma debemos incluir todos los recursos tecnológicos, es por esto que necesitamos, computadores, impresoras, tablets, videobeam y un celular empresarial



con sistema operativo Android o iOS, esto será necesario para poder realizar principalmente la contabilidad, las presentaciones, la publicidad de la empresa, la organización de los eventos y todo lo relacionado con la página web. Estos elementos, se adquieren a través del dinero que se da por la inversión inicial, y se le serán entregados a cada uno de los administrativos de la empresa o personas encargadas de las funciones.

En cuanto a los recursos humanos, se contará con dos profesionales de la Cultura física, deporte y recreación, que lideraran los programas y las actividades que se realizaran, de igual forma, también se contara con la ayuda de recreadores, psicólogos y estudiantes que en caminen su vida hacia estudios como recreación, pedagogía, psicología, sociología y trabajo social.

Dicho lo anterior, tenemos que abarcar todo el conocimiento y la información que los profesionales deben tener para poder trabajar con nosotros y más con nuestros usuarios, asimismo se debe contar con títulos profesionales en áreas como la recreación, la pedagogía, la psicología, el trabajo social y toda la parte que sea integral e intervención a la comunidad, también debemos considerar la participación en talleres de liderazgo, confianza, trabajo en equipo, coaching, educación experiencial, facilitación, entre otros.

También debemos considerar la experiencia que nuestros aspirantes al cargo deben tener, ya que por bien dicho se establece una mejor comunicación y liderazgo cuando el conocimiento ya ha estado en práctica, reduciendo los más mínimos errores hacia la empresa.

Finalmente concluimos con los recursos económicos, estos principalmente se obtendrán a partir de la inversión inicial, y el pago que se realiza por la prestación del servicio a diferente población. De igual forma la inversión inicial saldrá de los dos socios que iniciaron el proyecto por lo tanto cada uno tendrá que dar la mitad de los honorarios para así poner en marcha nuestra empresa.



En el siguiente cuadro se mostrará de una forma resumida los recursos claves para la empresa:

<b>RECURSOS</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
Físicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón amplio</li> <li>• Sillas</li> <li>• Mesas</li> <li>• Toma corrientes</li> <li>• Tablero</li> <li>• Cuerdas</li> <li>• Aros</li> <li>• Conos</li> <li>• Materiales diversos escolares (colores, esferos, lápices, crayones, reglas, tijeras, pegamento, marcadores, etc.)</li> <li>• Formas geométricas</li> <li>• Juegos de destrezas</li> <li>• Tripa de pollo</li> <li>• Papel de todo tipo (kraft, cartulina, iris, papel blanco, cartón paja, etc.)</li> <li>• Y objetos que cumplan con los objetos propuestos</li> </ul>
Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recreadores</li> <li>• Psicólogos</li> <li>• Practicantes</li> <li>• Trabajadores sociales</li> </ul>
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadores</li> <li>• Impresoras</li> <li>• Videobeam</li> <li>• Celular empresarial con sistema operativo Android o iOS</li> <li>• Cámaras fotográficas</li> </ul>
Intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagogía</li> <li>• Recreación</li> <li>• Trabajo con comunidad</li> <li>• Coaching</li> <li>• Psicología</li> <li>• Talleres de crecimiento personal</li> </ul>
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión inicial</li> <li>• Pagos del servicio</li> </ul>

**Tabla 7** Recursos clave



## **CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES**

Crea recreación busca profundizar sobre los servicios claves de la empresa, sobre las actividades que realizamos y cómo será la fuente de ingresos que logremos obtener por cada intervención, dicho esto, principalmente se realizara un análisis de acuerdo con la producción intangible, teniendo en cuenta el diseño, la planeación, la organización, la dirección, la estructura y la entrega de nuestros programas y servicios claves hacia nuestros clientes.

Por otro lado, existen dificultades que en toda empresa suelen suceder, es decir que pueden ocurrir accidentes, inconvenientes, malentendidos y riesgos internos y externos, es por lo que Crea Recreación quiere reducir y controlar lo máximo posible estos inconvenientes.

