



Vigilada Mineducación

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE
DANZA DEL VIENTRE EN MODO VIRTUAL, CON SEDE ADMINISTRATIVA EN
EL MUNICIPIO DE CAJICÁ, CUNDINAMARCA

Alexandra García Díaz

Nubia Mendoza Angel

Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Administración

Asesor temático: Francisco Javier Salazar Gómez, MGP - MBA

Asesora metodológica: Gina María Giraldo Hernández, PhD - MBA

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN - MBA

BOGOTÁ

2021

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	10
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
3. CASO O PLAN DE ESTUDIO	11
4. JUSTIFICACIÓN	16
5. OBJETIVOS	17
5.1 Objetivo general.....	17
5.2 Objetivos específicos.....	17
6. MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL.....	18
6.1 ¿Qué significa crear una empresa o negocio?.....	21
6.2 ¿En qué consiste una escuela de danza?	22
7. MARCO METODOLÓGICO.....	23
8. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE DANZA DEL VIENTRE EN MODO VIRTUAL, CON SEDE ADMINISTRATIVA EN EL MUNICIPIO DE CAJICÁ, CUNDINAMARCA	28
8.1 Estudio del entorno y del sector	28
8.1.1 Político	28
8.1.2 Económico.....	30
8.1.3 Social.....	33
8.1.4 Tecnológico.....	34
8.1.5 Ecológico/Ambiental.....	36
8.1.6 Legal.....	36
8.2 Estudio de mercado	38
8.2.1 Muestra poblacional	38

8.2.2	El producto	42
8.2.3	El precio	45
8.2.4	La plaza	47
8.2.5	La promoción	57
8.2.6	Oferta.....	59
8.3	Estudio técnico	61
8.3.1	Localización	62
	Equipos.....	63
8.3.2	Ingeniería (flujograma del proceso + p�nsun y programas ofertados)	67
8.3.3	Operación	70
8.3.4	Costos y gastos asociados	71
8.4	Estudio administrativo y organizacional.....	77
8.4.1	Organigrama.....	77
8.4.2	Perfiles.....	77
8.5	Estudio legal.....	79
8.5.1	Modalidad remota s�ncronica o as�ncronica.....	79
8.5.2	Modalidad presencial	80
8.6	Evaluación financiera del proyecto.....	82
	Estado de resultados y flujo de caja	90
8.6.1	del proyecto.....	90
8.6.2	Criterios de evaluación financiera.....	91
9.	CONCLUSIONES	94
10.	RECOMENDACIONES	96
11.	REFERENCIAS	97

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje de niños que participaron en actividades de danza entre 2008-2020 en Inglaterra.	12
Figura 2. Número de licencias femeninas expedidas por la FFD en 2020.....	13
Figura 3. Participantes en danza, step y otros ejercicios coreográficos en Estados Unidos	15
Figura 4. Etapas para la generación de un proyecto.....	18
Figura 5. Ciclo de vida de un proyecto	19
Figura 6. Composición del Consejo Nacional de la Economía Naranja en Colombia	29
Figura 7. Datos finales de los hogares por concepto de recreación y cultura en Colombia,	32
Figura 8. Información general del uso de Internet en el mundo	34
Figura 9. Usuarios de Internet vs. población total por región, 2021	35
Figura 10. Resumen del análisis PESTEL	37
Figura 11. Cálculo del tamaño de la muestra.....	39
Figura 12. Formulario de la encuesta.....	40
Figura 13. Cantidad que el cliente está dispuesto a invertir.....	45
Figura 14. Respuesta a encuesta por género y rango de edad.....	48
Figura 15. País de los encuestados.....	48
Figura 16. Ciudad de vivienda de los encuestados	49
Figura 17. Ocupación de los encuestados	49
Figura 18. Preferencia de los encuestados en entretenimiento	50
Figura 19. ¿Dedica tiempo a la danza o al baile?.....	51
Figura 20. Tipo de danza preferida para estudiar.....	51
Figura 21. ¿Conoce la danza del vientre?	52
Figura 22. Interesados en estudiar la danza del vientre según los encuestados	53
Figura 23. Preferencia de clases virtual/presencial.....	53
Figura 24. Estudio como profesional o por entretenimiento.....	54
Figura 25. Tiempo de dedicación a las clases de danza.....	54

Figura 26. Preferencia de asistencia a clase grupal o personalizada.....	55
Figura 27. ¿Estaría interesada en inscribirse en clases de danza del vientre?.....	55
Figura 28. Ciudad de los encuestados	56
Figura 29. Localidades de los encuestados	57
Figura 30. Ejemplos de historias e interacción con la comunidad.....	58
Figura 31. Mapa de Colombia.....	62
Figura 32. Mapa de Cajicá, Cundinamarca.....	63
Figura 33. Mapa de componentes conexión Zoom	64
Figura 34. Diagrama de flujo 1	68
Figura 35. Diagrama de flujo 2	69
Figura 36. Salon social Reserva del Lago II	70
Figura 37. Mapa de la escuela de danza en versión presencial.....	71
Figura 38. Organigrama de personal en Naba'at	77

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estudio del entorno y del sector	25
Tabla 2. Estudio de mercado	26
Tabla 3. Estudio técnico	26
Tabla 4. Estudio administrativo y organizacional	26
Tabla 5. Estudio legal	27
Tabla 6. Estudio financiero	27
Tabla 7. Preguntas de la encuesta	40
Tabla 8. Precios de escuelas de referencia para clases de 1 hora	45
Tabla 9. Precios estimados para la escuela de danza objeto de estudio en modalidad virtual	46
Tabla 10. Resumen de proyección de ingresos de cada producto mensual	59
Tabla 11. Proyección de ventas a 5 años (128 clientes)	61
Tabla 12. Requisitos conexión remota	64
Tabla 13. Requisitos grabación de clases	66
Tabla 14. Pénsum de los tres estilos de clase ofertados	69
Tabla 15. Costos de personal mensual	72
Tabla 16. Costos inversión	73
Tabla 17. Licenciamiento mensual	74
Tabla 18. Indumentaria mensual	75
Tabla 19. Proyección a 5 años	75
Tabla 20. Escenario pesimista	82
Tabla 21. Escenario más probable	83
Tabla 22. Escenario optimista	84
Tabla 23. Ingresos	84
Tabla 24. Costos escenario pesimista	85
Tabla 25. Costos escenario más probable	85
Tabla 26. Costos escenario optimista	86

Tabla 27. Gastos	87
Tabla 28. Inversiones	88
Tabla 29. Depreciaciones	88
Tabla 30. Financiación	89
Tabla 31. Estados financieros proyectados de la deuda.....	89
Tabla 32. Flujo de caja del proyecto	90
Tabla 33. Flujo de caja del inversionista.....	91
Tabla 34. Escenario pesimista del proyecto.....	92
Tabla 35. Escenario de inversión pesimista	92
Tabla 36. Escenario más probable del proyecto.....	92
Tabla 37. Escenario de inversión más probable.....	93
Tabla 38. Escenario optimista del proyecto	93
Tabla 39. Escenario de inversión optimista	93

Resumen

El proceso realizado a lo largo de este trabajo de grado consiste en establecer la factibilidad de la creación de una escuela de danza del vientre en modalidad virtual en Colombia. Para ello, a través del análisis del entorno, se identifican las tendencias y las necesidades potenciales que cubre el producto ofertado por la escuela de danza propuesta, usando como herramienta la metodología ONUDI, por medio de la cual se desarrolló una encuesta para hacer la investigación de mercado que dio como resultado un público de mujeres entre 20 y 60 años, interesadas en recibir al menos una clase de danza árabe a la semana y con capacidad de pago mayor a 60.000 pesos para invertir en la suscripción a la escuela y así satisfacer la necesidad de entretenimiento y ejercicio como complemento del cuidado de la salud.

Posterior a segmentar el mercado se modela todo lo requerido para el montaje de la escuela mediante el estudio técnico (análisis locativo e infraestructura física y digital requerida), administrativo (organización y estructura con cargos y funciones del equipo humano) y legal (constitución de la empresa y reglamentación aplicable), para reunir todos los valores asociados en el estudio financiero que, finalmente, arroja la proyección, en términos monetarios, que generaría el negocio, mostrando bajo qué escenario los resultados son favorables para la iniciativa que da origen al proyecto, haciéndolo viable, factible y rentable.

Palabras claves: bellydance, danza del vientre, tribal, danza terapia, escuela de danza, emprendimiento, proyecto, factibilidad.

Abstract

The process done throughout this undergraduate work consists of establishing the feasibility of creating a virtual belly dance school in Colombia. To this end, through the analysis of the environment, the trends and potential needs covered by the product offered by the proposed dance school are identified, using as a tool the UNIDO methodology, where a market research survey is conducted, the market niche is defined, 20- to 60-year-old women with an interest in taking at least one Bellydance class per week with a paying capacity greater than 60,000 COP to invest in school subscription to meet the need for entertainment and exercise as a complement to health care.

After segmenting the market, everything required for the assembly of the school is modeled through technical study (locative analysis and required physical and digital infrastructure), administrative (organization and structure with positions and functions of the human team) and legal (establishment of the company and applicable regulations) to bring together all the values associated with the financial study that ultimately yields the projection in monetary terms that the business would generate by showing under which scenario the results are favorable for the initiative that gives rise to the project and makes it viable, feasible and cost-effective.

Key words: bellydance, belly dance, tribal, dance therapy, dance school, entrepreneurship, project, feasibility.

1 INTRODUCCIÓN

Es la danza un arte milenario que nos inspira a expresarnos con nuestro cuerpo y conectarnos con nosotros mismos, y hoy hace parte de las herramientas que tenemos para movernos y para trabajar en nuestro cuerpo y mente de forma individual o en comunidad. Uno de los legados que recibimos del Medio Oriente es la danza del vientre, practicada alrededor del mundo, en la que la presencia femenina es dominante.

Esta tendencia mundial, que viene creciendo con la occidentalización del estilo y que les permite a las mujeres apoyarse entre sí, encontrando maneras de sanarse, es el objeto de estudio para evaluar la factibilidad de tener una escuela de danza del vientre de manera virtual a la que puedan acercarse las mujeres colombianas, como parte de su entretenimiento lúdico o con fines más exigentes, para participar en eventos nacionales e internacionales.

Con base en los resultados del estudio de mercado, existe una oportunidad para el desarrollo del producto con gran rentabilidad en la modalidad de clases asincrónicas con el material pregrabado, lo que requiere una difusión principalmente en redes sociales.

El estudio técnico nos presenta las locaciones y el uso de tecnología para impartir las clases.

El estudio administrativo y organizacional arroja una estructura del equipo humano que gestionará, soportará y dictará las clases en los pénsus sugeridos.

El estudio legal nos indica que la figura que funciona es una sociedad unipersonal, quedando a la expectativa de las posibles regulaciones que emerjan, y permaneciendo por ahora vigentes solo lo relacionado con la protección de datos y protección al consumidor.

Finalmente, el estudio financiero permite evidenciar la viabilidad del proyecto en términos de rentabilidad y flujo de caja, recibiendo retorno de la inversión a dos años.

2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Caso o plan de estudio

La danza se ha venido convirtiendo en una terapia, dado que no tiene restricciones, es inclusiva y logra que este movimiento interpretativo de la música conecte a las personas con ellas mismas, con su entorno y con los maestros y ancestros que los han guiado hasta ahí. Además, es un arte que puede ejecutarse en grupo o individualmente, en el que se aborda la seguridad en sí mismo aceptándose físicamente, psicológicamente y honrando el pasado que identifica a cada intérprete.

Tomando el segmento de la danza del vientre, se observa que esta modalidad nace como híbrido de las danzas tradicionales del Medio Oriente y el norte de África con la danza moderna de Occidente, que incluye ritmos urbanos y danza clásica. Sus orígenes incluyen cultos a la fertilidad en el antiguo Egipto y en la India, y narra las costumbres y las tradiciones del mundo árabe (Sheik Eldin, 2006). Esta danza se ha convertido en una práctica de tiempo libre que se lleva con disciplina y compromiso, dado que las mujeres encuentran un escape a sus roles convencionales en la familia, el trabajo y las relaciones, para encontrar un espacio donde el concepto de feminismo se vive como una red de soporte entre mujeres que se crea entre la comunidad de bailarinas (Kraus, 2013).

La práctica de la danza del vientre no es únicamente favorable en estética, sino en los beneficios corporales y mentales que ofrece (Peto y Pedrão, 2005); lo que está directamente relacionado con la calidad de vida e incluso con el tratamiento de enfermedades como el cáncer de seno (Carminatt M. et al., 2019).

Prosiguiendo con el recorrido por el mundo, y viendo cómo la danza del vientre ha tomado fuerza y cuál es la situación actual en las escuelas de danza, tenemos que:

Dentro de este análisis de caso de estudio, en relación con Europa, según los resultados presentados por Statista (2021), una plataforma de datos de negocios, se reportó que, en 2017, la población que danza sin fines de bajar de peso (segmento no *fitness*) en el Reino Unido es del 6,3%, entre los 5 y los 10 años el 24,6% y el 22% recibe clases de ballet, espectáculos de danza y ópera, anualmente. Ahora, viendo el comportamiento de los datos en el tiempo observamos que entre 2008 y 2020 la participación por edad en actividades de danza presenta un decrecimiento, que puede estar asociado al desplazamiento de las actividades físicas por los avances en la era digital, manteniéndose en mayor porcentaje el rango entre 11-15 años, tal como se observa en la figura 1.

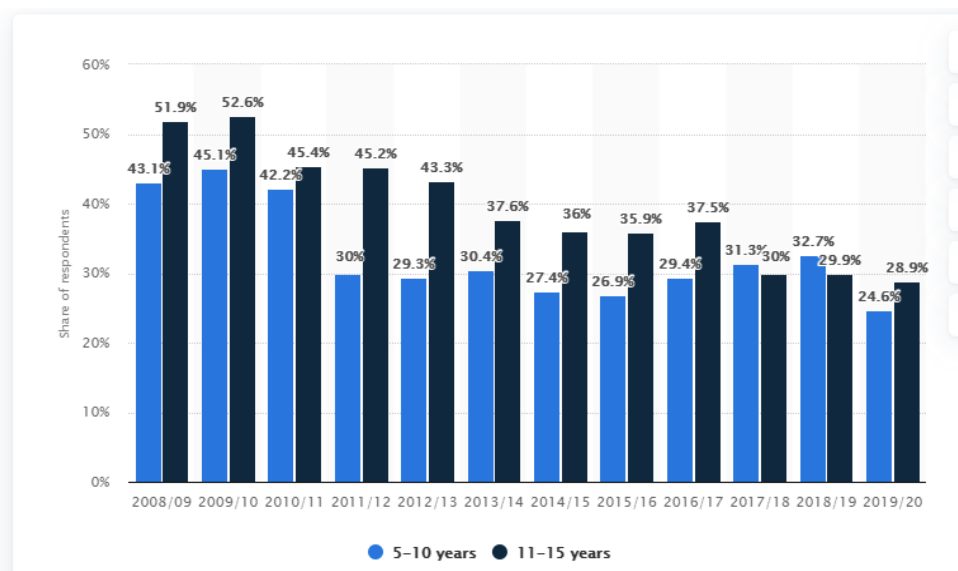


Figura 1. Porcentaje de niños que participaron en actividades de danza entre 2008-2020 en Inglaterra.

Fuente: Statista (2021c).

Vistos los números en valores absolutos, se observa que en Francia, según la Federación Francesa de Danza (FFD), durante el año 2019 hay más de 16.000 mujeres registradas en las categorías de 5 a 9 años y 10 a 14 años, de un total aproximado de 74.000 mujeres consumidoras de danza, según la figura 2. Para el caso de estudio, es un indicador del rango etario que debe considerarse en el segmento de mercado de mujeres entre los 5 y los 14 años.

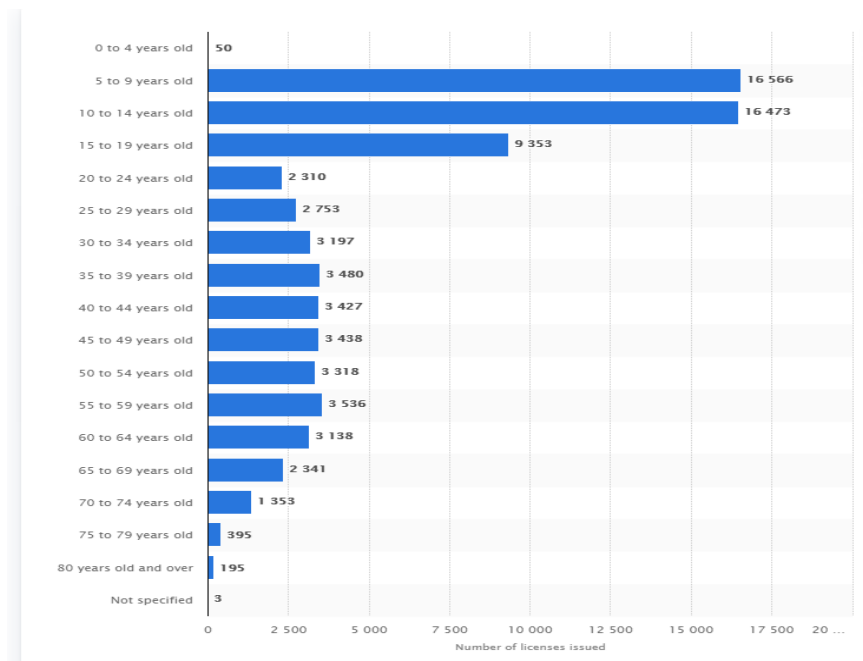


Figura 2. Número de licencias femeninas expedidas por la FFD en 2020

Fuente: Statista (2021b).

Entrando ya en el continente de Asia, la danza se destaca por la sincronización de los artistas y el carácter competitivo que estimula la formación y las muestras en eventos. En cada país el enfoque es el ballet, como programa, y la técnica de danza local, como principios clásicos; sin embargo, hay una creciente migración a las suscripciones en YouTube; por ejemplo, el canal 1MILLION Dance Studio (2021), en Seúl, tiene 23,9 millones de suscriptores, y en su portafolio están las clases en vivo y pregrabadas de coreografías de esta escuela coreana que incluye la traducción al inglés y doble cámara, que acopla la vista de espejo y la de seguidor, una iniciativa que facilita el entendimiento de la clase que se sugiere para el caso de estudio.

En China existen las asociaciones y los clubes de bellydance, que organizan los cerca de veinte festivales y las cuarenta y ocho escuelas (Fink, Bläsing, Ravnani y Shackelford, 2021). Este es un punto diferencial con Colombia, dado que en el sector público hay un festival distrital llamado Oasis, que es organizado por el Instituto Distrital de las Artes

(Idartes), y los festivales privados, que incluyen algún segmento de competencia con periodicidad variable, como es el caso del Bogotá Bellydance Festival y el Festival Internacional de Danza Oriental en la ciudad de Medellín, lo que da una muestra de solo tres opciones destacables. Así que, desde el punto de vista del gremio, hay un potencial de crecimiento y desarrollo total, tomando esta experiencia asiática para, desde el trabajo en equipo, construir la red de danza que compaginaría con el ámbito social de llevar esta práctica a los sectores de difícil acceso en el país.

Avanzando en el recorrido mundial, en la región de África, específicamente en Egipto, la cuna de la edad de oro del bellydance, potenciado por la industria del cine, tiene las grandes representantes que han inspirado artistas en esta vertiente de la danza. Alla Kushnir es una bailarina ucraniana que ha desempeñado su carrera logrando destacarse en Egipto, en donde las bailarinas son requeridas para amenizar las bodas como parte de las tradiciones de la sociedad con más alto nivel económico. De la cultura egipcia se habilita esa opción de danza social, en eventos y en restaurantes, como parte del espectáculo que ofrece la danza.

Pasando ya al continente americano, Statista (2021), en su reporte de número de participantes en danza, *step* y otros ejercicios coreográficos en Estados Unidos, entre 2014 y 2019, evidencia un aumento de 2 puntos porcentuales al final de los seis años del intervalo de estudio, con un valor último de 23,96 millones de participantes para todo este segmento; si tomamos la tercera parte, asumiendo una distribución igual, tendríamos un cálculo de ocho millones de personas danzantes, lo cual da una idea del mercado estimado en este país para personas interesadas en la danza como entretenimiento.

Otro valor, que arroja IBISWorld (2021), es el crecimiento de estudios de danza en 2,7% en 2021, un incremento del 3,3% entre 2016 y 2021, y un total de negocios como estudios de danza de 56.116. Si hacemos una división de los participantes y el número de estudios nos arroja un estimado de 150 personas por estudio, dato que sirve para proyectar nuestras expectativas posibles en una escuela física. Este comportamiento se muestra en la figura 3.

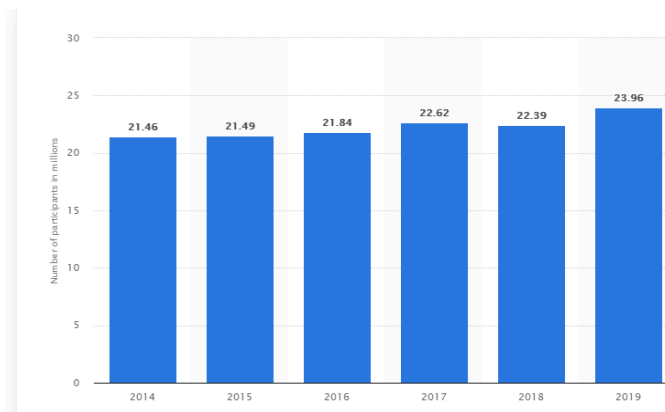


Figura 3. Participantes en danza, step y otros ejercicios coreográficos en Estados Unidos, 2014-2020

Fuente: Statista (2021a).

Para finalizar, en Colombia se logran encontrar escuelas de dazas con modalidad *online*, con medidas de bioseguridad e híbridas, pero estas no cuentan con plataformas tecnológicas sólidas que les permitan brindar una mejor experiencia del usuario en este tipo de contacto a través de plataformas como Zoom y Google Meet; existe también una falta de competencias y festivales que estimulen la participación, la interconexión y el fomento de la danza del vientre. La oportunidad de mercado, al hacer el recorrido mundial, deja en evidencia puntos de acción como:

- Creación del gremio y asociación entre escuelas, incluso apalancándose en la danza clásica por su tradición y reconocimiento ante el público y los participantes de danza.
- Fomento a festivales y competencias desde las agremiaciones.
- Uso de herramientas digitales y redes, en concordancia con el segmento de la población joven.
- Danza en espacios no convencionales (fuera de un teatro).

