

PLAN DE NEGOCIOS



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PLAN DE NEGOCIOS – ENTORNO DE ALEGRÍA

JESSICA VIVIANA MORA NOVOA

PAULA ANDREA ROJAS CAMACHO

BOGOTÁ D.C

2015

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PLAN DE NEGOCIOS – ENTORNO DE ALEGRÍA

TRABAJO DE GRADO

JESSICA VIVIANA MORA NOVOA

PAULA ANDREA ROJAS CAMACHO

TUTOR:

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C

2015

DEDICATORIA

Con la gran satisfacción de terminar un ciclo tan importante en mi vida, dedico esta tesis a Dios por permitirme la oportunidad de realizar un sueño, dándome la fuerza y sabiduría en cada momento. A mis padres, por darme la motivación y el apoyo constante para culminar mi meta y ser la fuente de inspiración en cada uno de mis esfuerzos. A mis hermanas, por luchar junto a mí y aconsejarme en cada momento. A mis amigos, por ser la mejor compañía en el transcurso de esta etapa.

Jessica Viviana Mora Novoa

DEDICATORIA

Primeramente a Dios por darme inmensas bendiciones durante los cinco años de mi carrera, a mis padres por acompañarme y apoyarme durante todo el camino , a mis hermanos por estar siempre conmigo, a mis profesores por darme mucho conocimiento y paciencia y a todas las maravillosas personas que se cruzaron en mi carrera profesional.

Paula Andrea Rojas Camacho

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	1
ABSTRACT.....	4
1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	6
1.1. EL EMPRENDEDOR Y/O EQUIPO EMPRENDEDOR	7
1.1.1 EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS.....	8
1.2. ORIGEN DE LA IDEA DE NEGOCIO	9
1.3. OBJETIVOS Y CRONOGRAMA.....	10
General.....	10
Específicos	10
2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	11
2.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	11
2.1.1. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	11
2.1.2. CONSULTA ACTIVIDAD ECONÓMICA	15
2.1.3. CÓDIGO CIU.....	17
2.2. ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO PARA PERSONAS MAYORES Y DISCAPACITADAS.....	18
2.3. NORMAS MÍNIMAS PARA EL FUNCIONAMIENTO	19
3. CONCEPTO DE NEGOCIO	20
3.1. CONCEPTO DE NEGOCIO (PROPUESTA DE VALOR).....	20
3.2. MODELO DE NEGOCIO	23
3.3. ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA	30
3.3.1 PROPÓSITO.....	30
3.3.2 META	30
3.3.4. FILOSOFÍA ORIENTADORA	31
3.4. IMAGEN TANGIBLE.....	33

4.	ANÁLISIS DEL MERCADO.....	34
4.1.	DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE NEGOCIOS	34
4.1.1.	NORMATIVIDAD DEL ADULTO MAYOR	40
4.1.2.	DESCRIPCIÓN HOTELES GERIÁTRICOS	43
4.2.	DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.....	46
4.2.1.	SEGMENTO OBJETIVO.....	46
4.3.	NECESIDADES	48
4.4.	TAMAÑO DEL MERCADO	49
4.5.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	60
4.5.1	ANÁLISIS DOFA.....	64
5.	SERVICIO	65
<input type="checkbox"/>	Horario	65
<input type="checkbox"/>	Actividades	66
<input type="checkbox"/>	Personal y atención especializada.....	67
<input type="checkbox"/>	Instalaciones.....	67
<input type="checkbox"/>	Cuidados médicos	68
<input type="checkbox"/>	Nutrición	69
<input type="checkbox"/>	Transporte	69
6.	ESTRATEGIA DE MERCADEO	70
6.1.	MEZCLA DE MERCADEO	70
6.1.1.	PRODUCTO	70
6.1.2.	PRECIO	71
6.1.3.	DISTRIBUCIÓN	76
6.1.4.	COMUNICACIÓN	76
6.2.	PRESUPUESTO DE MERCADEO	77
6.3.	OBJETIVOS COMERCIALES	79
6.4.	ESTIMATIVOS DE VENTAS.....	79

7. ESTRATEGIA OPERATIVA	82
7.1. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL SERVICIO	82
7.2. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA	91
7.3. PROCESOS	93
7.3.1. Condiciones y requerimientos de entrada	93
7.3.2. Folleto de Horarios y bienvenida	93
7.3.3. Reporte de la mañana	93
7.3.4. Acogida del adulto mayor	94
7.3.5. Entrega del adulto mayor	94
7.3.6. Informe mensual	94
7.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	95
7.5. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	98
7.6. PLAN DE COMPRAS E INVENTARIOS	101
7.7. GESTIÓN DE CALIDAD	102
8. ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA	104
8.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	104
8.1.1. ÁREAS FUNCIONALES	104
8.1.2. CRITERIOS DE ORGANIZACIÓN	105
8.1.3. DISEÑO DEL ORGANIGRAMA Y ANÁLISIS DE CARGOS	106
8.1.3.1. <i>Análisis de Cargos</i>	107
8.2. ESTRUCTURA DE PERSONAL	115
8.2.1. POLÍTICA DE CONTRATACIÓN	115
8.2.2. POLÍTICA SALARIAL	116
9. PLAN ECONÓMICO	117
9.1. PLAN DE INVERSIONES	117
9.1.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN FIJA	118
9.1.2. PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO	119

9.2. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	119
9.2.1. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS EMPRESARIALES.....	119
9.2.3. ESTRUCTURA DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS.....	120
9.2.4. DETERMINACIÓN DEL MÁRGEN DE CONTRIBUCIÓN.....	127
9.3. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	127
10. PLAN FINANCIERO.....	129
11. BIBLIOGRAFÍA.....	132

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. <i>Distribución de la población mundial (%) de 60 años o más por región, 2006 y 2050</i>	35
Gráfico 2. <i>Población total de Bogotá</i>	37
Gráfico 3. <i>Tasa de envejecimiento por sexo en Bogotá</i>	37
Gráfico 4. <i>Esperanza de vida al nacer en Bogotá.</i>	38
Gráfico 5. <i>Centros de cuidado de la vejez según estrato socioeconómico, Bogotá 2013</i>	45
Gráfico 6. <i>Año de apertura de la institución, centros de envejecimiento</i>	47
Gráfico 7. <i>Crecimiento de población en Bogotá, 2014</i>	49
Gráfico 8. <i>Índice de envejecimiento Bogotá 2014.</i>	50
Gráfico 9. <i>Usaquén. Distribución de los grupos poblacionales, 2009.</i>	55
Gráfico 10. <i>Curva de valor, análisis de la competencia</i>	63
Gráfico 11. <i>Ventas Año 1</i>	79
Gráfico 12. <i>Ventas proyectadas año 2 y 3</i>	80
Gráfico 13. <i>Diagrama de Proceso</i>	95
Gráfico 14. <i>Diseño del organigrama y análisis de cargos</i>	106
Gráfico 15. <i>Composición de la inversión, activos fijos y capital de trabajo</i>	118
Gráfico 16. <i>Composición de los costos fijos</i>	119
Gráfico 17. <i>Punto de equilibrio, ventas Año 1</i>	128

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. <i>Procedimiento Creación de empresa</i>	16
Ilustración 2 <i>Procedimiento Creación de empresa - Registro de razón social</i>	16
Ilustración 3. <i>Hallazgo del código CIU</i>	17
Ilustración 4. <i>Logo del proyecto Entorno de Alegría</i>	33
Ilustración 5. <i>Las áreas de efectividad del Plan Nacional de Recreación en relación con los adultos mayores</i> .	42
Ilustración 6. <i>Cuidado de ancianos situación a finales del siglo XX (Bogotá 1990)</i>	44
Ilustración 7. <i>Cuidado de ancianos situación en el siglo XXI (Bogotá 2012)</i>	44
Ilustración 8. <i>Centro geriátrico Amor, Vida y Servicio</i>	60
Ilustración 9 <i>Centro geriátrico Sol y Luna, equilibrio integral.</i>	61
Ilustración 10 <i>Ventas proyectadas años 2 y 3.</i>	80
Ilustración 11. <i>Ciclo de venta y agentes implicados</i>	84
Ilustración 12. <i>Descripción de la categoría Belleza y sus actividades</i>	85
Ilustración 13. <i>Descripción de la categoría Arte y sus actividades</i>	86
Ilustración 14. <i>Descripción de la categoría Relajación y sus actividades</i>	87
Ilustración 15. <i>Descripción de la categoría Entretenimiento y sus actividades</i>	88
Ilustración 16. <i>Descripción de la categoría Deporte y sus actividades</i>	88
Ilustración 17. <i>Descripción de la categoría Expedición y sus actividades</i>	90
Ilustración 18. <i>Propuesta de localización de la empresa</i>	91
Ilustración 19. <i>Propuesta de localización e interior de la empresa</i>	92
Ilustración 20. <i>Distribución de la planta, Primer Piso</i>	97
Ilustración 21. <i>Distribución de la planta, Segundo Piso</i>	98
Ilustración 24. <i>Especificaciones Pasadía Oro</i>	101
Ilustración 25. <i>Especificaciones Pasadía Plata</i>	102

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. <i>Cronograma de actividades para elaboración del proyecto</i>	10
Tabla 2. <i>Características de una Sociedad S.A.S.</i>	13
Tabla 3. <i>Número de eventos culturales, locales, por localidad</i>	40
Tabla 4. <i>Centros de cuidado de la vejez según estrato socioeconómico, Bogotá 2013</i>	46
Tabla 5. <i>Localidades y habitantes en Bogotá, 2014</i>	50
Tabla 6. <i>Hoteles Geriátricos en la localidad de Usaquén</i>	52
Tabla 7. <i>Distribución de población por sexo según grupos de edad, 2005, 2009 y 2015</i>	54
Tabla 8. <i>Usaquén. Distribución de población por grandes grupos de edad. 2005, 2009 y 2015</i>	55
Tabla 9. <i>Adultos mayores en la localidad Usaquén</i>	56
Tabla 10. <i>Competencia Directa del modelo de negocios. Análisis de la competencia</i>	61
Tabla 11. <i>Análisis DOFA</i>	64
Tabla 12. <i>Propuesta de actividades de acuerdo a las dimensiones de recreación</i>	66
Tabla 13. <i>Objetivos y estrategias para cada concepto de servicio</i>	71
Tabla 14. <i>Horario y precio de actividades para paquetes Pasadía Oro y Pasadía Plata</i>	72
Tabla 15. <i>Planes y tiempo de duración</i>	73
Tabla 16. <i>Planes exclusivos para segmento de Hoteles geriátricos</i>	74
Tabla 17. <i>Objetivos y estrategias en relación al precio</i>	75
Tabla 18. <i>Presupuesto de mercadeo para el proyecto</i>	77
Tabla 19. <i>Ventas Año 1</i>	80
Tabla 20. <i>Ventas totales por producto</i>	81
Tabla 21. <i>Ficha técnica para control de actividades</i>	83
Tabla 22. <i>Identificación de necesidades de maquinaria y equipo para cada servicio: Belleza, Arte, Expedición, Entrenamiento, Relajación, Enfermería, Alimentación y Deporte</i>	99
Tabla 23. <i>Análisis de cargos, funciones y responsabilidades</i>	107
Tabla 24. <i>Resumen de Inversión y financiación</i>	117
Tabla 25. <i>Activos fijos</i>	118
Tabla 26. <i>Composición de los costos fijos</i>	119
Tabla 27. <i>Costos variables para cada actividad calculados para una persona</i>	121
Tabla 28. <i>Costos variables para cada categoría del servicio</i>	126
Tabla 29. <i>Margen de contribución</i>	127

Tabla 30. Punto de equilibrio, ventas anuales	127
Tabla 31. Estado de pérdidas y ganancias mensual (Primer año)	129
Tabla 32. Estado de Resultados proyectado anual	129
Tabla 33. Balance General proyectado	130
Tabla 34. Resumen de la financiación	130
Tabla 35. Tabla Resumen de pagos de la financiación	131

GLOSARIO

Edad: Tiempo que ha vivido una persona o ciertos animales o vegetales. Es un vocablo que permite hacer mención al tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento de un ser vivo.

Adulto: Llegado a su mayor crecimiento o desarrollo. Persona adulta. Se aplica al ser vivo que ha llegado a la madurez biológica, que conlleva la capacidad de procrear.

Diversión: es un fenómeno importante para el desarrollo y el crecimiento del ser humano. La diversión es algo completamente subjetivo que depende mucho de cada uno y que tiene que ver con cuestiones como intereses personales, anhelos, deseos, expectativas.

Etapas: el concepto de etapa tiene su origen en el vocablo francés *étape* y puede hacer referencia tanto a una porción del camino de un trayecto específico, como al sitio en el cual se hace una pausa para descansar en el marco de un traslado o a una fase en el desarrollo de una determinada actividad o acción.

Filosofía: reflexión metódica que refleja la articulación del conocimiento y los límites de la existencia y de los modos de ser se denomina filosofía.

Funcional: es aquello perteneciente o relativo a las **funciones**. El concepto está vinculado a algo o alguien que funciona o sirve. Un funcionario puede ser funcional a los intereses del gobierno, por ejemplo, mientras que una **mesa** es funcional si logra satisfacer las necesidades de sus usuarios.

Dimensión: es un aspecto o una faceta de algo. El concepto tiene diversos usos de acuerdo al contexto. Puede tratarse de una característica, una circunstancia o una fase de una cosa o de un asunto.

RESUMEN

El concepto de vejez está relacionado con un estado de vida que es relativamente largo y que hace referencia al último trayecto en el ciclo de vida. Esto se evidencia en el reporte "Ciudades amigables con los adultos mayores: una guía (OMS) 2009" mostrando que en la actualidad los adultos mayores no cuentan con espacios apropiados para el desarrollo de su etapa contando con pérdidas en aspectos físicos, mentales e incluso relaciones interpersonales y familiares. Esta situación sirvió como fuente de información para darnos cuenta que la sociedad además de no estar preparada para enfrentar el envejecimiento satisfactoriamente, tampoco tiene conocimiento de las nuevas condiciones que se generan en la vejez para conocer los posibles cambios y enfermedades que se puedan presentar y a los cuales debemos adaptarnos.

Es importante resaltar que nuestra sociedad está envejeciendo, el porcentaje de crecimiento de personas de la tercera edad es cada vez mayor, según la OMS (Organización Mundial de la Salud) la población mundial se está envejeciendo a pasos acelerados indicando que entre los años 2000 y 2050 la población mayor a 60 años se duplicará, pasando de aproximadamente 605 millones a 2000 millones de adultos mayores en un lapso de medio siglo. Es decir, que se pasará del 11% al 22% de proporción de habitantes mayores a 60 años.

Los adultos mayores tienen derecho a tener una vida segura emocional y económicamente que genere tranquilidad en ellos. Para esto, presentamos una propuesta llamativa para el cuidado de la población mayor con un enfoque de aventura en sus vidas, mediante el modelo de negocio Entorno de Alegría como centro de asistencia social para beneficiar la salud y estado emocional de ellos. Queremos que los adultos mayores vuelvan a ser niños, que sientan la inocencia, alegría y diversión en cada actividad que realizan y que por sobre todas las cosas irradien felicidad en cada una de sus acciones.

Entorno de Alegría nace con el fin de dar solución a las condiciones que son generadas por la vejez mediante una propuesta impactante de diseño, ambientación, espacio, filosofía y portafolio; a través de un centro de recreación, entretenimiento y diversión para personas de la

tercera edad por medio de actividades especialmente diseñadas para promover su bienestar y condición de vida digna que les permita disfrutar plenamente la nueva etapa que empiezan a vivir. Se desarrollarán actividades físicas, de entretenimiento, belleza entre otras, en donde el mayor beneficio será el dinamismo y la compañía que se proporcionan por medio de la recreación.

En la actualidad existen centros al cuidado del adulto mayor, pero no les ofrecen servicios de recreación, no se trabaja en pro de la felicidad y la diversión de los adultos mayores. Son pocos los centros día que ofrecen actividades de recreación tradicionales como pintar, ver televisión, coser, etc. Por este motivo, queremos trabajar con los hoteles geriátricos y las familias pertenecientes a la localidad de Usaquén ubicados en un estrato 3,4 y 5. Teniendo como fundamento su capacidad económica y acceso a actividades que complementan el bienestar personal.

La idea de negocio quiere incursionar en el mercado de asistencia social con estrategias en las actividades implementadas que cautiven al usuario y así construir en el adulto mayor un nuevo concepto del envejecimiento en el que puedan disfrutar de su tiempo libre, desarrollen sus pasiones y gustos personales despertando el interés por su entorno y todo lo que hace parte de él. La empresa Entorno de Alegría es la oportunidad para volver a creer en ellos mismos, sus capacidades y habilidades, también manteniendo el contacto con la vida contemporánea.

Palabras Clave: Vejez, vida, aspectos físicos y mentales, sociedad, enfermedades, OMS, siglo, propuesta, bienestar, tranquilidad, alegría, filosofía, portafolio, dinamismo, asistencia social.

ABSTRACT

The concept of old age is related to a state of life that is relatively long and that refers to the last drive lifecycle. This is evidenced in the report "friendly cities with older adults: a guide (WHO) 2009 " currently showing that seniors do not have appropriate development of his time counting losses in physical, mental aspects and even spaces interpersonal relationships and family. This situation served as a source of information for society to realize that besides not being prepared to face the aging successfully is not aware of the new conditions generated in old age to identify possible changes and diseases that may occur and which we must adapt.

It is important to note that our society is aging, the growth rate of elderly people is increasing, according to WHO (World Health Organization) the world's population is aging at an accelerated pace, indicating that between 2000 and 2050 increased to 60 years population will double from about 605 2000 millions of seniors in a span of half a century. That is, it will increase from 11 % to 22 % of proportion of older people to 60 years.

Older adults have a right to a safe emotional life and economically generate tranquility in them. For this, we present a striking proposal for the care of the population with a focus on adventure in their lives through the business model Entorno de Alegría as a center of social assistance to benefit the health and emotional state of them. We want older adults to be kids again, to feel the innocence, joy and fun in every activity carried out and that above all things radiate happiness in each of their shares.

Entorno de Alegría was created to provide solutions to conditions that are generated by old age by a shocking proposal design, environment, space, philosophy and portfolio; through a recreation center, entertainment and fun for people of the third age through specially designed to promote their welfare and decent living conditions that allow them to fully enjoy the new era begin living activities. Physical activities, entertainment, beauty among others, where the greatest benefit will be the dynamism and the company that provided by the recreation will be developed.

At present there are centers to care for the elderly, but not offer them services and facilities are not working towards happiness and fun of the elderly. Few day centers offering traditional recreational activities such as painting, watching TV, sewing, etc. For this reason, we want to work with geriatric hotels and families belonging to the town of Usaquén located in a layer 3.4 and 5. Taking as a basis the economic capacity and access to activities that complement the personal welfare.

The business idea you want to enter the market of social assistance activities implemented strategies that engage the user and build in the elderly a new concept of aging in which to enjoy their leisure time, develop their passions and personal tastes arousing interest in their environment and all that is part of it. The business Entorno de Alegría is the opportunity for believe in themselves, their abilities and skills, also keeping in touch with contemporary life.

Key Words: Old age, life, physical and mental aspects, society, diseases, WHO, century, proposal , welfare, peace , joy , philosophy, portfolio , dynamism, social assistance.

1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Una vivencia con un familiar cercano a una de las integrantes del proyecto despertó el interés por tener mayor información del tema de la vejez y políticas que cobijan al adulto mayor. Puesto que, el equipo emprendedor tuvo la oportunidad de trabajar por unos días en un hotel geriátrico jugando con los adultos mayores y enseñándoles diferentes estrategias de juego.

Pensar en el futuro y proyectarse a cada una de las integrantes como una persona de la tercera edad o imaginarse a los padres de cada una e incluso tener contacto con ellos mismos permitió observar que se tiene que aprender mucho de los adultos mayores para comprenderlos, cuidarlos y poder brindarles nuevos espacios que les sean útiles para llevar con agrado la vejez. En donde, se quiere cambiar el concepto de vejez y envejecimiento como semejante a enfermedad o aburrimiento, sino que por el contrario, es una nueva etapa de vida que en muchas ocasiones cuesta enfrentar pero que es necesario entender que las circunstancias han cambiado pero no por eso son negativas.

Durante el tiempo que se tuvo contacto con la población mayor, se tuvo afinidad con ellos por su ternura, ganas de aprender, escuchar y compartir experiencias. Lo que llevó a idealizar una propuesta de negocio en la que se intenta cambiar la imagen del adulto mayor que solo ora para esperar silenciosamente el día de la muerte. Tener un nuevo concepto de la vida y creer en las oportunidades de vivir de manera diferente y feliz, por esto, Entorno de Alegría es la manera de cambiar el estilo de vida de este sector de la población.

La idea fue desarrollada en la materia de Emprendimiento en la Universidad del Rosario, donde se tuvo la oportunidad de crear un proyecto emprendedor y diferenciador el cual supliera alguna necesidad latente en la sociedad. Se construyó la idea durante todo el semestre con la ayuda de algunas clases y charlas en las que se evidenciaron distintos proyectos que ya habían sido exitosos como: la historia de Pedro Medina, visita al Hub Bogotá, videos de emprendimientos empresariales y situaciones actuales de uno de los estudiantes presentes en clase que ya había logrado crear su emprendimiento. Todas las herramientas anteriormente

mencionadas fueron parte de la motivación para enfocarnos en el sector del adulto mayor en Bogotá, viendo como reflejo aquella experiencia que permitió abrir la mente para pensar más en ellos.

Luego de tener claro el sector, se desarrolló el modelo de negocio Canvas para poder presentar el proyecto en un concurso final en el que se competía para saber la nota final de la materia. El último día de clases, se presentaron aproximadamente 9 propuestas emprendedoras ante 5 jurados de diversas entidades relacionadas con el tema de emprendimiento y quienes calificarían la estructura y posibilidad de cada uno por medio de una posible inversión.

Al finalizar la presentación de todos, el jurado decidió que el equipo emprendedor ganador y en el cuál invertirían la mayor cantidad de dinero era “Entorno de Alegría”. Desde aquel momento, se decide continuar la idea para desarrollarla como trabajo de grado, la cual será expuesta y construida durante todo el documento para consolidar y analizar su posibilidad de realización y éxito.

1.1. EL EMPRENDEDOR Y/O EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo emprendedor está compuesto por Jessica Mora Novoa y Paula Rojas Camacho quienes realizan un proyecto de emprendimiento para la ejecución de trabajo de grado.

El espíritu emprendedor servirá como factor determinante para crear y proyectar la idea. Las cualidades de creatividad e innovación serán las mejores herramientas para el progreso del proyecto al igual que el beneficio de contar con las características de planificación, puntualidad y dedicación. Sin embargo, uno de los aspectos más importantes que contribuyen a la elaboración del proyecto emprendedor es tener la habilidad y capacidad de asumir riesgos con respecto a la experimentación del mismo. Para el adecuado funcionamiento, es primordial contar con la información más relevante y primordial del tema relacionado, y de esta forma se pueda tener mayor certeza y proyección acertada de los posibles escenarios y desarrollos. Contaremos con la disposición y entusiasmo.

- **Jessica Viviana Mora Novoa**

Estudiante de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad del Rosario, actualmente cursa décimo semestre. Practicante en el área de Producto y Mercadeo en Kia Motors y experiencia laboral en Arturo Calle como Auxiliar Fin semanero. Idioma inglés con un dominio Intermedio y nivel básico de francés. Persona con alto sentido de responsabilidad, organización, recursividad y con excelentes relaciones interpersonales.

- **Paula Andrea Rojas Camacho**

Estudiante de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad del Rosario, actualmente cursa décimo semestre. Practicante en el área Planeación y Proyectos en Ediciones SM. Idioma inglés con un dominio Intermedio y nivel básico de francés. Persona con habilidades para gestionar y dirigir, responsable y emprendedora capaz de realizar nuevos proyectos. (Ver anexo 12.1.1)

1.1.1 EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Mediante la Encuesta de competencias (Barragán, 2013), se observa nuestro perfil emprendedor en el ámbito empresarial y en el cual se reflejan ciertas actitudes que serán la base para la iniciativa del proyecto. Dentro de las principales características a tratar se encuentran: búsqueda de oportunidades e iniciativas, persistencia, cumplimiento, eficiencia y calidad, riesgos, metas, información, planificación, persuasión y autoconfianza e independencia. A continuación, se muestran los resultados obtenidos para cada una de las integrantes del proyecto emprendedor, identificando características empresariales con un nivel óptimo de desarrollo, con grandes habilidades y capacidades.

1.2.ORIGEN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La principal motivación para la creación del proyecto, fue la realización de una actividad de aula en la materia de Emprendimiento como escenario para desarrollar la idea y sus posibles oportunidades en el mercado. Del mismo modo, queremos realizar el proyecto en relación a una iniciativa social basada en una experiencia personal.