Y por último algo muy importante, son los medios en como la empresa va a entrar en el mercado basado en las plataformas y en la red que utilizaremos para aprovechar todos los recursos en las cuales aportaran en el crecimiento y las oportunidades que se generaran hacia nuestra entidad.

La principal actividad clave de la empresa, es la prestación de un servicio recreativo pedagógico vivencial, el cual busca satisfacer las necesidades de las empresas por medio del crecimiento personal de sus empleados, lo cual permita el rendimiento y optimización de sus usuarios, creando talleres y actividades que logren resaltar sus cualidades y habilidades tanto intrínsecas como extrínsecas de las personas.

Pero más allá de esto se busca que el cliente tenga una primera instancia con el mismo y con sus compañeros, generando una experiencia única y vivencial hacia la práctica realizada, para que posteriormente se logre la vinculación y la adherencia de nuestras actividades, reforzando así aspectos importantes de las personas.

Al momento de realizar el servicio, este será enfatizado en priorizar al usuario y/o cliente. Será diseñado para generar una experiencia de ocio, a través de un desarrollo



metodológico recreativo, donde se manejen los aspectos específicos de las sesiones del taller. Es decir, una ambientación, una actividad inicial, una actividad central y posteriormente una retroalimentación, y se enfatice el usuario y/o cliente en el desarrollo de todas las actividades.

Basado en nuestra metodología, las principales causas que debemos tener en cuenta es la experiencia directa, es decir, lo que va a ocurrir, lo que ocurre y lo que ocurrirá después, logrando un análisis y una profundización de los hechos, todo esto gracias al diseño y los pasos para que esto se genere, exponiendo esto como la creación del ambiente que genera la propia experiencia del usuario, la disposición en que el facilitador llega a dirigir la actividad involucrando y motivando al personal, la conexión que se ejerce en cuanto así mismo, con el ambiente y con sus compañeros y por último el objetivo lo cual es fundamental para orientar nuestra actividad.

La entrega del servicio se realizará mediante la prestación de este, en los espacios establecidos de la entidad empresarial. Es decir, el servicio se le entregará al cliente a través de la práctica de clases guiadas por los facilitadores a cargo, esta clase se realizará en los espacios indicados y establecidos para su práctica. Garantizado la mejor experiencia posible al usuario/cliente, haciendo que este disfrute de una verdadera experiencia de ocio.

Cuando se presente algún problema específico de los usuarios o con los usuarios, la empresa tendrá la capacidad de darle un manejo adecuado al inconveniente presentado. Si un usuario presenta una PQRS (pregunta, queja, reclamo o sugerencia) se contará con una atención en está y a su vez con un buzón donde él pueda hacernos conocer su PQRS. Si el inconveniente, se presenta con un accidente o riesgo físico, en primera instancia, se le brindara al usuario/cliente la atención médica correspondiente en la zona del cuerpo afectada, es decir una atención de primeros auxilios. Posteriormente y dependiendo la gravedad, se le brindara un servicio médico más especializado, en la zona de enfermería, con la compañía de seguros que la empresa manejaría, donde se le brindara el cuidado correspondiente para su



posterior traslado al hogar del sujeto/cliente. Si el accidente supera la capacidad para poderlo tratar, se trasladará al sujeto a un sitio especializado (hospital o clínica) más cercano. Se le realizara un seguimiento al sujeto afectado, y se le acompañara en su recuperación, demostrando el interés que tiene el club por su usuario/cliente.

Finalmente concluimos que es de vital importancia tener en cuenta los medios y las estrategias, en cómo vamos a vender y mostrar nuestra empresa, por lo tanto, añadimos los medios que hoy en día han tomado auge como las redes sociales, la publicidad y sobre todo los principales canales del marketing, de igual forma se recolectara información de los talleres ya realizados y con esto expondremos las cualidades y las habilidades que se trabajaron en el grupo, incrementando el deseo de adquisición de actividades hacia los usuarios.