3 JUSTIFICACIÓN

La danza es un arte que permite, a través del lenguaje corporal, expresar sentimientos, emociones e interactuar y compartir con personas, generando comunidades con los mismos gustos.

Dado que la danza, actualmente, es una terapia con beneficios sociales, físicos y psicológicos, se busca, mediante la creación de una escuela de danza del vientre, enseñar los orígenes de este arte a mujeres mayores de 12 años, para inculcar en ellas valores como el respeto y el reconocimiento y ayudarles en el fortalecimiento de las relaciones interpersonales al otorgarles momentos y espacios sanos de práctica y aprendizaje de danza del Medio Oriente, en los estilos bellydance, tribal fusión y FCBD, que las lleve a sanar corporal y mentalmente por medio de la práctica de la danza, la construcción de comunidad y la resignificación de la mujer.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Realizar el estudio de factibilidad para analizar la viabilidad de la creación de una escuela de danza del vientre en modo virtual con la sede administrativa en el municipio de Cajicá, Cundinamarca.

4.2 Objetivos específicos

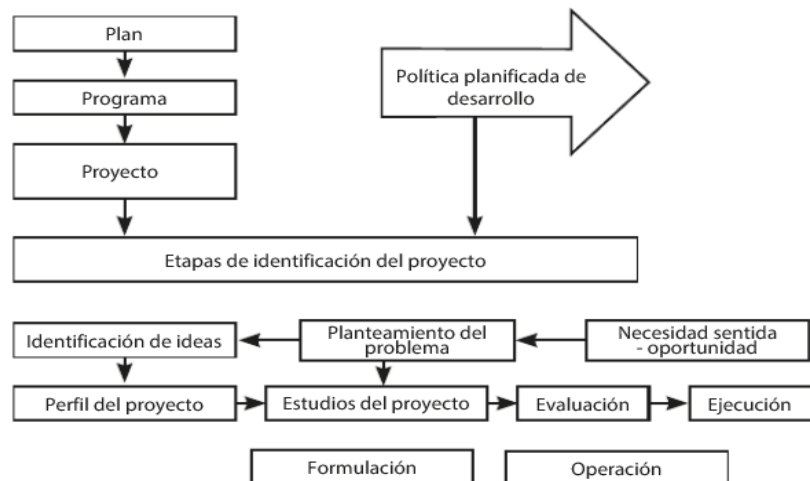
- Levantar el estudio del entorno y sector bajo la metodología PESTEL.
- Realizar el estudio de mercado en el que se defina el producto, el precio, la plaza y la promoción, teniendo presente la oferta y la demanda.
- Desarrollar el estudio técnico donde se defina la localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto.
- Diseñar los requerimientos organizacionales y administrativos legales necesarios para la creación de la escuela.
- Efectuar la evaluación financiera del proyecto, levantando los respectivos presupuestos, los estados financieros y el flujo de caja, aplicando los criterios del Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

5 MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

A continuación, se presentan las definiciones de los términos claves para el desarrollo de este trabajo:

Proyecto: un proyecto es la realización de varias actividades en forma secuencial o paralela por un tiempo determinado, con el fin de lograr la creación de un producto, servicio o resultado único (hace referencia a que no se ha creado o implementado en la compañía con anterioridad) para generar beneficios en una organización (Project Management Institute, 2017, p. 5). Los proyectos, por medio de fases, crean entregables que pueden ser tangibles o intangibles, y están alineados para lograr los cambios en las organizaciones pasando de un estado inicial a un estado deseado.

Los pasos para la generación de un proyecto, o la formulación de proyectos, se caracterizan por la consecución de estudios que se interrelacionen para formular, de forma correcta, el proyecto, y que se consigan los resultados esperados (Puentes, 2019, p. 9).



Fuente: López (1997), adaptación realizada por autores.

Figura 4. Etapas para la generación de un proyecto

Fuente: Puentes (2019, p. 9).

El ciclo de vida del proyecto: las fases que deben surgir durante el desarrollo del proyecto, desde su inicio hasta su conclusión, se plasman en la figura 5.

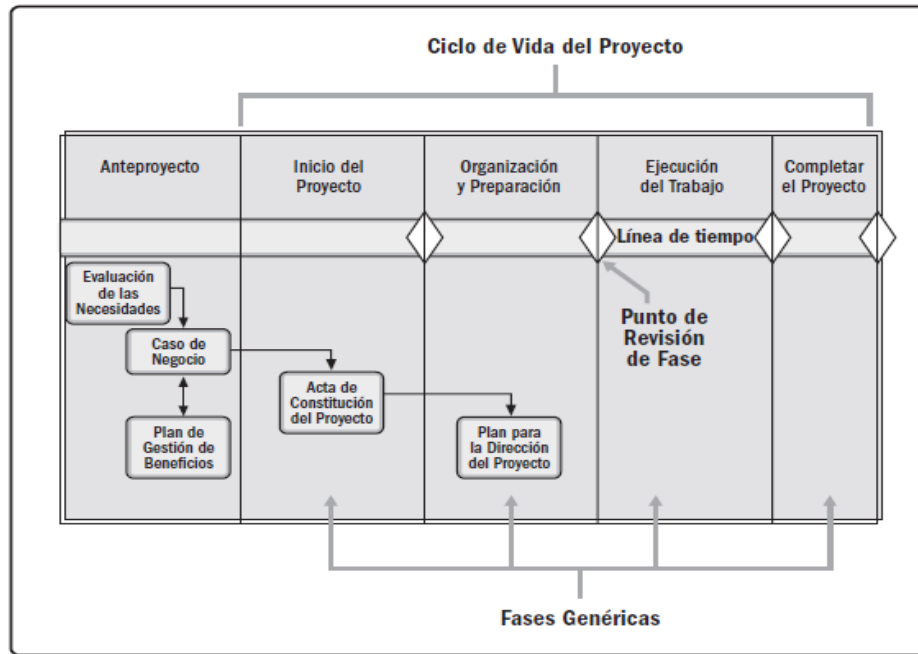


Figura 5. Ciclo de vida de un proyecto

Fuente: Project Management Institute (2017, p. 63).

Prefactibilidad: es un análisis preliminar de la idea del proyecto a fin de verificar su viabilidad. Este estudio permite, a través de las conclusiones, tomar decisiones como: reformular el proyecto, postergar el proyecto, abandonar el proyecto o continuar con el estudio de viabilidad del proyecto (Rodríguez, 2012, p. 2).

Factibilidad: es un estudio que permite efectuar un análisis de viabilidad de una idea mediante el análisis de diferentes escenarios. El estudio de factibilidad puede entregar el resultado de completar con éxito una empresa o proyecto, teniendo en cuenta los factores que afectan al proyecto antes de efectuar una inversión en tiempo y dinero.

Dicho estudio debe cubrir los análisis en el mercado (demanda, competencia, tamaño, oferta), y los análisis financieros, políticos, técnicos, sociales y organizacionales (Arvanitis, 2018, p. 2).

Estudio del entorno: es una herramienta que permite comprender el comportamiento del entorno en el contexto socioeconómico, político, social, cultural y técnico-científico, identificando los riesgos y las oportunidades, además de reconocer los posibles comportamientos en el medio que se desarrollarán en el proyecto, ayudando a la planificación estratégica (Fernández, 2003, p. 120).

Estudio del sector: se basa en el análisis para efectuar las contrataciones, identificando los riesgos, los requisitos de contratación y la evaluación de ofertas. El estudio del sector tiene como fundamento tres áreas:

- Aspectos generales.
- Estudio de la oferta.
- Estudio de la demanda (“Guía para la elaboración de estudios de sector”, s. f.).

Estudio de mercado: realizar un estudio de mercado implica conocer el producto, la plaza (canales de distribución), el precio y la publicidad. Este estudio permite capturar los posibles gustos de los clientes y contar con más información que permita mejorar el producto o servicio. Es importante considerar que dados los constantes cambios que se presentan en los gustos, estos estudios deben efectuarse de forma frecuente para mantener un producto vivo, investigando las tendencias, los competidores y los consumidores que apoyen y mantengan el producto o servicio en el mercado (Da Silva, 2018).

Estudio técnico: se contemplan todos los aspectos técnicos del proyecto, los procesos, la tecnología, el tamaño y la localización; además de especificar el presupuesto de inversión (“Estudio técnico”, s. f.).

Estudio legal: investigación de las leyes que se involucran de alguna manera con el proyecto. Se deben revisar los temas legales que involucren la instalación y operación del proyecto, así como las normas laborales, además de la legislación tributaria (Sapag, 2011, p. 33).

Estudio administrativo: permite llevar a cabo la organización del proyecto, desde el organigrama con los roles y las responsabilidades hasta los costos atribuidos a la constitución de la empresa (Sapag, 2011, p. 33).

Estudio organizacional: establece la capacidad operativa presente y futura para el correcto funcionamiento del proyecto, logrando definir la estructura de la organización, los procedimientos administrativos y legales y las etapas de inversión, operación y mantenimiento (Sapag, 2011, p. 33).

Evaluación financiera del proyecto: es un proceso que permite, con la inversión inicial y los beneficios esperados, generar los ejercicios necesarios para hacer un análisis comparativo de costos y beneficios, consiguiendo las mejores opciones para la programación y la puesta en marcha del proyecto, teniendo como objetivo principal la rentabilidad (Meza, 2017, p. 32).

La evaluación financiera comprende los siguientes puntos:

- Inversiones del proyecto.
- Beneficios del proyecto.
- Proyecciones financieras.
- Fuentes de financiamiento.
- Construcción del flujo de caja del proyecto.

5.1 ¿Qué significa crear una empresa o negocio?

Crear una empresa significa que, a partir del modelo de negocio, se deben definir los siguientes aspectos:

Con cuál forma jurídica constituir la empresa:

- Persona natural: “Es aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal, y asume todos los derechos y las obligaciones de la actividad comercial que ejerce” (“Pasos para crear empresa”, 2021).
- Persona jurídica: “Es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Se clasifica en: Sociedad Limitada, Empresa Unipersonal, Sociedad Anónima, Sociedad Colectiva, Sociedad Comandita Simple, Sociedad Comandita por Acciones y Empresa Asociativa de Trabajo” (“Pasos para crear empresa”, 2021).

La empresa que se piensa conformar, y para la cual se realiza el presente estudio, llevará por nombre Naba’at, y será constituida como corporación o fundación sin ánimo de lucro, en persona jurídica, ya que todos los socios deben ser aportantes y reinvertirán en la organización; de esta manera se tienen exenciones tributarias, rubro que será destinado al componente social de la iniciativa.

Siendo así, los pasos que deben seguirse son:

- Inscribir la corporación y los libros en la Cámara de Comercio de Bogotá.

5.2 ¿En qué consiste una escuela de danza?

Consiste en un espacio y momento en el que se realiza la transferencia de habilidades, de conocimiento y desempeño de la danza a los estudiantes mediante la enseñanza y la formación, cuyo resultado es la adquisición de conocimientos por medio de la experimentación del propio cuerpo.

6 MARCO METODOLÓGICO

Para el estudio de factibilidad se llevará a cabo una investigación como un estudio cualitativo y cuantitativo, sustentado en libros, páginas web, revistas y entidades gubernamentales.

Las bases de datos consultadas fueron: Emerald Books, Ebooks 7-24, eBook Academic Collection (EBSCO) y ScienceDirect; las revistas *Portafolio* y *Forbes*, y las entidades gubernamentales colombianas como el Ministerio de Cultura, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la Cámara de Comercio de Bogotá, Colombia Compra Eficiente, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA) y el Instituto Distrital de las Artes (Idartes).

Los libros consultados en lo referente a gestión de proyectos y teoría de la danza fueron, entre otros: *La danza del vientre paso a paso* de Laura Cooper (2005), *Danza del vientre* de Devorah Korek (2005), *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación* (Sapag, 2011), *Principios de marketing* de Philip Kotler y Gary Armstrong (2018), *Evaluación financiera de proyectos* (Meza, 2017) y el artículo “Evolution and functions of human dance” (Fink, Bläsing, Ravignani y Shackelford, 2021).

También se revisaron páginas web de estadísticas como Statista, sitios oficiales de bailarinas de danza del vientre mundialmente reconocidas, escuelas de danza—incluyendo sus páginas oficiales en YouTube—, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Consejo Internacional de Danza como parte del BID, IBISWorld y Accenture.

Para el método cuantitativo, que “por lo general emplea estudios de muestreo probabilístico y aplicación de cuestionarios, lo que quiere decir que se enfoca en obtener datos que puedan ser medidos y abordados de forma estadística” (Martínez, 2018, p. 57), se utilizaron encuestas para identificar los gustos en entrenamiento del público objetivo, así

como para realizar los cálculos que permitieran obtener los respectivos presupuestos y resultados financieros.

La encuesta se aplicó a 264 personas y fue difundida por las redes sociales con la finalidad de recoger datos sobre el interés en la danza en Colombia, con un enfoque en Bogotá y su entorno. Los perfiles de las personas encuestadas tienen unos aspectos claves, ya que por el nivel de uso de herramientas digitales deben ser personas de los 20 a los 70 años en su mayoría, con acceso a Internet en su casa o en su celular, lo que nos habla de un poder adquisitivo que debe ser del estrato 3 en adelante; y basándonos en este supuesto, también deben ser personas activas en las redes sociales, pues la encuesta fue difundida por WhatsApp la mayoría de las veces, además de tener un nivel de relacionamiento que les dé la confianza para completar un cuestionario y reenviar la encuesta a otras personas, lo que se puede relacionar con el ejercicio de tener actividad social, y esto significa que con ellos se podría hacer algún plan de tipo cultural, deportivo o recreativo en su comunidad. Esta información nos indica que no se puede extrapolar la muestra a la población total, ya que la propuesta incluye una conexión en línea, dispositivos conectados a Internet y reproducción de vídeos, así como personas no sedentarias.

El método cualitativo, que hace hincapié en lo particular e individual, se orienta a encontrar cualidades específicas en aquello que se pretende comprender (Martínez, 2018, p. 57). Este método nos permite, mediante las diferentes metodologías, analizar la información del entorno, del sector, del mercado, los asuntos técnicos, administrativos y legales y los comportamientos globales para ajustar la propuesta a lo que se vaya encontrando a medida que transcurre la investigación. En este método se describen las fuentes primarias, secundarias y terciarias y se deducen sus resultados.

Las metodologías empleadas para este trabajo se plantean en las tablas que se muestran a continuación (tablas 1-6):

Tabla 1. Estudio del entorno y del sector

Metodología	PESTEL: por medio de este análisis se busca identificar, de acuerdo con las megatendencias, los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales que podrían llegar a impactar, de forma positiva o negativa, el desarrollo del presente proyecto
Fuentes	<p>“ABC Economía Naranja” (2020)</p> <p>“ABC Economía Naranja” (2021)</p> <p>“El ‘e-commerce’ crece en el mundo” (2020)</p> <p>Fuentes (2021)</p> <p>Matveeva (2020)</p> <p>“Nuestro compromiso con la inclusión y la diversidad” (2021)</p> <p>“Pasión por la interacción” (2020)</p> <p>Ramírez (2020)</p> <p>“Red Naranja” (2021)</p> <p>“Región Naranja” (2017)</p> <p>“Tenis hechos de basura, el calzado sustentable de Nike” (2021)</p> <p>“The best brands and industries for customer experience” (2020)</p> <p>“The brandwatch customer loyalty report in partnership with GWI” (2021)</p>
Ubicación	Colombia

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Estudio de mercado

Metodología	4P del Marketing: con el fin de efectuar estudios, análisis y acciones que permitan identificar el comportamiento de la escuela de danza en el mercado
Fuentes	Páginas web que permitan analizar el producto, la plaza, el precio y la promoción para el lanzamiento óptimo al mercado de la escuela de danza, como: Kotler y Armstrong (2019) Sapag (2011) Villacampa (2021)
Ubicación	Colombia

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Estudio técnico

Metodología	Identificar lo requerido en el proyecto en cuanto a locaciones, licenciamientos, diseño y publicación de páginas web
Fuente	“Estudio técnico” (s. f.)
Ubicación	Colombia

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Estudio administrativo y organizacional

Metodología	Identificación de la organización, los roles, las responsabilidades, la capacidad presente y futura logrando definir la estructura de la organización
Fuente	Sapag (2011)
Ubicación	Colombia

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Estudio legal

Metodología	Revisión de instituciones (Cámara de Comercio, Economía Naranja, DIAN, CID)
Fuentes	Artículos web de las revistas <i>Portafolio</i> y <i>Dinero</i> Artículos relacionados con megatendencias
Ubicación	Colombia

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Estudio financiero

Metodología	Identificación de la inversión inicial, proyecciones en los próximos años, efectuar análisis comparativos de costos para generar las mejores opciones para la puesta en marcha del proyecto
Fuente	Meza (2017)
Ubicación	Colombia

Fuente: elaboración propia.

Este trabajo es pertinente dado que no se encontró en la literatura otro estudio de factibilidad de una escuela de danza del vientre, y con base en las tendencias mundiales sobre entretenimiento, la danza tiene espacio y puede aportar a la sociedad para aliviar las presiones físicas y mentales de los danzantes.

7 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE DANZA DEL VIENTRE EN MODO VIRTUAL, CON SEDE ADMINISTRATIVA EN EL MUNICIPIO DE CAJICÁ, CUNDINAMARCA

7.1 Estudio del entorno y del sector

Para el estudio del entorno y del sector nos apoyaremos en PESTEL como metodología de estudio de tendencias, ya que permite ampliar la visión del proyecto e identificar las oportunidades para la escuela de danza del vientre.

7.1.1 Político

Según el texto “Colombia a contracorriente: Colombia un país polarizado y en conflicto” de la Universidad del Rosario, el país sigue enfrentando esa polarización que durante décadas ha marcado su historia, recrudeciéndose de la mano de la violencia. Esto no es distante a lo que hoy vivimos en términos de poder político, pues ya no son liberales y conservadores, pero sí la derecha y la izquierda con sus representantes quienes invitan a unirse fanáticamente a un bando u otro. Las consecuencias de esta tendencia son los constantes descontentos de los colectivos sociales y un andar desengranado que nos lleva a parar la economía por motivos de desigualdad económica, lo que, al final, impacta la inversión extranjera, el indicador de riesgo-país y el avance de los proyectos nacionales. Para mitigar este punto, desde los centros de pensamiento se pueden generar espacios de convergencia entre los polos para avanzar juntos como país, disminuyendo la corrupción que a tantos proyectos del Gobierno puede afectar, como la Economía Naranja.

El objetivo de la Economía Naranja es “propiciar las condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales” (“ABC Economía Naranja”, 2021); esto se ve evidenciado en apoyos a la formación, incentivos y financiamiento, acompañamiento y

asistencia técnica y conocimiento (cifras, mediciones, mapeos, escenarios de intercambio de experiencias). Así se consolida el beneficio que puede implicar dicha tendencia en Colombia, soportada en la iniciativa del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) del 2017 conocida como Región Naranja (figura 6).



Figura 6. Composición del Consejo Nacional de la Economía Naranja en Colombia

Fuente: “ABC Economía Naranja” (2021).

Los apoyos se dan desde el Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN) conformado por el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Comercio, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), el Ministerio del Trabajo, el Ministerio de Educación, el Ministerio del Interior, el Ministerio de Hacienda, el Departamento Nacional de Planeación (DNP), el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA) y la Financiera de Desarrollo Territorial (FINDETER), tal como se muestra en la figura 6, componiendo el organismo asesor y consultivo del Gobierno nacional, encargado de formular los lineamientos generales de política y de coordinar las

acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, la defensa, la divulgación y el desarrollo de la economía creativa.

De esta manera, la Economía Naranja, que está conformada por tres segmentos: Arte y Patrimonio, Industrias Creativas (nuevos medios y softwares de contenidos) e Industrias Culturales, incluye la danza del vientre en la categoría Artes Escénicas, Artes Visuales y en Educación, todas del primer segmento mencionado: Arte y Patrimonio.

7.1.2 Económico

De acuerdo con el artículo “El ‘e-commerce’ crece en el mundo” (2020), de la revista *Portafolio*, en un estudio efectuado por Mercado Libre, se ha registrado un crecimiento del 387% de las compras en línea: en Colombia dicho crecimiento ha sido del 9,9%, seguido por Argentina con un 7,6%, Brasil con un 6,6%, Chile con un 5,6% y México con un 3,7%. “Desde febrero a marzo de este año, el tiempo de navegación de los usuarios por región aumentó en un 17%, así como la cantidad de búsqueda por personas que creció en un 39% durante esta temporada”, menciona el estudio. Esto indica que las personas, por miedo a salir a causa de la pandemia, han generado hábitos de consumo diferentes, adquiriendo productos y consolidándose con ciertas marcas. Todo lo señalado no se aleja de los cursos y las clases que se están impartiendo en línea mediante plataformas como Microsoft Teams y Zoom, que le permiten a la comunidad acceder a opciones para inscribirse en cursos oficiales y no oficiales, en clases con instructores de gimnasia o clases de danza sin salir de casa.

De acuerdo con el artículo “Tendencias del e-Learning y futuro de la formación online en 2022”, las tendencias en educación van más allá de las plataformas tecnológicas que se usan para dictar las clases, pues también varían en el estilo que usan los diferentes emprendedores para atraer diferentes gustos del mercado en línea a unos costos competitivos (Fuentes, 2021). Según la figura 7, el DANE, con la información de consumo generada del Producto Interno Bruto (PIB) constante, detalla que aunque el gasto por consumo de entretenimiento y cultura venía incrementándose progresivamente en un 4,7% promedio anual de la tasa de crecimiento

del gasto final de consumo de los hogares entre 2016 y 2019, en el año 2020, con el desplome de la economía a causa de la pandemia, se redujo en el segundo trimestre en 8,5%, y se debe destacar que se ha recuperado en el mismo año en 3,7%, hasta el último trimestre. Con la reapertura del mercado y la consecuente recuperación de la economía, se proyecta volver a los valores de 2019 mostrando intención de consumo y capacidad de inversión en este rubro. La revista *Portafolio*, en su artículo “2022: PIB se estabiliza, inflación se modera y desempleo sigue alto” (2022), proyecta un incremento entre 3 y 5,5% del PIB al cierre del año 2021, lo cual nos dejaría incluso con una mayor capacidad adquisitiva que en el 2019, siendo favorable para que la población genere el gasto en entretenimiento y cultura, a pesar del desempleo que se sostiene por la pandemia en 2021.