Este trabajo emprendedor va dirigido especialmente a los adultos mayores por ser los usuarios del servicio pero se trabajará directamente con los hoteles geriátricos, dicha idea nació por el acercamiento del equipo emprendedor en el trabajo de un hotel geriátrico en donde tuvo contacto directo con los adultos mayores, con esta experiencia se pudo observar el grado de monotonía que vive dicha población en estos lugares. Influyeron personas familiares que trabajan con este sector, quienes vieron la necesidad de un espacio adecuado de recreación y entretenimiento para la población mayor.

El trabajar con adultos mayores es de gran influencia para nuestra vida cotidiana, por lo cual vemos la necesidad de ayudar a este grupo de personas de la sociedad, quienes hoy en día son de poco interés para los demás. Además se trata de cambiar la visión que se tiene de la población mayor o quienes aún tienen muchos conocimientos, experiencias y sueños por realizar.

Hemos tenido la oportunidad de acercarnos a lugares de hospedaje para el adulto mayor, en donde pudimos identificar algunos comportamientos y problemáticas que serán desarrolladas más adelante. Por eso, nosotras como equipo y caracterizadas por ser personas justas, solidarias, responsables, creativas e interesadas por las problemáticas sociales; queremos diseñar un lugar innovador donde se pueda ver reflejado la importancia y necesidad de diversión que dicho sector de la población debe desarrollar en su etapa de vida, en cual queremos ofrecer la mejor alternativa para su desarrollo.

1.3. OBJETIVOS Y CRONOGRAMA

General

Crear espacios y momentos adecuados para contrarrestar la necesidad de esparcimiento y diversión en el adulto mayor por medio de un centro de recreación integral. Despertando una necesidad con beneficios recíprocos.

Específicos

- Crear en los adultos mayores una nueva rutina de vida involucrando una cultura diferente sobre sus actividades en el día a día.
- Proporcionar las diferentes soluciones a los hoteles geriátricos para incluir el entretenimiento en su portafolio de venta.
- Generar un servicio de actividades diferenciadoras en el mercado para obtener reconocimiento dentro del sector.
- Motivar a los hoteles geriátricos a contribuir en el desarrollo recreacional de la tercera edad, a través de un nuevo servicio de entretenimiento.
- Ofrecer a las familias una alternativa para el bienestar de su adulto mayor mediante una solución divertida.

A continuación, queremos mostrar el cronograma de actividades que hemos venido realizando durante todo el tiempo de realización del proyecto.

Tabla 1.
Cronograma de actividades para elaboración del proyecto

MESES	2013				2014				2015				2016							
	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre					
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDADES																				
Taller Creatividad																				
Taller Ideación																				
Concepto de negocio																				
Presentación Anteproyecto																				
Aprobación Anteproyecto																				
Validación																				
Estructuración																				
Asesoría																				
Asesoría																				
Investigación																				
Asesoría																				
Asesoría																				
Entrega Final																				

Fuente: Elaboración propia

2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

2.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Entorno de alegría es una empresa enfocada en el entretenimiento y diversión del adulto mayor. Mediante el proyecto especializado en actividades sociales y recreativas se quiere brindar a la población de la tercera edad la oportunidad de gozar de una adecuada formación, entretenimiento, salud y bienestar que son requeridas para dicha etapa de la vida. De igual forma, se ofrece servicio de comida y transporte puerta a puerta.

El objetivo de la empresa es suplir con la necesidad del adulto mayor de tener esparcimiento y diversión a través de asistencia integral que ofreceremos en el centro donde nuestro valor agregado será el diseño, cariño y aventuras.

Somos una herramienta para aquellos hoteles geriátricos que quieren brindar un servicio dentro de su portafolio, dirigido específicamente al desarrollo social y funcional del adulto mayor.

2.1.1. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

Entorno de alegría tendrá su constitución legal por medio de persona jurídica¹ a través de una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) compuesta por dos socios y caracterizada por su estructura societaria de capital, por acciones y con autonomía. Todo depende de cómo los socios acuerden. Una vez constituida como sociedad, se tiene como requisito inscribirse a la Secretaría de Salud de Bogotá por requerimiento necesario para trabajar con la población de la tercera edad y prestar servicios de asistencia integral.

¹ Persona jurídica: persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. (CCB)

2.1.2. GENERALIDADES

La creación de la Sociedades por Acciones Simplificadas, nace de la necesidad que presenta el mercado mercantil colombiano y que corresponden a componentes jurídicos y legales para su desarrollo. Por esto, este tipo de constitución se ejerce desde el 5 de diciembre de 2008 gracias a la ley 1258 integrando a la legislación colombiana este dicho modelo de sociedad. (CCB, 2008). Desde su inicio, este tipo de sociedad fue creado con la intención de adaptar un nuevo modelo a los diferentes espacios empresariales y de esta forma, lograr mayor flexibilidad para las creaciones de empresas.

2.1.3. CARACTERÍSTICAS

La sociedad S.A.S. es la herramienta indicada para la realización del proyecto sirviendo como instrumento jurídico y tiene como principales características:

- Puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas.
- Los accionistas limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes.
- Los empresarios establecen las reglas para el funcionamiento de la sociedad, con relación a sus intereses.
- Se cuenta con estatutos flexibles adaptados a las diferentes necesidades y condiciones.
- Estructura de gobierno y capitalización flexible.
- Mediante la S.A.S. se pueden crear diferentes tipos y series de acciones, de acuerdo los intereses de los accionistas.
- Es posible reducir los costos debido a que en este tipo de sociedad no es necesario establecer una determinada duración.
- En la S.A.S. se puede diferir el pago de capital a un plazo máximo de dos años, sin que sea de vital importancia el aporte de ningún monto específico de capital mínimo inicial. De esta manera, se da a los socios un crédito de dos años para conseguir el pago correspondiente al pago de las acciones. (Bancoldex, 2009).

- Se permiten acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito, ya sea, compra o venta de acciones, preferencias de adquirirlas, restricciones de transferirlas, derecho al voto y persona representante.
- no se requiere Revisor Fiscal a menos que los activos brutos excedan lo correspondiente a cinco mil salarios mínimos y/o sus ingresos brutos durante el año anterior excedan lo correspondiente a tres mil salarios mínimos o cuando otras leyes especiales lo exijan (Decreto 2020 de 2009).
- Se genera prohibición de acceder al mercado público de valores.

El siguiente cuadro refleja en términos generales y resumidos las particularidades del tipo de sociedad escogido.

Tabla 2.
Características de una Sociedad S.A.S.

PROCESO DE CONSTITUCIÓN	Documento privado, inscrito en el registro mercantil. (si los aportes iniciales incluyen bienes inmuebles, se requiere escritura pública)
PLURALIDAD DE SOCIOS	Mínimo 1 accionista, máximo infinito
RESPONSABILIDAD DE LOS ASOCIADOS	Limitada, al monto de los aportes, salvo en casos de fraude a la ley o abuso de la S.A.S. en perjuicio de terceros.
RÉGIMEN DE APORTES	Pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años.
POSIBILIDAD DE ESTABLECER MONTOS MÁXIMOS Y MÍNIMOS DE CAPITAL	Es factible crear reglas estatutarias en este sentido, así como las consecuencias previstas en caso de su incumplimiento.
TÍTULOS DE PARTICIPACIÓN	Existe libertad para crear diversas clases y series de acciones incluidas las siguientes, acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones privilegiadas, acciones con voto múltiple, acciones con dividendo fijo y acciones de

	pago.
ACUERDOS DE ACCIONISTAS	Son oponibles a la sociedad sin importar el material sobre el cual versen. El Representante legal no computa votos emitidos en contra. Puede promoverse la ejecución específica de las obligaciones ante la Superintendencia de Sociedades.
ADMINISTRACIÓN	Libertad plena para diseñar la estructura de Administración.
REVISOR FISCAL	Si no exceden los criterios dimensionales señalados podría incluirse la revisoría fiscal en forma potestativa en las sociedades de responsabilidad limitada.

Fuente: Guía básica Sociedad por acciones Simplificadas, Bancoldex 2009.

2.1.4. CONSTITUCIÓN

Se puede constituir por medio de dos formas:

- 1) Documento privado por sus signatarios (parágrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008).
Las firmas de los constituyentes o apoderados deben ser auténticas. (CCB, 2009).
- 2) Escritura pública, esta es obligatoria en caso que se aporten inmuebles (parágrafo 2°, artículo 5°).

2.1.5 PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DOCUMENTO PRIVADO

El documento privado, que aplica para este modelo de negocio se constituirá mediante los siguientes pasos y requerimientos:

PASO 1

- Redactar contrato o acto unilateral constitutivo de la S.A.S.
- Debe contener: Nombre, documento de identidad y domicilio de accionistas.
- Razón social, seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificadas S.A.S.
- Término de duración (puede ser indefinido).
- Domicilio principal de la sociedad y de las distintas sucursales.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, clase número y valor nominal de las acciones.
- Forma de administración. Facultades de los administradores y designar al menos un representante legal

PASO 2

Aquellas personas que suscriben en documento de constitución deberán autenticar las firmas antes que sea inscrito en el registro mercantil. La autenticación podrá realizarse directamente o a través de apoderado, en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad se vaya a establecer. (Bancoldex, 2009)

PASO 3

El documento privado debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad estableció su domicilio principal. Se diligencian los formularios correspondientes al Registro Único Empresarial (RUE), el formulario de inscripción en el RUT y por último, se realiza el pago correspondiente a la matrícula mercantil, impuesto de registro y derechos de inscripción. (Bancoldex, 2009).

2.1.2. CONSULTA ACTIVIDAD ECONÓMICA

En primer lugar, para la creación de la empresa fue necesario verificar el nombre del establecimiento para que no coincidiera con una ya existente. Por lo mismo, se verificó en la

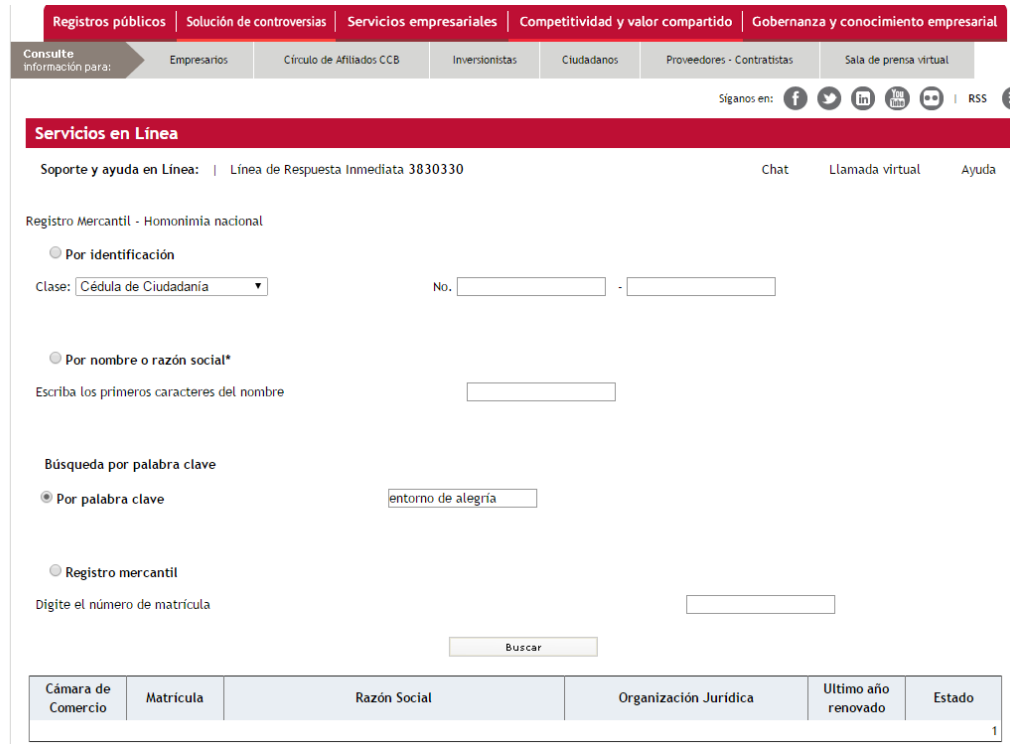
Cámara de Comercio y en el Portal Nacional de creación de empresa de Confecámaras donde con se encontraron resultados similares.

Ilustración 1.
Procedimiento Creación de Empresa



Fuente: Portal Nacional de Creación de Empresa. www.crearempresa.com.co

Ilustración 2
Procedimiento Creación de empresa - Registro de razón social



Fuente: Portal Nacional de Creación de Empresa. www.crearempresa.com.co

2.1.3. CÓDIGO CIU

Por medio del código CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) se puede determinar la actividad económica en la cual se va a trabajar. Dicho código nace a partir del año 2000 para poder clasificar las diferentes actividades económicas en las que pueden participar las empresas y así tener una información más específica. Fue creado en la Organización de las Naciones Unidas y la revisión 4 representa la adaptación para Colombia supervisada y realizada por el DANE.

El plan de negocio Entorno de Alegría, está dentro de la sección Q (actividades de atención de la salud humana y de asistencia social). La división correspondiente es la número 88: actividades de asistencia social sin alojamiento. El grupo es el 881: actividades de asistencia social sin alojamiento para personas mayores y discapacitadas, identificada con el Código CIU 8810.

Ilustración 3.
Hallazgo del código CIU

Sección >>			
<i>Sección Q Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social</i>			
División			
Seleccionar	Divisiones	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	88	Actividades de asistencia social sin alojamiento	Ver Nota

Grupo			
Seleccionar	Grupo	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	881	Actividades de asistencia social sin alojamiento para personas mayores y discapacitadas	Ver Nota

Clase			
Seleccionar	Clase SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	8810	Actividades de asistencia social sin alojamiento para personas mayores y discapacitadas	Ver Nota

Según la actividad por usted elegida el código es:

CIU *SHD

*SHD: Secretaría de Hacienda Distrital

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

2.2. ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO PARA PERSONAS MAYORES Y DISCAPACITADAS

De acuerdo al código identificado, se obtiene la siguiente información acerca de la actividad económica que se va a realizar. “Esta división comprende la prestación de diversos servicios de asistencia social directa a los beneficiarios. Las actividades de esta división no incluyen servicios de alojamiento, salvo que sean de carácter temporal.” (Cámara de Comercio Bogotá)

Esta clase incluye:

- Los servicios sociales, de asesoramiento y de bienestar social.
- Servicios similares que se prestan especialmente a personas de la tercera edad y personas con discapacidad.
- Actividades de atención diurna para ancianos y adultos con discapacidad.
- Actividades de adiestramiento y readaptación profesional para personas con discapacidad, siempre que el componente de educación sea limitado.

Esta clase excluye:

- Los servicios en instituciones, prestados por médicos. Se incluyen en la división 86, (Actividades de atención de la salud humana).
- La provisión de alojamiento y servicios de cuidado para personas mayores y/o discapacitadas. Se incluye en la clase 8730, (Actividades de atención en instituciones para el cuidado de personas mayores y/o discapacitadas).
- Las actividades de atención diurna para niños con discapacidad. Se incluyen en la clase 8890, (Otras actividades de asistencia social sin alojamiento).

2.3. NORMAS MÍNIMAS PARA EL FUNCIONAMIENTO

Las normas en las que se va a regir el centro de recreación para el adulto mayor, se basan en las siguientes políticas que velan por los deberes al momento de trabajar con atención al anciano en el Distrito capital.

Según la Secretaria de Salud y la alcaldía de Bogotá, expiden la Resolución 110 de 1995 Secretaría Distrital de Salud Se adoptan las condiciones mínimas para el funcionamiento de los establecimientos que ofrecen algún tipo de atención al anciano en el Distrito Capital Reglamentación general Areas y personal y Resolución 110 de 1995 Secretaría Distrital de Salud Se adoptan las condiciones mínimas para el funcionamiento de los establecimientos que ofrecen algún tipo de atención al anciano en el Distrito Capital. Con el fin de establecer los parámetros en los cuáles se va a regir el proyecto.

A continuación, se presentan algunos artículos que dan a conocer temas relevantes para la idea de negocio.

Artículo 10°.- Comedor. Debe ser amplio y tener un diseño de tipo familiar con decoraciones hogareñas. Puede cumplir función de sala de uso múltiple; por lo tanto deberá tener una superficie mínima de dos metros cuadrados por anciano residente. Debe

estar dotado de mesas, sillas, receptor de televisión, radio, juegos de salón e implementos para actividades sociales, culturales y recreativas. (Secretaría Distrital de Salud, 1995)

Artículo 11°.- *Cocina.* Estará en cercanía o anexa el comedor, será dotada de todos los elementos necesarios, tales como horno, estufa, refrigerador, vajilla, ollas y demás utensilios de cocina, mesones y lavaplatos; dispondrá de un depósito para el almacenamiento de vajilla y las ollas. (Secretaría Distrital de Salud, 1995)

Artículo 12°.- *Dispensa.* Deberá existir un depósito suficientemente ventilado para el almacenamiento de los alimentos fungibles, que estará dotado de armarios, recipientes con tapas, tarimas y demás elementos necesarios para la conservación de alimentos. (Secretaría Distrital de Salud, 1995)

3. CONCEPTO DE NEGOCIO

3.1. CONCEPTO DE NEGOCIO (PROPUESTA DE VALOR)

Entorno de alegría es un centro recreacional que se caracteriza por brindar bienestar, comodidad, entretenimiento y diversión al adulto mayor por medio de actividades de esparcimiento y diversión como juegos de mesa, teatro y desfiles, peluquería, carpintería y mucho más.

Además se caracteriza por su diseño radical y diferente en donde cada actividad se desarrollará en diferentes salones, permitiendo variedad de servicios en diferentes horarios para que el usuario tenga mayor número de alternativas.

Nuestro servicio dedicado al adulto mayor se va a caracterizar por ser un espacio con un esquema único para incentivar un mejor y nuevo ambiente en la población de la tercera edad, por

medio de salones amplios con diversificación expresada en colores con diferentes temáticas y horarios para que la diversión sea para toda la semana, con las adecuaciones necesarias para la realización de talleres y actividades. Además de contar con imágenes y paisajes que proyecten ambientes relajantes. Haremos alianzas con teatros, parques y diferentes lugares turísticos de la ciudad para transformar las actividades ofrecidas.

Entorno de Alegría quiere reflejar su nueva filosofía en el nuevo servicio que quiere proponer, por eso, la diferenciación en las mismas permite a la empresa darse a conocer como innovadora en el mercado por medio del planteamiento de actividades que reflejan los sueños que tienen las personas de la población mayor y que marcan aquellos gustos por disfrutar de nuevas experiencias.

Dentro de la propuesta de valor se quiere involucrar las relaciones familiares con el abuelo, aumentar estos vínculos amorosos para que se viva una mayor motivación y ganas de vivir por parte de los mayores. Se realizarán reuniones y actividades conjuntas con los familiares en donde vean el proceso que llevan los adultos mayores. El punto principal que se quiere vender en la idea de negocio es la felicidad y alegría acompañado de entusiasmo para realizar todo tipo de actividad sin sentir alguna limitación ya sea física o mental.

Entorno de Alegría manejará propuestas de valor correspondientes para el hotel geriátrico como para las familias y las personas de la tercera edad, haciendo énfasis en que la idea de negocio cuenta con estos tres agentes como parte de su creación.

Propuesta de valor para el hotel geriátrico

Se desean realizar planes de 5 adultos en adelante con intensidad horaria diferentes para cada preferencia, ofreciendo plan plus anual, plan médium semestral y el básico que sería trimestral, brindando grandes descuentos a los hoteles geriátricos, proporcionando variedad en su portafolio y que adquieran mayor número de usuarios. De esta forma, se genera mayor reconocimiento de su empresa en el mercado que va en aumento.

Además, proporcionaría un ahorro los días en que los adultos estén fuera del hotel; es decir alimentación y pago de personal tiempos completos.

Por otro lado tendrán mayor reconocimiento en el sector, aumentando a mediano plazo el número de clientes hospedados en el hotel.

Aumentarán la confiabilidad de las familias al dejar a los adultos en el hotel, proporcionando diversión y cambios de ánimo positivos en los usuarios.

Contarán con la confianza de que los adultos están en un lugar con infraestructura e instalaciones adecuadas para atender usuarios de la tercera edad, entorno de alegría le brindara calidad por medio de profesionales al servicio del adulto mayor.

Propuesta de valor usuario

Entorno de alegría le brinda al usuario diversión y sentimiento de alegría por medio de actividades sociales y de entretenimiento, en donde el adulto podrá compartir y entablar relaciones con diferentes personas, despertando la motivación de querer vivir por mucho más tiempo, conociendo historias que no conocen, viviendo aventuras que ni ellos se imaginaban.

Contarán con cuidados especiales según estados clínicos de cada uno, con personal capacitado y especializado en geriatría. Tendrán transporte de ida y regreso para los dos tipos de clientes (familias y hoteles).

Propuesta de valor familias

Las familias que deseen adquirir los servicios que ofrece Entorno de Alegría tendrán el mayor compromiso por parte de los directivos del centro recreacional, que se verán reflejados en la calidad de los procesos, higiene e infraestructura adecuada en los adultos mayores, dándoles

tranquilidad a la hora de dejar a su familiar a cargo de personas externas y así sentirse seguros en el momento de separación con el familiar para permitirle vivir otra etapa.

Entorno de alegría proporcionará confiabilidad a las familias mientras trabajan o tiene obligaciones pendientes que impiden compartir y dedicar tiempo con sus familiares.

3.2. MODELO DE NEGOCIO

Por medio de los nueve módulos del CANVAS se refleja el modelo para general ingresos en Entorno de Alegría cubriendo aéreas importantes como clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Incluyendo de esta forma aspectos internos y externos donde se va a desempeñar la empresa. (Ver anexo 12.1.4)

- **Segmento de clientes**

Entorno de Alegría tiene dos segmentos, en primer lugar, está el mercado institucional de hoteles geriátricos, quienes están dedicados al cuidado del adulto mayor por medio de un servicio de alojamiento permanente o temporal y de tal forma ofrecer una atención integrada. Específicamente se maneja estrato medio – alto (3,4 y 5) en la localidad de Usaquén. La localidad de Usaquén cuenta con 54 hoteles geriátricos de los cuales 32 de ellos (Viejo Portal y Asociación Colombiana de Gerontología y Geriatria) cuentan con las características requeridas de los integrantes del proyecto.

De igual forma, las familias son nuestro segundo segmento siempre y cuando tengan adultos mayores en su núcleo familiar. De igual forma se manejará la Localidad de Usaquén.

- **Propuesta de valor**

Entorno de Alegría ofrece a los adultos mayores una de las más magníficas oportunidades de disfrutar de compañía en actividades sociales, con personas que se pondrán a su disposición para participar en la realización de sus sueños. Todo esto se dará en un lugar llamativo y con el que se familiarizarán con el pasar del tiempo.

El centro de recreación servirá como herramienta para fomentar en el adulto mayor las diferentes capacidades motrices, físicas y mentales; al igual que su autonomía y relación con el entorno en el que se encuentre permitiéndoles una mayor interacción con el mismo. El servicio de transporte y comida en los días en que se asista al centro hará parte del servicio. Relacionando confiabilidad y calidad en el servicio, los familiares que deseen adquirir los paquetes tendrán confianza al dejar a los adultos mayores en Entorno de Alegría mientras trabajan o tienen más responsabilidades a su cargo, por otro lado existen centros de recreación que no cuentan con transporte, alimentación y las actividades ofrecidas son monótonas y con otro enfoque.

Es importante saber que Entorno de Alegría tiene como foco principal brindar alegría y diversión en esta etapa, con características de calidad y cuidados en los usuarios, se desea que el adulto mayor disfrute con más personas de su edad, que hablen y les guste asistir al centro recreacional.

Por otro lado, nuestro segmento institucional (hoteles geriátricos), contará con un servicio adicional en su portafolio, se les brindarán descuentos por cantidad de adultos registrados, disminuirán gastos en alimentación y transporte los días que los adultos permanezcan en el lugar y tendrán la certeza que los usuarios estarán en un centro con instalaciones adecuadas y personal capacitado.

Es importante resaltar los beneficios para las familias que cuentan con pocos espacios de tiempo para el cuidado de sus familiares. Por otro lado los síntomas que se ven más replicados en la tercera edad es el sedentarismo y el aburrimiento que se crea por permanecer en un solo lugar, muchas veces por miedo a dejarlos salir o por sus condiciones físicas, motrices y psicológicas.

Entorno de alegría brindará un apoyo en el cuidado del adulto mayor, creando espacios donde los familiares se integren y participen en la generación de alegría y explosión de energía.

Se proporcionarán planes diarios para familiares que no requieran dejar a los adultos todos los días de la semana sino cuando tengan la necesidad de acudir al centro recreacional, en situaciones donde observen cambios de ánimo en sus familiares, entorno de alegría realizara valoración inicial en los procesos y se ira mostrando gradualmente los cambios ocasionados a todos los familiares que velen por el adulto mayor.