Si el desarrollo de estas actividades clave se realiza de la mejor forma posible, y posteriormente se mejoran con el paso del tiempo, garantizará a la empresa un reconocimiento en el mercado que lograra un aumento económico.

## **CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES**

En este capítulo se explicarán las asociaciones clave que maneja la empresa, respondiendo a los múltiples interrogantes que son: ¿Quién es (son) nuestros socios claves?, ¿Quién es (son) nuestros proveedores clave?, ¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios? y ¿Qué actividades clave realizan los socios?, también se explicaran los beneficios que adquiere el socio al hacer parte de la empresa.

Crea recreación tiene el propósito de crecer empresarialmente, tomando métodos y medidas necesarias para lograr sus objetivos, es por lo que necesitamos apoyo de diferentes entidades recreativas o administrativas, ya sean en relación directa o indirecta y basado en esto realizar un análisis de nuestras empresas competentes, por lo que determinamos que debemos indagar asociaciones claves para fundamentar el



aprovechamiento de la capacidad de nuestra empresa y así mismo lograr aportar beneficios mutuamente para un crecimiento económico y estructural.

Nuestro primer puente económico y social es la oportunidad que se contó con la empresa REMA CONSULTORES, gracias a la profundización en Recreación que ofrece la carrera de Cultura Física, Deporte y Recreación de la Universidad Santo Tomas, lo cual logro la vinculación y el aprendizaje guiado hacia la idea de crear nuestra empresa enfocada hacia el sector administrativo y contable, en donde fue un abrejos hacia una gran oportunidad laboral, es por esto que se quiere continuar aprendiendo y fortaleciendo con la empresa, y asimismo crear una alianza donde permita otorgar beneficios mutuos

Por otro lado, también contamos con diferentes entes indirectos como lo es Lúdica que es una empresa que se encarga del aprendizaje significativo a través de una metodología experiencial, lo cual sus actividades y talleres surgen desde una perspectiva outdoor dirigida a empresas, entidades y colegios, de igual forma cuentan con programas de crecimiento personal y recreativos.

También contamos con competencias como ASER y Go training que en cierta forma buscan ofrecer sus programas no solo administrativamente si no a todas las empresas que quieran conocer sus metodologías y sus actividades hacia el ocio y el tiempo libre, buscando un espacio de reforzamiento personal y grupal, en donde los clientes van, disfrutan y aprenden de una manera diferente y comparten entre ellos mismos.

Contamos con un competidor directo que la empresa es llamada Aprendizaje Experiencial dirigido por Ernesto Yturralde, que en cierta forma comprende y actúa hacia el entorno laboral y contable, estableciéndose como una empresa líder y competente por sus años de experiencia y sus programas ofertados.

Es por esto, que analizamos y encontramos grandes oportunidades desde nuestra propuesta de valor y las actividades planeadas, donde se establezca una adherencia hacia los clientes y la compañía empresarial, guiando un proceso continuo y creando

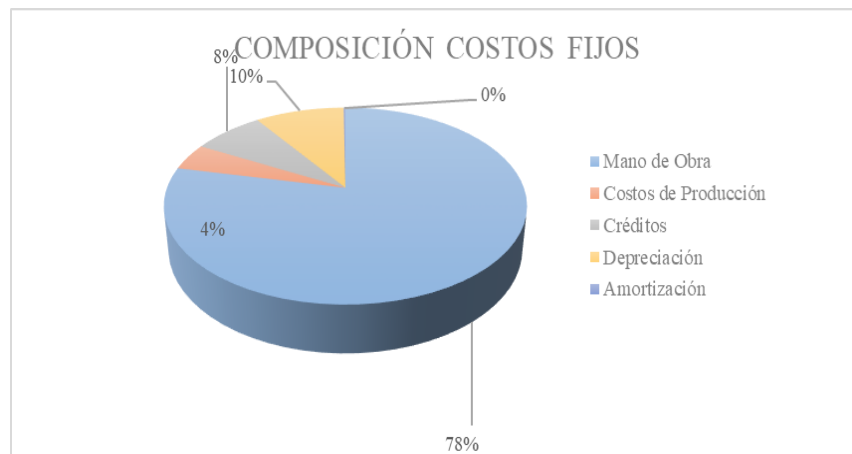


competencias sanas en donde se puedan poner en práctica en la empresa y no solo en este lugar si no como profesional.

## CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

TIPO DE COSTO FIJO	MENSUAL	ANUAL	COMPOSICIÓN COSTOS FIJOS
Mano de Obra	3.811.808,32	45.741.699,84	78%
Costos de Producción	215.000,00	2.580.000,00	4%
Créditos	364.558,53	4.374.702,36	8%
Depreciación	460.000,00	5.520.000,00	9%
Amortización	9.166,67	110.000,00	0,2%
<b>Totales</b>	<b>4.860.533,52</b>	<b>58.326.402,20</b>	<b>100%</b>

**Tabla 8** Costos fijos



**Gráfico 4** Composición costos fijos

Los costos fijos (Tabla N° 8), están distribuidos por los componentes de mano de obra, costos de producción, créditos, depreciaciones y amortizaciones. Cada componente esta detallado de la siguiente manera: 1) Mano de obra, se detalla el valor del personal directo e indirecto de la organización. (ver tabla N° 9) 2) Costos



de producción, explícitos en el detalle de los servicios públicos, telefonía celular y de internet que deberá cumplir la empresa. (ver tabla N° 10) 3) Créditos, la empresa tiene una inversión inicial de \$ 20.000.000 (ver tabla N° 16 ), dentro de los aportes referidos por los dos socios, explican, que su aporte monetario es de \$ 5.000.000 cada uno, por ente el valor restante se sometió a una inversión de crédito de \$ 10.000.000 por la entidad bancaria Bancolombia, el crédito será tomado a 36 meses con un aporte mensual de \$ 364.558,53. (Ver tabla N° 11). 4) La depreciación de los activos fijos de la empresa, está referido en la tabla correspondiente a su valor. (Ver tabla N° 12). 5) La amortización hace referencia al activo intangible con el que cuenta la empresa sobre la licencia que deberá adquirir para la edición de videos y diseño digital. (Ver tabla N° 13).

### CREA RECREACIÓN - NÓMINA MENSUAL

Cargo	Devengado			Deducido			Sueldo
	Salario	Aux. Transporte	Total Devengado	Salud	Pensión	Total Deducido	
Facilitador 1	1.100.000	97.032	1.197.032	47.881	47.881	95.763	1.101.269
Facilitador 2	1.100.000	97.032	1.197.032	47.881	47.881	95.763	1.101.269
Fotografía y Diseño	1.000.000	97.032	1.097.032	43.881	43.881	87.763	1.009.269
<b>Totales</b>	<b>3.200.000</b>	<b>291.096</b>	<b>3.491.096</b>	<b>139.644</b>	<b>139.644</b>	<b>279.288</b>	<b>3.211.808</b>

#### Prestador de Servicios – Fijos

Cargo	Sueldo
Contador Público	600.000
<b>Totales</b>	<b>600.000</b>

Tabla 9 Mano de obra



## COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN

<b>Costo Fijo</b>	<b>Valor</b>
Servicio de Luz	45.000
Servicio de Agua	30.000
Servicio de Internet	60.000
Servicio de telefonía celular	80.000
<b>Total</b>	<b>\$ 215.000</b>

**Tabla 10** Costos fijos de producción

## CRÉDITO DE LIBRE INVERSIÓN

<b>Valor préstamo</b>	10.000.000,00
<b>Tiempo Total</b>	36 meses
<b>Tasa interés mensual mes vencido</b>	0,0135
<b>Cuota mensual sin seguro</b>	352.558,53
<b>Cuota Mensual a Pagar</b>	<b>364.558,53</b>