DANE		El futuro es de todos		Sistema de Colombia																	
Gasto de consumo final de los hogares por finalidad y durabilidad																					
Series escaladas de volumen con año de referencia 2015																					
Datos corregidos de efectos estacionales y de calendario																					
Miles de millones de pesos																					
2005 - 2020** Cuarto trimestre																					
Concepto	2016				2017				2018				2019*				2020**				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
Gasto de consumo final de los hogares por finalidad																					
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	23.471	23.296	23.315	23.511	23.755	23.933	24.230	24.359	24.505	24.756	24.823	24.656	24.901	25.353	25.566	25.927	26.627	26.366	27.492	26.940	
02 Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	4.397	4.280	4.452	4.507	4.987	4.341	4.995	4.894	4.801	4.809	4.852	4.868	4.955	4.898	5.062	4.597	5.407	4.554	4.894	5.157	
03 Prendas de vestir y calzado	9.455	9.543	9.548	9.648	9.648	9.464	9.598	9.813	9.763	9.865	9.897	9.953	9.897	10.077	10.359	10.454	9.076	9.865	7.806	9.151	
04 Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	21.857	21.912	22.049	22.252	22.294	22.496	22.670	22.877	23.053	23.322	23.589	23.743	23.979	24.129	24.262	24.375	24.763	24.516	24.688	25.872	
05 Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del	5.962	5.866	5.796	5.877	5.914	5.863	5.899	5.914	6.093	6.084	6.083	6.080	6.192	6.353	6.495	6.535	6.570	5.162	6.190	6.779	
06 Salud	10.863	10.594	10.611	10.857	10.787	10.822	10.967	11.983	11.413	11.523	11.611	11.749	11.902	12.144	12.251	12.394	12.355	10.792	11.900	12.913	
07 Transporte	12.253	12.349	12.398	12.571	12.422	12.315	12.600	12.915	13.050	13.016	13.210	13.407	13.761	13.752	13.635	13.633	12.761	5.585	7.837	10.135	
08 Comunicaciones	5.089	5.013	5.145	5.021	5.099	5.113	5.125	5.304	5.361	5.576	5.647	5.650	5.459	5.408	5.309	5.400	5.543	5.549	5.660	5.564	
09 Recreación y cultura	7.933	7.919	7.960	7.954	7.975	7.884	7.921	8.038	7.744	8.090	8.276	8.645	8.935	9.412	9.672	9.891	9.239	7.554	9.553	9.760	
10 Educación	5.827	5.953	6.036	6.003	5.881	6.029	6.020	6.019	5.976	6.030	5.998	6.013	6.081	6.090	6.162	6.162	6.178	6.184	6.181	6.286	
11 Restaurantes y hoteles	16.461	16.640	16.877	16.742	16.898	16.715	16.934	16.963	17.263	17.368	17.231	17.349	16.309	17.564	17.758	17.677	16.213	8.438	10.998	15.581	
12 Bienes y servicios diversos	14.105	13.959	14.196	14.296	14.516	14.904	14.969	15.127	14.995	15.295	15.115	15.379	15.626	15.804	16.231	16.172	16.445	15.438	16.160	16.440	
Gasto de consumo final de los hogares en el territorio	137.731	136.316	138.028	139.983	139.639	140.627	142.133	143.137	144.089	145.418	146.391	147.152	148.633	151.502	152.614	153.165	153.997	130.109	140.119	150.007	
Gasto de consumo final de los hogares por durabilidad																					
Bienes durables	6.619	6.595	6.356	6.920	6.374	6.153	6.344	6.470	6.906	7.060	7.145	7.170	7.461	7.521	7.656	7.708	7.847	5.334	7.455	8.410	
Bienes no durables	42.428	42.061	42.094	42.614	42.984	43.333	43.891	43.915	44.192	44.454	44.492	44.405	44.720	45.462	45.346	46.324	50.718	47.218	47.541	47.900	
Bienes semidurables	11.257	11.168	11.153	11.293	11.277	11.102	11.326	11.579	11.805	11.782	11.801	11.769	11.965	12.418	12.420	11.441	7.537	10.093	11.321		
Servicios	17.226	17.648	18.458	18.782	19.473	19.912	20.182	21.246	21.504	21.980	22.793	24.022	24.792	25.972	26.699	27.241	33.899	68.864	74.747	82.941	
Gasto de consumo final de los hogares en el territorio económico	137.731	136.316	138.028	139.983	139.639	140.627	142.133	143.137	144.089	145.418	146.391	147.152	148.633	151.502	152.614	153.165	153.997	130.109	140.119	150.007	

Fuente: DANE, Cuentos nacionales
 *preliminar
 **provisional
 *Clasificación del consumo individual por finalidad, por sus signos en inglés
 Actualizado el 15 de febrero de 2021

Gasto de consumo final de los hogares por

Tasa de crecimiento trimestral
Base 2015
2005 - 2020** Cuarto trimestre

Concepto	2016				2017				2018				2019*				2020**			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Gasto de consumo final de los hogares por finalidad																				
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	0,1	-0,3	-0,3	0,8	1,0	0,7	1,2	0,5	0,6	1,0	0,3	-0,7	1,0	1,8	0,8	1,4	10,4	-0,9	-3,1	-2,4
02 Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	5,7	-0,4	1,6	1,2	10,7	-0,9	1,1	-2,2	-1,7	0,2	0,9	0,3	1,8	-1,4	3,6	-1,3	8,2	-15,8	7,5	5,4
03 Prendas de vestir y calzado	2,9	0,9	0,1	1,0	0,0	-1,9	1,4	2,2	-0,5	1,0	0,3	0,6	-0,6	1,8	2,8	0,9	-13,2	-35,4	33,1	17,2
04 Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	0,6	0,3	0,6	0,9	0,2	0,9	0,8	0,3	0,8	1,2	1,1	0,7	1,0	0,6	0,6	0,5	1,6	-1,0	0,7	4,8
05 Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	-1,8	-1,6	-1,2	1,4	0,6	-0,9	0,6	0,2	3,0	-0,2	0,0	-0,1	1,8	2,6	2,1	0,8	0,5	-21,4	19,9	9,5
06 Salud	-2,2	-0,7	0,3	0,4	1,2	0,3	1,3	2,0	2,1	1,0	0,7	1,2	1,3	2,0	0,9	0,4	0,4	-12,7	10,4	8,5
07 Transporte	-1,1	0,8	0,3	3,9	-3,5	-0,9	2,3	-0,7	4,3	-0,3	1,5	1,5	2,6	-0,1	-0,8	0,0	-6,4	-66,9	42,4	28,3
08 Comunicaciones	-0,1	-1,1	2,6	-2,4	1,6	0,3	0,2	3,5	1,1	4,0	1,3	0,1	-3,4	-0,9	-1,9	1,7	2,7	0,1	2,0	-1,7
09 Recreación y cultura	0,1	-0,2	0,5	-0,1	0,9	-1,4	0,7	1,5	-3,7	4,5	2,9	4,5	3,3	5,3	2,8	2,3	-6,6	-18,2	26,5	2,2
10 Educación	2,3	2,2	1,4	-0,5	-2,0	2,5	-0,1	0,0	-0,7	0,9	-0,5	0,3	1,1	0,2	1,2	0,0	0,3	0,1	-0,1	1,7
11 Restaurantes y hoteles	-0,1	1,1	0,2	0,4	0,9	-1,1	1,3	0,2	1,8	-0,6	0,4	-0,5	-1,4	3,9	1,1	-0,5	-8,3	-48,0	20,3	41,7
12 Bienes y servicios diversos	0,3	-1,6	1,7	1,4	0,8	2,5	-0,1	1,7	-1,5	2,6	-1,1	1,7	1,6	1,7	2,2	-0,4	1,7	-6,1	4,6	1,8
Gasto de consumo final de los hogares en el territorio económico	0,3	-0,6	0,8	1,4	-0,2	0,7	1,1	0,7	0,7	0,9	0,7	0,5	1,0	1,9	0,7	0,4	0,5	-15,5	7,7	7,1

Gasto de consumo final de los hogares por durabilidad																				
Bienes durables	-4,5	-0,5	-3,5	8,9	-7,9	-3,5	3,1	2,0	6,7	2,2	1,2	0,4	4,1	0,8	1,8	0,7	1,8	-32,0	39,8	12,8
Bienes no durables	-0,4	-0,9	0,1	1,2	0,9	0,8	1,3	-0,2	0,9	0,6	0,1	-0,2	0,7	1,7	1,1	0,8	9,5	-6,9	0,7	0,8
Bienes semidurables	2,9	-0,9	-0,1	1,3	-0,2	-1,5	2,0	1,8	0,4	2,0	-0,2	0,2	-0,3	1,7	3,8	0,0	-7,9	-34,1	33,9	12,2
Servicios	0,8	0,5	1,0	0,4	0,9	0,6	0,3	1,3	0,3	0,6	1,0	1,5	0,9	1,4	0,8	0,6	-3,9	-17,9	8,5	11,0
Gasto de consumo final de los hogares en el territorio económico	0,3	-0,6	0,8	1,4	-0,2	0,7	1,1	0,7	0,7	0,9	0,7	0,5	1,0	1,9	0,7	0,4	0,5	-15,5	7,7	7,1

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
*provisional
**provisional
*Clasificación del consumo individual por finalidades, por sus dígitos en inglés
Actualizado el 15 de febrero de 2021

Gasto de consumo final de los hogares por finalidad y durabilidad

Tasa de crecimiento año corrido
Base 2015
2005 - 2020** Cuarto trimestre

Concepto	2016				2017				2018				2019*				2020**			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Gasto de consumo final de los hogares por finalidad																				
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	2,2	1,9	1,3	1,0	1,2	1,8	2,5	2,8	3,2	3,3	3,0	2,6	1,6	2,0	2,3	3,0	15,0	13,4	11,4	9,4
02 Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	9,1	8,8	9,1	8,9	13,4	13,1	12,8	11,7	-3,7	-3,2	-3,1	-2,4	3,2	2,4	3,1	3,0	9,1	1,2	-0,3	0,6
03 Prendas de vestir y calzado	5,3	5,6	4,9	5,0	2,0	0,6	0,6	0,9	1,2	2,7	2,8	2,5	1,4	1,8	2,7	3,3	-8,3	-25,2	-25,0	-21,8
04 Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	3,3	2,9	2,7	2,6	2,0	2,3	2,5	2,6	3,4	3,5	3,7	3,7	4,0	3,7	3,4	3,2	3,3	2,4	2,2	3,2
05 Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	-0,6	-2,4	-3,5	-3,5	-0,8	-0,4	0,3	0,4	3,0	3,4	3,3	3,2	1,6	3,0	4,2	5,0	6,1	-6,5	-5,8	-3,4
06 Salud	4,8	1,8	0,2	-0,4	1,2	1,7	2,3	2,9	5,8	6,2	6,1	5,8	4,3	4,8	5,0	3,8	-3,8	-3,5	-1,3	-1,3
07 Transporte	0,5	0,5	0,5	1,3	1,4	0,6	0,9	0,0	5,1	5,4	5,2	5,7	5,5	5,6	4,8	4,0	-7,3	-33,6	-36,8	-33,8
08 Comunicaciones	-2,3	-2,5	-1,9	-1,7	0,6	1,3	0,7	1,9	5,1	7,1	8,1	7,7	1,8	-0,7	-2,5	-3,0	1,5	2,1	3,6	3,4
09 Recreación y cultura	3,9	2,9	2,3	1,8	0,5	-0,1	-0,2	0,1	-2,9	0,0	1,5	3,0	15,4	15,9	16,2	15,7	3,4	-8,5	-6,0	-4,8
10 Educación	0,6	2,2	1,1	2,2	0,9	1,1	0,6	0,5	1,6	0,8	0,4	0,3	1,7	1,4	1,8	2,0	1,6	1,6	1,1	1,4
11 Restaurantes y hoteles	5,1	5,1	4,9	4,1	2,7	1,5	1,5	2,2	2,4	2,2	1,9	-2,0	0,1	1,1	1,6	-4,1	-28,5	-31,7	-28,7	-28,7
12 Bienes y servicios diversos	0,5	-0,5	-0,9	-0,2	2,3	4,5	4,6	4,7	2,6	2,6	2,3	2,2	4,9	4,4	5,4	5,3	5,2	1,2	0,6	0,9
Gasto de consumo final de los hogares en el territorio económico	2,8	2,0	1,6	1,7	1,4	2,0	2,4	2,3	3,2	3,3	3,2	3,1	3,2	3,7	3,9	3,9	3,6	-5,3	-6,3	-5,2
Gasto de consumo final de los hogares por durabilidad																				
Bienes durables	-5,8	-7,1	-7,9	-6,0	-3,7	-5,1	-3,5	-4,3	8,3	11,5	11,9	11,6	8,0	7,3	7,2	7,3	5,2	-12,0	-8,8	-4,3
Bienes no durables	1,5	0,9	0,3	0,2	1,3	2,2	2,9	2,9	2,8	2,7	2,3	2,0	1,2	1,7	2,2	2,8	13,4	8,6	6,9	6,0
Bienes semidurables	5,1	4,0	2,9	3,0	0,2	-0,2	0,4	0,8	2,7	4,5	4,3	3,8	1,6	1,5	2,8	3,4	-2,8	-20,0	-19,6	-16,8
Servicios	3,6	3,3	3,1	3,1	2,9	2,9	2,7	2,8	2,6	2,6	2,8	3,0	4,0	4,5	4,5	4,4	-1,1	-10,6	-11,6	-9,9
Gasto de consumo final de los hogares en el territorio económico	2,8	2,0	1,6	1,7	1,4	2,0	2,4	2,3	3,2	3,3	3,2	3,1	3,2	3,7	3,9	3,9	3,6	-5,3	-6,3	-5,2

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
*provisional
**provisional
*Clasificación del consumo individual por finalidades, por sus dígitos en inglés
Actualizado el 15 de febrero de 2021

Figura 7. Datos finales de los hogares por concepto de recreación y cultura en Colombia, 2015-2020

Fuente: DANE (2021).

7.1.3 Social

El análisis hecho por Brandwatch (2021) respecto a las tendencias en la industria del entretenimiento, muestra que los servicios de suscripciones, opción de modalidad actual para aprender y enseñar la danza del vientre, han presentado una tendencia negativa debido al precio de las suscripciones, especialmente cuando hay muchas alternativas; dada esta información, se requiere entonces de un enfoque, con respecto al costo, que permita ser competitivo bajo esta alternativa, teniendo en cuenta que es un ámbito de competencia mundial en el que grandes expertos en la danza, que se han destacado históricamente en las escuelas rusas y estadounidenses, están disponibles como competidores, y que también es necesario tener variedad, innovación y precios favorables para entrar a disputar en el mercado mundial.

Una tendencia positiva identificada por Brandwatch en el reporte “Customer loyalty report 2021” (2021), es el apoyo a las pequeñas marcas, así como el soporte a los negocios locales, que podemos ver en Colombia con iniciativas como “Compra lo nuestro”, en las cuales se puede apalancar la escuela de danza del vientre e incluir también como parte de las estrategias de mercadeo.

El tema de la diversidad e inclusión es otra tendencia que viene para quedarse, dado que desde la educación, y en los trabajos, este es un punto ya no negociable: el respeto hacia las diferencias y la búsqueda del cierre de estas brechas entre las poblaciones que se encuentran vulnerables a la discriminación es un paso muy importante, y no solo porque es lo coherente del comportamiento en sociedad, sino porque se ha demostrado que la innovación y la eficiencia en la apreciación de diferentes puntos de vista, originados precisamente en esas diferencias, es lo que más enriquece los procesos creativos y las soluciones innovadoras.

7.1.4 Tecnológico

De acuerdo con el artículo “El número de usuarios de internet en el mundo crece un 7,3% y alcanza los 4.660 millones” (2021), el número de usuarios que acceden a Internet se incrementó en un 7,3 %; esto se atribuye a la pandemia y a la necesidad de estar conectados. Incluso, la velocidad de la conexión y los hábitos de consumo de Internet se han modificado, incluyendo las clases y actividades que se solían efectuar en formas presenciales que tuvieron que pasar a formato virtual.

De acuerdo con la figura 8, los usuarios de Internet en el mundo pasan un total de 6 horas y 54 minutos conectados a la red cada día; esto apoya el nuevo uso de las redes para estudio, entretenimiento o investigación.

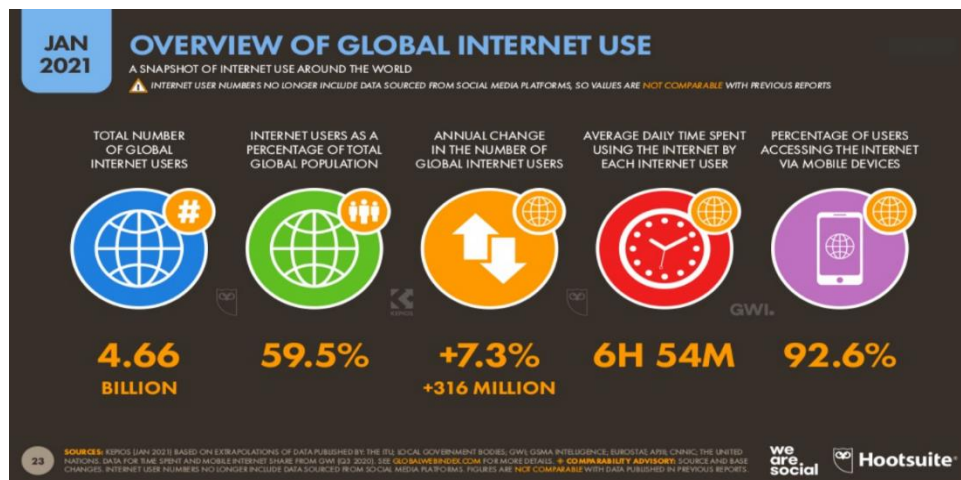


Figura 8. Información general del uso de Internet en el mundo

Fuente: Galeano (2021).

La figura 9 presenta las regiones con mayor uso de Internet: Norte de Europa (96%) y Europa Oriental (93%) seguidas por Norteamérica (90%); y mediano uso: Norteamérica (90%) y Suramérica (76%).

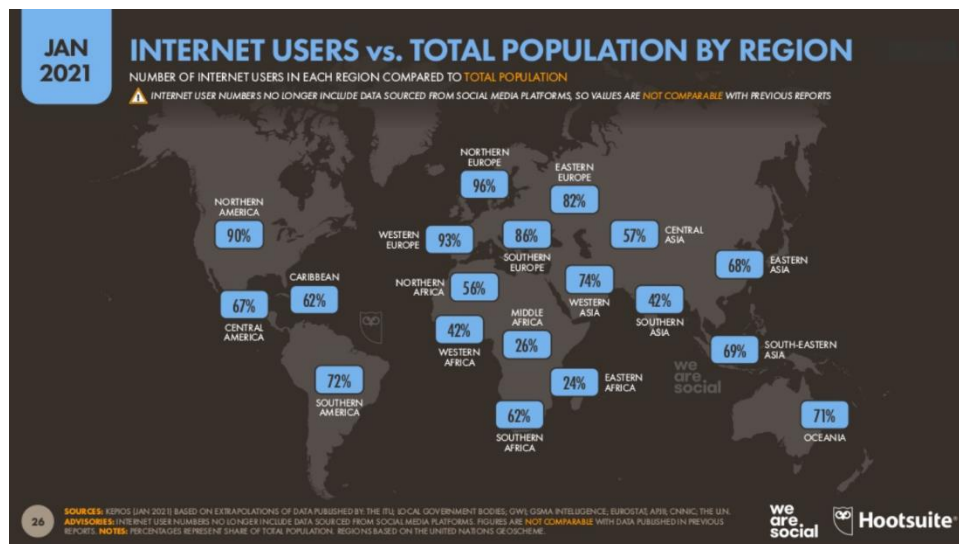


Figura 9. Usuarios de Internet vs. población total por región, 2021

Fuente: Galeano (2021).

Así mismo, Accenture (“Pasión por la interacción, 2021) menciona que dadas las condiciones de la pandemia y la carga cognitiva que genera estar siempre al frente de una pantalla y en reuniones vía Zoom, las empresas buscan, mediante diseños e interacciones con los participantes de las sesiones, hacer la reunión con retos e inspiraciones que ayuden a mejorar la experiencia del usuario.

Las demás plataformas de entretenimiento también deben jugar un papel importante con esta situación mientras no exista una vacuna, pues la gente prefiere apartarse de lugares donde deba compartir espacio, de tal forma que ahora las plataformas actuales como Spotify se están preparando para mezclarse con actuaciones en vivo y contar con la interacción del público y de esta forma atraer más audiencia en línea. Claramente se espera un manejo adecuado de la información de los usuarios conectados por parte de la plataforma, garantizando la confidencialidad de la información (“Pasión por la interacción”, 2021).

Con base en esta información, se observa que el uso de las plataformas tecnológicas cada día se hace más necesario, y que estas tecnologías se están preocupando por generar espacios

de interacción virtual, entregando herramientas que les permitan a los usuarios ser partícipes de las actividades y disfrutar la conexión virtual, lo que favorecería el mercado de cursos en línea y entretenimiento.

7.1.5 Ecológico/Ambiental

Cada vez la preocupación del ser humano está más enfocada en el medioambiente. En un artículo reciente, Nike hace el lanzamiento de su nueva línea de tenis hechos de plástico reciclado y desperdicio textil (“Tenis hechos de basura, el calzado sustentable de Nike”, 2021). En el artículo de *Forbes* la Industria de la Moda, la 2ª más contaminante (2019) menciona que el segundo factor contaminante en el mundo es la industria de la moda, sin embargo, el tema de la sostenibilidad en esta industria tiene muchas contradicciones, pues antes de regalar o subastar las prendas que no logran vender prefieren quemarlas, lo que genera un impacto en el ambiente.

Ahora bien, la indumentaria para las bailarinas de danza árabe, que buscan en su apariencia tener una imagen impecable y sutil, puede fabricarse a partir de desechos textiles y plástico, y los accesorios con material reciclable.

7.1.6 Legal

De acuerdo con la página de la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA) (2021), la Red Naranja es un portal de negocios utilizado por las industrias culturales y creativas para que los autores o generadores de esta línea de negocio puedan publicar y comercializar su idea.

Al mismo tiempo, en el mundo se habla de la tecnología blockchain para la protección de los derechos de autor de forma digital, dado que incluiría los contratos inteligentes programados, como, por ejemplo, para transferir los derechos de autor, conceder licencias de obras protegidas y hacer el seguimiento de las actividades de la obra protegida en la red de Internet (Ramírez, 2020).