- **Canales**

Para dar a conocer el servicio se realizarán charlas promocionales personalizadas con los encargados del Hotel Geriátrico, presentando todos los beneficios con los que cuenta la empresa, su metodología y costos. La página web también servirá de apoyo para aquellos que se interesen por conocer las instalaciones, horarios, paquetes y cronograma de actividades.

Se realizaran visitas empresariales creando redes sociales y relaciones con entidades que muestren al público los benéficos para el adulto mayor, un ejemplo de este son entidades gubernamentales como la secretaría de integración social, entidades de salud pública y privadas (medicina pre pagada).

El método de voz a voz que se maneje con los adultos mayores y familias que hagan parte del servicio será otro punto para fortalecer la idea de negocio.

Los métodos de compra se realizarán directamente con el centro recreacional y por medio de cuenta bancaria, dicha información será suministrada cuando se realice la cotización del servicio correspondiente.

El área administrativa se encargara de escuchar cualquier tipo de queja o reclamo (buzón de sugerencias) para brindar mejores soluciones, se tomaran en cuenta comentarios y consejos de mejora para brindar el mejor servicio siempre.

Con los familiares se realizarán reuniones frecuentemente , informando procesos y avances que se identifiquen en el adulto mayor, al igual con los hoteles geriátricos, en donde se comunicará al encargado y familiares si así lo requieren.

- **Relación con los clientes**

Al momento de contactar los hoteles geriátricos se maneja una relación indirecta al ofrecer el producto al Director o encargado, puesto que no es la persona que finalmente toma el servicio, éste método se da como captación de clientes. Con los adultos mayores externos se presenta una relación directa ya que están en contacto el que presta el servicio y el que lo recibe directamente.

Para fortalecer la fidelización con el cliente, la empresa realizará reportes semanales a los hoteles geriátricos para indicar las mejoras de sus adultos dentro del centro de recreación. Sucede igual con las familias, mostrando los resultados y progreso en el desarrollo de actividades.

La forma de relacionarse con los clientes se dará de dos formas diferentes en los dos segmentos seleccionados, ya que con los hoteles geriátricos se realizará por medio de asistencia personal dedicada, es decir, por visitas personalizadas mostrando las actividades que se ofrecen en el servicio. Por lo anterior, se mantiene relación con el cliente desde la primera visita, el proceso de entrega del servicio y las recomendaciones y comentarios del servicio postventa, para el desarrollo de nuevas actividades y la fidelización con los hoteles.

Para los dos segmentos, se manejarán herramientas para atender inquietudes, cotizaciones por vía telefónica, correo o asistencia personalizada. Se brindará toda la información pertinente y necesaria para los clientes, mostrando disponibilidad y compromiso.

- **Actividades clave**

La realización de actividades clave se ve reflejada en el diseño de actividades mediante la propuesta de categorías, las cuales dependen de las dimensiones que se quieran tratar, ya sea: físico-funcional, psicogeriatría o socio-afectiva. Las actividades se encuentran realizadas dentro de seis categorías que son: belleza, arte, entretenimiento, deporte, expedición y relajación. Dentro de cada categoría, se desarrollan 2 o tres actividades principales que se convertirán en el foco de la idea de empresa.

Los otros aspectos a tener en cuenta son el transporte y comida que ofrece el servicio, su personal, su estructura y mantenimiento para que cada día se fortalezca el servicio de la mano con los clientes y usuarios.

Por medio de la contratación de personal en la que se contará con una enfermera disponible en cada salón para la supervisión y ejecución de las actividades, se llevará a cabo la entrega del servicio. La Geriatra y Fisioterapeuta quienes guiarán cada propuesta y las diseñarán de forma que se cumplan los objetivos de cada dimensión a tratar. El personal contratado deberá comprender desde el inicio que Entorno de Alegría va a reflejar desde su aspecto interno una nueva filosofía de vida en la etapa de la vejez; donde estén comprometidos y dispuestos a hacer parte del nuevo cambio social.

Las actividades clave para mantenernos en el mercado y conseguir el progreso día a día, es reforzar las estrategias de promoción y ventas para nuestros dos segmentos; desde las visitas empresariales y charlas personalizadas, hasta la implementación de estrategias de mercadeo como pautar en medios de preferencia por nuestro segmento objetivo como: prensa de la localidad, publicidad en las calles y medios de comunicación como radio.

- **Recursos clave**

Entorno de Alegría cuenta con dos tipos de recursos claves para la ejecución de su servicio. Uno de ellos es el recurso físico necesario para cada actividad y estabilidad del adulto mayor, por tanto, la infraestructura, decoración y ambiente son primordiales en el día a día del negocio. Herramientas, maquinaria y equipos como: sillas, mesas, equipos de sonido, luces, papelería, utensilios de deporte y belleza deben emplearse para el servicio.

El personal que realiza las diferentes actividades debe contar con una personalidad motivadora en el adulto mayor, acompañado de cariño, paciencia y dinamismo en las propuestas realizadas. Dicha persona deberá contar con conocimientos especializados en el cuidado y trato hacia el adulto mayor teniendo un poder de convencimiento para hacerles sentir la máxima felicidad en sus vidas, acompañado de instrucciones médicas dependiendo de las necesidades de cada adulto.

Es importante señalar que un recurso importante será el conocimiento y la experiencia de los profesionales que se contratarán para desempeñar las labores en el centro, además de investigación del sector por parte de los socios que juegan un papel de suma importancia dentro de la empresa.

- **Socios clave**

Se enfocará en mantener alianzas con los proveedores de alimentos como Surtifruver, mediante publicidad y descuentos que se negocien entre las dos partes donde se tenga en común la idea de promover una dieta alimenticia sana en pro de la salud y bienestar físico.

La empresa creará alianzas con la Secretaria Distrital de Integración Social para vincularse con sus políticas y planes de integración enfocados al adulto mayor, de esta forma, informarse acerca de los deberes y derechos que ellos deben tener dentro de la sociedad. Hacer parte de la Secretaria permitirá abrir nuevos caminos hacia un mayor involucramiento del adulto mayor dentro de la sociedad.

Crear alianzas con medicina pre pagada, serán uno de los mayores retos para consolidar el servicio, puesto que, de esta forma la idea emprendedora se incluirá dentro de la base de datos que maneja dicho sistema de salud. De esta forma, se posicionará la empresa y tendrá mayor reconocimiento en el mercado.

Las alianzas que Entorno de Alegría cree con los proveedores de utensilios y equipos necesarios para el desarrollo de actividades serán hechas bajo parámetros de calidad, responsabilidad social y ambiental, proporcionando a la sociedad un llamado de atención para cuidar el mundo.

- **Ingresos**

Entorno de Alegría obtendrá los ingresos mediante la oferta de dos paquetes específicos que son: Pasadía Oro y Pasadía Plata en donde cada uno cuenta con ciertas condiciones y precios

diferentes. En este caso, se ofrece un servicio y se recibe un pago determinado que se enfoca en el segmento de las familias y adultos mayores pertenecientes dentro de ellas.

El paquete de Pasadía Oro incluye 6 categorías con sus respectivas actividades distribuidas en la semana (lunes, miércoles y viernes). Mientras que el Pasadía Plata incluye 4 categorías con sus actividades distribuidas en la semana (martes, jueves), los dos paquetes se realizarán en un horario de 10:00 a.m. a 4:00 p.m.

Los precios están fijos para los dos paquetes aclarando que para cada pasadía ya existen las categorías incluidas.

En el caso del hotel geriátrico, se obtendrán los ingresos por medio de los planes: Plus (anual), Medium (semestral) y Basic (trimestral), donde cada uno de ellos se trabaja dos días a la semana de acuerdo a un horario establecido posteriormente.

También se podrá recibir ingresos por la publicidad que se maneje de los hoteles geriátricos que participen del servicio, puesto que, también se da a conocer su nombre y se aumenta su reconocimiento.

- **Costos**

En la estructura de costos se encuentran pago de transporte, proveedores de alimentos, proveedores de utensilios de belleza y deporte sin embargo, se mantendrá una relación cordial y alianzas estratégicas para obtener el más favorable precio a favor de los dos. El pago de nómina, mantenimiento de instalación, inversión, remodelación, ambientación, dotación y transporte hacen parte de los costos que también genera el proyecto. Se quiere obtener servicios y productos con la más alta calidad a un precio razonable.

La finalidad de nuestro centro es crear un ambiente similar al familiar para brindar seguridad, respeto y motivación en el adulto mayor y de tal forma generar una conexión con nuestro servicio.

El modelo de Canvas permite un desarrollo profundo para entender la intención del negocio, por eso, a continuación, se muestra un diagrama del modelo con cada una de sus partes y las cuales ya se explicaron anteriormente.

3.3. ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA

3.3.1 PROPÓSITO

Mejorar la cotidianidad del adulto mayor por medio de actividades de recreación que contribuyan con su desarrollo integral y bienestar físico, contrarrestando enfermedades psicológicas como la depresión, por medio de actividades que proporcionen al adulto mayor felicidad y alegría. Ofrecer un lugar lleno de experiencias y vivencias únicas para dar la oportunidad de llevar a cabo actividades inolvidables acompañados de sus familiares o amigos.

3.3.2 META

La meta a corto plazo es ser reconocidos en todos los hoteles geriátricos de Usaquén al igual que en la mayoría de adultos mayores de la zona, teniendo muchos clientes y usuarios satisfechos con el servicio.

La meta a mediano plazo es expandir la empresa por toda la ciudad brindando flexibilidad y cercanía a todos los adultos mayores que viven en las diferentes localidades. Creando diferentes sedes en puntos estratégicos y con la mayor comodidad para nuestros usuarios, además de tener a los mejores profesionales al servicio del adulto mayor.

En un lapso de 5 años queremos contar con un proceso de acompañamiento en aproximadamente 500 familias, creando un lazo de fidelidad con nuestro servicio.

La meta a largo plazo es que Entorno de Alegría esté en las ciudades más grandes de Colombia con millones de usuarios y clientes. Tenemos la visión de internacionalización, que nos permitirá desarrollarnos en diversos países que ofrecen altos estándares de calidad para la población mayor que cada vez va en un aumento considerable. Países como Chile, Uruguay y Panamá serían la principal propuesta debido a sus condiciones y entorno favorable, ya que, cuentan con una calificación general de 67.5, 65.3 y 65 respectivamente sobre 100 (Según la

organización HelpAge²) donde se tuvo en cuenta la seguridad salarial, el nivel de salud, la capacidad y entorno favorable para el adulto mayor. Ubicándose en los puestos 22, 23 y 24 en el ranking mundial de un total de 96 países. (Ávila, 2014) De esta forma, nace la idea de proyectarnos internacionalmente en nuevos mercados.

3.3.4. FILOSOFÍA ORIENTADORA

Entorno de Alegría está encaminado a promover una vida llena de aventuras inolvidables y divertidas. Donde el adulto mayor es el protagonista de la película de la vida y es el reflejo del mejor líder en cada una de las actividades donde demuestra que puede valerse por sí mismo.

El centro de atención será el adulto mayor quien se convierte en parte primordial de la familia y sociedad y a quienes debemos ofrecer respeto, agradecimiento y bienestar por otorgarnos lo que hoy en día tenemos como resultado de la entrega y esfuerzo de las pasadas generaciones.

3.3.4.1. VALORES

Los valores del proyecto se basan en el bienestar integral del adulto mayor como:

- **Respeto**

Por parte de todos los profesionales que prestarán el servicio directamente con el adulto mayor, cordialidad, amabilidad y reconocimiento de virtudes que tenga el usuario.

² HelpAge International: ayuda a las personas mayores en los países en vías de desarrollo. Tienen una experiencia de más de 30 años.

- **Solidaridad**

Resolver los problemas que pueda estar presentando el adulto mayor, brindarles compañía, generar alegría y felicidad por medio de nuevos proyectos.

- **Responsabilidad**

Manifiestar confianza por medio del personal capacitado, establecer un lugar adecuado y seguro para la realización de actividades, responder por la integridad física y moral del adulto mayor mientras permanezca en Entorno de Alegría.

- **Autoestima**

Que el adulto mayor crea en sí mismo, en sus virtudes y aptitudes, que se sienta importante en la sociedad, buscando un mejoramiento personal y social para desarrollar una convivencia sana y duradera entre ellos.

- **Tolerancia**

Aceptar al adulto mayor con sus condiciones físicas, motrices y psicológicas, saber escucharlo de manera paciente para que sea feliz en compañía de otras personas realizando las actividades propuestas.

3.3.4.2 Creencias

- En Entorno de Alegría creemos en el sentido del humor
- En Entorno de Alegría creemos en la compañía.
- En Entorno de Alegría creemos en la amistad.
- En Entorno de Alegría creemos en que nunca es tarde para realizar los sueños.
- En Entorno de Alegría creemos en la importancia de los abrazos y el afecto.
- En Entorno de Alegría creemos en que la diversión no tiene restricción de edad.
- En Entorno de Alegría creemos en las emociones.
- En Entorno de Alegría creemos en que el humor del día depende del clima.
- En Entorno de Alegría creemos en la felicidad.

- En Entorno de Alegría creemos en las experiencias vividas y por vivir.
- En Entorno de Alegría creemos en que las arrugas tienen un significado adicional.
- En Entorno de Alegría creemos en las ganas de vivir.
- En Entorno de Alegría creemos en que la belleza de la mujer sobrepasa cualquier arruga.

3.4. IMAGEN TANGIBLE

Ilustración 4.

Logo del proyecto Entorno de Alegría



Fuente: Elaboración propia

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DE NEGOCIOS

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud) la población mundial se está envejeciendo a pasos acelerados indicando que entre los años 2000 y 2050 la población mayor a 60 años se duplicará, pasando de aproximadamente 605 millones a 2000 millones de adultos mayores en un lapso de medio siglo. Es decir, que se pasará del 11% al 22% de proporción de habitantes mayores a 60 años.

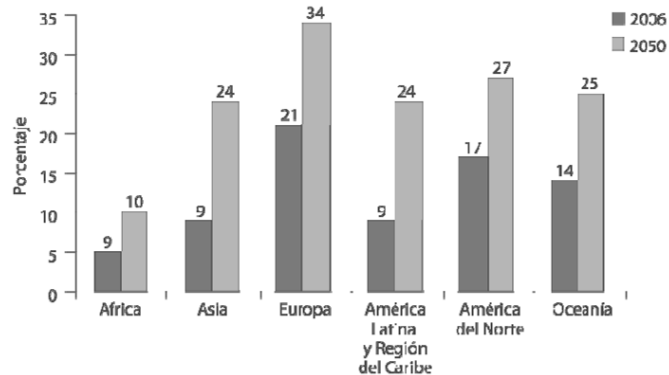
Para comprender el por qué se da el aumento de la población mayor, es importante hacer énfasis en que a medida que van creciendo las ciudades, va aumentando al mismo tiempo la población de personas mayores de 65 años. Por esta razón, existe una relación completamente directa entre el envejecimiento y urbanización dentro de una sociedad. Teniendo en cuenta que “las personas mayores saludables constituyen un recurso para sus familias, sus comunidades y la economía” según lo muestra la Declaración sobre Envejecimiento de la OMS en Brasilia en 1996. Es por esto, que el reto de la sociedad actual es poder brindarles un entorno de vida sostenible y sustentable en el desarrollo de su nueva etapa.

Por primera vez en la historia de la humanidad habrá una mayor de adultos mayores que de niños. Reflejado en los países tercermundistas quienes crecen a un ritmo mayor que los países desarrollados. Concluyendo que, dentro de 5 décadas la población mayor estará viviendo en países en desarrollo representando un porcentaje de aproximadamente 80%.

La siguiente gráfica muestra que en lugares como América Latina, El Caribe y Asia en donde la mayoría de países son tercermundistas el porcentaje de crecimiento en los adultos mayores es más notorio que en Europa, donde se encuentran más países desarrollados.

Gráfico 1.

Distribución de la población mundial (%) de 60 años o más por región, 2006 y 2050



Fuente: Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, División Población, 2006

Por lo anterior, se puede observar que la población mayor se multiplicará 16 veces en las comunidades urbanas sufriendo un cambio trascendental de 56 millones que llevaba en el año 1998 a un poco más de 908 millones para el 2050. Lo mismo indica que, la cuarta parte de la población urbana perteneciente a países desarrollados estará a cargo de los mayores.

Sin embargo, se reconoce que las comunidades deben realizar ciertos cambios necesarios para dicha condición de la población. Para entonces, los servicios e infraestructuras de las ciudades deben tener como objetivo velar por la prosperidad y rendimiento de sus residentes. Aquí es donde se empieza a reconocer la situación del adulto mayor al ver la necesidad de contar con entornos agradables y facilitadores de sus nuevos requerimientos, que sirvan como ayuda para suplir las transformaciones sociales y físicas relacionadas al envejecimiento. Esta necesidad fue reconocida por todo el mundo desde que se estableció como prioridad en el Plan Internacional de Acción sobre Envejecimiento de Madrid, el cual fue avalado por las Naciones Unidas en el 2002.

Por consiguiente, el *“Report of the Second World Assembly on Ageing, Madrid, 8–12 April 2002. New York, United Nations, 2002”* plantea su prioridad en “lograr que las ciudades sean más amigables con los mayores constituye una respuesta necesaria y lógica para promover el bienestar y el aporte de los residentes urbanos de mayor edad y mantener ciudades prósperas.

Dado que el envejecimiento activo es un proceso que dura toda la vida, una ciudad amigable con los mayores es una ciudad para todas las edades.” (Kickbush, 2002)

La proporción de adultos mayores en Bogotá y Colombia es de gran relevancia por el aumento a lo largo de los años, el cual nos demuestra por medio de cifras después expuestas que el tamaño del mercado es muy amplio.

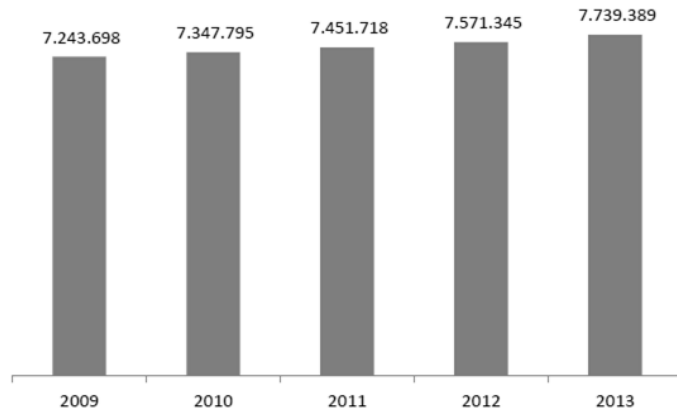
“En Colombia las cifras del DANE muestran que para el año 2020 habrá en el país alrededor de 6.500.000 personas mayores, lo que marca un crecimiento del 39,2% con respecto a 2011. Bogotá con un 55%; Atlántico con un 43,2%; Antioquia con un 42,2% y Córdoba con un 38,8% se encuentran entre las ciudades y departamentos que más crecimiento porcentual tendrán para ese año” (DANE, 2013)

La población mayor ha ido en aumento y así mismo la esperanza de vida, este gran número de adultos mayores en el futuro hace que la sociedad afronte nuevos retos y mejores posibilidades en busca de calidad de vida para el adulto mayor.

El gran número de adultos mayores será determinante, ya que serán mayoría, por lo mismo, es de vital importancia permitirles y facilitarles adoptar una posición activa dentro de la sociedad y así crear el nuevo concepto de “Envejecimiento activo”.

Con base a las estadísticas más recientes de la población bogotana que para el año 2013 logró los 7.739.389 de habitantes, convirtiéndola en una de las 10 ciudades latinoamericanas con mayor índice de población, es evidente la teoría de urbanización y envejecimiento para el caso de Bogotá, lugar de enfoque en el plan de negocios.

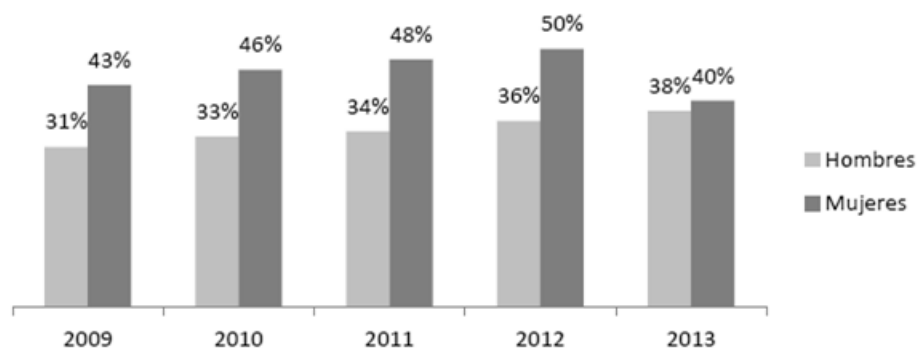
Gráfico 2.
Población total de Bogotá



Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2013.

Por lo anterior, se quiere tomar los datos de la población mayor para poner en contexto nuestro proyecto. Sin embargo, según el informe de Bogotá Cómo Vamos 2013, no es posible consolidar la información de un índice de envejecimiento pero si se muestra el porcentaje de envejecimiento por sexo, demostrando que en las mujeres ha venido disminuyendo; contrario a los hombres.

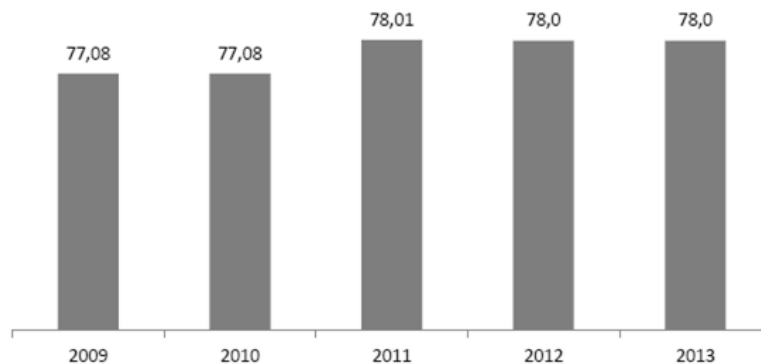
Gráfico 3.
Tasa de envejecimiento por sexo en Bogotá



Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2013.

Para los bogotanos la esperanza de vida ha venido constante desde el año 2012, representando que en los hombres es de 75,94 años y en las mujeres es de 80,19 años. Índice de carácter relevante para determinar cuál es la media de cantidad de años que vive una población determinada y cuál ha sido su impacto dentro de la misma sociedad. Además, muestra aspectos como la higiene, la salud y medicina, situaciones sociales y culturales de una ciudad, pues son varios factores que impactan dentro de este índice.

Gráfico 4.
Esperanza de vida al nacer en Bogotá



Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2013.

Otro de los aspectos a mencionar es el de cultura y recreación dentro de la población mayor. Parte que se debe mejorar y en la que se debe invertir para fortalecer la oferta artística, cultural y recreativa. Bogotá Cómo Vamos pretende resaltar la necesidad de mayor rigurosidad en relación a la gestión documental y estadística de aquellas organizaciones pertenecientes a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte donde se permita tener un mayor control y seguimiento en aspectos a favor y en contra en la realización de actividades.

La parte cultural y recreativa de Bogotá depende directamente de aspectos relacionados con seguridad, diversidad, espacio público, ambiente y accesibilidad de la ciudadanía. Por eso en los últimos años, la satisfacción que tienen los bogotanos con respecto a actividades y lugares culturales tuvo un cambio alarmante donde se encuentran insatisfechos pasando de un 4 a un 11% para el año 2013. Lo anterior influye en la deserción de los ciudadanos para no participar en

dichas actividades, por esto, se necesita establecer nuevos proyectos que ayuden a generar el cambio de recuperar las actividades culturales y artísticas que necesita la población mayor en su etapa de vida y desarrollo personal.

Para fundamentar lo anterior la encuesta realizada por Bogotá Cómo Vamos arroja los siguientes resultados: “reducción en la participación en actividades recreativas de los ciudadanos, actividades como visitar parques bajó de 70% a 57% entre 2012 y 2013, y visitar centros comerciales bajó del 70% al 50%. Las actividades culturales en el mismo periodo de tiempo también presentaron una reducción, especialmente notorias en ir a cine que pasó de 44% a 35%, leer periódicos y revistas de 47% a 27% y leer libros de 29% a 26%.”

Las actividades propuestas se fundamentan en una encuesta realizada por “La Encuesta Bienal de Culturas 2013”, que demuestra que las principales actividades culturales preferidas por los bogotanos son: cine, visitas a diversos sitios históricos y obras de teatro.

Demostrando una participación de 5.747.533 de ciudadanos. Por lo mismo, para el año 2013 se decidió incrementar los eventos culturales locales para poder combatir la descentralización de oferta cultural y su misma segregación. De esta estrategia, se aumentaron en cada una de las localidades de la ciudad la propuesta de zonas culturales y sus respectivas actividades, aumentando de 3.951 eventos locales, a 20.669 en toda la ciudad.