**Tabla 11** Crédito libre inversión



### DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS - Línea Recta

Activo	Vr. Activo	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual	Vida Útil (Meses)	Depreciación Mensual
Material didáctico Visual Thinking 1	2.250.000	5	450.000	60	37.500
Material didáctico Visual Thinking 2	2.250.000	5	450.000	60	37.500
Material didáctico Visual Thinking 3	2.250.000	5	450.000	60	37.500
Computador Portátil 1	1.500.000	5	300.000	60	25.000
Computador Portátil 2	1.500.000	5	300.000	60	25.000
Teléfono Celular 1	700.000	5	140.000	60	11.667
Teléfono Celular 2	700.000	5	140.000	60	11.667
Impresora	520.000	5	104.000	60	8.667
Cámara fotográfica 1	1.800.000	5	360.000	60	30.000
Cámara fotográfica 2	1.800.000	5	360.000	60	30.000
Vehículo	50.000.000	5	10.000.000	60	833.333
<b>Total Depreciación</b>	<b>15.270.000</b>		<b>13.054.000</b>		<b>1.087.833</b>

Tabla 12 Depreciación Activos Fijos

### AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES - Línea Recta

Activo Intangible	Vr. Activo	Vida Útil (Años)	Amortización Anual	Vida Útil (Meses)	Amortización Mensual
Licencia editor de videos	2.100.000	10	210.000	120	17.500
<b>Total Amortización</b>	<b>2.100.000</b>		<b>210.000</b>		<b>17.500</b>

Tabla 13 Amortización Activos Intangibles



## COSTOS VARIABLES

Costo Variable	Valor
Transporte	150.000
Publicidad	130.000
Viáticos	100.000
Papelería	450.000
	-
<b>Total</b>	<b>830.000</b>

**Tabla 14** Costos Variables

## MARGEN DE DISTRIBUCIÓN

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	
Producto	Taller ELD
Precio de Venta	\$ 700.000,00
Mano de Obra	\$ 127.060,28
Costos de Producción	\$ 7.166,67
Créditos	\$ 12.151,95
Depreciación	\$ 15.333,33
Amortización	\$ 305,56
Costos Variables Unitarios	\$ 27.666,67
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	<b>\$ 510.315,55</b>
	<b>72,90%</b>

**Tabla 15** Margen de Distribución

El margen de contribución de la empresa es 69,87% lo cual se interpreta así, por cada peso que venda la empresa se obtienen 70 centavos para cubrir los costos fijos y



variables de la empresa y generar utilidad. El producto con mayor margen de contribución es el servicio del programa de Experiencia Lúdica Activa (ELA).

## CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

### INVERSIÓN INICIAL

#### Material Directo

Producto	U. de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Material didáctico Visual Thinking	Uni.	3	2.250.000	6.750.000
Optaluz	Uni.	30	5.000	150.000
Aros (Ula-Ula)	Uni.	20	3.000	60.000
Debriefing Balls	Uni.	5	15.000	75.000
Tubos PVC 4x6	Uni.	10	12.000	120.000
Cepo para Ratones	Uni.	20	5.500	110.000
Útiles de papelería	Paq.	1	350.000	350.000
Papelería	Paq.	1	150.000	150.000
Pelotas para Juego	Uni.	20	1.500	30.000
Telas (Alfombras)	Uni.	10	10.000	100.000
Tripa de Pollo	Rollo	3	15.000	45.000
Cuerdas (Lazos)	mts.	50	8.000	400.000
Juegos de destreza	Uni.	15	13.000	195.000
Palos de escoba	Uni.	20	500	10.000
Tablas de madera	Uni.	5	10.000	50.000
Dotación	Uni.	5	65.000	325.000
<b>Totales Material Directo</b>			<b>2.913.500</b>	<b>8.920.000</b>