De la revisión del macroentorno se concluye que hay condiciones favorables para la ejecución del proyecto y la oportunidad de extender este segmento de la danza en Colombia, así como sacar provecho de las suscripciones en línea, que permiten capturar diferentes públicos mundialmente.

Adicionalmente, con la creación del programa de estímulos fomentado por la Economía Naranja se tiene una ventaja competitiva internacional, debido al incentivo y el apoyo a emprendimientos creativos en segmentos como la danza.

A continuación, se presenta el resumen PESTEL (figura 10):



Figura 10. Resumen del análisis PESTEL

Fuente: elaboración propia.

7.2 Estudio de mercado

En el estudio de mercado se presenta el producto con sus características, soportado en una encuesta a un grupo de mujeres de las que se busca capturar los posibles gustos, la capacidad adquisitiva, las ubicaciones de la población que se interesa en el servicio y contar con más información que permita mejorarlo, haciéndolo más atractivo para el público objetivo.

7.2.1 Muestra poblacional

Se utilizó como técnica de recolección de datos las fuentes de información primaria; una encuesta dirigida a mujeres entre 12 y 70 años que vivan en Colombia y que estén interesadas en actividades culturales.

La cantidad de personas que se encuesten se definirá aplicando la siguiente fórmula de muestra finita:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Fórmula 1. Muestra finita

Donde:

n = tamaño de la muestra buscado.

N = tamaño de la población o universo.

z = parámetro estadístico que depende del nivel de confianza.

E = error de estimación máximo aceptado.

p = probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

q = (1*p) = probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

Fuente: (QuestionPro, 2021).

El tamaño de la población de mujeres en Colombia es de 16.588.007 para el año 2021, según el DANE (2021). La distribución por edades es la siguiente:

- 15-24 años: 4.006.875.
- 25-54 años: 10.177.042.
- 55-64 años: 2.404.090.

Fuente: Indexmundi (2021).

Estos datos duros nos permitieron definir las siguientes variables de la fórmula para calcular la muestra de la población con la plataforma SurveyMonkey.

N: tamaño de la población: 16.588.007.

Z: 95% (basados en los estándares de la industria).

D: el margen de error en consecuencia será 6,2%.

El aplicativo de SurveyMonkey nos arroja una muestra así: 242 mujeres, como se evidencia en la figura 11.



The image shows a screenshot of the SurveyMonkey sample size calculator. The title is "Calcula el tamaño de la muestra". There are three input fields: "Tamaño de la población" with the value 16588007, "Nivel de confianza (%)" with a dropdown menu set to 95, and "Margen de error (%)" with the value 6.3. Below these fields, the calculated "Tamaño de la muestra" is displayed as 242 in a large green font. Below the number, there is a small text block: "¿Estás haciendo una investigación de mercado? SurveyMonkey Audience te proporciona el público objetivo adecuado para tu encuesta de manera rápida y fácil teniendo en cuenta datos demográficos, comportamientos del consumidor, geografía o incluso áreas de marketing designadas." At the bottom, there is a green button that says "Etiqueta tu público".

Figura 11. Cálculo del tamaño de la muestra

Fuente: elaboración propia con uso de la plataforma SurveyMonkey (2021).

Después de calcular la muestra, se procede con la elaboración de la encuesta (Anexo 1). Esta permitirá identificar los gustos y el consumo de la población en entretenimiento, así como cuánto estaría dispuesta a pagar, cuáles son sus preferencias y conocimientos de la danza del vientre.

The image shows a two-page survey form titled "ESTUDIO DE MERCADO" (Market Study) for "Análisis para estudio de Mercado MIA_Eafis".

Page 1 (Left):

- 1. Nombre y Apellido:** A text input field labeled "Escribe su respuesta".
- 2. Edad:** A text input field labeled "Escribe su respuesta".
- 3. Género:** Radio buttons for "Femenino" and "Masculino".
- 4. País:** Radio buttons for "Argentina", "Colombia", "Paraguay", "México", "España", and "Otro".
- 5. Ciudad:** Radio buttons for "Bogotá".

Page 2 (Right):

- 5. Ciudad:** Radio buttons for "Bogotá", "Otro", "Cajá", "Medellín", "Barranquilla", "Cartagena", "Otro Ciudad", and "Ciudad de Otro país".
- 6. Localidad o Barrio en el que reside:** A text input field labeled "Escribe su respuesta".
- 7. Ocupación:** Radio buttons for "Estudiante", "Empleado", "Emprendedor", and "Otro".
- 8. ¿A cuál de las siguientes actividades de entretenimiento usted le dedica tiempo?:** Checkboxes for "Diseño", "Drapado", "Teatro", "Música", "Danza", and "Ninguna".

Figura 12. Formulario de la encuesta

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 7 se muestran las preguntas de la encuesta:

Tabla 7. Preguntas de la encuesta

Ítem	Preguntas	Opciones
1	Nombre y apellido	(Pregunta abierta)
2	Edad	(Pregunta abierta)
3	Género	(Pregunta abierta)
4	País	Argentina/Colombia/Paraguay/México/ España/Otro

5	Ciudad	Bogotá/Chía/Cajicá/Medellín/Barranquilla/ Cartagena/Otra ciudad/Ciudad otro país
6	Localidad	
7	Ocupación	Estudiante/Empleado/Emprendedor/Otro
8	¿A cuál de las siguientes actividades de entretenimiento le dedica tiempo?	Cine/Deporte/Teatro/Musicales/Danza/ Ninguna
9	¿Dedica tiempo a algún tipo de práctica de danza o baile?	SÍ/NO
10	¿Cuál de los siguientes estilos de danza le gustaría estudiar?	Ballet/ Ritmos urbanos (salsa, merengue, bachata, reguetón...)/Danza del vientre/ Danza contemporánea/Ninguno
11	¿Conoce la danza del vientre?	SÍ/NO
12	¿Estaría interesada en inscribirse en clases de danza del vientre?	SÍ/NO
13	¿Invertiría en clases de danza virtuales o presenciales?	Virtual/Presencial
14	Seleccione tres factores que le parecen importantes a la hora de escoger una escuela de danza	Fama de la escuela
		Cantidad de estudiantes
		Productos ofrecidos
		Precio
		Calidad de los profesores
		Años de experiencia

		Posibilidad de hacer presentaciones en vivo
		Ubicaciones
		Horarios flexibles
15	¿Se inscribiría en una escuela de danza con fines profesionales o de entretenimiento?	Profesional/Entretenimiento
16	¿Cuánto tiempo considera que puede invertir en la escuela de danza durante la semana?	1 hora/2 horas/3 horas/4 horas o más
17	¿Cuánto dinero estaría dispuesta a pagar mensualmente por su programa de clases de danza del vientre?	Menos de 60.000
		Entre 60.000 y 100.000
		Entre 100.000 y 300.000
		Más de 300.000
18	¿Prefiere una clase personalizada o grupal?	Personalizada/Grupal

Fuente: elaboración propia.

7.2.2 El producto

El servicio son las lecciones de danza del vientre teóricas y prácticas adaptables al nivel y las expectativas de cada participante, desde la iniciación, el recorrido histórico, la teoría y la práctica, hasta el manejo de elementos y diferentes puestas en escena de los siguientes estilos:

- Tribal fusión: “Es un estilo de danza del vientre que une el ATS (conocido actualmente como Fatchange Bellydance Style) con el bellydance, que incorpora elementos de diferentes bailes étnicos (como el hindú, el flamenco, las danzas

africanas, etc.) y otras disciplinas de la danza no asociadas al bellydance como el hip-hop, la danza contemporánea y los ritmos urbanos” (“Danza del vientre tribal”, 2021).

El término tribal fusión se refiere a la posibilidad de coreografiar e improvisar, en grupo o como solista, incorporando elementos de varias danzas; y se denomina tribal fusión porque los elementos primarios que se incluyen en la puesta en escena provienen de la danza tribal.

- FatChance Bellydance Style: surge como una crítica en Estados Unidos al boom del bellydance de inicios del siglo XX. Es un estilo de bellydance moderno, de improvisación grupal, creado por Carolena Nericcio. Esta danza está inspirada en danzas folclóricas de Medio Oriente, el norte de África, España e India.
- Bellydance: “La danza del vientre, bella y misteriosa, epítome de la fantasía y sabiduría de Oriente, es una de las más antiguas formas de arte. Esta danza se ha practicado durante miles de años, como queda reflejado en tumbas egipcias, en imágenes de la India e, incluso, en primitivos utensilios relacionados con el culto a la diosa. Actualmente, la popularidad de la danza del vientre se incrementa día a día, porque cada vez más mujeres están descubriendo este modo fantástico de mantenerse en forma, de liberar tensiones y estrés, expresar la feminidad y la belleza y estar en armonía con su cuerpo. Es decir, una hermosa forma de aumentar el bienestar físico y emocional mientras se disfruta dando vida a la expresividad artística” (Cooper, 2005, p. 10). El estilo incluye elementos de fantasía como velos, alas o espadas.

Los anteriores estilos de danza del vientre se proponen en modalidad virtual, y se pueden tomar de manera grupal o personalizada, con el acompañamiento de profesionales de apoyo (psicólogas, fisioterapeutas, nutricionistas y las profesoras de danza).

Las necesidades que se buscan cubrir son:

- Entretenimiento.
- Esparcimiento y diversión.
- Salud/Ejercicio/Movimiento.
- Conocimiento de una nueva cultura.
- Romper la rutina.
- Crear comunidad.
- Sororidad.
- *Networking*.

Los beneficios que se ofrecen están dirigidos a tres áreas:

1. Área de la salud: mejora la circulación al realizar movimientos por medio del baile; se desconecta la mente del día a día y permite reducir los niveles de estrés con su correspondiente bienestar.
2. Área del trabajo interior: mejora la seguridad y la autoestima que nace del reconocimiento y la aceptación como mujer, la sororidad de la tribu o compañeras de clase y el avance en las metas individuales a lo largo de las clases.
3. Y la práctica a nivel de pasatiempo o con miras profesionales: forma en disciplina, planeación, relacionamiento, reconocimiento del espacio, coordinación motora, memoria, liderazgo y compromiso; habilidades blandas que nutren el desarrollo integral de las personas.

El valor añadido se entrega al dar un enfoque en la conciencia muscular para tener una técnica pulida antes de bailar en público. Tener empatía y sororidad para construir comunidad y red de apoyo. Así como con la responsabilidad social de extender la danza a los lugares apartados y promover los beneficios en comunidades sin acceso tecnológico y económico.

7.2.3 El precio

De acuerdo con la encuesta se observa que las consumidoras estarían dispuestas a pagar menos de 100.000 pesos (según la figura 13), y la mayoría aprueba pagar entre 60.000 y 100.000 al mes, lo que sugiere trabajar estos precios sobre ese rango y hacer el ajuste de horas teniendo en cuenta los costos y los gastos asociados a la producción del contenido de las clases. Asimismo, según el estudio de la competencia, que cobra en este mismo rango un valor mayor, se estaría en una ventaja competitiva.

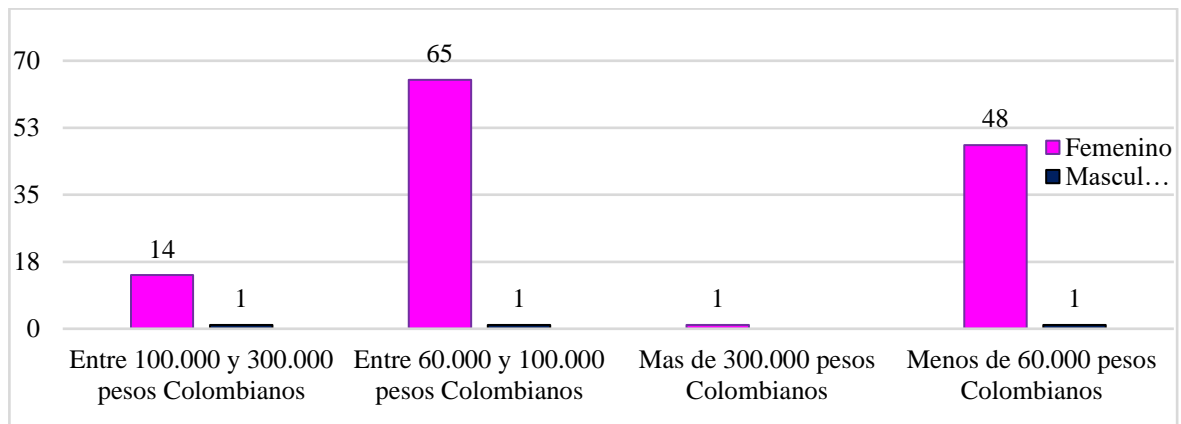


Figura 13. Cantidad que el cliente está dispuesto a invertir

Fuente: elaboración propia.

Estudio de mercado competidor: las escuelas que competirían directamente con el producto son escuelas constituidas en Colombia, como la escuela Carolina Velosa y la escuela Bellypassion, que se encuentran registradas en la Cámara de Comercio de Bogotá. El costo de los servicios ofrecidos por las escuelas de danza árabe de Bogotá se detalla en la tabla 8.

Tabla 8. Precios de escuelas de referencia para clases de 1 hora

Escuela	Inscripción	Clase individual	Mensualidad (4 clases)

Carolina Velosa	40.000	40.000 grupal	95.000 Aumento del 10 al 15% con el incremento del nivel Descuentos del 10 al 30% por pronto pago
Danza con Zahira	Gratis por pandemia	80.000 personalizada	110.000 virtual
BMT Dance Estudio	Gratis	80.000 personalizada	100.000 virtual
Bellypassion	Gratis	No reporta	Paquete de 8 clases: 180.000 Paquete de 12 clases: 220.000 Paquete ilimitado de clases: 260.000
Prem Shakti		50.000 grupal	190.000 clases presenciales

*Cifras en pesos.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos obtenidos con el análisis de competencias y las encuestas, se determinaron los valores de las clases que competen a este proyecto. En la tabla 9 se consolidan los precios de clase por hora proyectados, competitivos con el mercado para los diferentes estilos y con alternativas para los paquetes de clase.

Tabla 9. Precios estimados para la escuela de danza objeto de estudio en modalidad virtual

Servicios	Bellydance	Tribal fusión	FCBD
Hora de clase personalizada	80.000	80.000	80.000

Hora de clase grupal	25.000	25.000	25.000
Suscripción mensual*	25.000	25.000	25.000
Clase de cortesía grupal	0	0	0
Matrícula	0	0	0
Combos de clases por estilo	4 clases personalizadas	4 clases personalizadas	4 clases personalizadas
	300.000	300.000	300.000
	4 clases grupales	4 clases grupales	4 clases grupales
	80.000	80.000	80.000
Combos de clases multiestilo	10 clases de estilos combinados personalizadas		
	700.000		
	10 clases de estilos combinados grupales		
	200.000		

* Clases asincrónicas de contenido pregrabado. Cifras en pesos

Fuente: elaboración propia.

7.2.4 La plaza

De la encuesta se obtuvieron los datos de 242 mujeres, lo cual permite extrapolar a la población en Colombia de mujeres potenciales clientes del proyecto. Se obtuvieron los datos de 22 hombres (8,33% de 262 encuestados), valor que descartamos al no ser representativo de la población, ni parte de nuestro alcance objetivo, aunque obtuvimos tres interesados que dejan una posibilidad expectante de un nuevo mercado, bien sea para desarrollo propio o de alguna mujer de su entorno. Por lo cual se sugiere en una siguiente etapa explorar este segmento.

Con base en los resultados de la encuesta, y según la figura 14, se identificó una mayor intención de participación en los rangos de edad de 20 a 40 años, por lo cual se recomienda segmentar el público a estas edades, incluyendo la población sobre los 50 años que tiene capacidad de pago, tiempo disponible e intención de cuidar su salud física y mental; de esta manera se abarcaría la población de mayor interés y se evitarían cuidados especiales.

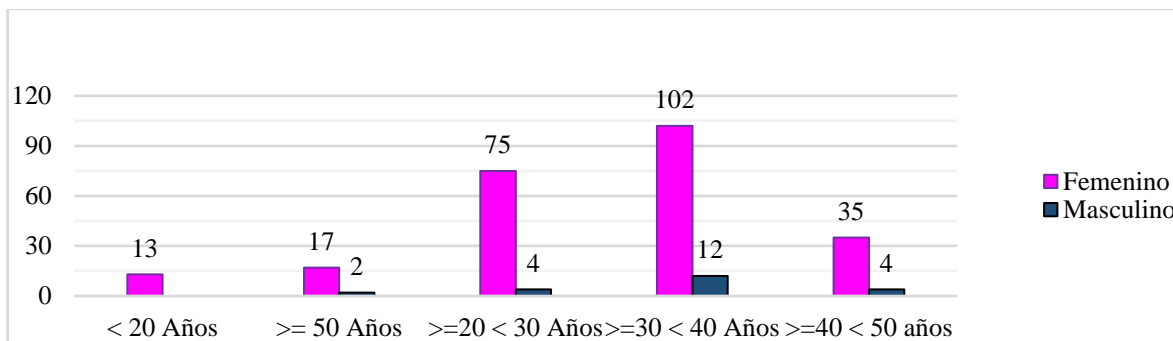


Figura 14. Respuesta a encuesta por género y rango de edad

Fuente: elaboración propia.

Respecto al país de origen de los encuestados, como se evidencia en la figura 15, a pesar de buscar el resultado en Colombia se encontraron tres mujeres de origen extranjero, cuyas respuestas están acorde a la virtualidad que vivimos actualmente, por lo cual se recomienda, en la modalidad virtual, incluir mujeres de otros países y considerar la posibilidad de crear un contenido asincrónico para reducir las brechas horarias.



Figura 15. País de los encuestados

Fuente: elaboración propia.

Según la figura 16, el mayor número de encuestados se centra en la ciudad de Bogotá y Cajicá, con base en el enfoque que se le dio a la fuente de información con miras a abrir una sede en esta región del país.

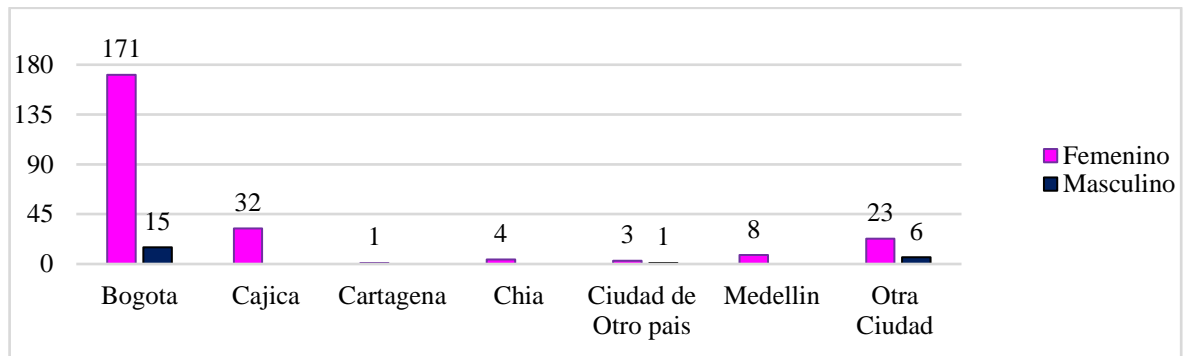


Figura 16. Ciudad de vivienda de los encuestados

Fuente: elaboración propia.

En la figura 17, de los encuestados el 67,8% (164 mujeres) de la población son empleados, lo cual nos da un estimativo de la independencia económica que les puede permitir actividades de entretenimiento.

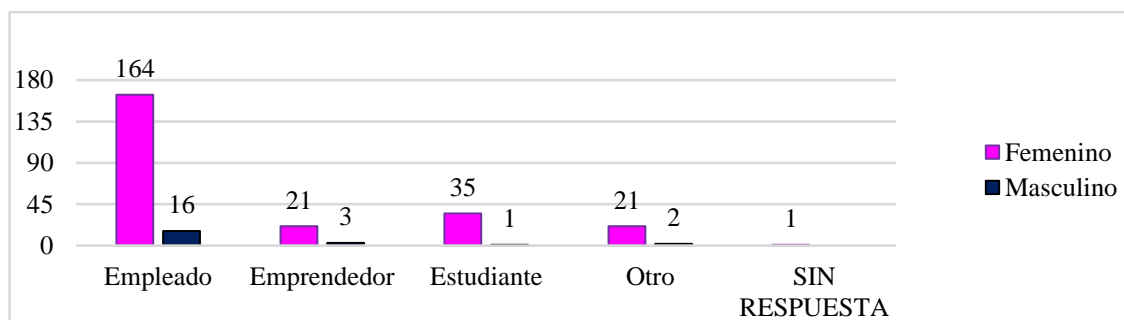


Figura 17. Ocupación de los encuestados

Fuente: elaboración propia.

Entrando en la consulta respecto a las preferencias de entretenimiento, en la figura 18 se ven las combinaciones relacionadas y se evidencia el mayor resultado en la opción

“ninguno”, seguido del gusto por el deporte y el cine. Particularmente, se obtuvo que de los encuestados solamente siete personas cuentan actualmente con actividades de danza.

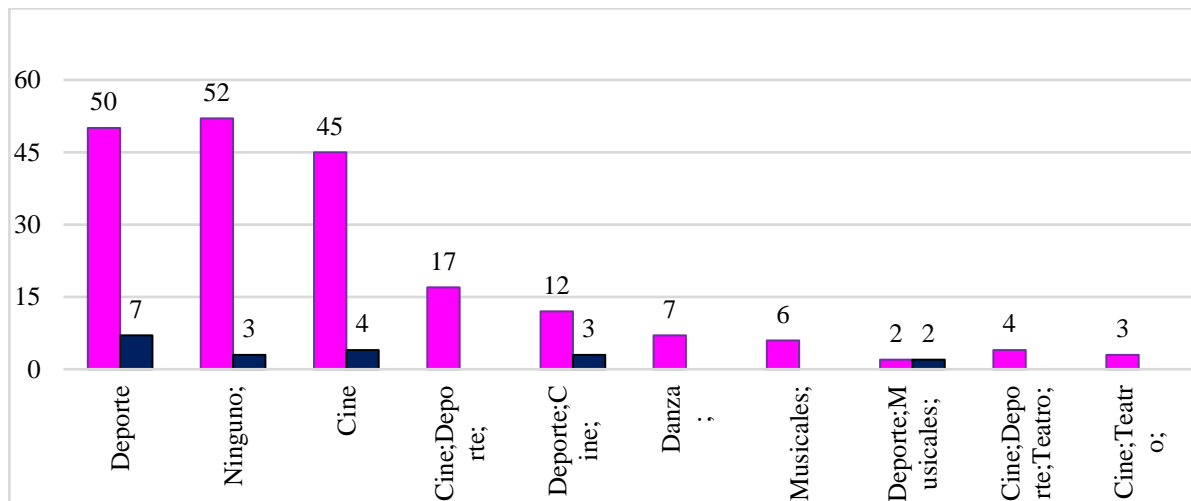


Figura 18. Preferencia de los encuestados en entretenimiento

Fuente: elaboración propia.