El siguiente recuadro hace énfasis del número de actividades en cada localidad y su histórico desde el año 2009, lo que permite analizar que en la localidad objetivo del proyecto (Usaquén) ha venido en aumento su participación cultural que para el último año aumentó en un 2% con respecto al año anterior. Para de tal forma, observar que el mercado se transforma cada día más para ofrecer mejores servicios al adulto mayor donde se fortalece un sector que antes no era tan relevante en la sociedad; pero que hoy en día es tendencia mundial y motivo para la creación de diversas propuestas empresariales.

Tabla 3.
Número de eventos culturales, locales, por localidad

Localidad	2009	2010	2011	2012	2013
Usaquén	81	184	91	106	214
Chapinero	76	83	100	65	1.691
Santa Fe	825	142	117	434	1.826
San Cristóbal	93	264	156	178	1.626
Usme	122	179	191	228	810
Tunjuelito	52	167	62	91	367
Bosa	86	294	146	233	2.452
Kennedy	66	418	310	288	1.374
Fontibón	58	156	96	92	430
Engativá	112	353	127	198	982
Suba	84	458	169	250	1.374
Barrios Unidos	37	85	89	101	273
Teusaquillo	164	425	204	63	1.389
Los Mártires	2	53	80	164	661
Antonio Nariño	1	135	31	73	283
Puente Aranda	43	250	81	229	448
La Candelaria	91	164	168	115	909
Rafael Uribe Uribe	38	192	516	109	2.163
Ciudad Bolívar	226	282	131	197	1.378
Sumapaz	9	55	3	13	19
Otros	59	10	36	724	0
Total Bogotá D.C.	2.325	4.349	2.904	3.951	20.669

Fuente: Secretaria Distrital de Recreación y Deporte, 2013.

4.1.1. NORMATIVIDAD DEL ADULTO MAYOR

El adulto mayor es un miembro primordial para la sociedad, por eso se encontraron algunas políticas que velan por su bienestar y reconocimiento dentro de la sociedad. De este modo, se establece la Ley 1251 de 2008 “por la cual se dictan normas tendientes a procurar la protección, promoción y defensa de los derechos de los adultos mayores”. Por esto tiene como objeto proteger, promover, restablecer y defender los derechos de los adultos mayores, orientar políticas que aporten a el proceso de envejecimiento, planes y programas por parte del Estado, la

sociedad civil y la familia y regular el funcionamiento de las instituciones que prestan servicios de atención y desarrollo integral de las personas en su vejez, de conformidad con el artículo 46 de la Constitución Nacional, la Declaración de los Derechos Humanos de 1948, Plan de Viena de 1982, Deberes del Hombre de 1948, la Asamblea Mundial de Madrid y los diversos Tratados y Convenios Internacionales suscritos por Colombia.

Dicha ley establece elementos fundamentales para el adulto mayor y su desarrollo dentro de la sociedad por medio de sus experiencias de vida, por medio de la divulgación del respeto, bienestar, asistencia y circunstancias que promulgan sus derechos.

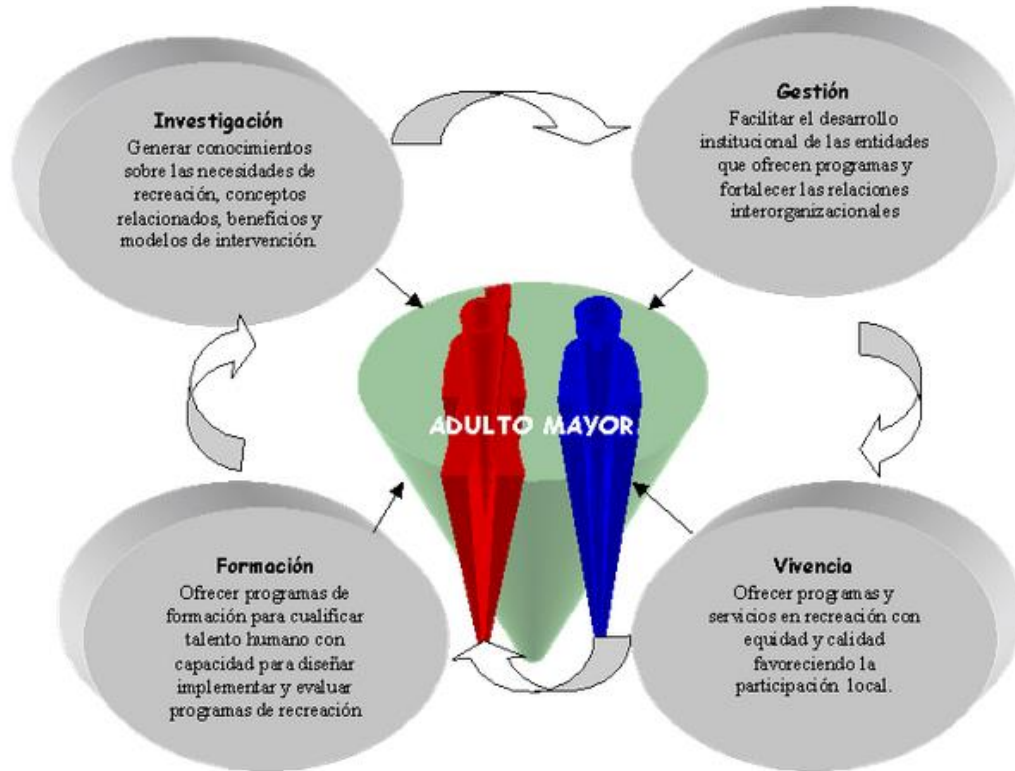
Otro de los pilares que se enfoca en el adulto mayor, es el Plan Nacional de Recreación que tiene como finalidad “lograr la articulación del adulto mayor para su desarrollo en el país por medio de convenios de cooperación y alianzas estratégicas para fortalecer los servicios dirigidos a la tercera edad en diferentes regiones, culturas y condiciones.” (Red de Recreación Colombia).

Las áreas que el sistema de Recreación ha venido tomando desde el año 2000 tienen que ver con su desarrollo dinámico ocupacional, desarrollo físico y mental, formativo, cultural y desarrollo humano-cultural. Por lo mismo, se intentan desarrollar planes que lleven a cabo cada una de las dimensiones a tratar en el adulto mayor y de tal forma, proporcionar herramientas para la creación de entidades que aporten en la etapa de vida de la vejez.

La siguiente gráfica representa cuatro componentes principales para realizar estrategias en cada uno que generen programas de innovación en la población de la tercera edad.

Ilustración 5.

Las áreas de efectividad del Plan Nacional de Recreación en relación con los adultos mayores



Fuente: Plan Nacional de Recreación Colombia 2000

La Secretaria Distrital de Salud también es otra de las entidades que hace parte de nuestra creación de empresa. Puesto que en uno de sus fundamentos está velar por la población de la tercera edad, estableciendo la Política Pública para el Envejecimiento y la Vejez en el D.C. (Agosto 18 del 2010, Decreto 345) que tiene como objetivo “Respetar y potenciar la autonomía y libertad individual en la construcción de proyectos de vida de las personas mayores a partir del reconocimiento de identidades, subjetividades y expresiones propias de la diversidad humana.

Crear progresivamente entornos ambientales, económicos, políticos, sociales, culturales y recreativos favorables que garanticen a las personas mayores el acceso, calidad, permanencia y

disfrute de bienes y servicios, que brinden la seguridad económica requerida en la vejez, reduciendo los factores generadores de las desigualdades que ocasionan vulnerabilidad y fragilidad.

Ampliar y mejorar el Sistema de Protección Social Integral con especial atención en el área de la salud, a fin de garantizar el acceso a servicios cercanos, oportunos y de calidad para la población adulta mayor.” (Secretaría Distrital de Salud Bogotá).

4.1.2. DESCRIPCIÓN HOTELES GERIÁTRICOS

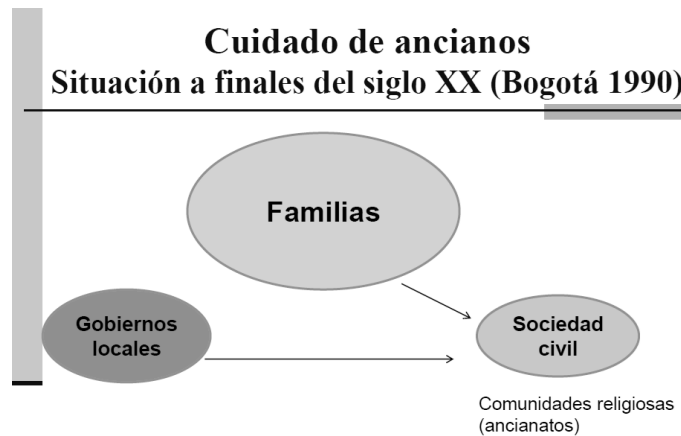
Para el análisis del mercado de hoteles geriátricos y con respecto a lo anteriormente mencionado, es importante resaltar que hoy en día y debido a que el proceso de envejecimiento poblacional es un fenómeno mundial; las estructuras familiares están transformándose dentro de la sociedad creando nuevas formas de vida para vivir en familia. Es por eso, muchos adultos mayores ahora están viviendo en hogares que intentan crear el mismo ambiente familiar que llevaban anteriormente en su etapa niñez, adolescencia, juventud, matrimonio o hijos.

De acuerdo al análisis mencionado anteriormente del crecimiento poblacional en la tercera edad; donde en el año de 1985 las personas mayores de 60 años eran el 6% de la población, para el 2013 representaban un 11% y se estima una proyección del 14% para el 2020. La pregunta que se puede plantear al observar dicho comportamiento es ¿Quién cuida de los adultos mayores? Para esto se tiene en cuenta a las familias y núcleos familiares quienes hacen parte primordial en la etapa de la vejez de alguna persona; sin embargo, es incorrecto decir que pertenecer a una familia garantiza un cuidado efectivo, de esta forma también se han generado cambios en la estructura familiar que crear barreras en el correcto cuidado que requiere el adulto mayor.

En la actualidad, se ha evidenciado dicha situación y por eso el mercado empieza a jugar un papel primordial para el desarrollo integral del adulto mayor, demostrando que cada vez incrementa la participación en el mercado de aquellas empresas que crean su enfoque en prestar asistencia integral a cierta población de la sociedad. El siguiente cuadro resume el

comportamiento generado durante el siglo XX y el siglo XXI, destacando la participación de diferentes agentes que en la actualidad empiezan a preocuparse por la población que entra en la etapa de vejez.

Ilustración 6.
Cuidado de ancianos situación a finales del siglo XX (Bogotá 1990)



Fuente: Seminario Cider, Abril 2014

Ilustración 7.
Cuidado de ancianos situación en el siglo XXI (Bogotá 2012)



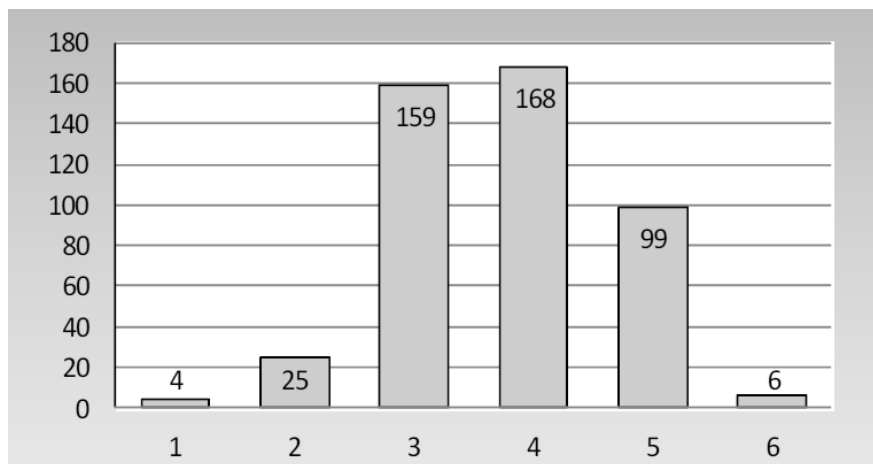
Fuente: Seminario Cider, Abril 2014

De acuerdo a este contexto, la intención del proyecto es incursionar su idea por medio de hoteles geriátricos quienes serán clientes potenciales para la ejecución del modelo de negocio. Por lo mismo, se ha observado un crecimiento altamente acelerado a lo largo del tiempo, reflejando que en los años 90 había un registro de 9 establecimientos de hoteles geriátricos en promedio al año; para los 2000 un promedio de 30 y entre el 2010-12 40 establecimientos aproximadamente. (Viejo Portal, 2012).

Los centros de cuidado para la vejez en Bogotá cuentan con una mayor participación de los estratos 3, 4 y 5; en donde para el 2013 tenían aproximadamente 159, 168 y 99 establecimientos respectivamente. Esto refleja el gran potencial que tiene el proyecto para establecer dicho segmento como uno de sus objetivos, despertando una necesidad que va a favorecer a gran parte de la sociedad y que va a generar cambios culturales para vivir esta etapa como una aventura más de la vida.

La muestra está compuesta por 461 centros de cuidado, donde el enfoque que Entorno de Alegría quiere tomar, se trabaja con un 34% para el estrato 3; un 36% para el estrato 4 y por último, un 21% en el estrato 5. Todo esto se reflejará en el segmento objetivo al hacer énfasis en la localidad de Usaquén.

Gráfico 5.
Centros de cuidado de la vejez según estrato socioeconómico, Bogotá 2013



Fuente: Seminario Cider, Abril 2014

Tabla 4.
Centros de cuidado de la vejez según estrato socioeconómico, Bogotá 2013

Estrato	No.	%	Muestra estadística	Muestra efectiva	%
1	4	1%	4	2	1%
2	25	5%	25	10	7%
3	159	34%	52	45	31%
4	168	36%	52	46	32%
5	99	21%	41	40	28%
6	6	1%	6	1	1%
TOTAL	461	100%	180	144	100%

Fuente: Seminario Cider, Abril 2014

4.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

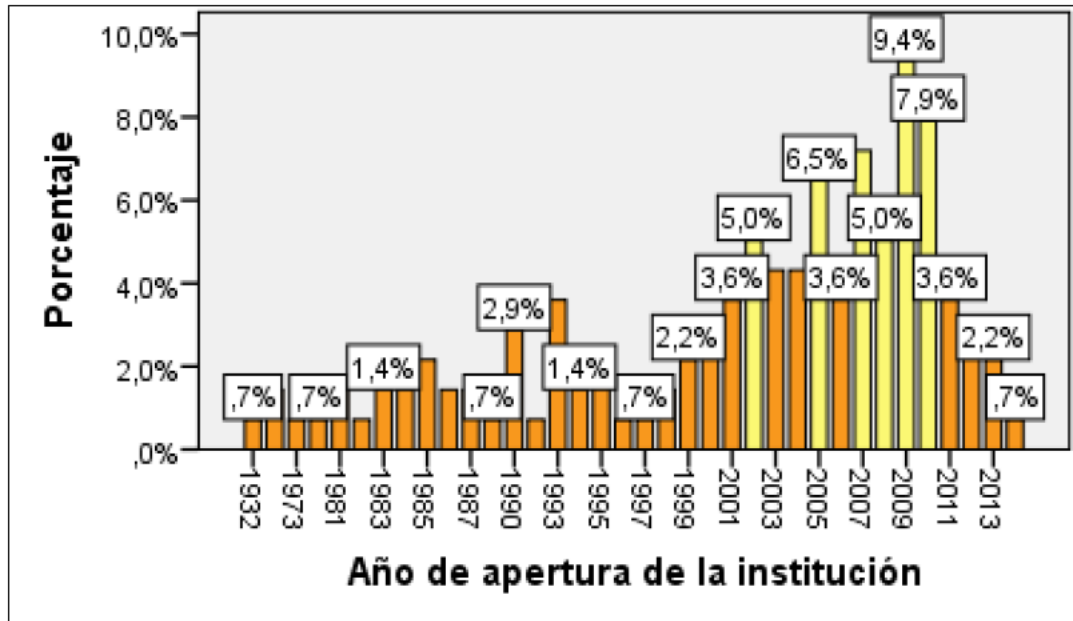
4.2.1. SEGMENTO OBJETIVO

A continuación se hace referencia a dos segmentos durante el desarrollo del proyecto. En primer lugar, están los hoteles geriátricos los cuales serán nuestro segmento directo. Son un mercado institucional quienes están dedicados al cuidado del adulto mayor por medio de un servicio de alojamiento permanente o temporal para ofrecer una atención integrada en su condición de hotel.

La creciente aparición de múltiples centros enfocados en el cuidado del adulto mayor durante el siglo XXI está generando en dicho entorno de negocios gran presión por ofrecer un servicio mejor estructurado y acorde a las necesidades que dicta el mercado del envejecimiento

poblacional. Por lo mismo, en el siguiente gráfico se refleja la tendencia y evolución tomando como base algunos años representativos en la apertura de dichas empresas.

Gráfico 6.
Año de apertura de la institución, centros de envejecimiento



Fuente: Encuesta a centros y hogares de cuidado de personas mayores. Universidad de los Andes 2014

Por otro lado, las familias hacen parte de nuestro objetivo de mercado como un segmento secundario en donde vemos la necesidad de abarcarlo para brindar beneficios y ampliar nuestros clientes.

Específicamente se manejarán los estratos medios – altos de dichos segmentos, ubicados en la localidad de Usaquén.

4.2.2. CONDICIONES DEL ADULTO MAYOR

Para la idea emprendedora de Entorno de Alegría se tendrán en cuenta ciertas características y requisitos de los adultos mayores que van a ser parte del proyecto.

Podrán integrarse en el centro de recreación adultos mayores:

- Funcionales en sus condiciones físicas y psicológicas.
- Que tengan algún impedimento de movilidad en primer y segundo grado.
- Quienes tengan demencia senil.
- Que padezcan del síndrome de demencia de Pick en estados primarios.
- Con enfermedades de deterioro normal a la edad tales como: Diabetes Mellitus tipo 1 y 2, deterioro de huesos, válvula de Hacking, bipolaridad, Alzheimer en estado primario y Parkinson.

Sin embargo, es importante recalcar que aquellos adultos mayores que cuenten con enfermedades psiquiátricas no contarán con la autorización del centro para hacer parte del mismo, ya que, deben tener un tratamiento diferente y sus medicamente pertenecen a otra índole que no maneja el centro de recreación.

4.3. NECESIDADES

Hotel geriátrico:

- Actividades físicas a bajo costo
- Mayores servicios ofrecidos en el portafolio
- Mayor satisfacción de los clientes y sus familiares
- Mayor número de clientes
- Diferenciación en el mercado frente a la competencia
- Cuidado adecuado de los adultos mayores, confianza.

Familias

- No tienen el tiempo suficiente para dedicarse al adulto mayor
- No tienen espacios de esparcimiento
- No confían en cualquier establecimiento para dejar a sus familiares

- No conocen un lugar recreacional para adultos mayores

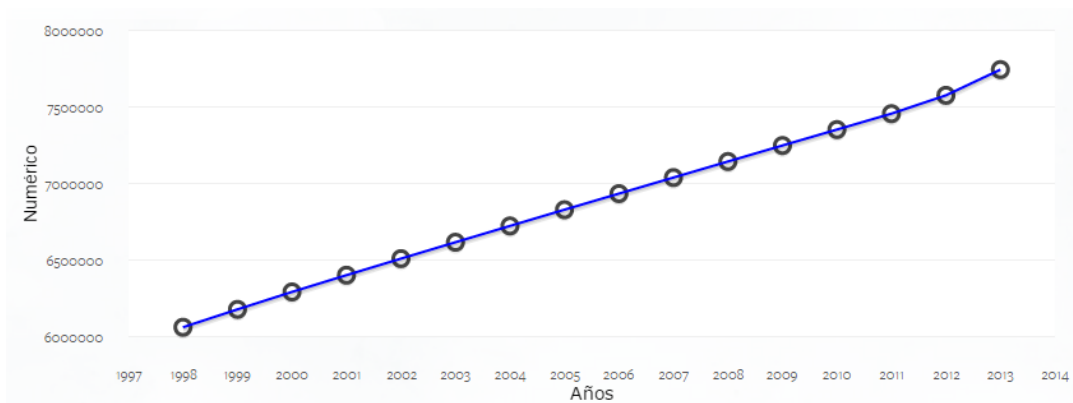
Adultos mayores

- La dependencia
- Mayor atención médica con cuidados especiales.
- Disminución de las capacidades visuales y auditivas relacionadas con problemas de movilidad
- Problemas en la comunicación
- Sentimiento progresivo de aislamiento de las personas que los rodean
- Mayores servicios sociales y de entretenimiento para su bienestar

4.4. TAMAÑO DEL MERCADO

Para el correcto análisis del mercado objetivo se presenta un entorno macro que refleja las condiciones de la población a tratar, en este caso Bogotá para el 2014 presenta un total en la población de 7.776.845 habitantes (DANE), y su crecimiento arroja el siguiente gráfico donde se indica desde el año 1998 hasta el 2013 el aumento de habitantes en la capital de Colombia.

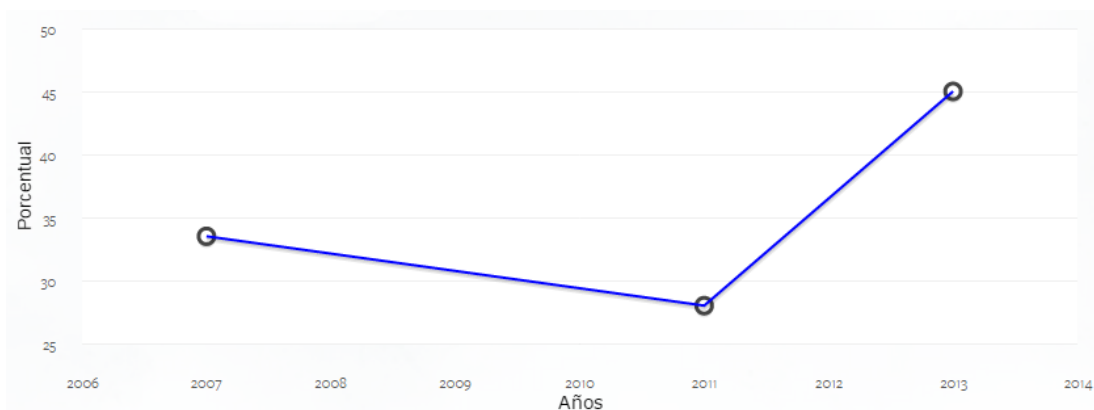
Gráfico 7.
Crecimiento de población en Bogotá, 2014



Fuente: DANE

Sin embargo, en Bogotá el índice de envejecimiento ha tenido un impactante aumento desde el 2011 donde el porcentaje de personas en edades mayores sobre la población de 0-14 años correspondía a un 27% aproximadamente. Contrario para el año 2013 que tuvo un incremento hasta superar el 45%. Indicando que el proyecto cuenta con un mercado en potencial aumento anual para establecer la idea de negocio de forma satisfactoria.

Gráfico 8.
Índice de envejecimiento Bogotá 2014



Fuente: DANE

En Bogotá, la distribución de la población está establecida en las 20 localidades que maneja. A continuación, se muestra una tabla alusiva al número de habitantes por cada una de las localidades.

Tabla 5.
Localidades y habitantes en Bogotá, 2014

Localidad	N° Habitantes
Suba	1.146.985
Kennedy	1.054.850
Engativá	866.719
Ciudad Bolívar	675.471
Bosa	629.066
Usaquén	489.526

Usme	427.090
San Cristóbal	407.416
Rafael Uribe Uribe	376.060
Fontibón	370.976
Puente Aranda	258.154
Barrios Unidos	238.380
Tunjuelito	200.725
Teusaquillo	150.234
Chapinero	137.281
Santa Fé	109.976
Antonio Nariño	108.766
Los Mártires	98.637
La Candelaria	24.140
Sumapaz	6.393
Población Bogotá	7.776.845

Fuente: DANE

La mayoría de la población está representada en las localidades de Suba y Kennedy. Sin embargo, el proyecto tendrá su realización en la localidad de Usaquén dividida en nueve UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal) que son: Paseo Los Libertadores, Verbenal, La Uribe, San Cristóbal Norte, Toberín, Los Cedros, Usaquén, Country Club y Santa Bárbara. Su población está conformada por 489.526 habitantes.

Dentro de la localidad de Usaquén se encontraron 54 hoteles geriátricos, los cuales servirán como primera instancia para empezar la penetración del plan de negocios en el mercado. A continuación, se muestran una tabla referente a los hoteles geriátricos encontrados en la zona norte. Sin embargo, es importante aclarar que de acuerdo a las condiciones establecidas anteriormente y que aclaran que tipo de adultos mayores puede pertenecer al proyecto; se trabajarán por 32 hoteles geriátricos que cumplen con los requisitos propuestos y representados en la tabla por el color azul.