#### Elementos de aseo y cafetería

Producto	U. de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Canecas de basura	Uni.	2	12.000	24.000
Papel Higiénico x 12	Uni.	1	9.000	9.000
Jabón Líquido	Uni.	1	4.500	4.500
Cafetera	Uni.	1	120.000	120.000



Escobas, traperos y recogedor	Uni.	1	10.000	10.000
Botiquín	Uni.	1	36.000	36.000
<b>Totales Elementos de Aseo y Cafetería</b>			191.500	<b>203.500</b>

### Propiedad Planta y Equipo

Producto	U. de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador Portátil	Uni.	2	1.500.000	3.000.000
Teléfono Celular	Uni.	2	700.000	1.400.000
Impresora	Uni.	1	520.000	520.000
Cámara fotográfica	Uni.	2	1.800.000	3.600.000
Licencia editor de videos	Uni.	1	2.100.000	2.100.000
Tablero Acrílico	Uni.	1	90.000	90.000
Estantes	Uni.	2	120.000	240.000
Horno Microondas	Uni.	1	210.000	210.000
<b>Totales Propiedad Planta y Equipo</b>			7.040.000	<b>11.160.000</b>

**TOTAL INVERSIÓN INICIAL**

**\$ 20.283.500,00**

Tabla 16 Inversión inicial

VAN

N	12
I	0,024
IO	20.283.500
<b>VAN</b>	<b>\$ 15.537.521</b>

Tabla 17 VAN (Valor actual neto)



Dentro de las variables presentes para la evaluación de la VAN (Valor actual neto), encontramos N, como la variable de números de periodos evaluados, en este caso son 12 meses, el interés que se decidió tomar fue de 0,024 y con una inversión inicial de \$ 20.283.500. Después de la evaluación que se realizó, con el flujo de caja proyectado, podemos decir que el valor actual neto de nuestro negocio es de \$ 15.537.521, dándonos a entender la viabilidad del proyecto y el beneficio neto de este mismo.

### TIR

N	12
I	0,024
IO	20.283.500
<b>TIR</b>	<b>10%</b>

**Tabla 18** TIR (Tasa interna de retorno)

En cuanto a la TIR (Tasa interno de retorno), podemos decir que es la tasa de rentabilidad o de interés que ofrece una inversión, para la empresa CREA Recreación, la TIR está valorada en un porcentaje del 10%, con relación al porcentaje de interés de la VAN, se puede decir que el proyecto de la inversión es óptimo y la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.



# LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



Ilustración 3 Lienzo Modelo de negocio



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abella, M. A., Fonseca, F. J., Piratova, D. A., & Ruiz, L. J. (2018). Módulo de profundización en recreación y manejo de tiempo libre universidad santo tomás. Retrieved from <http://repository.usta.edu.co/handle/11634/10592>

Gutiérrez Fernández, Milagros, Romero Cuadrado, María S, & Solórzano García, Marta. (2011). El aprendizaje experiencial como metodología docente: aplicación del método Macbeth. *Argos*, 28(54), 127-158. Recuperado en 13 de marzo de 2018, de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?Script=sci\\_arttext&pid=S0254-16372011000100006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?Script=sci_arttext&pid=S0254-16372011000100006&lng=es&tlng=es)

Joaquín Benítez Gomez, Cadena Sanchez, M., & Campón Castro, O. (2015). Evolución del concepto de recreación y sus beneficios en diferentes poblaciones. *Revista Heducasport*, [https://revistaheduca.files.wordpress.com/2015/03/3\\_-articulo-quino-benitez.pdf](https://revistaheduca.files.wordpress.com/2015/03/3_-articulo-quino-benitez.pdf).

Posada, J. (2014). La lúdica como estrategia didáctica. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.



Rimbau, E. D. (2008). El reconocimiento del aprendizaje experiencial: un elemento clave en el EEES . V Jornadas de Innovación Universitaria, Universidad Europea de Madrid , (pág. 3). Madrid.

Romero, M. (2010). El aprendizaje experiencial y las nuevas demandas formativas. Revista ujaen, España, 6.