Pasando al punto del tiempo que dedican los encuestados a la danza, de acuerdo con la figura 19, se obtiene que hay un 21,5% de mujeres que actualmente dedican tiempo a la danza o el baile, lo que evidencia el interés en esta actividad que puede ser vista como recreativa, debido a que se usó la palabra baile, dando espacio a la ambigüedad; esto lo podemos constatar con la figura 20 en la que la preferencia del 58,7% por ritmos urbanos o bailes de salón puede relacionarse a contextos recreativos más que entrenamiento o práctica habitual de un estilo de danza.

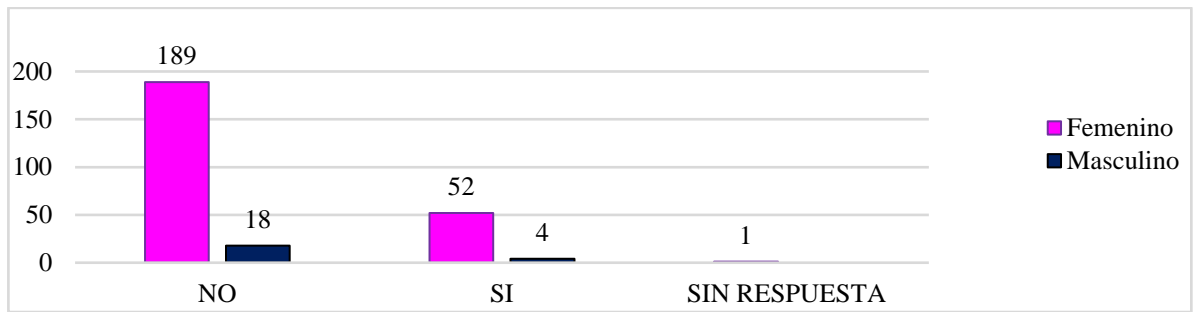


Figura 19. ¿Dedica tiempo a la danza o al baile?

Fuente: elaboración propia.

Aunque la encuesta nos muestra un alto número de preferencia por la danza en estilo urbano (figura 20), en la encuesta se puede apreciar que se identifican acciones que permiten atraer más público al alcance de este proyecto.

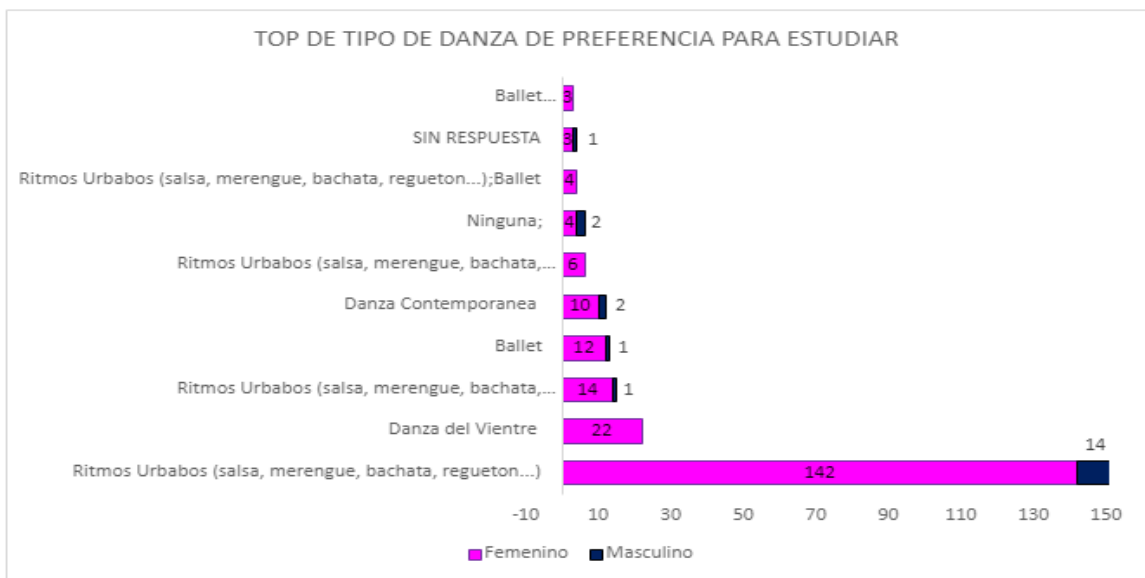


Figura 20. Tipo de danza preferida para estudiar

Fuente: elaboración propia.

Respecto al conocimiento del significado de la danza del vientre, la figura 21 deja al descubierto que se cuenta con un 51,7% de encuestados conocedores de la danza del vientre y un 48,3% que no conoce este tipo de danza, lo cual se considera como una oportunidad de

ampliación del mercado, si se generan campañas de capacitación o publicidad que apoyen la divulgación y el gusto por esta danza.

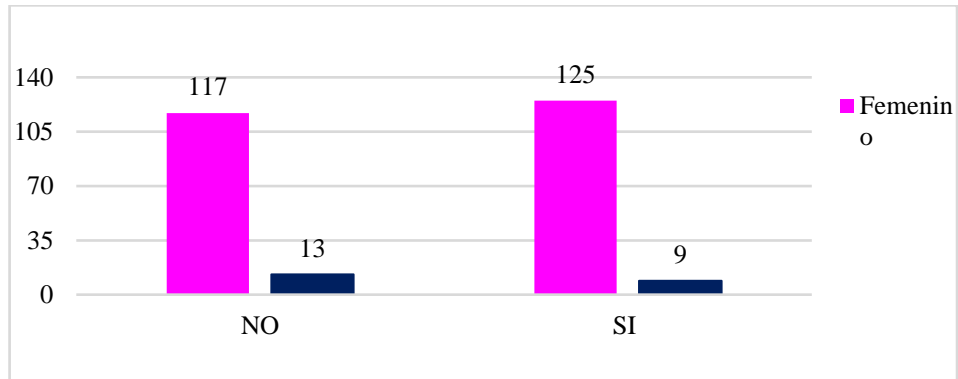


Figura 21. ¿Conoce la danza del vientre?

Fuente: elaboración propia.

Hasta el momento, e incluyendo el resultado en la figura 22, se manifiestan las siguientes premisas:

- Al inicio de la encuesta se identificaron 7 personas que prefieren la danza como primera opción de entretenimiento; sin embargo, más adelante la encuesta presenta a 52 personas que manifestaron, en algún momento, dedicar tiempo a la danza o el baile, esto nos permite identificar la primera cohorte de potenciales clientes maleables: las 52 personas con interés por la danza.
- 22 personas seleccionaron como preferencia única el estudio de la danza del vientre entre cuatro opciones, estos serían clientes fijos del segmento de danza objetivo.
- Al entrar en la pregunta si estudiarían danza del vientre o no, el número de principales interesados crece a 128, lo cual demuestra que se tiene un segmento latente propenso a incluir la danza del vientre en su estilo de vida.

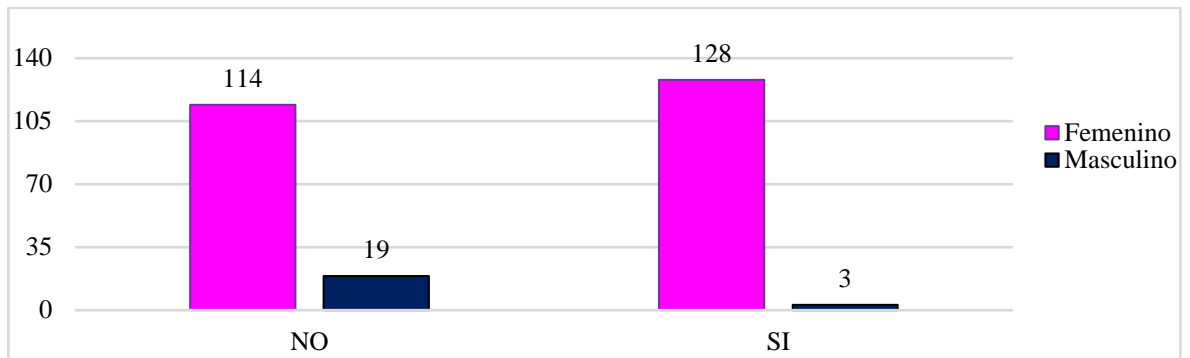


Figura 22. Interesados en estudiar la danza del vientre según los encuestados

Fuente: elaboración propia.

Prosiguiendo con las preferencias de inscribirse en clases virtuales o presenciales, en la figura 23 se asegura que, de las 128 personas interesadas en estudiar danza del vientre, el 71,9% tiene preferencia por la modalidad presencial, demostrando que el mayor segmento de interesadas no está incluido en el alcance inicial del proyecto, por tanto, se recomienda explorar la ubicación del lugar físico que recogería este público de interés.

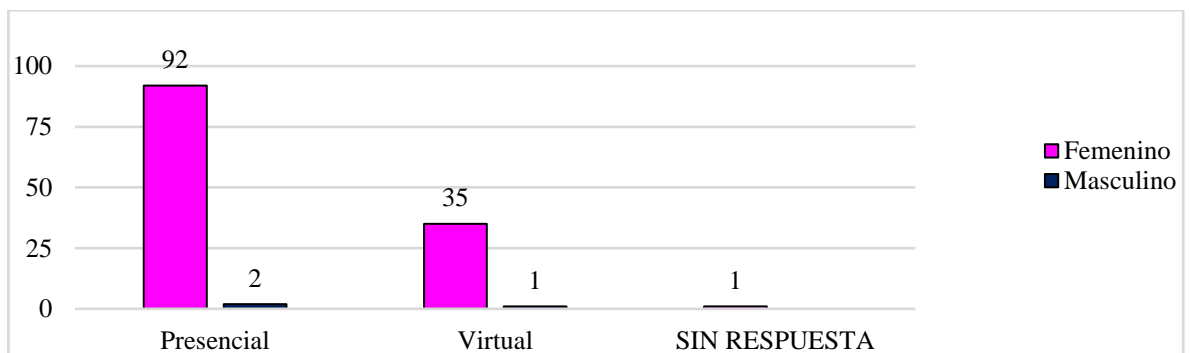


Figura 23. Preferencia de clases virtual/presencial

Fuente: elaboración propia.

Cuando se empieza la identificación del tipo de estudio que se llevaría a cabo para inscribirse en la escuela de danza, llámese de tipo profesional o de entretenimiento, en la figura 24 se presenta que apenas 15 de las 126 mujeres encuestadas estarían interesadas en llevar a cabo un estudio de manera profesional, y la gran mayoría, 88,1%, apenas como

práctica de entretenimiento, lo cual deja claro el enfoque que deben tener los programas: más con fines lúdicos que exigencia competitiva.

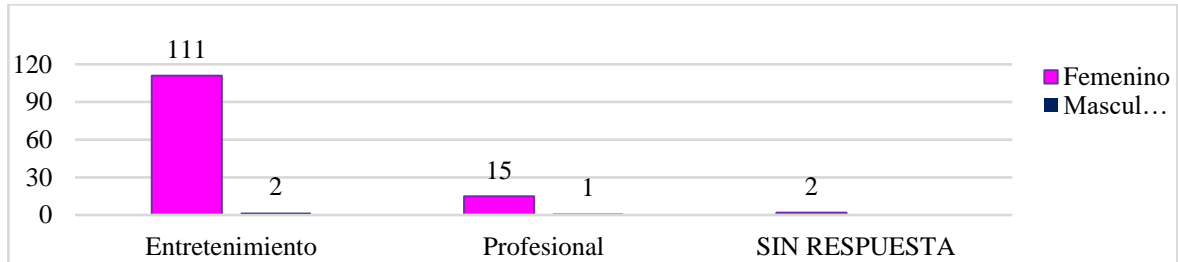


Figura 24. Estudio como profesional o por entretenimiento

Fuente: elaboración propia.

Acerca de la intensidad horaria en semanas, el resultado mostrado en la figura 25 indica una tendencia a asistir dos horas de clase a la semana, por lo que se puede enmarcar un programa de dos clases estándar con opción de incluir clases extra complementarias al programa base y clases libres de una hora, con el fin de abarcar todos los intereses de las clientes potenciales.

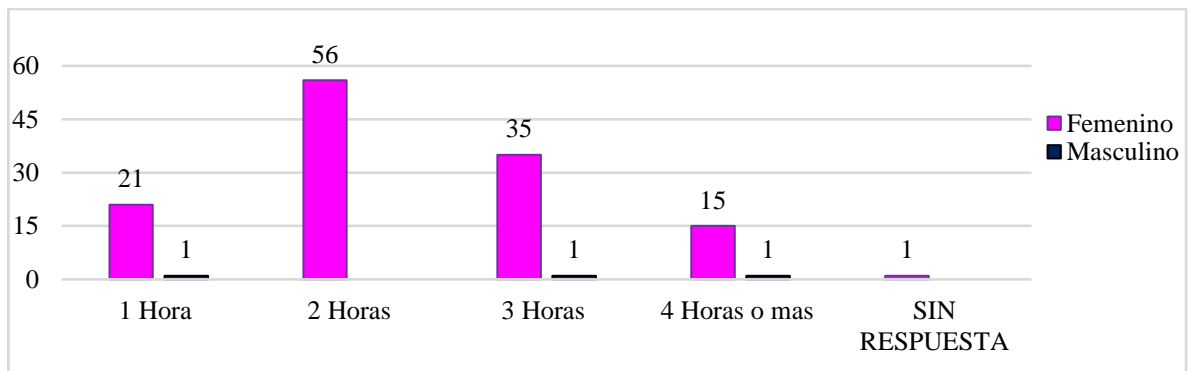


Figura 25. Tiempo de dedicación a las clases de danza

Fuente: elaboración propia.

La distinción entre la modalidad de clase grupal o personalizada muestra preferencia por la modalidad grupal sobre la personalizada. Aunque existe un segmento de clientes que tiene preferencia por clases personalizadas (figura 26).

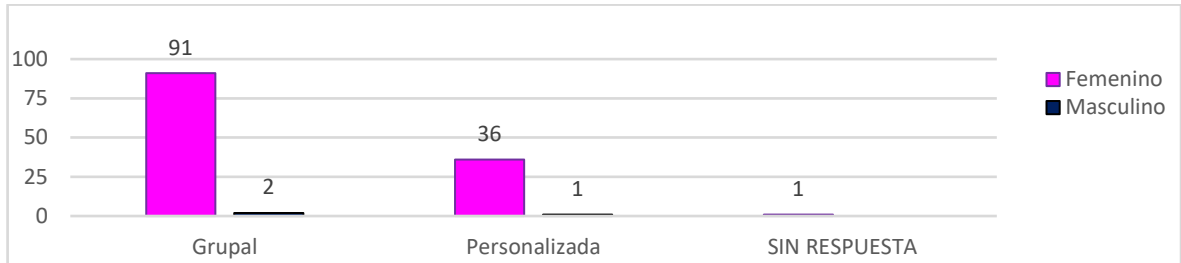


Figura 26. Preferencia de asistencia a clase grupal o personalizada

Fuente: elaboración propia.

Los rangos de edades de las mujeres que están interesadas en inscribirse en clases de danza del vientre pueden verse en la figura 27: entre 20 y 40 años.

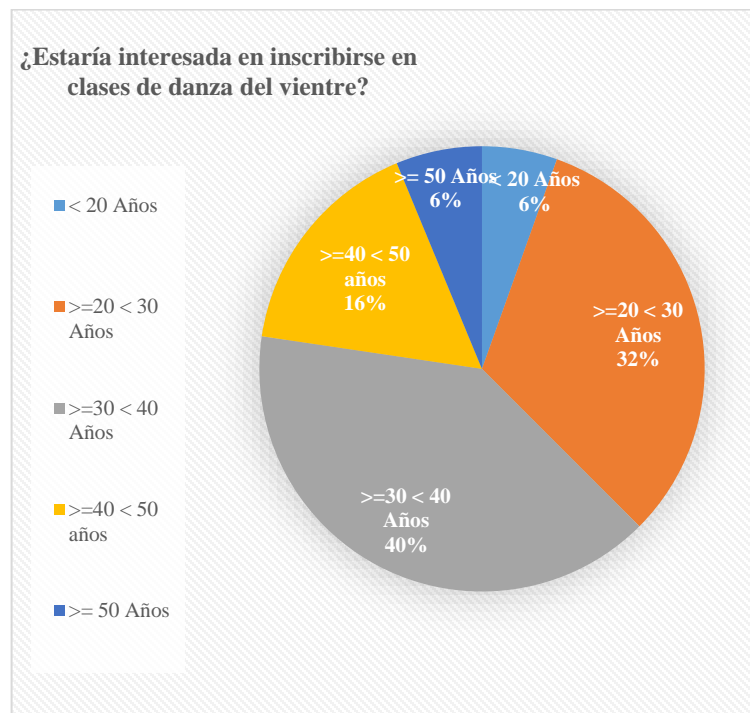


Figura 27. Resultados de la pregunta: ¿Estaría interesada en inscribirse en clases de danza del vientre?

Fuente: elaboración propia.

La conclusión de la encuesta presenta una población de público femenino que se interesa por la danza del vientre, principalmente de los 20 a los 50 años, con una posibilidad de inversión de más de 60.000 pesos en el programa de clases, y que estas se impartan dos veces a la semana con preferencia presencial y en grupos.

No hay una distinción de estrato, tal como se muestra en las figuras 28 y 29. Bogotá tuvo un 69% de participación de la encuesta, y en su mayoría el 23% de los encuestados son de la localidad de Engativá, según lo que se evidencia en la figura 28. Esta localidad se caracteriza por tener una población de estratos 1, 2 y 3. La siguiente es Suba, que cuenta con estratos del 2 al 6; Kennedy con un 8% de participación, que tiene viviendas de estrato 1, 2 y 3, y Usaquén con un 8% con estratos 4, 5 y 6; mientras que en los municipios de Cajicá y Chía el estrato predominante es el 2 (Gobernación de Cundinamarca, 2021).

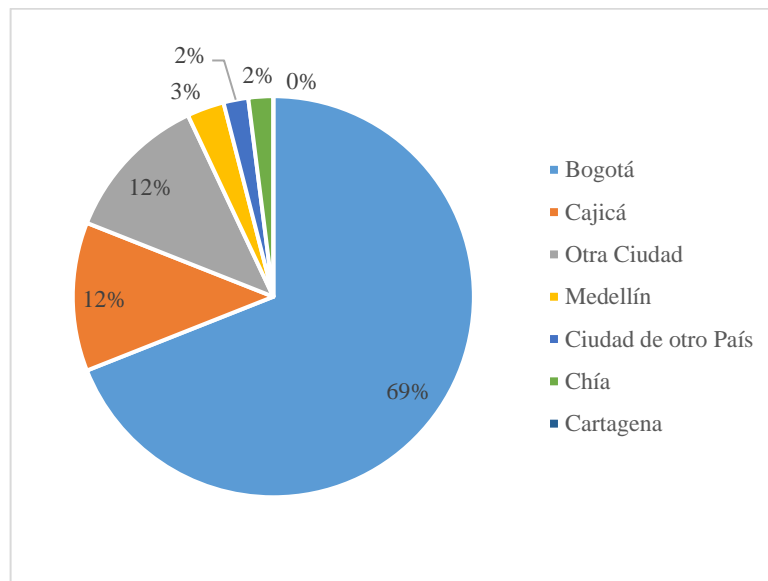


Figura 28. Ciudad de los encuestados

Fuente: elaboración propia.

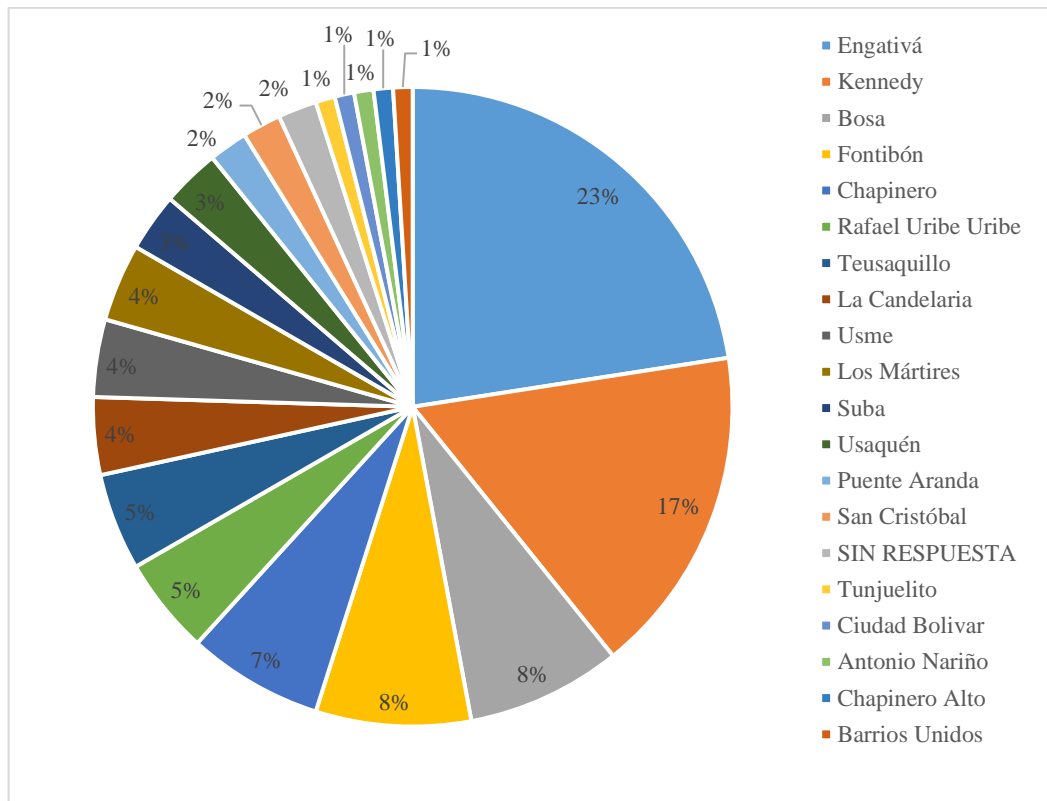


Figura 29. Localidades de los encuestados

Fuente: elaboración propia.