Tabla 6.
Hoteles Geriátricos en la localidad de Usaquén

HOGAR Y HOTEL GERIÁTRICO USAQUÉN	DIRECCIÓN
Casa para el Adulto Mayor Santa Clara	Calle 106 # 49-24
Adorados Abuelitos	Carrera 7-H # 148-43
La Casa de Anita	Carrera 71ª # 127ª – 32 Niza
La Casa de Zoilita	Carrera 16 # 142 – 46 Cedritos
Shalom Perfecto	Carrera 56-B # 127-58
Casa Hogar Oasis de Sabiduría	Carrera 17-A # 136-78
Casa Club Pontevedra	Carrera 71-D # 122 – 72
Abuelitos Sigma	Carrera 17-A # 101-70
Armonía Cuidados Especiales	Calle 120ª # 7-86
Hogar Gerontológico Puerto Amigo	Calle 118 # 70 –G – 28
Amor Vida y Servicio	Calle 145 # 15-75
Asociación Amyser	Calle 145 # 9-71
Caam Centro de Atención al Adulto Mayor	Carrera 7 # 116-75
Casa Hogar Emanuel	Calle 144 # 19-A-09
Casa para el Adulto Mayor	Calle 106 # 49-24
Casa Hogar Manuelita	Carrera 17 # 137-50
Casa para Personas Mayores	Calle 103-B # 47-A-21
El Almendral	Calle 146 # 7-F-73
El Oasis	Calle 127-B-Bis # 71-A-46
Centro Paz y Amor	Calle 127-B-Bis # 46-87
El Estar de los Abuelos	Calle 128 # 7-D14
Fundación Edad y Vida	Carrera 23 # 83-42
Fundación La Candelaria	Calle 80 # 14-60 Of. 201
Fundación San Francisco	Calle 117 # 6-A-22
Fundación Jeymar	Carrera 8-C # 187-A-59
Fundación Los Sauces	Carrera 23 # 137-62

Geriátrico Nazaret	Carrera 8-A # 108-A-50
Hogar Adelita	Calle 128-B # 58-A-38
Hogar Caminos de María	Carrera 18-A # 134-A-45
Hogar Canitas de Nazaret	Calle 136 # 98-A-12
Hogar Bienestar y Salud	Carrera 22 # 76-63
Hogar Campestre	Carrera 9-A # 134-A-21
Hogar El Sabor de los Años	Calle 127-D # 71-06
Hogar La Alborada	Carrera 17-A # 135-55
Hogar Mi Ángel Guardián	Calle 144 # 19-A-36
Hogar Nuestros Abuelos	Transv. 28 # 138-A-84
Hogar La Casa de Mis Padres	Calle 135-A # 10-A-51
Hogar Mi Casita	Calle 106 # 49-25
Hogar Nuevo – Country	Carrera 9-A # 134-B-07
Hogar Nuevo Amanecer	Carrera 21 # 137-77
Hogar San Ángelo	Calle 135-A # 10-B-26
Hogar San Patricio	Calle 108 # 17-A-45
Hogar San Alejo	Calle 135-A # 10-B-26
Hogar San Gabriel	Carrera 8 # 187-A-12
Hogar Santa Martha	Calle 144 # 17-24
JL Hogar Semillas de Vida	Calle 102 # 50-37
Mi Tercera Primavera	Calle 130-A # 9-B-22
Remanso de Paz	Carrera 20 # 77-33
La Casa de mis Padres	Calle 135-A # 10-A-51
Nuestra Señora de la Salud	Calle 101 # 71-D-05
Sagrado Corazón de Jesús	Calle 117 # 5-A-14
San Francisco de Asís	Calle 117 # 5-A-14
Una Sola Ternura	Calle 73 # 25-14
IL SORRISO	Carrera 21 No 127 – 30

Fuente: Directorio del Adulto Mayor 2013

Una vez aclarado el segmento de clientes con respecto a los hoteles geriátricos, es importante mencionar cómo está establecida la población mayor en la localidad escogida y cuál ha sido su evolución a lo largo del tiempo. De esta forma, se podrá determinar su posible desarrollo en los próximos años y así probar la viabilidad del proyecto emprendedor dentro del marco de mercado a trabajar.

Considerando que la población de adultos mayores está constituida en el rango de 60 años en adelante; se observa mediante un análisis horizontal el aumento que ha tenido en el transcurso de los años y de igual forma, se presenta una proyección de dicha población para el año 2015. Puesto que, para el año 2005 en la localidad de Usaquén la población adulta estaba compuesta por 48.423 personas (10,9% del total de habitantes); mientras en el 2009 tuvo una variación del 18,47% representando ahora el 12,34% con 57.370 adultos mayores.

Continuamente, según la proyección realizada por el DANE para el año 2015 se establece que la población de la tercera edad en Usaquén tendrá un aumento considerable al incrementar su porcentaje de crecimiento en un 29,87% con base a las estadísticas del 2009. Para el año actual, la localidad contará con 74.512 adultos mayores que reflejan el 15% del total de la población.

Tabla 7.
Distribución de población por sexo según grupos de edad, 2005, 2009 y 2015

Grupos de edad	2005			2009			2015		
	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos
Total	204.202	240.722	444.924	214.436	250.220	464.656	229.094	264.972	494.066
0-4	15.062	15.420	30.482	14.554	14.747	29.301	14.266	14.374	28.640
5-9	16.214	16.670	32.884	15.233	15.496	30.731	14.551	14.698	29.249
10-14	17.065	17.536	34.601	16.576	17.015	33.591	15.144	15.311	30.455
15-19	18.094	18.889	36.983	18.722	19.239	37.961	17.957	18.529	36.486
20-24	19.219	22.438	41.657	19.020	20.291	39.311	19.951	20.675	40.626
25-29	18.620	21.697	40.317	19.216	22.597	41.813	19.173	20.168	39.341
30-34	16.298	19.098	35.396	17.692	20.563	38.255	18.694	21.832	40.526
35-39	15.174	18.266	33.440	15.186	17.853	33.039	16.998	19.824	36.822
40-44	14.891	18.408	33.299	15.230	18.417	33.647	15.444	18.126	33.570
45-49	13.423	17.080	30.503	15.281	18.987	34.268	16.023	19.342	35.365
50-54	11.301	14.552	25.853	13.388	17.123	30.511	16.230	20.176	36.406
55-59	9.209	11.877	21.086	10.834	14.024	24.858	14.018	18.050	32.068
60-64	6.736	8.755	15.491	8.225	10.721	18.946	10.552	13.939	24.491
65-69	4.869	6.541	11.810	6.026	8.098	14.124	8.138	10.996	19.134
70-74	3.435	5.106	8.541	3.898	5.905	9.803	5.406	7.601	13.007
75-79	2.488	3.957	6.445	2.819	4.402	7.221	3.392	5.472	8.864
80 +	2.104	4.032	6.136	2.536	4.740	7.276	3.157	5.859	9.016

Fuente: DANE, Censo General 2005. DANE – SDP, Proyecciones de población según localidad 2006 -2015

En la localidad de Usaquén se puede ver una especificación acerca de los principales grupos de edad que la consituyen, por eso, mediante el siguiente cuadro observamos que el 7,4% de la población de la localidad para el año 2005 son los adultos mayores de 65 en adelante; mientras en el 2009 el porcentaje aumento a un 8,3% y finalmente, en la proyección para el 2015 la población mayor tendrá una participación del 10,1%.

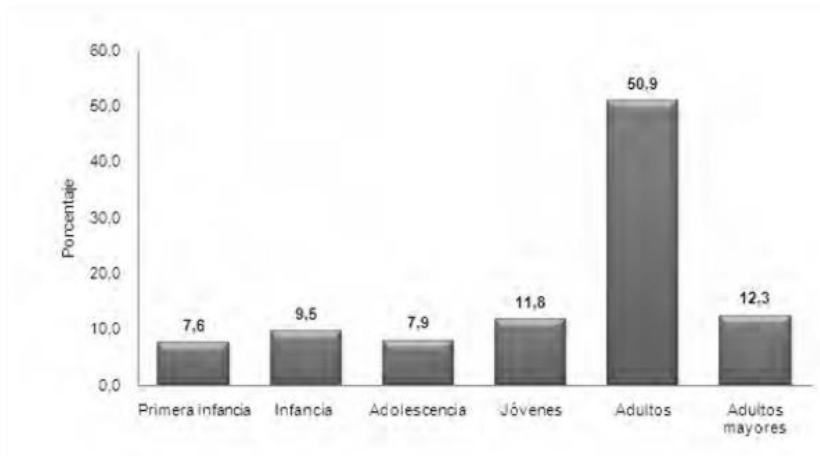
Tabla 8.
Usaquén. Distribución de población por grandes grupos de edad. 2005, 2009 y 2015

Grandes grupos	2005	2009	2015
0-14	22,0	20,1	17,9
15-64	70,6	71,6	72,0
65 y más	7,4	8,3	10,1
Total (%)	100	100	100

Fuente: DANE, Censo General 2005. DANE – SDP, Proyecciones de población según localidad 2006 -2015

Por último, el siguiente diagrama de barras refleja de forma más exacta el porcentaje de población objetivo a tratar. En nuestro caso, los adultos mayores pertenecían al 12,3% del total de las personas en la localidad para el año 2009 demostrando que el porcentaje va tomando mayor fuerza que el resto de los grupos, y que en el transcurso de algunos años seguirá en crecimiento.

Gráfico 9.
Usaquén. Distribución de los grupos poblacionales, 2009



Fuente: DANE – SDP, Proyecciones de población según localidad 2006 -2015

Con base a las estadísticas y datos mostrados anteriormente, es evidente cómo se ha generado un incremento en el grupo poblacional de adultos mayores en la localidad de Usaquéñ demostrando que el consumidor potencial cada vez se proyecta de forma sólida y contundente para el objetivo del proyecto en la creación de negocio para la diversión de la población de la tercera edad.

En el caso de los hoteles geriátricos, se hace cierta especificación para aclarar que los adultos alojados en éstos lugares se encuentran en un rango de 15 a 30 huéspedes por hotel, donde ya se menciona anteriormente los 54 existentes en la localidad a trabajar.

Entorno de alegría estará situado en la localidad de Usaquéñ, por esta razón se tomaron datos de dicha localidad que son suministrados por la Secretaria Distrital del Habilidad, en donde se evidencio una variación del 4,3% con respecto a los años 2014 y proyecciones del 2015. La tabla representa con exactitud la cantidad de personas en edades desde 60 a 80 o más que hacen parte de Usaquéñ.

Tabla 9.
Adultos mayores en la localidad Usaquéñ

Edad	2014			2015		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
60	5.247	2.275	2.972	5.498	2.381	3.117
61	4.949	2.140	2.809	5.138	2.219	2.919
62	4.701	2.029	2.672	4.826	2.078	2.748
63	4.488	1.933	2.555	4.600	1.976	2.624
64	4.266	1.833	2.433	4.429	1.898	2.531
65	4.047	1.735	2.312	4.246	1.815	2.431

66	3.826	1.636	2.190	4.072	1.736	2.336
67	3.595	1.534	2.061	3.870	1.646	2.224
68	3.359	1.429	1.930	3.615	1.533	2.082
69	3.138	1.332	1.806	3.331	1.408	1.923
70	2.933	1.241	1.692	3.068	1.292	1.776
71	2.723	1.145	1.578	2.821	1.182	1.639
72	2.502	1.042	1.460	2.585	1.075	1.510
73	2.282	938	1.344	2.366	975	1.391
74	2.086	844	1.242	2.167	882	1.285
75	1.916	760	1.156	1.993	799	1.194
76	1.774	687	1.087	1.847	725	1.122
77	1.672	630	1.042	1.734	663	1.071
78	1.648	603	1.045	1.661	618	1.043
79	1.560	586	974	1.629	587	1.042
80 +	8.730	3.066	5.664	9.016	3.157	5.859

TOTAL	71.442	29.418	42.024	74.512	30.645	43.867
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Fuente: Secretaría Distrital del Habitad (SDHT)

El tamaño de mercado se resume en los 32 hoteles geriátricos ubicados en la localidad de Usaquéen que cumplen con los requerimientos y condiciones de los posibles usuarios del proyecto y los 71.442 adultos mayores que integran la localidad de Usaquéen, pertenecientes a estrato medio, alto, medio-alto que se encuentra distribuida de la siguiente forma:

Estrato medio: La población en este estrato (113.167 habitantes) está concentrada principalmente en las unidades de planeamiento zonal de Los Cedros con el 69,2% y Toberín con el 22,9%. (Secretaria de Planeación, 2009)

Estrato alto: De las 72.983 personas que se encuentran en este estrato socioeconómico, el 58,6% se ubican en la unidad de planeamiento zonal de Santa Bárbara, el 18,9% en Usaquéen y el 15,4% en Country Club, representando en su conjunto el 92,9% de la población de la localidad en este estrato. (Secretaria de Planeación, 2009)

Estrato medio – alto: Estrato socioeconómico que presenta la distribución más homogénea entre las unidades de planeamiento zonal de Usaquéen, así: Los Cedros (32,9%), Country Club (23,3%) y Usaquéen (22,9%); unidades que agrupan el 79,1% del total (57.704 personas) de este estrato. (Secretaria de Planeación, 2009)

4.4.1. PERFILES DEL MERCADO

En el proceso, se pudo obtener el siguiente mapa de empatía del hotel geriátrico, el cual permitió conocer a profundidad las necesidades, problemáticas y opiniones del mercado objetivo para que de esta forma se plantearan diferentes propuestas, ideas y actividades.

La principal solución a los problemas establecidos tiene que ver con la propuesta de una nueva rutina para la población de la tercera edad en su propio beneficio y satisfacción del hotel geriátrico. Así mismo, se pretende desarrollar un modelo diferente donde el estilo de vida sea visto de una forma interesante, variada y divertida, haciendo énfasis en los gustos y preferencias de ellos.

Debido a que el beneficio de las actividades realizadas por el centro de recreación tiene como participante a la persona de la tercera edad, presentamos a continuación el mapa de empatía aclarando que hubo poco contacto para realizar entrevistas individuales puesto que, por cuestiones de seguridad se impide tener contacto cercano con ellos.

Con lo anterior, se puede destacar que es muy importante crear aquella política de “Envejecimiento activo” destacando una nueva cultura de recreación donde se proyecten nuevas actividades que les permita llevar con mayor agrado esta etapa tan importante de la vida. Como aspecto fundamental, sobresale el concepto de rutina, pero ¿Cómo es considerada la rutina para la sociedad y cómo se ve reflejada en la vida cotidiana?. La rutina siempre conlleva a una situación monótona y es considerada como “un hábito el cual es adquirido por repetir una misma cosa o tarea” (Española, 2008-2013). Lo anterior se confronta con la creatividad presentada en el modelo de negocio crear motivación y compromiso por medio de nuestro centro de recreación y mediante actividades con nuevas perspectivas.

Para la adecuada ejecución de actividades, el adulto mayor deberá estar totalmente conectado con la secuencia de las mismas. De modo que, debe haber parámetros que establezcan sus configuraciones personales como: círculo social, familiar y medios físicos y así, permitir un óptimo desarrollo en el entorno. En consecuencia, se quieren trabajar actividades con gran impacto pero también sencillas, seguras, acordes y realizables para dicho grupo objetivo. Mantener un equilibrio, pues no deben ser fáciles y monótonas ni tampoco imposibles de realizar.

A continuación, se presenta el mapa de empatía correspondiente a las familias en relación a la investigación y trabajo de campo realizado en donde se resumen algunas de sus opiniones en relación al cuidado y permanencia de sus seres queridos de la tercera edad en el hogar. (Ver anexo 12.1.5).

4.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de competencia es de forma directa y se tuvieron en cuenta variables de: servicios ofrecidos, precio, experiencia, ubicación, infraestructura, diseño, ambientación y variedad en actividades. De esta forma, se estableció qué factores son determinantes mostrar el valor agregado que tiene la idea de negocio, reflejado en su propuesta innovadora.

- **Centro día Amor y vida**

Es un servicio de naturaleza social y como tal, forma parte de las redes de apoyo ofrecidas a nivel comunitario. Trabaja con un grupo de profesionales de la salud en búsqueda de mejorar la calidad de vida de los adultos mayores a nivel personal, social y afectivo. (Adulto, 2013)

Ilustración 8.
Centro geriátrico Amor, Vida y Servicio



Fuente: imágenes del Centro geriátrico. www.amorvidayservicio.com

- **Centro de Atención Integral para el Adulto Mayor Sol y Luna**

Dedicados al cuidado del geronte, permitiendo que la familia disfrute de su compañía, sin las preocupaciones habituales que su atención requiere. Nuestra misión es ayudarlo a readaptar al adulto mayor a la vida cotidiana y nuestro objetivo es promover el bienestar integral de los

adultos mayores, a través de la ejecución de actividades terapéuticas que estimulan sus habilidades físicas, mentales y sociales. (Sol y Luna, equilibrio integral)

Ilustración 9.

Centro geriátrico Sol y Luna, equilibrio integral



Fuente: imágenes del Centro geriátrico. www.solyluna.com

Tabla 10.

Competencia Directa del modelo de negocios. Análisis de la competencia

CENTRO DE RECREACIÓN	SERVICIOS	PRECIO MENSUAL	EMPRESA
Sol y Luna	Valoración Geriátrica de Ingreso (Geriatría, gerontopsiquiatría, psicología, nutrición, terapia ocupacional, fisioterapia, enfermería), taller de memoria, actividades de Terapia Ocupacional, Yoga, Tai Chi, terapia asistida con animales.	Entre 820.000 y 710.000	Nuestra misión es ayudarle a readaptar al adulto mayor a la vida cotidiana y nuestro objetivo es promover el bienestar integral de los adultos mayores, a través de la ejecución de actividades terapéuticas que estimulan sus habilidades físicas, mentales y sociales.

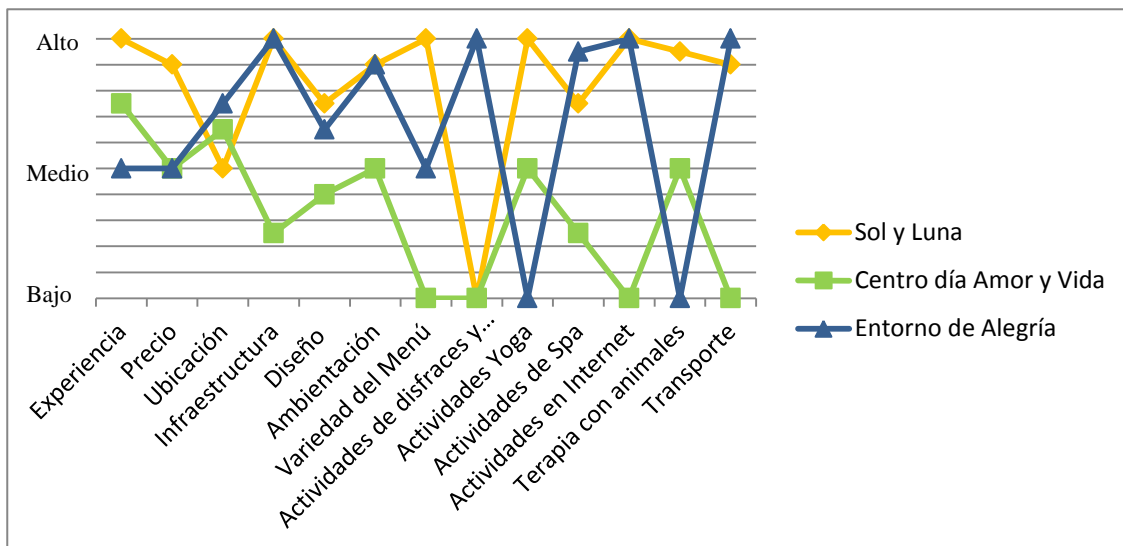
<p>Centro día Amor y Vida</p>	<p>El programa es dictado por un equipo interdisciplinario de profesionales de la salud en áreas Ocupacional, Física, Lenguaje, Psicología y expertos en Musicoterapia, Artes Plásticas, Yoga, Baile y Teatro, con un alto valor moral y con un amplio conocimiento de la enfermedad demencial tipo Alzheimer.</p>	<p>Entre 610.000 y 500.000</p>	<p>Somos un grupo de profesionales de la salud en búsqueda de mejorar la calidad de vida de los adultos mayores a nivel personal, social y afectivo.</p>
<p>Entorno de Alegría</p>	<p>Se ofrecen el Pasadía Oro y Plata que contienen las siguientes actividades, dependiendo del pasadía. Desmechados, Huellas de Belleza, Palacio de caricias, Manos a la obra, Mundo de Collage, TV Show, Internautas, Aeróbicos dirigidos, Bailando la vida, Una Aventura de Altura, estar en familia, espiritualidad y Decorando tu interior. Transporte y servicio de alimentación.</p>	<p>Entre 670.000 y 530.000</p>	<p>Entorno de alegría es una empresa enfocada en el entretenimiento y diversión del adulto mayor. Mediante actividades sociales y recreativas queremos brindar a la población de la tercera edad la oportunidad de gozar de una adecuada formación, entretenimiento, salud y bienestar.</p>

Fuente: Elaboración propia

- **CURVA DE VALOR**

Por medio de la curva de valor se observa como está establecida la competencia y el proyecto en relación a las variables que se muestran en la gráfica y que servirán para estudiar la posible posición en la que Entorno de Alegría enfrentará el mercado. Las diferentes variables en las que se mueve cada modelo de negocio serán la base para determinar en que será más exitoso la presencia de Entorno de Alegría.

Gráfico 10.
Curva de valor, análisis de la competencia



Sol y Luna		
Amor vida y Servicio		
Entorno de Alegría		

Fuente: Elaboración propia

Se refleja el liderazgo por parte de Entorno de Alegría en los ítems de actividades diferentes a las establecidas en el mercado como disfraces y concursos de moda, internet, radio y televisión; Identificando dichas propuestas el valor agregado de la idea de negocio para posteriormente realizar las estrategias de mercadeo y publicidad, proyectando el reconocimiento del servicio. Esos son los factores con los cuales se quiere trabajar para hacer más fuerte el proyecto a pesar de saber que tiene una alta posibilidad de copia. Aunque es evidente que en el mercado existen aspectos que aún no tienen cobertura y a los cuales se pretende llegar.

Entorno de alegría utilizará un vínculo emocional por medio de personal capacitado, ambientación y diseño para proyectar las actividades diferenciadoras por medio de estrategias únicas de implementación.

4.5.1 ANÁLISIS DOFA

Tabla 11.
Análisis DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis Interno	Tener personal capacitado para la realización de actividades	Poco experiencia en el mercado
	Contar con la intención de generar una nueva visión de vida para la tercera edad	Capacidad máxima del establecimiento de 50 personas
	Creación de propuestas innovadoras en las actividades	No contar con los recursos necesarios
	Cercanía para los clientes	No contar con el espacio físico necesario
	Transporte puerta a puerta	
	Seguridad y compromiso con el adulto mayor	

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Externo	Tendencia mundial del crecimiento de la población en la tercera edad	Baja colaboración por parte de entes públicos
	Amplio tamaño de mercado	Falta de interés de la sociedad por el adulto mayor
	Reconocimiento ante la competencia	Movilidad en la ciudad
	Reglamentaciones en beneficio del adulto mayor	
	Aumento constante de los Hoteles Geriátricos	

Fuente: Elaboración propia

5. SERVICIO

El centro de recreación Entorno de Alegría dirigido al adulto mayor tiene como labor principal ofrecer un espacio, diseño y ambiente desde un aspecto familiar hasta cotidiano, para que el usuario se sienta en un entorno totalmente confiable, estableciendo relaciones de cercanía con los participantes.

A continuación, se especifican aspectos relevantes del servicio como lo son: actividades, personal y atención especializada, cuidados médicos, instalaciones, horarios, alimentación, transporte y un servicio complementario para cumplir con nuestro propósito de fomentar la participación familiar.

- **Horario**

Entorno de Alegría cuenta con un horario dependiente a las necesidades del adulto mayor y su familia. En general, manejaremos un horario de 10:00 a.m. a 4:00 p.m.

- **Actividades**

Se ofrecen actividades y talleres que dependerán del paquete que se haya elegido (Oro o Plata). Las categorías ofrecidas para las actividades son: belleza, entretenimiento, arte, deporte, expedición y por último, relajación como una categoría dirigida para adultos que cuentan con un mayor grado de discapacidad física y mental.

Para escoger la actividad que la persona desea realizar se presenta el siguiente recuadro que muestra cada categoría con sus diferentes propuestas y su relación con las dimensiones físico-funcionales, psicogeriatría y socio-afectiva.