A partir de este análisis se busca una capacidad de pago igual o menor que 100.000 pesos mensuales, con conexión a Internet para poder tener la clase sincrónica o asincrónica y descargar materiales de estudio, así como interactuar con la comunidad. Dada la intención de presencialidad, se recomienda explorar este segmento del negocio en Bogotá, de donde se obtuvieron la mayoría de los datos, especialmente con ubicación en la localidad de Engativá y Suba, como extensión de este trabajo de investigación.

7.2.5 La promoción

Dada la población objetivo, se hará difusión en redes (Instagram y Facebook), para lo cual se contratará el servicio de manejo de redes sociales. Con una inversión mensual de 320.000

pesos por tres *post* semanales y cuatro historias en Instagram y Facebook que incluyan interacción con la comunidad, educación y difusión de los programas de clase.

La creación de plataformas no tiene un costo, pero la promoción o publicidad en redes sí, que va a variar según el alcance y la segmentación del público, y según cada algoritmo del aplicativo: la variación es entre 3 y 10 dólares semanales (~ 12.000 a 40.000 pesos). En promedio, 7 dólares, con la TRM del 16 de septiembre de 2021 (3.825,36 COP/USD) serían 26.777,52 pesos semanales, dando un estimado de ~110.000 pesos, valor que será considerado en los costos fijos de la operación.

A continuación, algunos ejemplos de la interacción en redes sociales y el acceso a la información del alcance de la comunicación y de la retroalimentación de los gustos e intereses del público objetivo.

Parte del uso de la plataforma de redes sociales es educar a las personas en los estilos de baile propuestos; los resultados de la encuesta demuestran que el 48% de la población conoce la danza del vientre, entonces, para generar valor en la comunidad se requiere poner al alcance contenido didáctico que atraiga nuevos clientes, tal como se muestra en la figura 30.

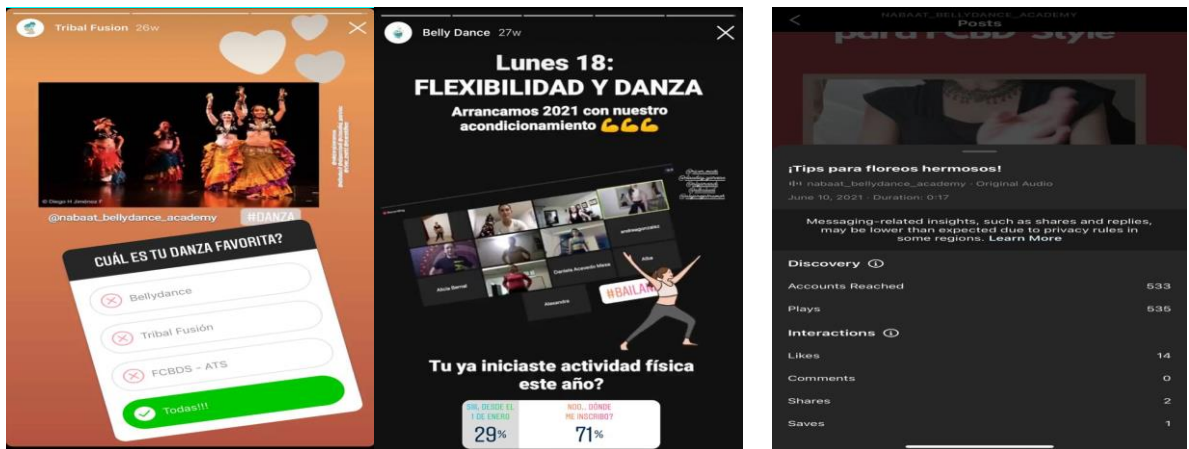


Figura 30. Ejemplos de historias e interacción con la comunidad

Fuente: tomada de @Nabaat_Bellydanceacademy (Instagram).

7.2.6 Oferta

A partir de los datos de la encuesta del DANE que pueden verse en la figura 7, en la cual se proyecta el consumo en entretenimiento, se evidencia que pese a la pandemia el crecimiento estimado es del 4,7% del PIB en consumo de dicha categoría; al mismo tiempo, observamos, en el resultado de la encuesta, la intención de compra de 128 posibles clientes, y efectuamos una estimación de proyección a 5 años, basándonos en los supuestos entregados por la encuesta (tablas 10 y 11).

Tabla 10. Resumen de proyección de ingresos de cada producto mensual

Servicio	Bellydance	Tribal fusión	FCBD
Hora de clase personalizada	80.000	80.000	\$80.000
Hora de clase grupal	100.000	100.000	\$100.000
Precio de suscripción mensual*	25.000	25.000	\$25.000

Cantidad de estudiantes	<p>2 estudiantes en modalidad personalizada con 4 clases al mes</p> <p>10 estudiantes en clases grupales por 4 horarios diferentes de clase</p> <p>10 estudiantes suscritas a clases pregrabadas</p>	<p>2 estudiantes en modalidad personalizada con 4 clases al mes</p> <p>6 estudiantes en clases grupales por 4 horarios diferentes de clase</p> <p>5 estudiantes suscritas a clases pregrabadas</p>	<p>2 estudiantes en modalidad personalizada con 4 clases al mes</p> <p>5 estudiantes en clases grupales por 4 horarios diferentes de clase</p> <p>5 estudiantes suscritas a clases pregrabadas</p>
Ingresos (P*Q)	<p>Personalizado 640.000</p> <p>Grupal 4.000.000</p> <p>Asincrónico 250.000</p>	<p>Personalizado 640.000</p> <p>Grupal 2.400.000</p> <p>Asincrónico 125.000</p>	<p>Personalizado 640.000</p> <p>Grupal 2.000.000</p> <p>Asincrónico 125.000</p>
Ingresos totales	4.890.000	3.165.000	2.765.000
Gran total	10.820.000		

*Cifras en pesos.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 11. Proyección de ventas a 5 años (128 clientes)

Servicio (clase)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bellydance	58.680.000	88.020.000	132.030.00 0	198.045.00 0	297.067.50 0
Tribal fusión	37.980.000	56.970.000	85.455.000	128.182.50 0	192.273.75 0
FCBD	33.180.000	49.770.000	74.655.000	111.982.50 0	167.973.75 0
Total	129.840.00 0	194.760.000	292.140.00 0	438.210.00 0	657.315.00 0

*Cifras en pesos.

Fuente: elaboración propia.

7.3 Estudio técnico

En el estudio técnico se debe contemplar la localización; para nuestro caso, las oficinas administrativas y el salón donde se dictarán las clases. También el tamaño del lugar y la organización requerida permitirá efectuar una valorización económica de las variables

técnicas de este proyecto, la cual dará un acercamiento de los recursos necesarios y una información útil para el estudio financiero. “Todo estudio técnico tiene como principal objetivo demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización” (“Estudio técnico”, s. f., p. 53).

7.3.1 Localización

Macrolocalización

Este emprendimiento estará ubicado en Colombia, país que cuenta con una población de 45.590.000 habitantes —estimados en 2021—, 32 departamentos y un distrito capital; con una superficie de 1.141.748 km². Tiene costas en el Pacífico y en el Atlántico (“Geografía de Colombia”, 2021).



Figura 31. Mapa de Colombia

Fuente: Google Maps (2021).

Microlocalización

Cajicá, Cundinamarca, con una extensión de 53 km², se localiza al norte de Bogotá, a una distancia de 39 km y a una altitud de 2.598 m s. n. m. Limita por el norte con el municipio de Zipaquirá; por el sur con el municipio de Chía; por el occidente con el municipio de Tabio y por el oriente con el municipio de Sopó (“Información general”, 2021).

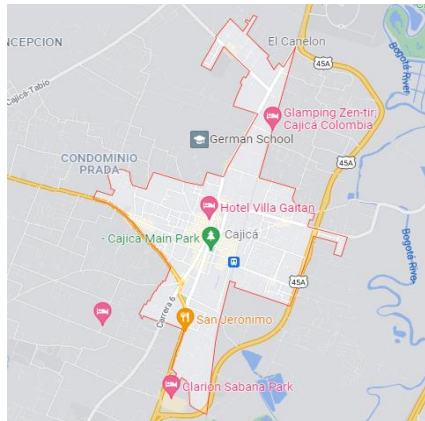


Figura 32. Mapa de Cajicá, Cundinamarca

Fuente: Google Maps (2021).

Una vez establecido el estudio de grabación en Cajicá, la conexión remota para llevar a cabo las clases sincrónicas sería por medio de la plataforma Zoom.

Para la primera fase no se requeriría una ubicación particular, sino la sincronía entre los horarios de clase y la conexión de Internet de hasta 1.000 Mbps a través de fibra óptica, que garantiza realizar llamadas de alta calidad, en cualquier aplicación, lo que permite una correcta participación de las clases virtuales.

7.3.2 Equipos

7.3.2.1 Estudio técnico del manejo virtual

En la figura 33, se presenta la arquitectura técnica de conexión a la plataforma Zoom para los eventos sincrónicos y asincrónicos de las clases. Zoom es un servicio en la nube diseñado para la conexión remota a través de videoconferencia y pantalla compartida, para presentaciones o clases a personal que asiste de forma presencial y remoto o en modo híbrido. A continuación, se presenta la arquitectura de conexión de la plataforma, la cual, desde la

nube, utilizando un sistema de LAN/PoE, permite el envío de alimentación eléctrica junto con los datos en el cableado de una red Ethernet.

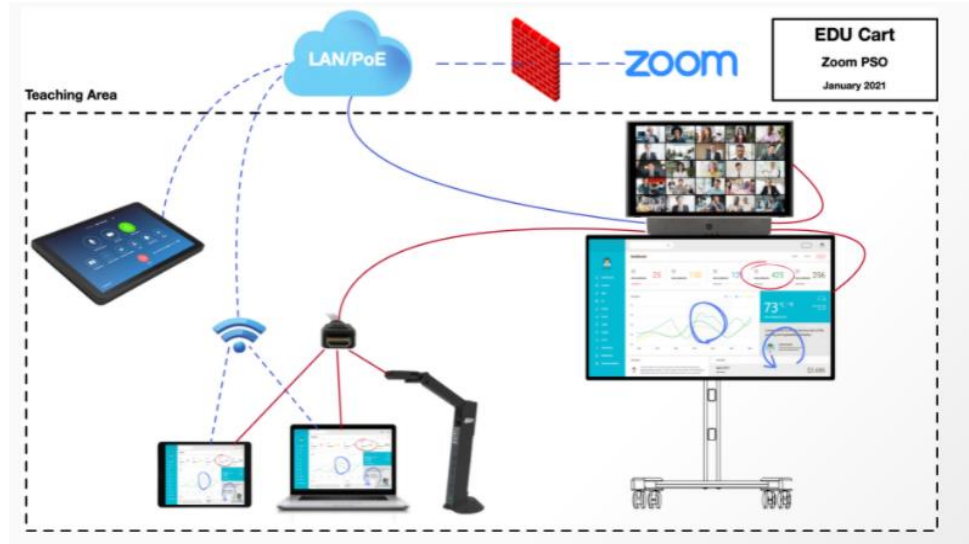


Figura 33. Mapa de componentes conexión Zoom

Fuente: Zoom (2021).

Con este esquema de conexión remota para las clases en la modalidad virtual requerimos lo que se menciona en la tabla 12.

Tabla 12. Requisitos conexión remota

Descripción	Funcionalidad	Valor total en pesos (1 año)
Equipo Lenovo o Asus, Intel Core i5-10600KF, procesador para equipos de sobremesa de 6 núcleos hasta 4,8 GHz desbloqueado sin gráficos de procesador LGA 1200 (chipset Intel serie 400) 125W	Equipo utilizado para impartir las clases virtuales	2.549.900,00

Monitor/Pantalla Monitor LG Gamer 27" Pulgadas MP59G	Contar con doble pantalla para las clases y que se amplifique la vista de los alumnos	2.729.900,00
Logitech C930e Business, webcam Full Hd 1080p, Zoom 4x/90°	Cámara	316.000,00
Licencia de McAfee Antivirus Total Protection 10 multidispositivos	Protección de la información	79.900,00
Licencia de Zoom soporte de 20 a 149 licencias y capacidad de participación de hasta 300 alumnos	Reuniones virtuales (alquiler de plataforma anual)	1.800.000,00
Cuenta Google	Google Docs. Manejo de documentos como lista de estudiantes	-
Cuenta Facebook	Difusión de información, interacción y contacto con los potenciales clientes. Marketing	-
Cuenta Instagram	Difusión de información, interacción y contacto con los potenciales clientes. Marketing	-
Cuenta en YouTube	Presentar demos de las clases de acuerdo con la tipología	-
Sistema de facturación electrónica	Sistema de facturación electrónica (pago por cualquier tipo de medio - mensual)	480.000,00

Manejo de redes sociales: Community Manager. Tres post semanales y acompañamiento en historias de Instagram y Facebook	Administrador Pago mensual	3.840.000,00
Suscripción a plataforma de entrenamiento constante para la planta docente	25 dólares (TRM 3.967)	1.190.376,00
Total		10.986.076,00

Fuente: elaboración propia.

Manejo físico: con este esquema de conexión remota para las clases que son pregrabadas requerimos lo que se menciona en la tabla 13.

Tabla 13. Requisitos grabación de clases

Descripción	Funcionalidad	Valor total en pesos (1 año)
Cabina Activa de 10 American Sound Aspa108x Excelente Sonido	Ampliación de sonido	420.000,00
Amplificador clases grupos Diadema cintura profesores guías	Micrófono con amplificador	129.900,00
Vestuarios y accesorios de danza	25 dólares (TRM 3.967)	1.190.376,00
Alquiler salón dos días a la semana	Se alistará un espacio propio de forma inicial	9.600.000,00
Total		11.340.276,00

Fuente: elaboración propia.

Por tanto, el costo de la inversión inicial para cubrir el primer año es de 22.326.352,00 pesos que son atribuidos a infraestructura para las clases. Este pago es por única vez con un estimado de tiempo de cambio de cuatro años, el cual se proyecta recuperar en seis meses y

provisionar la depreciación, con el objetivo de hacer reinversiones los siguientes seis meses del año para la mejora continua del negocio. Estos datos se incluirán en el estado de resultados para calcular el retorno de la inversión, depreciación y costo de operación como parte del análisis financiero.

Para las clases asincrónicas se alquilará el estudio dos veces por semana, durante un año, para generar el contenido de las clases que será publicado en las redes sociales permitiendo el acceso de todos los estudiantes que deseen tomar las clases en sus tiempos de ocio. Luego del primer año la actualización del contenido se efectuará de forma trimestral.

7.3.3 Ingeniería (flujograma del proceso + pénsun y programas ofertados)

7.3.3.1 Inscripción

Cada vez que una cliente esté interesada en la inscripción en la escuela, debe seguir los pasos que se muestran a continuación, con el fin de entender el viaje a través del servicio y los puntos de interacción con el cliente que son claves para la entrega de la experiencia que se busca dejar en las participantes.

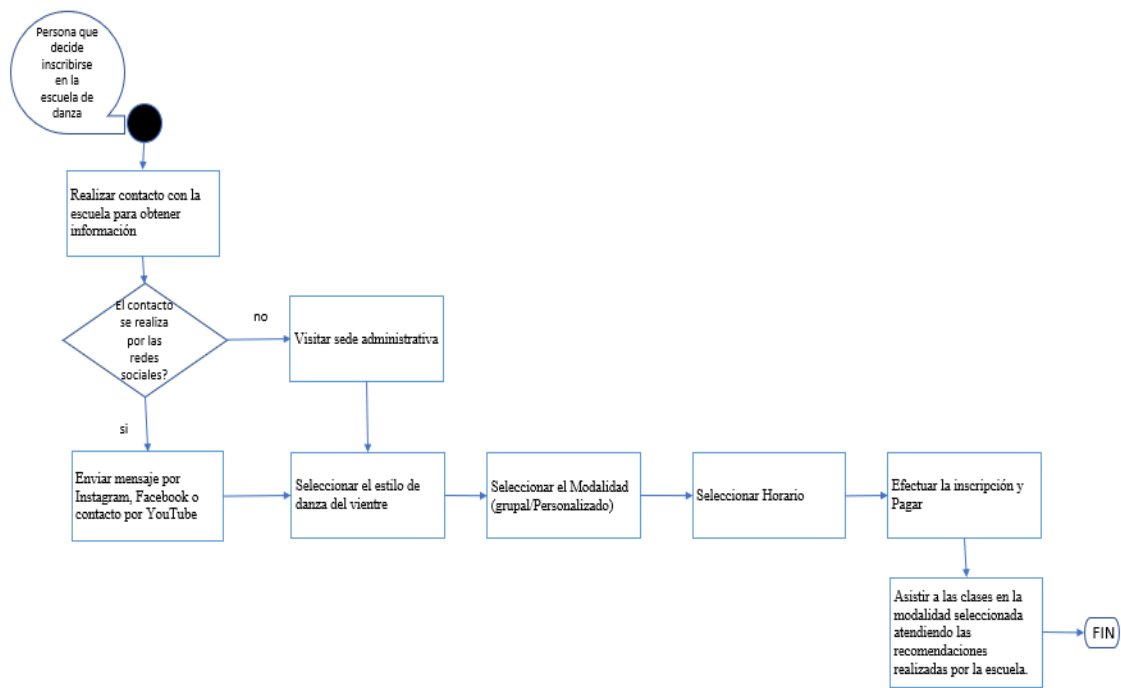


Figura 34. Diagrama de flujo 1

Fuente: elaboración propia.

7.3.3.2 Acceso a salas de clase y contenido virtual

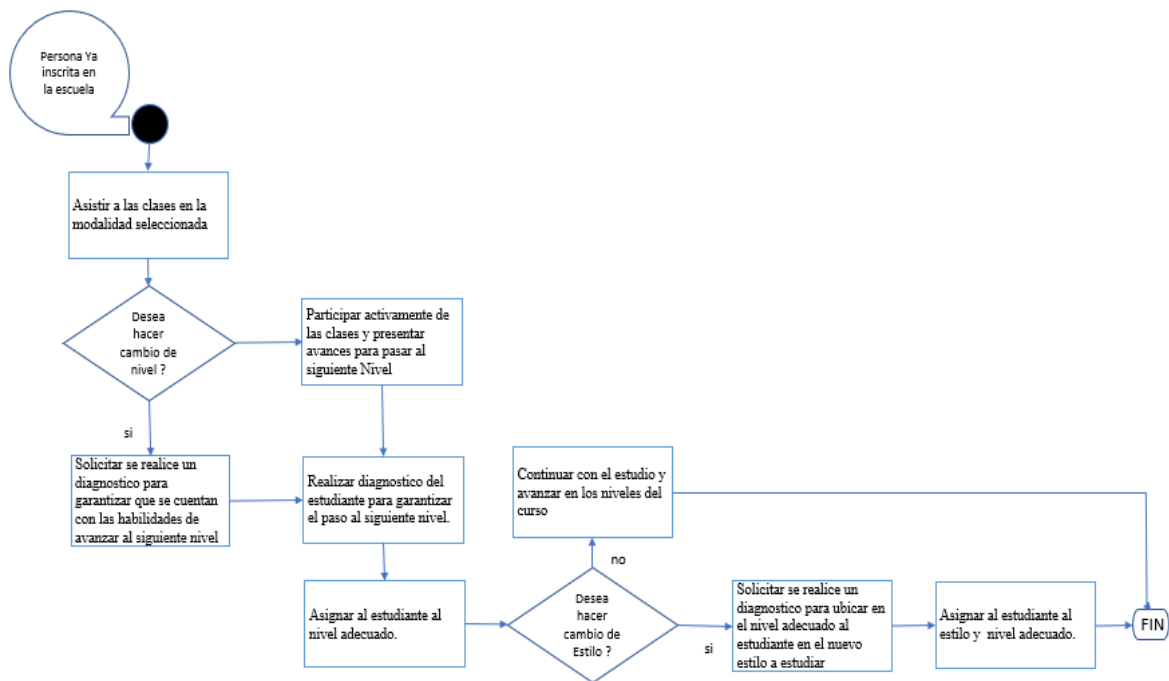


Figura 35. Diagrama de flujo 2

Fuente: elaboración propia.

7.3.3.3 Pénsum general

Tabla 14. Pénsum de los tres estilos de clase ofertados

Bellydance	Tribal fusión	FCBD
Introducción a la danza (historia e influencias)		
Nivel 1 Disociaciones en balanceos		Nivel 1 4 Pasos básicos
Nivel 1+ Posturas y movimientos de brazos	Nivel 1+ Locks y pops	Nivel 1+ Giros básicos
Nivel 2 Locks, círculos y ondulaciones	Nivel 2 Ondulaciones y círculos	Nivel 2 Familia de pasos intermedios

Nivel 2 + Shimmies y fragmentaciones	
Nivel 3 Giros y desplazamientos	Nivel 3 Familia de pasos avanzados y complejos
Nivel 3 + Ritmología e improvisación	
Nivel 4 Composición coreográfica	

Fuente: elaboración propia.

Para definir el ingreso a cada segmento del p nsu m se ofrecen dos alternativas adicionales a la selección del nivel básico: evaluación diagnóstica del nivel recomendado por la escuela o selección de un nivel avanzado, con un paquete de clases personalizadas para la nivelación al programa y el cumplimiento de los prerrequisitos.

7.3.4 Operación

Teniendo como base el estudio de grabación, esquematizado en la figura 36, se desglosaron los costos de sostenimiento para las clases asincrónicas.



Figura 36. Salo n social Reserva del Lago II

Fuente: Ingeurbe (2021).

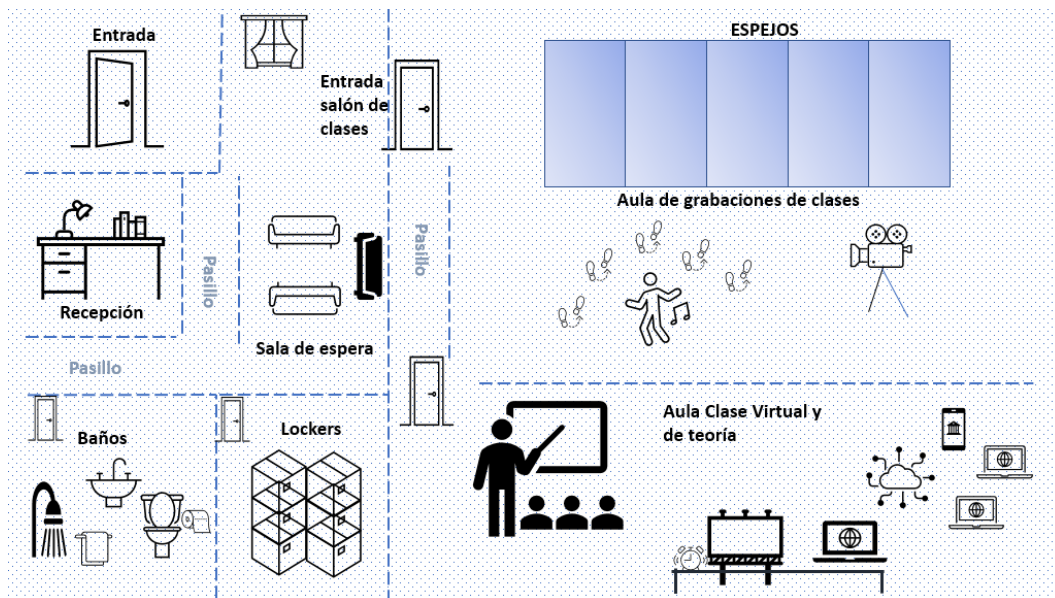


Figura 37. Mapa de la escuela de danza en versión presencial, propuesta para la segunda fase del proyecto

Fuente: elaboración propia.

La figura 36 del salón de grabación detalla el espacio disponible para el arrendamiento en los días de producción, para dictar las clases. La figura 37 sugiere la distribución de la escuela de danza en su modalidad presencial con el set de grabación de contenido

7.3.5 Costos y gastos asociados

Los siguientes costos asociados se tendrán presentes para la ejecución del proyecto y se clasificarán en: personal, equipamiento e indumentaria para ejecutar las sesiones de clase sincrónicas y asincrónicas. En este orden se da inicio al desglose de los gastos en personal (tabla 15).

A continuación, se presenta la información de los costos unitarios, asociados al personal que participará en el funcionamiento de la escuela de danza.

Tabla 15. Costos de personal mensual

Descripción	Detalle	Valor mensual (cifras en pesos)
Profesora	Cuatro profesoras dictando ocho horas al mes, tres profesoras en ocupación de clases sincrónica y una grabando contenido asincrónico. 60.000 a 70.000 pesos la hora de clase dependiendo de la experticia	2.240.000
Talleristas	Un tallerista mensualmente Capacitaciones a las profesoras y actividades extra para las estudiantes	100.000
Contador	Revisión de balances, pago de impuestos, pago de proveedores, reportes fiscales Costo fijo de revisión y pago de impuestos	200.000
Administración general	Gestión de personal, eventos, campañas Pago fijo mensual	350.000
Generalista de talento humano	Reclutamiento, desarrollo del personal, pago de nómina, afiliaciones Pago fijo mensual	350.000
Administrador de redes sociales	Generación de contenido, publicidad, creación de campañas y eventos Pago fijo mensual por publicación de veinte <i>post</i> y generación de campañas digitales	350.000
Soporte técnico	Mantenimiento y reparación de equipos y conexiones, software y hardware	240.000

	Contempladas tres horas de soporte técnico al mes	
Asistente de servicio al cliente	Contacto directo con los clientes e interesados, recepción de reclamos y quejas. Seguimientos a los clientes Pago fijo mensual	500.000
Servicios generales	Aseo y limpieza. Los ocho días de grabación al mes se requerirá soporte de aseo y limpieza	400.000
Total		4.730.000

Fuente: elaboración propia.

De igual modo, en la tabla 16 se presenta la inversión atribuida al equipamiento que se requiere para las clases sincrónicas.

Tabla 16. Costos inversión

Inversión inicial	Inversiones (cifras en pesos)
Equipo Lenovo o Asus, Intel Core i5-10600KF, procesador para equipos de sobremesa de 6 núcleos hasta 4,8 GHz desbloqueado sin gráficos de procesador LGA 1200 (chipset Intel serie 400) 125W	2.549.900
Monitor/Pantalla Monitor LG Gamer 27" Pulgadas MP59G	729.900
Logitech C930e Business, webcam Full Hd 1080p, Zoom 4x / 90°	316.000
Cabina Activa de 10 American Sound Aspa108x Excelente Sonido	420.000
Amplificador clases grupos y diadema cintura profesores guías	129.900
Total	4.145.700

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 17 se presentan los costos mensuales atribuidos al licenciamiento que se requiere para las clases sincrónicas.

Tabla 17. Licenciamiento mensual

Descripción	Funcionalidad	Valor mensual (cifras en pesos)
Licencia de Antivirus McAfee Antivirus McAfee Total Protection 10 multidispositivos	Protección de la información	6.658
Licencia de Zoom soporte de 20 a 149 licencias y capacidad de participación de hasta 300 alumnos	Reuniones virtuales (alquiler de plataforma anual)	150.000
Cuenta Google	Google Docs. Manejo de documentos como lista de estudiantes	0
Cuenta Facebook	Difusión de información, interacción y contacto con los potenciales clientes. Marketing	0
Cuenta Instagram	Difusión de información, interacción y contacto con los potenciales clientes. Marketing	0
Cuenta en YouTube	Presentar demos de las clases de acuerdo con la tipología	0
Sistema de facturación electrónica	Sistema de facturación electrónica (pago por cualquier tipo de medio - mensual)	40.000

Suscripción a plataforma de entrenamiento constante para la planta docente	25 dólares (TRM 3.967)	99.198
Total		595.506

Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, en la tabla 18 se presentan los costos mensuales atribuidos a la indumentaria que se requiere para las clases asincrónicas.

Tabla 18. Indumentaria mensual

Descripción	Detalle	Valor mensual (cifras en pesos)
Vestuarios y accesorios de danza	25 dólares (TRM 3.967)	99.198
Alquiler salón dos días a la semana	Se alistaré un espacio propio de forma inicial	800.000
Total		945.023

Fuente: elaboración propia.

Debido a que el modelo de suscripción es asincrónico, pues el material grabado requiere sostener la plataforma y estar en actualizaciones periódicas, esta modalidad de clases son las más rentables en el tiempo y por tanto se sugiere estimular su uso. A continuación, en la tabla 19 se presenta la relación de costos y gastos proyectados a 5 años.

Tabla 19. Proyección a 5 años

Actividad	Total (en pesos)	1	2	3	4	5
Vestuarios y accesorios (indumentaria)	5.951.880	1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376

Licencias (facturación, office)	11.799.50	2.359.9	2.359.9	2.359.9		
	0	00	00	00	2.359.900	2.359.900

Fuente: elaboración propia.

7.4 Estudio administrativo y organizacional

7.4.1 Organigrama

A continuación, se presenta el organigrama con la estructura del manejo de personal, incluyendo el personal que sería contratado por demanda o por horas de acuerdo con las necesidades del negocio (figura 38).

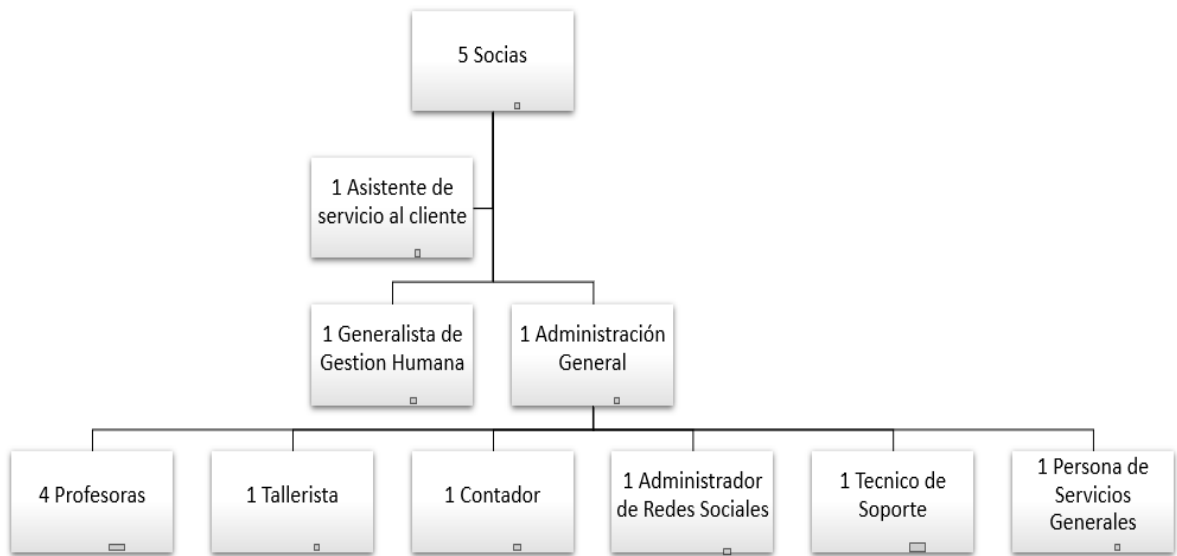


Figura 38. Organigrama de personal en Naba'at

Fuente: elaboración propia.

7.4.2 Perfiles

Cargo: Asistente de servicio al cliente.

Perfil: tecnóloga en atención al cliente, comunicaciones o administración. Con conocimientos en comunicación asertiva, ventas y solución de problemas. Experiencia mínima de un año en ventas.

Funciones: atender y gestionar el pedido, brindar asesoría e información confiable acerca del producto, gestionar la inscripción, programación de clases y cobro de servicio.

Freelance.

Cargo: Generalista de gestión humana.

Perfil: profesional en psicología, comunicaciones o administración. Con conocimientos en selección, atracción y retención de talento, gestión de nómina y desarrollo de personal. Experiencia mínima de un año en departamento de recursos humanos.

Funciones: seleccionar, atraer, desarrollar, vincular y desvincular talento humano. Incluye afiliaciones y gestión de nómina. *Freelance*.

Cargo: Administración general.

Perfil: profesional en administración. Con conocimientos en gestión de equipos, ventas y marketing. Experiencia mínima de un año en posiciones de liderazgo de equipos.

Funciones: gerenciar la operación, desarrollar las personas para que sean la mejor versión de sí mismas en sus funciones.

Cargo: Profesoras.

Perfil: profesionales con experiencia en danza del vientre en los estilos bellydance, tribal fusión y FCBD. Conocimientos de pedagogía y conciencia muscular. Experiencia mínima de seis meses como profesoras de danza.

Funciones: enseñar los diferentes estilos que ofrece la escuela, estar en constante actualización y guiar los procesos de las estudiantes con base en sus intereses, así como grabar contenido.

Cargo: Tallerista.

Perfil: profesionales en danza con conocimientos de pedagogía y anatomía. Experiencia mínima de dos años como profesoras de danza.

Funciones: dictar talleres de temas transversales en torno a la danza y la puesta en escena.

Cargo: Contador.

Perfil: profesionales en contabilidad con conocimientos en reporte de impuestos de persona natural, afiliaciones a prestaciones sociales y pago de nómina, con seis meses de experiencia en el área.

Funciones: pago de impuestos, pago de nómina, pago de prestaciones sociales, selección de proveedores.

Cargo: Administrador de redes sociales.

Perfil: profesional en mercadeo, publicidad o comunicación con conocimiento de marketing digital, incluyendo manejo de redes sociales y modelo de negocio por suscripción. Con experiencia de seis meses en manejo de redes institucionales.

Funciones: manejo de redes sociales (Instagram y YouTube principalmente), creación de página web y administración de medios digitales.

Cargo: Técnico de soporte.

Perfil: técnico o tecnólogo en sistemas con conocimiento en soporte de equipos ofimáticos.

Funciones: brindar soporte técnico realizando mantenimientos correctivos y preventivos a los equipos de cómputo y periféricos, además de los elementos de grabación.

Cargo: Servicios generales.

Perfil: persona con actitud de pulcritud, limpieza y orden, con enfoque en el detalle.

Funciones: limpiar, desinfectar y ordenar los espacios de grabación y talleres de clase.

Contratación: la contratación estará a cargo del generalista de recursos humanos, quien debe definir el contrato con un periodo de prueba de tres meses en todos los casos, con el acuerdo unilateral de desistimiento si alguna de las partes lo decide, e incluirá todas las prestaciones sociales formuladas por la ley.

7.5 Estudio legal

7.5.1 Modalidad remota sincrónica o asincrónica

Actividad económica: plataformas digitales que no están reguladas aún (“Plataformas digitales: a la espera de la regulación”, 2021), por tanto, no pagan impuestos y solo deben cumplir con las normas de protección de datos y protección al consumidor impuestas por la ley 1480 de 2011, con énfasis en el capítulo VI que relaciona el comercio electrónico.

Respecto al tipo de sociedad escogida, en primera instancia será la Sociedad Unipersonal como persona natural, por las ventajas tributarias que conlleva como la exoneración del IVA.

7.5.2 Modalidad presencial

Para la segunda fase de apertura presencial al público se debe tener en cuenta la creación de una sociedad o establecimiento de comercio para persona natural.

Tipo de comerciante: persona natural.

Cámara de Comercio de Bogotá - Requisitos:

- Registro Único Tributario (RUT) incluyendo la actividad económica 8553, que, según se detalla en el CIUU de la Cámara de Comercio de Bogotá, es la que acoge las academias de danza.

“Esta clase comprende las actividades de formación artística, teatral y musical. Las unidades que imparten este tipo de formación pueden denominarse escuelas, estudios, academias, clases, etc. Ofrecen formación estructurada, principalmente para fines recreativos, de afición o de desarrollo personal, pero esa formación no conduce a la obtención de un diploma profesional ni de un título de licenciado o graduado.

Esta clase incluye:

- La formación artística.
- Las escuelas y academias de baile.
- Las escuelas y academias de teatro, bellas artes y artes interpretativas.
- Las escuelas de artes interpretativas” (“Descripción actividades económicas, 2021).

- Original del documento de identidad.
- Formularios disponibles en las sedes de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES).
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (persona natural).

El trámite se puede hacer de manera virtual en el siguiente el enlace: <https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas/Mas-informacion/Matricula-de-Persona-Natural>, o directamente seguir la matrícula en: <https://linea.ccb.org.co/CAE/#/mpn/terminos>.

Actualmente no existen otros permisos para esta categoría de establecimientos, y en la modalidad virtual los vacíos legales permiten operar sin otras licencias a la fecha.

7.5.2.1 Estimación de costos

La apertura de un establecimiento de comercio se realiza ante la Cámara de Comercio de Bogotá, la cual tiene alcance en Cajicá, Cundinamarca. El costo depende del patrimonio que se declare dentro de la apertura, y es aproximadamente de 500.000 pesos anuales.

Otros pagos que se deben tener en cuenta son:

- Pago de derechos de autor y conexos: Sayco Acinpro: el valor depende del aforo del salón de clases y el estrato socioeconómico en el que se encuentre ubicado el establecimiento, puede ser, aproximadamente, de 300.000 pesos anuales.
- Uso del suelo: permiso que se consigue en la Secretaría de Gobierno del municipio en donde se vaya a crear el establecimiento. No tiene costo.
- Permiso de seguridad otorgado por los Bomberos: inspección de instalación de redes eléctricas y extintores. Valor aproximado de 30.000 pesos anuales.
- Inscripción a la Secretaría de Industria y Comercio del municipio donde se abra el establecimiento de comercio: valor único según el régimen societario o persona natural, aproximadamente 130.000 pesos anuales.

7.6 Evaluación financiera del proyecto

A continuación, se da inicio al análisis financiero; a través de la evaluación del flujo de caja se llegará a determinar si es factible el proyecto teniendo en cuenta la relación entre la Tasa Interna de Retorno (TIR) mayor a cero y el capital invertido, así como el valor positivo o mayor que cero del Valor Presente Neto (VPN).

7.6.1 Presupuestos

7.6.1.1 Ingresos

Como primera instancia se detallan los ingresos proyectados a 5 años por concepto de venta de paquetes de clases de danza del vientre. Se presentan los escenarios: pesimista (tabla 20), más probable (tabla 21) y optimista (tabla 22).

Escenario pesimista: para analizar este escenario se plantea que solo se logra alcanzar, durante cada periodo, un 75% de las ventas proyectadas; los costos fijos pesan un 22% y los gastos un 76%. A continuación, se presenta el escenario de ingresos pesimista:

Tabla 20. Escenario pesimista

Ingresos		Periodo (cifras en pesos)					
Actividad	Total	0	1	2	3	4	5
Ventas por bellydance	331.764.984		44.010.000	48.411.000	58.093.200	75.521.160	105.729.624
Ventas por Tribal fusión	214.731.324		28.485.000	31.333.500	37.600.200	48.880.260	68.432.364

Ventas por FCBD	187.593.084		24.885.000	27.373.500	32.848.200	42.702.660	59.783.724
Total ingresos (pesos) (Millones)	734.089.392		97.380.001	107.118.002	128.541.603	167.104.084	233.945.717

Fuente: elaboración propia.

Escenario más probable: para analizar este escenario se plantea que solo se logra alcanzar, durante cada periodo, un 100% de las ventas proyectadas; los costos fijos pesan un 15% y los gastos un 58%. A continuación, se presenta el escenario de ingresos más probable.

Tabla 21. Escenario más probable

Ingresos		Periodo (cifras en pesos)					
		0	1	2	3	4	5
Ventas por bellydance	442.353.312		58.680.000	64.548.000	77.457.600	100.694.880	140.972.832
Ventas por Tribal fusión	286.308.432		37.980.000	41.778.000	50.133.600	65.173.680	91.243.152
Ventas por FCBD	250.124.112		\$33.180.000	36.498.000	43.797.600	56.936.880	79.711.632
Total ingresos (pesos) (Millones)	978.785.856		129.840.001	142.824.002	171.388.803	222.805.444	311.927.621

Fuente: elaboración propia.

Escenario optimista: para analizar este escenario se plantea que solo se logra alcanzar, durante cada periodo, un 125% de las ventas proyectadas; los costos fijos pesan un 18% y los gastos un 47%. A continuación, se presenta el escenario de ingresos optimista.

Tabla 22. Escenario optimista

Ingresos		Periodo					
		(cifras en pesos)					
Actividad	Total	0	1	2	3	4	5
Ventas por bellydance	552.941.640		73.350.000	80.685.000	96.822.000	125.868.600	176.216.040
Ventas por Tribal fusión	357.885.540		47.475.000	52.222.500	62.667.000	81.467.100	114.053.940
Ventas por FCBD	312.655.140		41.475.000	45.622.500	54.747.000	71.171.100	99.639.540
Total ingresos (pesos) (Millones)	1.223.482.320		162.300.001	178.530.002	214.236.003	278.506.804	389.909.525

Fuente: elaboración propia.

Tabla 23. Ingresos

Pesimista	75%	1
Más probable	100%	2
Optimista	125%	3

Fuente: modelo de Excel del docente Francisco Salazar (comunicación personal).

7.6.1.2 Costos

En las tablas 24, 25 y 26 se presentan los escenarios de costos pesimista, más probable y optimista, asociados a los recursos que se requieren para el funcionamiento y que son de pago mensual; estos se ven afectados por el ingreso del periodo en revisión.

Tabla 24. Costos escenario pesimista

Costos		Periodo					
		(cifras en pesos)					
Actividad	Total	0	1	2	3	4	5
Vestuarios y accesorios (indumentaria)	5.951.880		1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376
Licencias (facturación, Office)	11.799.500		2.359.900	2.359.900	2.359.900	2.359.900	2.359.900
Constitución (legal)	4.800.000		960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Total costos (pesos)	124.982.865	-	20.615.266	19.033.576	21.938.236	27.166.624	36.229.163

Fuente: elaboración propia.

Tabla 25. Costos escenario más probable

Costos		Periodo					
		(cifras en pesos)					
Actividad	Total	0	1	2	3	4	5
Vestuarios y accesorios (indumentaria)	5.951.880		1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376
Licencias (facturación, Office)	11.799.500		2.359.900	2.359.900	2.359.900	2.359.900	2.359.900
Constitución (legal)	4.800.000		960.000	960.000	960.000	960.000	960.000

Total costos (pesos)	158.159.36	-	25.016.26	23.874.67	27.747.55	34.718.74	46.802.12
	4		6	6	6	0	6

Fuente: elaboración propia.

Tabla 26. Costos escenario optimista

Costos	Total	Periodo					
		(cifras en pesos)					
Actividad		0	1	2	3	4	5
Vestuarios y accesorios (indumentaria)	5.951.880		1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376
Licencias (facturación, Office)	11.799.500		2.359.900	2.359.900	2.359.900	2.359.900	2.359.900
Constitución (legal)	4.800.000		960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Total costos (pesos)	191.335.86	-	29.417.26	28.715.77	33.556.87	42.270.85	57.375.08
	2		6	6	6	6	8

Fuente: elaboración propia.

Con base en estos tres escenarios se evidenciará, en el flujo de caja general del proyecto, cómo este incremento va a reducir las utilidades del periodo y requerirá disminución en la estructura de costos y gastos, un incremento en las ventas o una inversión asociada al sostenimiento de la escuela.

7.6.1.3 Gastos

A continuación, se presentan las cuentas asociadas a los gastos que tendrá la operación en los primeros 5 años (tabla 27).

Tabla 27. Gastos

Gastos							
Actividad	Total	Periodo					
		0	1	2	3	4	5
Publicidad en redes sociales	9.046.080		1.200.000	1.320.000	1.584.000	2.059.200	2.882.880
Arrendamiento	72.368.640		9.600.000	10.560.000	12.672.000	16.473.600	23.063.040
Mantenimiento equipos (repuestos) Imprevistos	13.569.120		1.800.000	1.980.000	2.376.000	3.088.800	4.324.320
Higienización	2.713.824		360.000	396.000	475.200	617.760	864.864
Acueducto y alcantarillado	4.523.040		600.000	660.000	792.000	1.029.600	1.441.440
Energía	9.046.080		1.200.000	1.320.000	1.584.000	2.059.200	2.882.880
Internet + telefonía	6.000.000		1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Capacitación de personal (suscripción a plataforma de danza internacional)	5.951.880		1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376	1.190.376
Contratos de seguro responsabilidad civil	15.076.800		2.000.000	2.200.000	2.640.000	3.432.000	4.804.800
Salarios	311.185.152		41.280.000	45.408.000	54.489.600	70.836.480	99.171.072
Servicios tercerizados	116.694.432		15.480.000	17.028.000	20.433.600	26.563.680	37.189.152
Total Gastos (COP)	566.175.048		75.910.376	83.262.376	99.436.776	128.550.696	179.014.824

Fuente: modelo de Excel del docente Francisco Salazar (comunicación personal).

7.6.1.4 Inversiones

Las inversiones en el proyecto hacen referencia al equipamiento técnico necesario para impartir las clases en forma virtual; este pago es por una única vez hasta dentro de 5 años, que es el periodo de vida de los dispositivos técnicos, sin embargo, también se considera un valor de imprevistos que permita manejar las situaciones que no se han calculado, como reparaciones o repuestos por falla (tabla 28).