Tabla 12.
Propuesta de actividades de acuerdo a las dimensiones de recreación

CATEGORÍA	ACTIVIDAD	DIMENSIÓN
BELLEZA (Color Amarillo)	<ul style="list-style-type: none"> • Desmechados • Huellas de Belleza • Palacio de caricias 	Socio - afectiva
ARTE (Color Rojo)	<ul style="list-style-type: none"> • Manos a la obra • Mundo de collage 	Socio – afectiva Psicogeriatría
ENTRETENIMIENTO (Color Rosado)	<ul style="list-style-type: none"> • TV Show • Internautas 	Psicogeriatría Físico-Funcional
DEPORTE (Color Azul)	<ul style="list-style-type: none"> • Aeróbicos dirigidos • Bailando la vida 	Físico-Funcional
EXPEDICIÓN (Color Morado)	<ul style="list-style-type: none"> • Una aventura de altura • En familia 	Físico-Funcional
RELAJACIÓN (Color Verde)	<ul style="list-style-type: none"> • Espiritualidad • Decorando tu interior 	Socio - afectiva

Fuente: Elaboración propia

Después de realizar las actividades mencionadas, se realiza un informe y resumen de lo que se observa durante la realización para luego informarles a los familiares y de esta forma, aumentar su participación en dicho proceso de crecimiento en el aprendizaje de cada participante. Se realizarán conferencias informativas y reuniones que muestren los resultados en cada actividad. También se ofrece el servicio de guía espiritual, basándonos en los intereses de la población mayor por su cultura y religión, para aquellas personas que así lo deseen.

- **Personal y atención especializada**

Cada integrante contará con una identificación personalizada, su respectivo registro y control del desarrollo de las diferentes actividades en las que participe. Esto con el fin de llevar un historial médico que demuestre su avance y así mismo brindar información al familiar de cómo ha sido su evolución en el transcurso del proyecto.

La atención personalizada se logrará gracias a la interacción de los participantes con todo el personal, por eso nuestra capacidad será de 50 personas.

- **Instalaciones**

Entorno de Alegría estará ubicado en una planta que facilitará el constante desplazamiento de los adultos mayores en el desarrollo de las diferentes actividades. De igual forma, tendrá incluido aquellas medidas de seguridad y prevención en caso de las limitaciones físicas con las que cuentan. Para esto, la ayuda de barandas, rampas, pisos y cerámicas especiales en todo el lugar, iluminación, puertas y espacios amplios serán nuestras principales herramientas.

De acuerdo a las diferentes categorías de actividades, se contarán con espacios propicios para su diferente realización. Tanto en salones como en jardines y patios con la capacidad necesaria. A continuación, se nombran algunas de las áreas que harán parte de cada una de las actividades y que permitirán su desarrollo:

- Área de oficinas y recepción
- Área de salones para ejercicios y terapias
- Área de baños
- Área verde y al aire libre
- Área social
- Área de comedor
- Área de enfermería

Otro de los puntos a tratar, es el tema de la decoración y ambientación enfocado en un estilo sobrio, elegante y motivacional. Manejando colores y estructuras que despierten en el adulto mayor nuevos sentimientos y de igual forma generar la tranquilidad necesaria para la nueva etapa de vida.

- **Cuidados médicos**

Para el cuidado de nuestros adultos mayores contaremos con la presencia de un psicólogo, un geriatra y personal de enfermería quienes velarán por el bienestar de ellos dando un seguimiento semanal y constante de su salud, disposición física, signos vitales y así poder controlar y detectar algún padecimiento de la persona.

En caso de ser necesario, podrá asistir a nuestro lugar de recreación los médicos especialistas para asegurarse de las condiciones en las que se realizarán las múltiples actividades.

La enfermería con la que cuenta el lugar, hará un estricto seguimiento de las medicinas de cada uno de los participantes para estar pendientes del horario en que deben consumirlas y así evitar algún riesgo. Para esto, se habrá tenido contacto con el médico y/o familiar de cada uno quienes nos brindarán la información necesaria de horario y medicamento.

- **Nutrición**

La nutricionista elaborará diferentes menús con dietas específicas y balanceadas dependiendo de las características o limitaciones físicas de cada uno, como: dentadura, pérdida del gusto y circunstancias médicas que les restringen algunos alimentos.

Uno de los puntos fuertes del servicio de comida, será la presentación y mezcla de colores, sabores y texturas que le promuevan mayor motivación al adulto mayor al momento de su alimentación. Al igual que por sus alteraciones en las funciones orgánicas del cuerpo es necesario tener prioridad en ofrecer proteína, fibra y bajo contenido en grasa en las comidas propuestas.

Para la parte de nutrición se ofrece un servicio extra llamado “Hora loca” en el cual se tendrá la posibilidad de que el familiar pueda compartir alguna de las comidas con su pariente o que puedan salir por una hora y media a algún restaurante donde lo quieran llevar, siempre y cuando se avise con 8 días de anterioridad. Esta propuesta, permitirá fortalecer las relaciones interpersonales y vínculos en la familia.

- **Transporte**

El transporte va dirigido a aquellas personas que así lo requieran. Será manejado por personas especializadas en cuidados del adulto mayor y quienes conocen los cuidados necesarios para el traslado de ellos, por eso, la capacidad física de la persona también será determinante para el acompañamiento de dicho servicio.

El hotel geriátrico y/o el familiar que quiera tomar el servicio, tendrá que ponerse de acuerdo con el administrador para que el conductor pueda realizar una adecuada estructuración del recorrido a realizar para que los adultos mayores no permanezcan más de 45 minutos en el vehículo.

6. ESTRATEGIA DE MERCADEO

6.1. MEZCLA DE MERCADEO

6.1.1. PRODUCTO

Entorno de Alegría es una empresa enfocada directamente en el entretenimiento y diversión del adulto mayor ofreciendo la oportunidad de disfrutar de la compañía de otras personas que les rodearán de nuevas experiencias. Nuestro lugar contará con servicios propuestos para mejorar y desarrollar la parte de salud, social, física y emocional de cada participante. Queremos que cada día sea una experiencia inolvidable en nuestras actividades de: belleza, arte, entretenimiento, deporte, expedición y relajación; y así, fomentar las capacidades, formación, desarrollo y autonomía del adulto mayor.

Nuestro lugar de entretenimiento es fundamental para aquellos hoteles geriátricos que desean incluirnos dentro de su portafolio o aquellas familias que no tienen la disponibilidad de quedarse con su familiar en casa diariamente.

Contamos con actividades que pretenden sacar al adulto mayor a un mundo que aún queda por vivir, donde cada uno de los sueños que tienen hacen parte de nuestro propósito de ser como empresa, ya que, se quiere cambiar el concepto de la edad y su relación con la felicidad, pues cada etapa de la vida se vive de forma diferente.

El tipo de producto al que se dedica la empresa es un producto intangible, al ofrecer servicios de entretenimiento para el adulto mayor. Por eso, se plantean sus objetivos y estrategias de acuerdo a la definición del concepto de servicio, los beneficios del cliente y valor agregado ofrecido.

Tabla 13.
Objetivos y estrategias para cada concepto de servicio

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a los hoteles geriátricos a contribuir en el desarrollo recreacional de la tercera edad, a través de un nuevo servicio de entretenimiento. Despertando una necesidad con beneficios recíprocos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el cómo, cuándo y dónde se presta el servicio para dar una información clara y concisa.
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un espacio de esparcimiento y recreación en adultos mayores con un diseño innovador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un sistema del servicio que pueda generar en el cliente confianza y tranquilidad para adquirir el servicio.
<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar el mejor servicio de entretenimiento para la población mayor dentro de la localidad de Usaquén. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar alianzas estratégicas con instituciones dedicadas al cuidado del adulto mayor para promover su integración en la sociedad.
<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de clientes por medio del reconocimiento de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Permanecer informados acerca de las tendencias mundiales que fomenten el bienestar de la tercera edad y así aplicarlas al desarrollo del proyecto.
<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un posicionamiento positivo en la mente del consumidor a través de los beneficios ofrecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer planes de afiliación atractivos en relación al precio y disponibilidad de tiempo de los clientes.

Fuente: Elaboración propia

6.1.2. PRECIO

Para determinar el precio de los servicios ofrecidos por Entorno de Alegría se tuvo en cuenta la información del poder adquisitivo del ingreso correspondiente a la localidad de Usaquén. Puesto que, según los datos del DANE en el informe “Calidad de vida Bogotá 2007”,

la percepción del poder adquisitivo de los ingresos refleja una mejoría, mostrando una disminución en el porcentaje de personas que afirma que sus ingresos no alcanzan a cubrir los gastos necesarios; mientras existe un incremento en la parte de la población que considera que su ingreso cubre más de los gastos necesarios.

Por lo mismo, la localidad de Usaqué es presentada con la mayor tasa de crecimiento de la población que considera que el ingreso solo alcanza a cubrir los gastos mínimos o cubre más de los gastos mínimos. El reporte indica que “de un total de 137.979 hogares, el 14,1% (19.400 hogares) afirman que sus ingresos no alcanzan para cubrir los gastos mínimos, el 50,5% (69.729 hogares) dicen que sus ingresos solo alcanzan para cubrir los gastos mínimos y el 35,4% (48.851 hogares) reportan que sus ingresos cubren más que los gastos mínimos.”

El precio del servicio se ofrece mediante dos paquetes de ventas que ayudan a resumir nuestras actividades y preferencias de los usuarios y clientes. En primer lugar se presenta la propuesta para las familias y adultos mayores mediante los paquetes de Pasadía Oro y Pasadía Plata distribuidos de la siguiente manera.

Tabla 14.
Horario y precio de actividades para paquetes Pasadía Oro y Pasadía Plata

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
BELLEZA	ARTE	DEPORTE	ENTRETENIMIENTO	ENTRETENIMIENTO
Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo
ARTE	DEPORTE	RELAJACIÓN	RELAJACIÓN	EXPEDICIÓN
Refrigerio	Refrigerio	Refrigerio	Refrigerio	Refrigerio

Pasadía Oro	\$400.000
Pasadía Plata	\$290.000

Fuente: Elaboración propia

El valor es mensual y la distribución de actividades en cada uno de los pasadías se encuentra repartida a lo largo de la semana, como se muestra en el cuadro anterior.

Según las encuestas realizadas para saber que paquete tendría mayor impacto y para determinar la mejor forma de vender las actividades, se estableció que el Pasadía Oro cuenta con una participación del 65%, mientras el Pasadía Plata con un 35%.

Para nuestro segmento objetivo de mercado institucional que son los adultos mayores, se encuentra el Plan Plus (un año), Plan Medium (seis meses) y Plan Basic (tres meses).

Tabla 15.
Planes y tiempo de duración

PLAN Plus – Un año	
Día 1 (Lunes o Martes)	Día 2 (Viernes o Jueves)
DEPORTE	ARTE
ENTRETENIMIENTO	EXPEDICIÓN
Almuerzo	Almuerzo
RELAJACIÓN	BELLEZA
Refrigerio	Refrigerio

PLAN Medium – Seis meses	
Día 1 (Miércoles)	Día 2 (Viernes)
DEPORTE	ARTE
ENTRETENIMIENTO	EXPEDICIÓN
Almuerzo	Almuerzo
RELAJACIÓN	BELLEZA
Refrigerio	Refrigerio

PLAN Basic – Tres meses	
Día 1 (Martes)	Día 2 (Jueves)
ARTE	BELLEZA
DEPORTE	ENTRETENIMIENTO
Almuerzo	Almuerzo
EXPEDICIÓN	RELAJACIÓN
Refrigerio	Refrigerio

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16.
Planes exclusivos para segmento de Hoteles geriátricos

15 PERSONAS

Plan Plus	\$4.900.000
Plan Medium	\$3.900.000
Plan Basic	\$2.700.000

10 PERSONAS

Plan Plus	\$4.200.000
Plan Medium	\$3.000.000
Plan Basic	\$1.602.000

Fuente: Elaboración propia

Es importante aclarar que los planes anuales, semestrales y trimestrales van dirigidas a los hoteles geriátricos, por lo tanto el descuento por cantidad de adultos afiliados a cada plan tiene descuentos adicionales a los planes dirigidos a los adultos que viven con su familia (pasadía oro y plata).

En consecuencia, se establecen los objetivos y estrategias en relación al precio del servicio que ayuden a esclarecer la factibilidad de la empresa.

Tabla 17.
Objetivos y estrategias en relación al precio

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de un precio razonable y accesible para la población en estudio. Teniendo en cuenta que las encuestas realizadas, suponen que los clientes pagarían más de 600.000 por este servicio mensual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar Benchmarking en los precios de nuestros competidores.
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar cuidadosamente los costos, la competencia y demanda para ofrecer un precio satisfactorio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un informe mensual para comparar los precios y promociones que estén en el mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • Promover el mejor servicio para que el precio sea percibido por el usuario de la forma correcta y lograr un margen de contribución del 82%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener el rango de precios dentro de un estándar medio de acuerdo a los competidores.
<ul style="list-style-type: none"> • Cautivar al cliente con un precio cómodo a su nivel de ingresos y poder adquisitivo y así ganar participación en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciar con precios inferiores para realizar la adecuada incursión al mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • Lograr aumentar las utilidades al punto más alto a medida que transcurre el servicio prestado. 	

Fuente: Elaboración propia

6.1.3. DISTRIBUCIÓN

Las actividades y servicios ofrecidos por Entorno de Alegría se van a desarrollar en un espacio físico, por otro lado los clientes e interesados en los servicios ofrecidos tendrán información detallada en la página de internet o vía telefónica para mayor facilidad y comodidad. Es decir, que el centro recreacional tendrá una forma directa de distribución.

Es importante implementar estrategias para un mayor conocimiento y distribución del servicio, por ejemplo crear redes y buenas negociaciones con los proveedores de los alimentos, elementos didácticos y muebles y enseres necesarios para prestar los servicios.

Tener en cuenta otras herramientas que puedan dar a conocer a Entorno de Alegría, como redes sociales, radio periódicos etc.

Crear relaciones con empresas públicas y privadas en pro del cuidado al adulto mayor.

6.1.4. COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación que se utilizarán para dar a conocer el lugar y las actividades que ofrecemos estarán divididos en masivos y complementarios.

En cuanto a los medios de comunicación masivos utilizaremos internet por medio de la creación de página web, en donde los hoteles geriátricos de la localidad estarán informados del mismo, además de utilizar el periódico con un anuncio del centro recreacional, teniendo presente que los usuarios de nuestro proyecto en su mayoría leen el periódico diariamente. Se contratarán dos personas, las cuales se encargarán de la parte publicitaria y comercial, entregando volantes y folletos en los hoteles geriátricos y por toda la localidad, entregando información a usuarios y familias que pueden adquirir el servicio para beneficio de nuestros abuelos.

En cuanto a la comunicación y publicidad es de vital importancia que familias y hoteles

geriátricos de la localidad de Usaquén conozcan Entorno de Alegría, que puedan saber de qué se trata y que ofrece en pro de adulto mayor, además de conocer los beneficios que genera a los familiares y dueños de los hoteles geriátricos.

Dichos conocimiento se dará por medio de volantes, visitas a los hoteles, brochure, prensa y pagina web en donde la información será detallada. Por otro lado, es importante estar informados de los cambios en el sector, políticas y temas varios enfocados a los adultos mayores, es por esto que se asistirá a seminarios, ferias y eventos en donde se pueda mostrar el servicio, comunicar y proveer información a las personas interesadas.

Es de vital importancia crear estrategias para fortalecer relaciones públicas, comunicando las características del servicio y de la creación de Entorno de Alegría.

6.2. PRESUPUESTO DE MERCADEO

Tabla 18.
Presupuesto de mercadeo para el proyecto

CONCEPTO	VALOR PRESUPUESTO
Volantes	\$100.000
Prensa	\$300.000
Página Web	\$1.500.000
Tarjetas de presentación	\$100.000
Poster y pancartas	\$200.000
Presupuesto para ferias y eventos	\$1.000.000
Brochure	\$520.000

Fuente: Elaboración propia

Los valores del presupuesto de mercadeo se hicieron con base a un año, teniendo en cuenta estudios de mercadeo que resaltan la necesidad de adquirir dichos conceptos. Teniendo en cuenta la viabilidad de que conozcan el servicio por medio de información detallada y precisa del servicio que se quiere dar a conocer.

Al iniciar el proyecto se presupuestó 3.720.000 pesos colombianos para la elaboración de elementos de comunicación y publicidad, cada elemento tendrá un rol diferente para dar a conocer el servicio, en cuanto a las tarjetas de presentación se distribuirán en las visitas a los hoteles geriátricos y por último, en volantes y pagina web la información será más específica con horarios, servicios, galería de imágenes, historia y características que representan a Entorno de Alegría como empresa.

Por otro lado, se tendrá presupuesto para publicidad en los periódicos ya que familiares y los mismos usuarios leen dicho medio de comunicación, donde podrán encontrar teléfonos, dirección y principales especificaciones para que contacten al centro recreacional. Dicha publicidad estará en periódicos como El Tiempo y ADN, la razón es porque muchas familias se encuentran afiliadas al periódico El Tiempo, tienen facilidad para leerlo; siendo el periódico más actualizado y completo, por otro lado el ADN es gratuito y reconocido por estos tiempos en las calles bogotanas donde existe aglomeración de gente.

Se realizaran publicaciones cada tres meses, actualizando novedades y para informar a las personas con mayoría de edad, directores de hoteles geriátricos y en general a todas las personas que tienen a cargo personas mayores o desean tomar el servicio de entorno de alegría.

Además de estos dos periódicos, se realizaran publicaciones cada dos meses en el periódico de la localidad “Mi Zona”, ya que es conocido en la localidad y distribuido por los conjuntos residenciales.

Se realizaran visitas personales a los hoteles geriátricos, en donde el asesor llevara la información plasmada en un brochure, ya que facilitara la explicación de los servicios y este se quedara con el director a quien se le esté informando del servicio. En este brochure se mostraran los planes que se ofrecen, horarios, actividades, dinámicas del servicio, teléfonos y pagina web.

Así mismo todas las personas que se acerquen a pedir información del servicio en las instalaciones, se les facilitara el brochure.

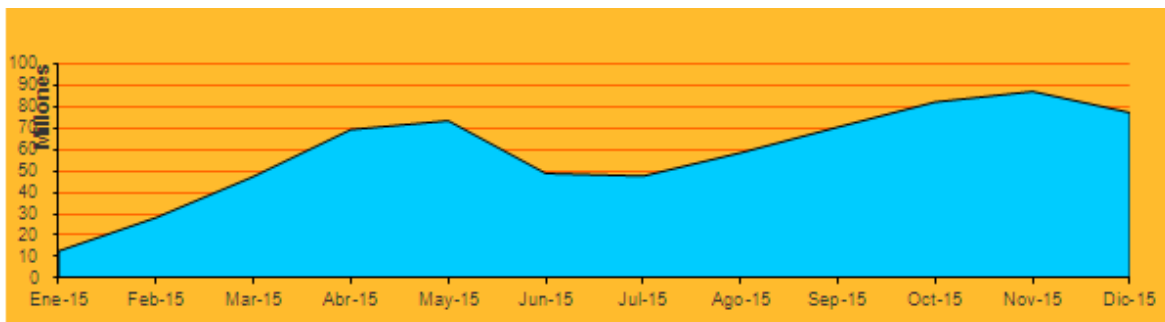
6.3. OBJETIVOS COMERCIALES

- Aumentar un 20% el número de clientes y usuarios progresivamente cada año.
- Aumentar la presencia y representación de la empresa en toda la localidad de Usaquén.
- Aumento del nivel de satisfacción de los principales clientes en un 10% cada año, para no presentar ningún tipo de queja o reclamo por parte familiares o entes empresariales (hoteles geriátricos).
- Desarrollar para el 2015 cinco alianzas estratégicas con entes gubernamentales en pro del adulto mayor.

6.4. ESTIMATIVOS DE VENTAS

Teniendo en cuenta que el centro recreacional tiene 5 salones con diferentes actividades en el día, se estimo un total de 10 adultos por salon, eso quiere decir que en el dia pueden adquirir el servicio 50 personas como máximo para el primer año, sin embargo en el año uno se estimo un rango de 30 adultos que adquieran el servicio diariamente incluyendo los ocho paquetes ofrecidos.

Gráfico 11.
Ventas Año 1



Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Tabla 19.
Ventas Año 1

PERIODO	\$	%
Ene/2015	12.652.000	1,80%
Feb/2015	28.214.000	4,02%
Mar/2015	47.354.000	6,75%
Abr/2015	69.204.000	9,86%
May/2015	73.276.000	10,44%
Jun/2015	48.804.000	6,95%
Jul/2015	47.554.000	6,78%
Ago/2015	58.406.000	8,32%
Sep/2015	70.356.000	10,03%
Oct/2015	82.028.000	11,69%
Nov/2015	86.908.000	12,38%
Dic/2015	77.048.000	10,98%

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

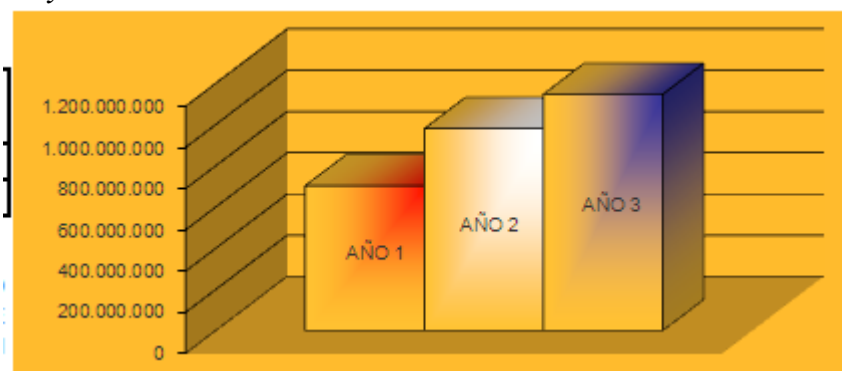
Respecto al incremento porcentual entre el año 1 2 y 3 podemos ver que entre el año 2 y 3 es de 21,90%.

Ilustración 10.
Ventas proyectadas años 2 y 3

PERIODO	\$	PROM.MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	701.804.000	58.483.667	
AÑO 2	979.126.000	81.593.833	39,52%
AÑO 3	1.145.958.000	95.496.500	17,04%

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Gráfico 12.
Ventas proyectadas año 2 y 3



Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Tabla 20.
Ventas totales por producto

PRODUCTO	EN PESOS		EN UNIDADES	
	VENTAS AÑO	%	VENTAS AÑO	%
Pasadía Oro 3 días	104.000.000	14,82%	260	34,03%
Pasadía Plata 2 días	100.340.000	14,30%	346	45,29%
Plan plus 10 adultos 2 días	109.200.000	15,56%	26	3,40%
Plan plus 15 adultos 2 días	78.400.000	11,17%	16	2,09%
Plan medium 10 adultos 2 días	66.000.000	9,40%	22	2,88%
Plan medium 15 adultos 2 días	100.800.000	14,36%	28	3,66%
Plan basico 10 adultos 2 días	51.264.000	7,30%	32	4,19%
Plan basico 15 adultos 2 días	91.800.000	13,08%	34	4,45%
TOTAL	701.804.000	100,00%	764	100,00%

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Es importante resaltar que el producto con mayor número de ventas para el primer año es pasadía plata individual mensual, ya que es el más económico y el más fácil de vender, sin embargo los paquetes semestrales y trimestrales tuvieron aproximadamente el 15% de las ventas totales.

Por otro lado es importante resaltar que el plan con mayor número de ventas es pasadía plata dirigido a los adultos mayores que viven con sus familias o que adquieran el servicio individualmente, basando dicha proyección de ventas en las encuestas realizadas, ya que por facilidad económica prefieren ir dos días a la semana, además de los servicios ofrecidos, alimentación y facilidad de transporte. (Ver anexo 12.1.2)

En cuanto a los planes que se ofrecen a los hoteles geriátricos como nuestro mercado institucional, se resalta que los más vendidos son los planes básicos (trimestral) y los médium (semestral), los tres hoteles geriátricos entrevistados (mi ángel guardian, El Almendral, Oasis) en dicha entrevista los directores de los mismos, opinaban que por facilidad de traslado y la protección de los adultos era mejor solo dos días a la semana, por esta razón todos los planes constan de dos días, con actividades rotativas para mayor dinamismo y menor monotonía al mes.

Por otra parte opinaban que escogerían planes trimestrales o semestrales, ya que era mas fácil manejar los pagos de tiempos más cortos, y que además en este caso también contribuía la familia, y preferían pagar rangos de tiempos cortos.

Los planes tendrán actividad de belleza, la mayoría de entrevistados son mujeres y prefieren manicures y actividades de spa, en donde comparten con los compañeros, experiencias vividas y mayor socialización.

El estimativo de ventas se presenta por el número de planes vendidos a los hoteles geriátricos, o individualmente a las familias en toda la localidad, es importante resaltar que en un hotel se puede vender más de un plan según el número de adultos mayores que deseen el servicio.

7. ESTRATEGIA OPERATIVA

7.1. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL SERVICIO

La planeación de las actividades se dará en un periodo de dos meses para dar continuidad a cada una de las clases propuestas. Por eso, se verificará su procedimiento, resultado, avances y desarrollo en cada uno de los participantes. Para lo anterior se plantea la ficha técnica de cada actividad y su debido control.

Tabla 21.
Ficha técnica para control de actividades

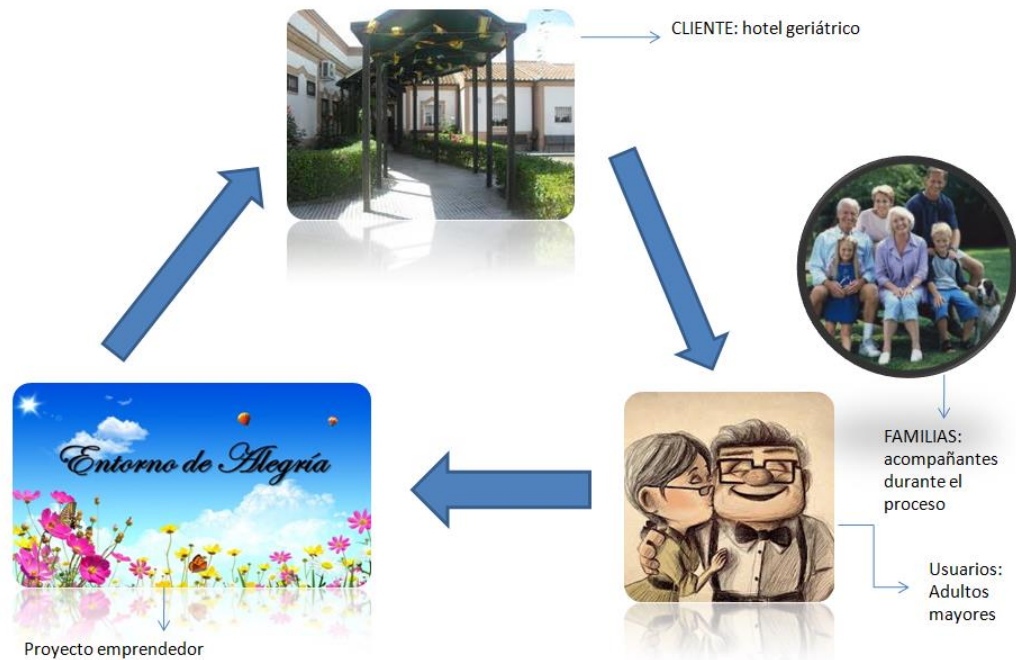
CATEGORÍA	HORARIO	ACTIVIDAD	OBJETIVO	RESPONSABLE	EVALUACIÓN	MEJORAS
Se describe la categoría a la cual pertenece la actividad	Tiempo de cada día. Fecha de inicio y final.	Se especifica la actividad dentro de la categoría	Objetivo de la actividad para el grupo. Que habilidad se trata	Coordinador del grupo.	Resultados obtenidos en el proceso de la actividad	Qué se debe mejorar

Fuente: Elaboración propia.

La ficha mostrada anteriormente, será propuesta por cada integrante para que de esta forma, se lleve un control personalizado y se obtenga un análisis detallado del proceso de cada uno.

El ciclo de venta del servicio se muestra en la siguiente ilustración donde se especifica al usuario, cliente y personas que acompañan dentro del proceso. Todo esto para comprender cómo se diseña la mecánica de venta del proyecto emprendedor y continuamente describir cada actividad.

Ilustración 11.
Ciclo de venta y agentes implicados



Fuente: Elaboración propia.



Una vez se observa el proceso de compra, se dispone a especificar cómo es la funcionalidad de las actividades propuestas. Cada actividad tiene una duración de aproximadamente 2 horas y 30 minutos. Su realización depende del paquete que el cliente haya adquirido y de las personas inscritas para dicha categoría. Para esto, se explica cada categoría y sus diferentes actividades de acuerdo a la dimensión específica del adulto mayor.

- **DIMENSIÓN SOCIO-AFECTIVA**

Objetivo: Fomentar el autoestima y participación dentro de las diversas actividades para incentivar la comunicación y relaciones del grupo.

Ilustración 12.

Descripción de la categoría Belleza y sus actividades

BELLEZA	DESMECHADOS	HUELLAS DE BELLEZA	PALACIO DE CARICIAS
	<p>Se realiza el corte de cabello o algún tipo de peinado que ayude a modificar el espacto exterior de la persona. Brindándole mayor seguridad de sí misma. Aspectos como cortar, alisar, trenzar y adornar de diferentes formas hacen parte de este servicio.</p> 	<p>Embellecimiento y cuidado de las manos y pies. Tratamiento completo de manicure y pedicure para mantener las uñas bien cuidadas permitiendo a la persona verse sus manos y pies saludables. Para esto, se maneja tradicional o con diseños y decoración.</p> 	<p>Hace referencia a un spa de masajes sencillos y estimulantes. "El masaje de la casa" donde se les permite escoger la fragancia preferida y así poder disfrutar de una profunda relajación. Se realizan movimientos sincronizados que le devuelven armonía al cuerpo.</p> 



Fuente: Elaboración propia.

Materiales: productos de belleza y cuidado personal para la realización de masajes, peinados, manicure, pedicure, entre otros. Se necesitan camillas, sillas confortables, toallas, secador.

Descripción: las 3 actividades se distribuyen a lo largo de la semana. Sin embargo, en cada una habrá una capacidad de 10 personas en las que se distribuirá el tiempo determinado para cada actividad que es de 2 horas y 30 minutos aproximadamente. Cada integrante participará de forma activa en las decisiones de cada actividad.

Ilustración 13.

Descripción de la categoría Arte y sus actividades

ARTE	MANOS A LA OBRA	MUNDO DE COLLAGE
	<p>Se involucran diferentes manualidades como: carpintería básica, costura, dibujo, arcilla y diversas manualidades que involucren cortar, pegar, trenzar, brillar, crear. Todo con la intención de desarrollar motricidad y coordinación de las habilidades acompañado de actividades que ellos disfrutan realizar. Mediante las actividades se quiere despertar la creatividad e imaginación con la ayuda de múltiples utensilios.</p>	<p>Crear un anuario de fotos inolvidables para los adultos mayores. Para ellos, las fotos representan el resumen de muchas experiencias vividas y las cuales no quieren olvidar, por eso, el anuario será realizado poco a poco en donde incluir charlas de relatos vividos entre ellos. Se incluyen fotos actuales que se buscarán en nuevas ocasiones. El tema principal serán las fotos, el anuario de historias vividas y nuevas propuestas de mostrar lugar maravillosos del mundo, inspirando sus vidas de felicidad.</p>
		

Fuente: Elaboración propia.

Materiales: se necesita papeles de colores, pegante, tijeras, crayolas, marcadores, colores, hilos, telares, arcilla, madera especializada para carpintería básica, lana, escarcha, entre otros.

Descripción: manos a la obra manejará la presentación de un objeto cada dos semanas en relación a talleres de carpintería, como cajas decorativas, objetos de adorno para el hogar, entre otros. En el mundo de collage se intenta mejorar las relaciones y recuerdos familiares y personales en el recorrido de su vida, realizando un collage en forma de libro donde se relatan diferentes experiencias.

Ilustración 14.

Descripción de la categoría Relajación y sus actividades

RELAJACIÓN	ESPIRITUALIDAD	DECORANDO TU INTERIOR
	<p>La religión y el culto por aquello a lo que se cree o no se cree, es fundamental en la vivencia de las personas. Por eso, viendo su importancia, aquí se abre un espacio para orar y estar en contacto con la religión. Dicha actividad se da en un lugar acogedor y tranquilo donde un especialista en el tema dirigirá el sentimiento espiritual en cada integrante. Se maneja un concepto de espiritualidad</p>	<p>Los adultos mayores disfrutan las terapias con la parafina como fuente de tranquilidad. Masajes y elaboración de velas permitirán obtener los beneficios de belleza, humectación, reducción de dolor, eliminación del exceso de líquidos en el tejido y decoración.</p>
		

Fuente: Elaboración propia

Materiales: además de contar con un ambiente tranquilo decorado de velas y flores en tonos pasteles, se necesitan sillas, mesas, dispositivos de sonido, parafina, platones, toallas y paños.



Descripción: la idea es realizar un itinerario en el que se permita disponer de un espacio privado con la espiritualidad y religión de cada integrante, por medio de talleres de oración y vida. Para la actividad de decorando tu interior, se realizan sesiones grupales con la metodología de parafina en diferentes partes del cuerpo.

- **DIMENSIÓN FÍSICO-FUNCIONAL**

Objetivo: Promover y mantener la movilidad del aparato locomotor, condiciones y las capacidades físicas del adulto para brindarle bienestar físico mediante la práctica de este tipo de actividades.

Ilustración 15.

*Descripción de la categoría **Entretenimiento y sus actividades***

ENTRETENIMIENTO	TV SHOW	INTERNAUTAS
	<p>La participación y aptitudes de cada uno, hará de esta actividad un mágico resultado. Se realizarán desfiles temáticos con motivos y fechas importantes para ellos. Los vestuarios más llamativos, coloridos y divertidos serán premiados. También la realización de un cortometraje fomentará la unión del grupo y hará que todos participen en un show de cine.</p>	<p>Permitirá enseñar el uso de internet y el computador en general de una forma fundamental pero importante para su desarrollo personal. La intención se da con el fin de no excluirlos de los avances tecnológicos y cambios en la comunicación. De igual forma, ayudará a tener más contacto con sus seres queridos.</p>
		


Fuente: Elaboración propia

Materiales: vestuario, ambientación escenario (sillas, mesas, puertas), computadores.

Descripción: en la parte de TV Show se presentará un cortometraje u obra al final de cada mes con la participación de todos los integrantes. Mientras en Internautas se dictarán clases para el uso de computador de forma básica.

Ilustración 16.

Descripción de la categoría Deporte y sus actividades

DEPORTE	AERÓBICOS	BAILANDO LA VIDA
	<p>La actividad física permitirá disminuir su sedentarismo y ritmo de degeneración en su estado físico. Los aeróbicos dirigidos ayudan a aumentar los años de esperanza de vida y brindar un estado de salud, mental y físico que sea ideal para sentirse a gusto con sí mismo.</p>	<p>Se realiza un bingo bailable divertido y especial donde los adultos mayores cumplen un papel muy dinámico; bailan, cantan, juegan, se divierten y ganan premios inolvidables. Con la ayuda de un animador que hará que ellos disfruten cada instante y hagan del juego una fiesta.</p>
		



Fuente: Elaboración propia

Materiales: sonido, aros, colchonetas, lazos, balones, música.

Descripción: los aeróbicos tendrán una dinámica grupal y algún momento individual para atender las patologías de cada uno. Con todo tipo de música lo que se quiere es realizar mayor ejercicio. En la actividad de Bailando la Vida, se trabajan además del baile otras dinámicas de juegos como el semáforo, el trencito, caminar en pareja, la estatua que se mueve, entre otros. Se maneja una enumeración para rectificar que cada uno participe y luego organizar grupos dentro ellos mismos para realizar competencias.

Ilustración 17.

Descripción de la categoría Expedición y sus actividades

EXPEDICIÓN	UNA AVENTURA DE ALTURA	EN FAMILIA
	<p>Se realizarán algunas salidas a la ciudad, para conocer lugares tranquilos y majestuosos de la naturaleza. Serán lugares que relaten historias y muestren desbordantes experiencias. Algunos museos, parques y lugares nombrados harán parte de una nueva exploración para recordar cada momento.</p>	<p>La integración familiar es uno de los momentos que los adultos mayores más valoran. Aquí podrán compartir con sus seres queridos y participar en algunas actividades lúdicas que incentiven el poder de la unión familiar que es fundamental en la vida de una persona. De esta forma, se presentan a los familiares el resultado de otras actividades realizadas.</p>
		

Fuente: Elaboración propia

Materiales: transporte, meses, sillas, refrigerio, ambientación.

Descripción: las salidas tienen una duración de aproximadamente medio día, recorriendo lugares de interés para los participantes. En la actividad de la familia se mostrarán todos los trabajos realizados por los adultos mayores y se harán integraciones dinámicas concursos de familia y se obsequiarán sorprendentes premios.

7.2. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

Para la elección del posible lugar en el que se podría realizar el proyecto, se tuvieron en cuenta 5 propuestas de casas que contaban con las características necesarias. A continuación, se presentan unas imágenes ilustrativas de los lugares cotizados.

La idea de negocio se va a desarrollar en un espacio amplio, ubicado en el barrio Las Margaritas por medio de arriendo el cual oscila entre \$5.000.000 y \$9.000.000.

Ilustración 18.

Propuesta de localización de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Luego de haber analizado cada propuesta, se determina que la mejor opción para nuestra empresa es una casa ubicada en el barrio Las Margaritas que cuenta con 788 metros cuadrados. Es un lugar amplio, moderno y ubicado cerca a principales avenidas lo que permite mayor acceso a familias y hoteles geriátricos de la zona.

El siguiente recuadro muestra algunas fotos de la composición de la casa, su fachada y ubicación.

Ilustración 19.
Propuesta de localización e interior de la empresa



Fuente: Elaboración propia

7.3. PROCESOS

Una vez el adulto mayor ingresa a nuestra empresa el proceso para la prestación de servicios empieza con un contrato de autorización firmado por un familiar o adulto responsable quien autentica que puede recibir nuestro servicio y que mientras permanezca en el recinto, la empresa se hace responsable de su bienestar. En dicho contrato se especifican las patologías y medicamentos que se deben tener en cuenta para el horario de digerirlos o para mantener mayor cuidado dependiendo de su necesidad.

7.3.1. Condiciones y requerimientos de entrada

Es el inicio para empezar un proceso dentro del centro de recreación. De esta forma, se conoce al adulto mayor que va a ser parte del proyecto y a su familia o persona encargada quien informará las diferentes condiciones en las que se encuentra la persona. Firma y autoriza para que se realicen las actividades propuestas. Se establecen parámetros de medicamentos, permisos para salidas, horarios, en caso de emergencia a quien informarle. Será el primer contacto con el usuario y cliente.

7.3.2. Folleto de Horarios y bienvenida

Una vez se establecieron las condiciones de entrada y permanencia dentro del centro, se le entrega al familiar, hotel geriátrico y adulto mayor el folleto de horarios que indica el salón, hora y día en el que se realizará la actividad escogida dependiendo del paquete al cual se inscribió. Este papel dará las fechas de inicio y terminación de cada una de las categorías e informará acerca de su descripción. Así, la familia o el hotel geriátrico se sentirán más seguros.

7.3.3. Reporte de la mañana

Al inicio de la jornada se realiza el reporte diario de cada uno de los integrantes con la ayuda del área de enfermería y Geriátrica. Todo con el fin de determinar las condiciones en las que ingresan y los principales objetivos a realizar durante el día. De igual forma, dicho reporte servirá de apoyo para mostrar los resultados finales. Aquí se tienen en cuenta, los signos vitales y condiciones de salud, disponibilidad y ánimo.

7.3.4. Acogida del adulto mayor

Luego de verificar su estado de salud y condición física, se recibe al participante para presentar el lugar al cual deberá asistir dependiendo de su respectivo horario y se le guiara hacía el salón correspondiente. Se presenta cada uno del grupo en el transcurso de cada actividad, en este tiempo se sigue un orden establecido para que sea el espacio de actividad.

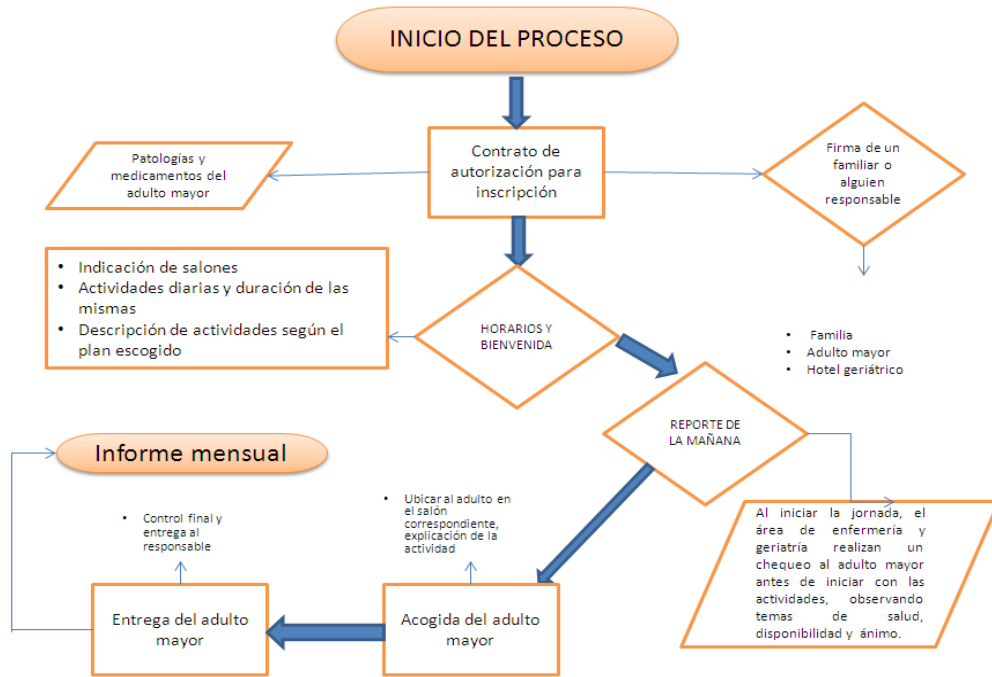
7.3.5. Entrega del adulto mayor

Una vez se termina la jornada de diversión, se examinan las condiciones en las que termina el adulto mayor, su condición de salud, física y mental, para entregarlo directamente a la persona responsable, ya sea, el hotel geriátrico o la familia (cuando no hace parte del hotel geriátrico). Se hace la valoración requerida para dar sustento del excelente servicio prestado. Para finalizar, se dirige al medio de transporte que lo llevará al lugar establecido en el contrato.

7.3.6. Informe mensual

El informe mensual se realizará por cada participante, destacando los resultados y procedimientos obtenidos durante el transcurso del mes. Las manualidades, videos, fotos y talleres serán evidencia para demostrar su desarrollo dentro de Entorno de Alegría. El informe se pasará directamente al cliente que adquirió el servicio y se pedirá como requisito calificar el servicio que se adquirió.

Gráfico 13.
Diagrama de Proceso



Fuente: Elaboración propia

7.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de la planta va a permitir que los participantes tengan un adecuado desplazamiento, funcionalidad y comodidad en la ejecución de los talleres y actividades.

La seguridad y precauciones dentro del establecimiento son primordiales para la tranquilidad de los adultos mayores.

A continuación, se especifican cada una de las áreas dentro de nuestro centro de diversión, nombrando su importancia y funcionamiento en relación a nuestro servicio.

- **Área de salones para actividades y ejercicios.**

El lugar propuesto cuenta con 6 salones amplios y luminosos en los cual se distribuirá cada una de nuestras categorías correspondientes a nuestras actividades donde cada salón tendrá un color característico, de tal forma que la distribución se realice de la siguiente manera: Belleza (Color amarillo), Arte (Color rojo), Entretenimiento (Color Rosado), Deporte (Color azul), Expedición (Color lila) y Relajación (Color verde).

- **Área de oficinas y recepción**

Esta zona queda en un lugar estratégico de forma tal que no interfiera con las actividades pero que se pueda tener control de todo el lugar. En el caso de la recepción, será un espacio acogedor y visible para dar la bienvenida al lugar.

- **Área de baños**

La casa cuenta con 6 baños espaciosos, luminosos y acordes a las necesidades físicas de los adultos mayores.

- **Área verde y al aire libre**

Contaremos con un patio al aire libre dotado de algunas sillas y mecedores para brindar un entorno más natural y campestre. La intención es ofrecer esparcimiento entre ellos y contacto con diferentes personas que están viviendo experiencias juntas. Allí se sentirá la tranquilidad que brinda la naturaleza.

- **Área social**

La ambientación de esta parte de la casa quiere reflejar descanso pero sobretodo diversión. Estará dotada de sillas, mesas y sofás para que se sienta un ambiente familiar.

- **Área de comedor**

Como principal fuente de unión en una familia, el comedor será una de los lugares más decorados y ambientados para reflejar la acogida de un hogar. De igual forma, la cocina que

estará completamente equipada con: refrigerador, utensilios, horno, cuarto frío, y estantería de almacenamiento; para brindar un adecuado servicio de alimentación.

- **Área de enfermería**

Aquí se manejarán todos los procesos médicos y se equipará con todo el material necesario para cualquier emergencia y control permanente. Materiales de curación y medicamentos de uso común serán primordiales en dicho proceso.

Para un control más eficiente se manejará un tablero diario con el nombre de cada uno de nuestros participantes, indicando hora, medicamento, dosis e indicaciones en cada uno de los casos. También, se manejará un armario con divisiones donde se señalan y guardan los medicamentos.

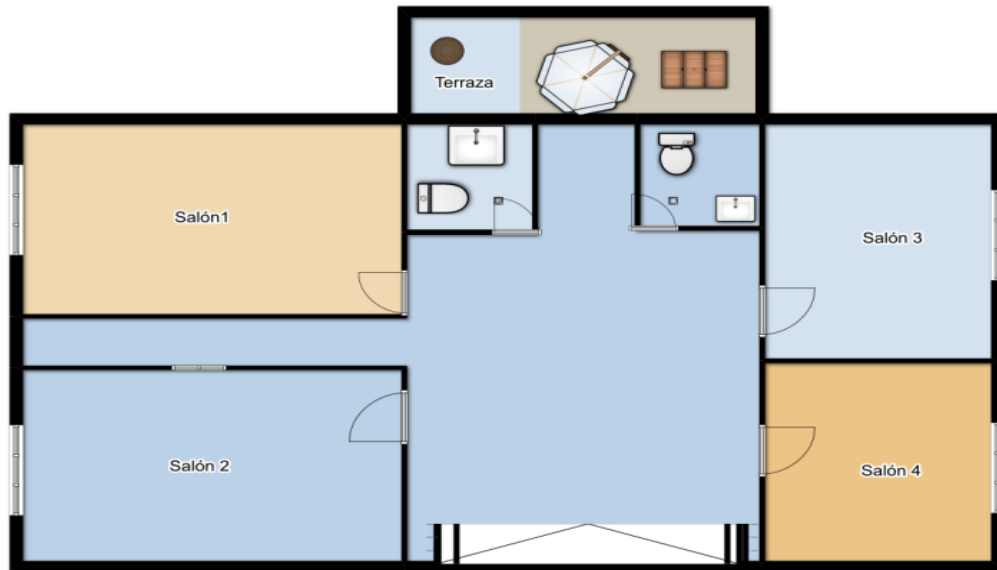
El siguiente plano representa una ilustración de cómo se va a desarrollar la distribución de la planta y de tal forma, generar una mejor visualización de la realización del proyecto.

Ilustración 20.
Distribución de la planta, Primer Piso



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 21.
Distribución de la planta, Segundo Piso



Fuente: Elaboración propia

7.5. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

En nuestro proyecto la identificación de maquinaria como los implementos de cocina y herramientas para desarrollo de actividades, serán fundamentales en la ejecución de los mismos. El uso de aparatos tecnológicos, los cuales serán usados para enseñar la capacidad de la tecnología en la vida del ser humano, son otras de las herramientas primordiales para Entorno de Alegría.

Los equipos de trabajo que anteriormente se mencionan en cada una de las categorías son la base para que cada actividad sea desarrollada de la mejor manera, maquinaria y equipo como:

televisor, proyector, muebles, computadores, refrigerador, implementos de ejercicio, cámara, reproductor de sonido, entre otros. Ayudan a que se ofrezca un mejor servicio. Por lo mismo, se especifican las máquinas o equipos necesarios para las categorías del servicio.

Tabla 22.

Identificación de necesidades de maquinaria y equipo para cada servicio: Belleza, Arte, Expedición, Entretenimiento, Relajación, Enfermería, Alimentación y Deporte

- **BELLEZA**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Sillas	20	25.000
Sofá	2	120.000
Secador	1	70.000
Plancha para cabello	1	95.000

- **ARTE**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Sillas	20	25.000

- **ENTRETENIMIENTO**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Sillas	20	25.000
Sofá	2	120.000
Equipo de sonido	1	500.000
Computador	8	700.000

- **DEPORTE**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Equipo de sonido	1	500.000

- **RELAJACIÓN**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Sillas	10	25.000
Sofá	1	120.000
Camilla	2	200.000

- **EXPEDICIÓN**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Equipo de enfermería portátil	1	2.000.000

- **ENFERMERÍA**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Tanque de oxígeno	1	500.000
Silla de ruedas	2	50.000
Equipo de enfermería	1	2.000.000

- **ALIMENTACIÓN**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO
Estufa	1	300.000
Horno	1	500.000
Nevera	1	800.000

Fuente: Elaboración propia

7.6. PLAN DE COMPRAS E INVENTARIOS

En cuanto a maquinaria y equipo las compras se harán al inicio del proyecto, teniendo en cuenta que la depreciación de los mismos es a 10 años, sin embargo se les hará mantenimiento cada tres meses. En cuanto a los alimentos se harán cada 30 días con los proveedores de manera que la empresa tenga liquidez mensualmente.

En cuanto a elementos didácticos se comprarán al inicio y se realizará una inspección mensual de los mismos para corregir cualquier daño o defecto que se presenten, ya que una de las prioridades es mantener dichos elementos en perfecto estado para un mejor servicio, para las actividades de papelería se destinarán compras mensualmente ya que son necesarios para cada actividad de arte.