Tabla 28. Inversiones

Inversion inicial	Inversiones \$
Equipo Lenovo o Asus. Intel Core i5-10600KF Procesador de sobremesa 6 núcleos hasta 4,8 GHz desbloqueado sin gráficos de procesador LGA 1200 (chipset Intel serie 400) 125W	\$ 2.549.900
Monitor/Pantalla Monitor LG Gamer 27" Pulgadas MP59G	\$ 729.900
Logitech C930e Business, Webcam Full Hd 1080p, Zoom 4x / 90°	\$ 316.000
Cabina Activa De 10 American Sound Aspa108x Excelente Sonido	\$ 420.000
Amplificador Clases Grupos Diadema Cintura Profesores Guías	\$ 129.900
Imprevistos	1.243.710
Otros	829.140
TOTAL	6.218.550

Fuente: modelo de Excel del docente Francisco Salazar (comunicación personal).

7.6.1.5 Depreciaciones y amortizaciones

Las depreciaciones se proyectaron a 5 años por el método de línea recta; estos montos son la provisión de los equipos que se reemplazarán al final del periodo (tabla 29).

Tabla 29. Depreciaciones

Depreciaciones							
Actividad	Total	Periodo					
		0	1	2	3	4	5
Equipo Lenovo o Asus. Intel Core i5-10600KF Procesador de sobremesa 6	\$ 2.549.900		\$ 509.980	\$ 509.980	\$ 509.980	\$ 509.980	\$ 509.980
Monitor/Pantalla Monitor LG Gamer 27" Pulgadas MP59G	\$ 729.900		\$ 145.980	\$ 145.980	\$ 145.980	\$ 145.980	\$ 145.980
Logitech C930e Business, Webcam Full Hd 1080p, Zoom 4x / 90°	\$ 316.000		\$ 63.200	\$ 63.200	\$ 63.200	\$ 63.200	\$ 63.200
Cabina Activa De 10 American Sound Aspa108x Excelente Sonido	\$ 420.000		\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000
Amplificador Clases Grupos Diadema Cintura Profesores Guías	\$ 129.900						
Total Depreciación (\$miles)	\$ 4.015.800		\$ 803.160	\$ 803.160	\$ 803.160	\$ 803.160	\$ 803.160

Fuente: modelo de Excel del docente Francisco Salazar (comunicación personal).

7.6.1.6 Financiación

El costo total de la financiación será de 20.152.942 pesos, tal como se muestra en la tabla 30, y se proyecta que el 70% que se financiará sea con una Tasa Efectiva anual del 11%, lo cual arroja los estados financieros proyectados de la deuda que se deben cumplir durante cada uno de los 5 periodos, que serán contemplados en el flujo de cada del proyecto como un pasivo más.

Tabla 30. Financiación

Flujo del crédito	\$
Inversión inicial	6.218.550
Capital de trabajo	13.934.392
Total a financiar	20.152.942

Financiación	\$	Dist. %
Patrimonio	6.045.883	30%
Deuda	14.107.059	70%
Total a financiar		100%

Fuente: modelo de Excel del docente Francisco Salazar (comunicación personal).

Tabla 31. Estados financieros proyectados de la deuda

Información del crédito	
Préstamo	\$14.107.059
Tasa EA	11%
Periodo	5 años
Comisión	3%

Periodo	Saldo (cifras en pesos)	Amortización a K (cifras en pesos)	Interés (cifras en pesos)	Cuota (cifras en pesos)	Cuota final + Comisiones (cifras en pesos)
----------------	------------------------------------	---	--------------------------------------	------------------------------------	---

0					
1	11.841.885	2.265.175	1.551.777	3.816.951	3.931.460
2	9.327.540	2.514.344	1.302.607	3.816.951	3.931.460
3	6.536.618	2.790.922	1.026.029	3.816.951	3.931.460
4	3.438.695	3.097.923	719.028	3.816.951	3.931.460
5	-	3.438.695	378.256	3.816.951	3.931.460

Fuente: modelo de Excel del docente Francisco Salazar (comunicación personal).

7.6.2 Estado de resultados y flujo de caja del proyecto

Mediante el análisis del flujo de caja se encuentra que el proyecto tiene viabilidad financiera requiriendo una inversión de alrededor de 20.000.000 de pesos colombianos, y generará un retorno de la inversión del 100% sin optar por el escario de financiar el proyecto, ya que entre los inversionistas se reunirá el capital base (tabla 32).

Tabla 32. Flujo de caja del proyecto

Flujo de Caja del Proyecto								
	Periodo							
	0	1	2	3	4	5	Promedio	Participacion %
+ Ingresos		129.840.001	142.824.002	171.388.803	222.805.444	311.927.621	195.757.174	
- Costos operativos		24.056.266	22.914.676	26.787.556	33.758.740	45.842.126	30.671.873	15,7%
= Utilidad Operativa		105.783.735	119.909.326	144.601.247	189.046.704	266.085.495	165.085.301	84,3%
- Gastos		75.910.376	83.262.376	99.436.776	128.550.696	179.014.824	113.235.010	57,8%
= Utilidad Bruta		29.873.359	36.646.950	45.164.471	60.496.008	87.070.671	51.850.292	26,5%
- Depreciación		803.160	803.160	803.160	803.160	803.160	803.160	0,4%
= UAll		29.070.199	35.843.790	44.361.311	59.692.848	86.267.511	51.047.132	26,1%
- Intereses Prestamo		-	-	-	-	-	-	0,0%
= UAI		29.070.199	35.843.790	44.361.311	59.692.848	86.267.511	51.047.132	26,1%
- Impuestos		9.302.464	11.470.013	14.195.620	19.101.711	27.605.604	16.335.082	8,3%
= Utilidad Neta		19.767.735	24.373.777	30.165.691	40.591.137	58.661.908	34.712.050	17,7%
+ Depreciación		803.160	803.160	803.160	803.160	803.160	803.160	0,4%
+ Prestamo		-					-	0,0%
- Amortizacion a K		-	-	-	-	-	-	0,0%
- Inversiones	6.218.550						6.218.550	3,2%
- Capital de trabajo	13.934.392						13.934.392	7,1%
= Flujo de caja (miles)	(20.152.942)	20.570.895	25.176.937	30.968.851	41.394.297	59.465.068	26.237.184	13,4%

TIO	14%
VPN	93.560.671
TIR	121%

BAUE

17.936.847

Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, haciendo análisis con el escenario probable y teniendo todas las variables antes mencionadas en los mismos valores utilizados, el porcentaje mínimo de ventas necesitado para que el proyecto sea viable es del 21%. Con este número de ventas el VPN da positivo, la TIR está por encima del TIO y el periodo de retorno de la inversión se da en el segundo año.

7.6.2.1 Flujo de caja del inversionista

Tabla 33. Flujo de caja del inversionista

Flujo de Caja del Inversionista								
		Periodo						
		0	1	2	3	4	5	Promedio
+	Ingresos		129.840.001	142.824.002	171.388.803	222.805.444	311.927.621	195.757.174
-	Costos operativos		24.056.266	22.914.676	26.787.556	33.758.740	45.842.126	30.671.873
=	Utilidad Operativa		105.783.735	119.909.326	144.601.247	189.046.704	266.085.495	165.085.301
-	Gastos		75.910.376	83.262.376	99.436.776	128.550.696	179.014.824	113.235.010
=	Utilidad Bruta		29.873.359	36.646.950	45.164.471	60.496.008	87.070.671	51.850.292
-	Depreciación		803.160	803.160	803.160	803.160	803.160	803.160
=	UAll		29.070.199	35.843.790	44.361.311	59.692.848	86.267.511	51.047.132
-	Intereses Prestamo		1.551.777	1.302.607	1.026.029	719.028	378.256	995.540
=	UAI		27.518.422	34.541.183	43.335.282	58.973.820	85.889.255	50.051.592
-	Impuestos		8.805.895	11.053.178	13.867.290	18.871.622	27.484.562	16.016.510
=	Utilidad Neta		18.712.527	23.488.004	29.467.991	40.102.198	58.404.693	34.035.083
+	Depreciación		803.160	803.160	803.160	803.160	803.160	803.160
+	Prestamo	14.107.059						14.107.059
-	Amortizacion a K		2.265.175	2.514.344	2.790.922	3.097.923	3.438.695	2.821.412
-	Inversiones	6.218.550						6.218.550
-	Capital de trabajo	13.934.392						13.934.392
=	Flujo de caja (miles)	(6.045.883)	17.250.512	21.776.820	27.480.229	37.807.434	55.769.158	25.673.045

Fuente: elaboración propia.

7.6.3 Criterios de evaluación financiera

7.6.3.1 Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el proyecto (sin financiación) como para el inversionista (con financiación) se hará el siguiente análisis de los tres posibles escenarios, con el fin de establecer la factibilidad financiera del proyecto.

Tabla 34. Escenario pesimista del proyecto

Pesimista	75%
Más probable	100%
Optimista	125%

TIO	14%
VPN	(1.919.198)
TIR	11%
BAUE	(367.936)

Fuente: elaboración propia.

Tabla 35. Escenario de inversión pesimista

TIO	14%
VPN	(146.369)
TIR	14%
BAUE	(28.061)

Fuente: elaboración propia.

Si se trabaja con un escenario pesimista, el proyecto no es viable dado que la TIR está por debajo del activo y la VPN negativa nos indica que los gastos superarán los ingresos.

Tabla 36. Escenario más probable del proyecto

TIO	14%
VPN	91.159.555
TIR	118%
BAUE	17.476.521

Fuente: elaboración propia.

Tabla 37. Escenario de inversión más probable

TIO	14%
VPN	93.357.057
TIR	299%
BAUE	17.897.812

Fuente: elaboración propia.

Al obtener en el escenario más probable un valor de VPN positivo y una TIR mayor que es activo ahora sí es viable el proyecto.

Tabla 38. Escenario optimista del proyecto

TIO	14%
VPN	184.238.309
TIR	210%
BAUE	35.320.979

Fuente: elaboración propia.

Tabla 39. Escenario de inversión optimista

TIO	14%
VPN	186.435.811
TIR	604%
BAUE	35.742.269

Fuente: elaboración propia.

En el escenario optimista ya la proyección es muy rentable, la VPN sigue siendo positiva y una TIR mayor al activo que denota la factibilidad del proyecto bajo estas condiciones de ingresos mayores en 25% al escenario más probable.

8 CONCLUSIONES

- Luego de la pandemia se incrementó el uso de las plataformas digitales para estudiar o salir de la rutina desde la seguridad de los hogares; esto llevó a que las universidades, las academias y los colegios generaran estrategias para impartir las clases de forma virtual, ampliando aún más el mercado existente de virtualidad.
- El estudio de mercado permitió identificar el público objetivo, mujeres entre los 20 y 60 años, además ayudó a explorar opciones que no estaban contempladas en el alcance inicial del proyecto, como pensar en la idea de una escuela de danza urbana, ampliar el mercado al público masculino y generar localidades para clases presenciales.
- El estudio de mercado también permitió descubrir un público que no tiene conocimiento de la danza del vientre y que abre la posibilidad de contar con más interesados si se establece una estrategia de divulgación de este arte.
- El resultado del trabajo no presenta la factibilidad a la ejecución del proyecto, en el escenario pesimista que supone alcanzar un 75% de las ventas proyectadas.
- En el escenario más probable y el optimista los dos indicadores, VPN y TIR, nos dan evidencia de la rentabilidad del proyecto y por tanto lo hacen factible.
- Con este proyecto se busca vender un pénsum de tres estilos de danza del vientre: bellydance, danza tribal y estilo FCBD, para llevar alternativas de entretenimiento y desarrollo de habilidades corporales y sociales en el nicho de mujeres entre los 20 y 60 años.
- La modalidad asincrónica de clases sugiere más ingresos y menos costos, dado que el contenido queda pregrabado; por lo cual va a ser la mayor fuente de ingresos en el largo plazo.
- El estudio de mercado arrojó que hay un desconocimiento del estilo de danza y un interés por conocerlo y practicarlo.

- Es importante seguir las solicitudes del cliente que se plasmarán en recomendaciones respecto al carácter presencial de las clases, la ubicación de la escuela en Bogotá, otros estilos de danza e incluir a los hombres como parte de los clientes potenciales.
- Si bien la mayoría de las mujeres interesadas está entre los 20 y 50 años, las personas mayores de 50 tienen la flexibilidad de tiempo y recursos, por lo cual se incluye este público hasta los 60 años, teniendo en cuenta que los adultos mayores ya requieren cuidados especiales que pueden ser objeto de una extensión del alcance del proyecto.
- La infraestructura técnica y humana que se necesita de forma inicial, implica personal de tiempo completo y prestación de servicios específicos para que el modelo en un principio sea viable; con el paso del tiempo y el aumento de los ingresos se puede tener el personal de tiempo completo para todas las posiciones.

9 RECOMENDACIONES

- Se recomienda revisar la opción de ampliar el alcance de la escuela, teniendo en cuenta las alternativas de danza árabe para hombres e involucrar danza urbana, esto de acuerdo con los resultados del estudio de mercado.
- Lo más llamativo en el estudio de mercado fueron los ritmos populares, por lo cual se recomienda incursionar en danza en estilo urbano, dando respuesta a los intereses de los clientes potenciales.
- Generar estrategias de divulgación en redes sociales para cubrir otros segmentos de clientes potenciales, explorar la divulgación a los colegios de estratos 1 y 2 para implantar el concepto de danza árabe, y ampliar el público objetivo con base en el estudio de mercado, que muestra desconocimiento del estilo.
- Como la virtualidad permite tener estudiantes sincrónicas y asincrónicas de todo el mundo, se recomienda desarrollar estrategias internacionales como participaciones en festivales internacionales, la creación de un festival nacional y la inscripción en concursos públicos y privados para tener reconocimientos que permitan dar mayor visibilidad y robustez al programa de danza propuesto.
- Se recomienda certificarse ante el Consejo Internacional de Danza. En su página web están listados los requisitos para aplicar y certificar las escuelas y las profesoras, con el fin de abrirse campo en el mercado internacional.
- Estrategia para alcanzar a los estratos 1 y 2 con precios más asequibles de inscripción financiados por los estratos 5 y 6.
- Extender el alcance a escuela presencial en la localidad de Kennedy, basados en las respuestas del estudio de mercado con intención de clases presenciales mayoritariamente en esta localidad de Bogotá.
- Hacer estudio de mercado con población de diferentes localidades para tener una muestra representativa por localidad, y evaluar la factibilidad de abrir escuelas presenciales en otras localidades de Bogotá, e incluso en ciudades principales.

10 REFERENCIAS

- ABC Economía Naranja (2020). <https://economianaranja.gov.co/media/eojppwrl/abc-econom%C3%ADa-naranja-agosto-2020.pdf>.
- ABC Economía Naranja (2021). <https://economianaranja.gov.co/abc-economia-naranja/>.
- Arvanitis, E. (2018). Chapter 7 feasibility analysis and study. <https://www-emerald-com.ezproxy.eafit.edu.co/insight/content/doi/10.1108/978-1-78743-529-220181019/full/pdf?title=feasibility-analysis-and-study>.
- Brandwatch (2021). <https://www.brandwatch.com/es/>.
- Carminatt, et al. (2019). Effects of belly dancing on body image and selfesteem in women with breast cancer – pilot study. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte*, 25(6).
- Cooper, L. (2005). *La danza del vientre paso a paso*. Edaf.
- Customer loyalty report 2021 (2021). Brandwatch. <https://www.brandwatch.com/reports/customer-loyalty-2021/>.
- Danza del vientre tribal (2021). Wikipedia. https://es.wikipedia.org/wiki/Danza_del_vientre_tribal.
- Da Silva, E. (2018). Qué es y cómo se hace un estudio de mercado. <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2021). www.dane.gov.co.
- Descripción actividades económicas (2021). Cámara de Comercio de Bogotá. <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>.

Dirección Nacional de Derecho de Autor – DNDA (2021).
<http://derechodeautor.gov.co:8080/home>.

2022: PIB se estabiliza, inflación se modera y desempleo sigue alto (2022). Portafolio.
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/pronostico-de-la-economia-colombiana-para-2022-inflacion-pib-y-desempleo-559545>.

El “e-commerce” crece en el mundo (2020). *Portafolio*.
<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/el-e-commerce-crece-en-el-mundo-540031>.

El número de usuarios de internet en el mundo crece un 7,3% y alcanza los 4.660 millones (2021). <https://marketing4ecommerce.co/usuarios-de-internet-mundo/>.

Estudio técnico (s. f.).
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>.

Fernández, A. (2003). El análisis del entorno: un enfoque de planeación.
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/analisis2003-2.pdf>.

Fink, B., Bläsing, B., Ravignani, A. y Shackelford, T. K. (2021). Evolution and functions of human dance. *Evolution and Human Behavior*, 42(4), 351-360.
doi:10.1016/j.evolhumbehav.2021.01.003.

Fuentes, O. (2021). Tendencias del e-Learning y futuro de la formación online en 2022. *IEBSSchool*. <https://www.iebschool.com/blog/tendencias-e-learning-innovacion/>.

Galeano, S. (2021). El número de usuarios de Internet en el mundo crece un 7,3% y alcanza los 4.660 millones (2021). <https://marketing4ecommerce.co/usuarios-de-internet-mundo/>.

Geografía de Colombia (2021). https://www.turiscolombia.com/colombia_geografia.html.

Gobernación de Cundinamarca (2021). cundinamarca.gov.co.

Gómez, H. y Murillo, M. (2020). *Colombia a contracorriente: Colombia un país polarizado y en conflicto* [tesis de maestría]. Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.

Google Maps (2021). <https://www.google.com/maps/@15,-2.970703,3z?hl=es>.

Guía para la elaboración de estudios de sector (s. f.). https://www.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/manuales/cce_guia_estudio_sector_web.pdf.

IEBSSchool (2021). <https://www.iebschool.com/>.

IBISWorld (2021). <https://www.ibisworld.com/>.

Indexmundi (2021). <https://www.indexmundi.com/>.

Información general (2021). Cajicá. <https://cajica.gov.co/informacion-general/>.

Ingeurbe (2021). <https://ingeurbe.com/proyecto/reserva-del-lago-ii/> septiembre 2021.

Korek, D. (2005). *Danza del vientre*. Océano Ámbar.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2019). *Principios de marketing*. Pearson.

Kraus, R. (2013). Becoming a belly dancer: gender, the life course andr the beginnings of serious leisure career. *Leisure Studies*, 33(6), 565-579.

Martínez, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Cengage.

Matveeva, S. (2020). Top trends in sustainable fashion today. *Forbes*.
<https://www.forbes.com/sites/sophiamatveeva/2020/02/11/top-trends-in-sustainable-fashion-today/?sh=313435b764f4>.

Meza, J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Ecoe Ediciones.

Nuestro compromiso con la inclusión y la diversidad (2021). *Accenture*.
<https://www.accenture.com/cl-es/about/inclusion-diversity-index>.

Pasión por la interacción (2020). *Accenture*. <https://www.accenture.com/co-es/insights/interactive/fjord-trends-interaction-wanderlust>.

Pasos para crear empresa (2021). Cámara de Comercio de Bogotá.
<https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>.

Peto, A. C. y Pedrão, L. J. (2005). A contribuição da dança do ventre para a educação corporal, saúde física e mental de mulheres que freqüentam uma academia de ginástica e dança. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 13(2), 243-248.
<https://www.redalyc.org/pdf/2814/281421843017.pdf>.

Plataformas digitales: a la espera de la regulación (2021). *Portafolio*.
<https://www.portafolio.co/revista-portafolio/plataformas-digitales-a-la-espera-de-la-regulacion-554499>.

Project Management Institute (2017). *Guía del PMBOK*. Project Management Institute.

Puentes, G. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios*. Ecoe Ediciones

QuestionPro (2021). <https://www.questionpro.com/es/?>

- Ramírez, R. (2020). El uso de “blockchain” para proteger derechos de autor en el mundo digital. *LexLatin*. <https://lexlatin.com/opinion/uso-blockchain-proteger-derechos-autor-mundo-digital>.
- Red Naranja (2021). *Dirección Nacional de Derecho de Autor*. <http://derechodeautor.gov.co:8080/red-naranja>.
- Región Naranja (2017). *Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://regionnaranja.org/regionnaranja>.
- Rodríguez, O. (2012). Prefactibilidad, factibilidad y viabilidad diseño del proyecto. <https://www.slideshare.net/cetnita/prefactibilidad-factibilidad-y-viabilidad-13941198>.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación*. Pearson.
- Sheik Eldin, O. (2006). La danza más antiuga del mundo: el origen de la “danza del vientre”. *Papeles del Festival de Música Española de Cádiz*, 277-283. <http://www.centrodedocumentacionmusicaldeandalucia.es/opencms/documentacion/revistas/articulos-pfmec/la-danza-mas-antigua-del-mundo-el-origen-de-la-Danza-del-vientre.html>.
- Statista (2021a). Number of participants in dance, step, and other choreographed exercise to music in the United States from 2014 to 2020. <https://www.statista.com/statistics/756629/dance-step-and-other-choreographed-exercise-participants-us/>.

Statista (2021b). Number of female licenses issued by the French Dance Federation (FFD) in 2020, by age group. <https://www.statista.com/statistics/770899/division-age-number-licensing-feminine-ffd-dance-la-france/>.

Statista (2021c). Share of children who participated in dance activities in the last year in England from 2008/09 to 2019/20, by age. <https://www.statista.com/statistics/420995/children-dance-activities-england-uk-by-age/>.

SurveyMonkey (2021). <https://es.surveymonkey.com/>.

Tenis hechos de basura, el calzado sustentable de Nike (2021). *Nike*. <https://coolhuntermx.com/el-primer-calzado-sustentable-de-nike-space-hippie/>.

The best brands and industries for customer experience 2020 (2020). *Brandwatch*. <https://www.brandwatch.com/reports/2020-best-brands-for-cx/view/>.

The brandwatch customer loyalty report in partnership with GWI (2021). https://www.brandwatch.com/wp-content/uploads/2021/05/CustomerLoyaltyReport_2021-Prospect.pdf.

1MILLION Dance Studio (2021). <https://www.youtube.com/c/1MILLIONDanceStudioofficial/videos>.

Villacampa, O. (2021). Qué son las 4 p del marketing, cómo aplicarlas y ejemplos. *Ondho*. <https://www.ondho.com/que-son-4-p-marketing-como-aplicarlas-ejemplos/>

Zoom (2021). <https://support.zoom.us/hc/es>.