Se realizaran negociaciones con proveedores de cada uno de los insumos, las cuales tendrán que ver con el volumen de elementos, cantidades, horarios y localización de entrega.

Ilustración 22.
Especificaciones Pasadía Oro

ESPECIFICACIONES PASADÍA ORO		
\$	24.000	Belleza
\$	72.000	Arte
\$	1.120.000	Entretenimiento
\$	40.000	Deporte
\$	108.000	Buseta
\$	80.000	Almuerzo
\$	48.000	Refrigerio
\$	120.000	Expedición
\$	64.000	Relajación
\$	668.000	

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 23.
Especificaciones Pasadía Plata

ESPECIFICACIONES PASADÍA PLATA		
\$	72.000	Arte
\$	1.120.000	Entretenimiento
\$	40.000	Deporte
\$	108.000	Buseta
\$	80.000	Almuerzo
\$	48.000	Refrigerio
\$	64.000	Relajación
\$	524.000	

Fuente: Elaboración propia

7.7. GESTIÓN DE CALIDAD

Es de vital importancia que todo el personal este comprometido con el cliente y nuestro usuario final, para brindarles el mejor servicio acompañado de herramientas para la gestión de calidad como lo son las normas ISO.

El propósito central de la gestión es la satisfacción del cliente, todos los planes y esfuerzos estarán orientados hacia la mejora continua del desempeño para brindar el mejor servicio con valor agregado. Por otra parte es importante generar una ventaja competitiva frente al mercado y a la competencia.

Por otro lado es de vital importancia escuchar sugerencias, quejas o reclamos por parte de los usuarios, clientes y familiares, es por esto que los encargados de la parte administrativa estarán pendientes de llamadas o visitas, guardando todo tipo de información que pueda afectar la calidad y excelencia del servicio.

- **RIESGOS LABORALES**

Riesgo de incendio del centro: Se puede producir básicamente en la cocina del centro o en los paneles eléctricos. Un fuego puede iniciarse en cualquier parte de una cocina: en una instalación eléctrica en mal estado o sobrecargada, debido a la existencia de focos de calor cercanos a materiales fácilmente combustibles, a calentamiento excesivo de aceites.

Según el tipo de fuego, se puede producir un mayor o menor grado de asfixia, intoxicación por humo, lesiones múltiples, quemaduras por fuego, etc.

Riesgo de contactos eléctricos: Lo podemos encontrar en cualquier parte del centro y ocurre por la mala utilización de la maquinaria y del equipamiento eléctrico vario y generalmente debido a fallos de los equipos (derivaciones) o instalaciones (mal protegidas o aisladas), etc.

Las lesiones que se pueden producir son graves o muy graves, según la intensidad de la corriente, como calambres, contracciones musculares, irregularidades cardíacas, fibrilación ventricular, etc., hasta poder ocasionar la muerte del afectado si se dan ciertas circunstancias (manos mojadas, fallo de los diferenciales, etc.)

Riesgo de caídas y golpes: Las caídas que se pueden producir en este sector son normalmente al mismo nivel (para el personal asistencial, médicos, trabajadores sociales, animadores, personal de limpieza, etc.)) y a distinto nivel para el personal de mantenimiento y transporte.

- **MEDIO AMBIENTE**

Se busca establecer algunas normas dentro del centro recreacional para el cuidado del medio ambiente como:

- ✓ Implementar la clasificación de basuras, por medio de charlas informativas y de capacitación a empleados, usuarios y clientes.
- ✓ Ahorrar papel, utilizando los métodos de reciclaje.
- ✓ Ambientes libres de humo.
- ✓ Talleres de sensibilización al cuidado del medio ambiente.
- ✓

- **MEDIDAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD**

- ✓ Mantener limpio y ordenado cada lugar donde se desarrollan las actividades, comedor cocina y demás espacios del centro recreacional.
- ✓ No dejar elementos didácticos en el suelo o cualquier tipo de elemento, ya que podría ocasionar un accidente a los usuarios o empleados de la empresa.
- ✓ No obstruir los pasillos, escaleras, puertas o salidas de emergencia.
- ✓ Mantener completa higiene y limpieza el centro y desarrollar incentivos de higiene a todos los colaboradores y usuarios.
- ✓ Tener una adecuada señalización en cada área del centro recreacional.

8. ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA

8.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

8.1.1. ÁREAS FUNCIONALES

ADMINISTRACIÓN: Es el área encargada de llevar orden de los proveedores de alimentos y elementos lúdicos en el centro recreacional, además de controlar los salarios y vigilar las actividades de las enfermeras, geriatras y los encargados de las actividades que se realizarán en entorno de alegría.

MEDICINA: Esta área llevará un control de los adultos mayores que hagan parte de Entorno de Alegría, así mismo tendrá una planilla con las diferentes novedades que se presenten en el adulto mayor y que necesiten servicio médico especializado, se hará seguimiento a las enfermedades que se puedan estar presentando y el buen control del servicio de las enfermeras y geriatras.

TRANSPORTE: El encargado debe tener diligenciado cada dirección de los clientes y usuarios, en donde sea exitosa la recogida y llevada de cada uno de los adultos mayores, además tendrá el conocimiento de las dificultades de los adultos al momento de abordar un vehículo, en el transporte habrá otra enfermera para mayor seguridad.

ALIMENTOS: Se tendrán alimentos saludables, con recetas diseñadas para el segmento de mercado, se tendrá un orden y planilla de las comidas diarias con horarios específicos.

8.1.2. CRITERIOS DE ORGANIZACIÓN

Para los criterios de organización se tuvieron en cuenta aspectos en común con los trabajadores y sus roles. Dichos propósitos en el diseño de la organización pueden variar dependiendo de las necesidades y entorno actual del ambiente laboral.

Para su adecuada implementación, ejecución y elaboración es importante tener en cuenta:

- Enfoque estructural: refleja a la organización de acuerdo a sus funciones, objeto y misión, con la colaboración de una jerarquía.
- Enfoque funcional: se intenta agrupar aquellos procesos funcionales para optimizar el resultado.
- Enfoque socio-dinámico: se basa en aquellos sistemas y gestiones en el área de recursos humanos, dando prioridad al empleado.
- Enfoque tecnológico: su prioridad es establecer una adecuada interacción entre el trabajador y la tecnología como principal herramienta de trabajo.

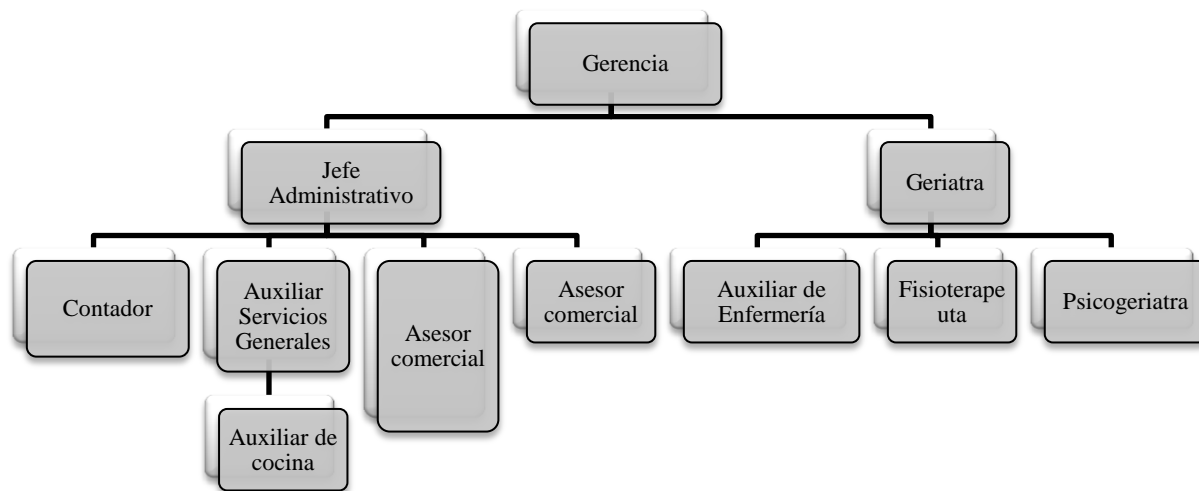
De igual forma, los aspectos que afectan el entorno laboral y su desarrollo como: información, roles, funciones, capacidades, instalaciones, herramientas tecnológicas, retribución y compensaciones. Lo que permitirá realizar una estrategia que optimice el trabajo de cada una de las áreas.

Los criterios de organización estarán basados en las áreas específicas para prestar el servicio y desarrollar las diferentes actividades, debido al conocimiento de las personas que serán contratadas para llevar a cabo las actividades de la mejor manera.

Es importante aclarar que dentro del área administrativa, se encargaran de la parte comercial y ventas para presentar el servicio a los clientes, mostrando organización y precisión en los procesos.

8.1.3. DISEÑO DEL ORGANIGRAMA Y ANÁLISIS DE CARGOS

Gráfico 14.
Diseño del organigrama y análisis de cargos



Fuente: Elaboración propia

Gerencia: encargada de dirigir la organización y sus trabajadores para que todo se ejecute de la mejor manera.

Jefe Administrativo: tiene a cargo al contador y Auxiliar de Servicios generales. Se encarga de la gestión y organización en los diferentes procesos de la empresa.

Geriatra: como profesional especializado, se encarga de velar por los cuidados y recomendaciones en los adultos mayores. Al igual que está encargado de la Auxiliar de enfermería, Fisioterapeuta y Psicogeriatría.

Contador: encargado de los procesos contables de la empresa y sus actividades mensuales.

Auxiliar de Servicios Generales: Se encarga del orden, programación y adecuada ejecución de la logística en cada actividad.

Auxiliar de Enfermería: acompañamiento y supervisión en la realización de actividades para velar por el bienestar del adulto mayor.

Fisioterapeuta: brindar apoyo en el proceso de movilidad corporal.

Psicogeriatría: cumplir con la función de asesor la parte emocional, física y mental de cada integrante y su desarrollo en actividades.

8.1.3.1. Análisis de Cargos

Tabla 23.
Análisis de cargos, funciones y responsabilidades

CARGO	Geriatra
Área Funcional	Medicina – Geriatría
Nivel de estudios	Profesional, especialización en asuntos geriátricos.
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia
Jornada	10:00 a.m. – 4:00 p.m.
Personas a cargo	3
Salario mensual	\$ 800.000

Funciones

- Seguimiento al adulto mayor, teniendo en cuenta los cambios que se produzcan en ellos.
- Creación de planes y agendas específicas del Fisioterapeuta y sicogeriatría
- Velar por la prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades presentes en el adulto mayor.
- Diagnosticar las actividades a desarrollar dependiendo de cada patología.
- Conocer los cambios que se producen con el envejecimiento en los diferentes órganos y sistemas.
- Identificar los efectos de los medicamentos en el manejo de las diferentes patologías.
- Identificar las necesidades de la persona, su conocimiento de entorno y potencial social.
- Divulgar aspectos de promoción de salud, prevención de dependencia.
- Gestor en los diferentes procesos asistenciales.

Responsabilidades

- Evaluar y cuantificar el estado físico, biológico, psíquico y social en cada uno de los pacientes de manera constante.
- Realizar evaluaciones y reportes de la capacidad funcional de cada integrante.
- Establecer los diferentes planes de cuidado y objetivos asistenciales.
- Desarrollo e instauración de planes para cuidados relacionados con la capacidad de la edad.
- Acompañar y seguir cada proceso por medio de herramientas técnicas.

CARGO	Contador
Área Funcional	Administrativa
Nivel de estudios	Técnico o tecnólogo en contabilidad
Experiencia	Mínimo 2 años
Jornada	10:00 a.m. – 4:00 p.m.
Personas a cargo	Ninguna
Salario mensual	\$800.000
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de impuestos y registros en libros contables • Creación de P y G, balances generales, etc. • Verificar las facturas correspondientes a la razón social de la empresa. • Llevar mensualmente los libros generales de compras y ventas. • Manejar los registros contables en el programa establecido por la empresa. • Realización de cuentas por cobrar y cuentas por pagar. • Elaborar Estado de Resultados, flujos de caja y demás estados cada mes. • Revisar el pago de nómina a los empleados. • Liquidar impuestos de retención en la fuente y aportes parafiscales. • Colaborar en el presupuesto proyectado para el año fiscal.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar que se cumplan los principios de normatividad contable. • Mantener la confidencialidad de la información suministrada por la organización y cliente.

CARGO	Auxiliar servicios generales
Área Funcional	Administrativa – Operativa
Nivel de estudios	Bachiller
Experiencia	1 año
Jornada	9:00 a.m. - 4:30 p.m.
Personas a cargo	Ninguna
Salario mensual	\$644.350
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Encargada de los refrigerios y almuerzos, además de labores de aseo diario. • Mantener limpio el establecimiento y lugar de actividades. • Colaborar en la organización de herramientas para el desarrollo de actividades.
CARGO	Asesor comercial
Área Funcional	Administrativa – Operativa
Nivel de estudios	Bachiller
Experiencia	2 año
Jornada	9:00 a.m. - 4:30 p.m.
Personas a cargo	Ninguna
Salario mensual	\$644.350
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar un claro entendimiento y un eficiente manejo de las necesidades de sus clientes. • Atender la solicitud del cliente visitándolo para efectuar la presentación del portafolio de productos y brindarle una asesoría técnica inicial que motive en un principio la cotización y posteriormente el cierre la venta.

	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer el levantamiento inicial de la información o solicitársela al cliente. • Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el presupuesto de ventas asignado. • Análisis de cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario o reporte, atender reclamaciones e incidencias.

CARGO	Auxiliar de enfermería
Área Funcional	Medicina - Geriatría
Nivel de estudios	Técnico, tecnólogo, profesional
Experiencia	2 años
Jornada	10:00 a.m. – 4:00 p.m.
Personas a cargo	Ninguna
Salario mensual	\$800.000

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar chequeo diario de los signos vitales de los usuarios antes de comenzar cualquier tipo de actividad. • Brindar acompañamiento y guía al adulto mayor en el desarrollo de actividades. • Tener disponibilidad completa para permanecer en el cuidado y protección de los integrantes. • Administrar los medicamentos y cuidar de las enfermedades. • Ejercer servicios complementarios de asistencia sanitaria. • Apoyar las funciones del Geriatra. • Ocuparse del bienestar general del adulto.
------------------	--

Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la atención constante y efectiva de los pacientes. • Preparación técnica y conocimientos teóricos para cada paciente.
--------------------------	---

CARGO	Fisioterapeuta
Área Funcional	Medicina - Geriatria
Nivel de estudios	Técnico o profesional, especializado en Geriatria
Experiencia	5. Años
Jornada	10:00 a.m. – 4:00 p.m.
Personas a cargo	Ninguna
Salario mensual	\$800.000
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar valoración motriz de los usuarios, realizar masajes en el área de relajación. • Planificar diferentes secuencias de ejercicios dentro de las actividades. • Brindar soporte para verificar la capacidad corporal, fisiológica y funcional del adulto mayor. • Asesorar a los profesionales que lo necesiten sobre pautas de movilizaciones y los tratamientos en los que tengan incidencia las técnicas fisioterapéuticas. • Conocer, evaluar e informar y cambiar, en su caso, la aplicación del tratamiento de su especialidad cuando se den, mediante la utilización de recursos ajenos. • Conocer los recursos propios de su especialidad en el ámbito territorial. • Colaborar en las materias de su competencia

Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los tratamientos y técnicas rehabilitadoras que se prescriban. • Hacer el seguimiento y la evaluación de la aplicación del tratamiento que realice. • Conocer, evaluar e informar y cambiar, en su caso, la aplicación del tratamiento de su especialidad.
--------------------------	---

CARGO	Psicogeriatra
Área Funcional	Medicina - Geriátria
Nivel de estudios	Técnico o profesional, especializado en Geriátria
Experiencia	6. años
Jornada	10:00 a.m. – 4:00 p.m.
Personas a cargo	Ninguna
Salario mensual	\$800.000
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar charlas y conferencias con los usuarios, clientes y familiares. • Atender cualquier tipo de eventualidad dentro del centro recreacional. • Estudiar aspectos sociológicos, antropológicos y culturales que construyan las actividades ideales con enfoque geriátrico. • Evaluación exhaustiva de la situación cognitivo-afectiva, niveles de independencia-dependencia funcional (AVD), intereses, habilidades y destrezas ocupacionales, entorno físico-social y los objetivos / expectativas del paciente para detectar las funciones deficitarias y las no afectadas.

Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de actividades que incluyan en su desempeño las capacidades necesarias para alcanzar los objetivos pactados con el paciente/familia. • Programas que incluyen la adecuación ambiental y estructuración del entorno, orientación a la realidad, psicomotricidad, entrenamiento funcional, facilitación cognitiva y psicoestimulación integral.
--------------------------	--

CARGO	Auxiliar de cocina
Área Funcional	Administrativa - Operativa
Nivel de estudios	Técnico o profesional
Experiencia	2 años
Jornada	10:00 a.m. – 4:00 p.m.
Personas a cargo	Ninguna
Salario mensual	\$800.000
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar y ordenar los elementos de cocina. • Distribuir adecuadamente los alimentos necesarios de acuerdo al menú establecido y sus porciones indicadas. • Servir y estar pendiente del servicio de comedor.
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Cocinar y encargarse de la preparación de alimentos requerida. • Cumplir con normas de higiene y seguridad indispensable para preservar la salud y evitar accidentes. • Mantener la mayor limpieza, medidas de sanidad y orden dentro de la cocina, sus diferentes máquinas y equipos.

Fuente: Elaboración propia

8.2. ESTRUCTURA DE PERSONAL

8.2.1. POLÍTICA DE CONTRATACIÓN

Para la Política de Contratación en Entorno de Alegría se manejan los siguientes parámetros:

- Se identifica la necesidad del cargo disponible, indicando requisitos para poder aplicar.
- La compañía tendrá como prioridad las competencias, aptitudes y habilidades de la persona a contratar.
- Se publica la oferta en diferentes medios electrónicos, páginas de empleo y blogs con vigencia a un mes y renovación constante hasta conseguir la persona más adecuada.
- Dicha persona tiene como requisito cumplir con el perfil propuesto por la organización y el cuál se dispone para la vacante. Hoja de vida debidamente diligenciada; estudios, experiencias, actividades complementarios y capacitaciones.
- Los elegidos deben atender a una primera entrevista donde se tendrá contacto directo para dar a exponer sus deseos de trabajar con la empresa.
- Los candidatos a ejercer el cargo deben someterse a entrevista con las directivas y luego exámenes médicos que soporten su estado de salud, de igual forma, deben salir satisfactorios.
- En nuestro caso, los aspirantes a la parte Geriátrica deben tener experiencia en su área para garantizar su especialidad con el adulto mayor.
- No se podrán contratar a personal que sea menor de edad.
- El trabajador debe mantener discreción con la información suministrada por la empresa y debe guardar la confidencialidad de la misma.
- El conductor debe tener un perfil con más de 5 años de experiencia conduciendo con algún tipo de entidad y demostrar sus capacidades para trabajar con el adulto mayor.
- El asesor comercial debe ser una persona responsable, comprometida y luchador. Debe aprender la filosofía de la empresa para proyectarla en el proceso de venta.

- Aquellas personas elegidas deberán suscribir un contrato de trabajo que será dispuesto por la gerencia.
- El tipo de contrato será definido entre las dos partes para estar en un común acuerdo.
- El empleado nueva será sometido a un tiempo de prueba en donde se evaluarán su desempeño y posibles mejoras.

8.2.2. POLÍTICA SALARIAL

Como marco de referencia común en la política salarial se establecen dos tipos de contrato. En primer lugar se encuentra el contrato a término fijo y por prestación de servicios. En dicho contrato se estableció el monto a pagar para cada uno de nuestros cargos.

Se determinan los salarios de la empresa de la siguiente forma:

- Los términos de salario y contratación se fijan de acuerdo a la hoja de vida del candidato, sus competencias y disponibilidad presupuestaria.
- Los sueldos se pagarán mensualmente en las cuentas de ahorros que tuvieron apertura el día de la contratación.
- Los componentes de la política salarial serán: descripción actualizada de cargos, estructura de clasificación, rango salarial dependiendo del cargo establecido por la empresa.
- Manejamos una política salarial equitativa, justa, estimulante y aceptable.

Para el pago de salarios de los empleados se define por lo establecido en la normatividad colombiana quien tiene un Decreto 3069 del 30 de diciembre del 2013 que promueve el SMLV (Salario mínimo legal vigente), constituido para el 2014 en 644.350 pesos colombianos. Los salarios serán establecidos en el plan financiero y dependiendo del cargo, de los requisitos y exigencias de estudio.

Se pagará la nómina de manera mensual depositada en la cuenta de nómina que maneje la empresa o la que tenga el trabajador.

Para los cargos de Auxiliar de Servicios generales y Auxiliar de enfermería tendrán un contrato de prestación de servicios; mientras, que los cargos de Contador y Asesor Comercial manejará un contrato a término indefinido. Los cargos de Jefe Administrativo, Geriatra, Fisioterapeuta y Psicogeriatría establecen su sueldo de acuerdo a las exigencias pedidas por la empresa, nivel de estudios y competencias.

9. PLAN ECONÓMICO

9.1. PLAN DE INVERSIONES

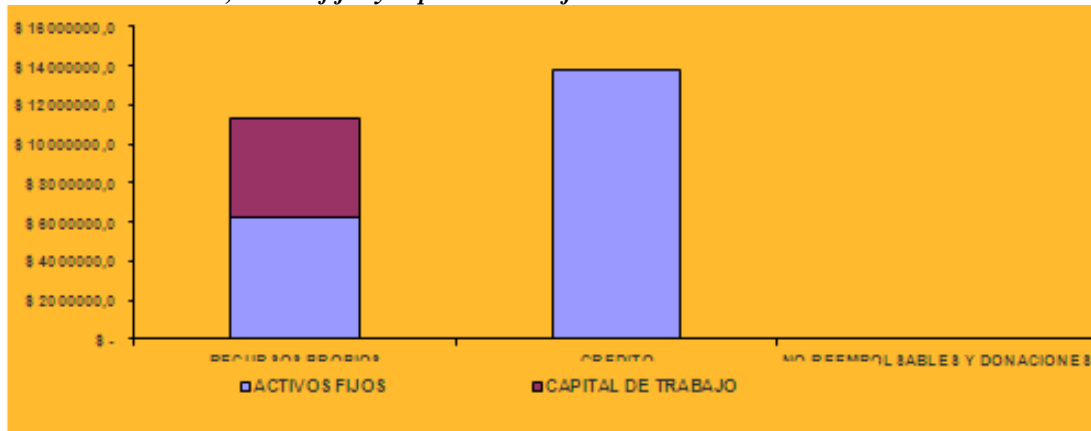
La inversión total del proyecto es de \$25.015.000, de los cuales \$11.250.000 son recursos propios y \$13.765.000 a crédito, de esta forma el 44,97% de la inversión corresponde a recursos de los socios y el 55,03% financiado, que será financiada bajo una tasa del 28,5% nominal anual a un plazo de 24 meses.

Tabla 24.
Resumen de Inversión y financiación

	RECURSOS PROPIOS		CREDITO		NO REEMBOLSABLES Y DONACIONES	TOTAL	
ACTIVOS FIJOS	\$ 6.250.000	56%	\$ 13.765.000	100%	\$ -	\$ 20.015.000	80%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5.000.000	44%	\$ -		\$ -	\$ 5.000.000	20%
Total general	\$ 11.250.000		\$ 13.765.000		\$ -	\$ 25.015.000	
DISTRIBUCION INVERSION	44,97%		55,03%				

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Gráfico 15.
Composición de la inversión, activos fijos y capital de trabajo



Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

9.1.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN FIJA

De los \$25.015.000 de inversión, se destinan \$20.015.000 en inversión fija relacionado con muebles y enseres, equipos, herramientas etc. Por otro lado \$5.000.000 en capital de trabajo.

Tabla 25.
Activos fijos

Periodo de inversión:	TOTAL			
	APORTES	CRÉDITO	OTRAS FUENTES	TOTAL
TERRENOS				
EDIFICIOS				
MAQUINAS		165.000		165.000
EQUIPOS	1.900.000	4.200.000		6.100.000
VEHICULOS				
MUEBLES Y ENSERES	4.350.000			4.350.000
HERRAMIENTAS		2.400.000		2.400.000
COMPUTAD. PRODUC.		7.000.000		7.000.000
COMPUTAD. ADMON.				
CAPITAL DE TRABAJO	5.000.000			5.000.000
TOTAL	11.250.000	13.765.000		25.015.000

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

9.1.2. PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está destinado a gastos y costos para iniciar el proyecto, en este caso el monto es de 5.000.000 de pesos, los cuales se dan por aportes propios aportados por los socios de la empresa.

9.2. ESTRUCTURA DE COSTOS

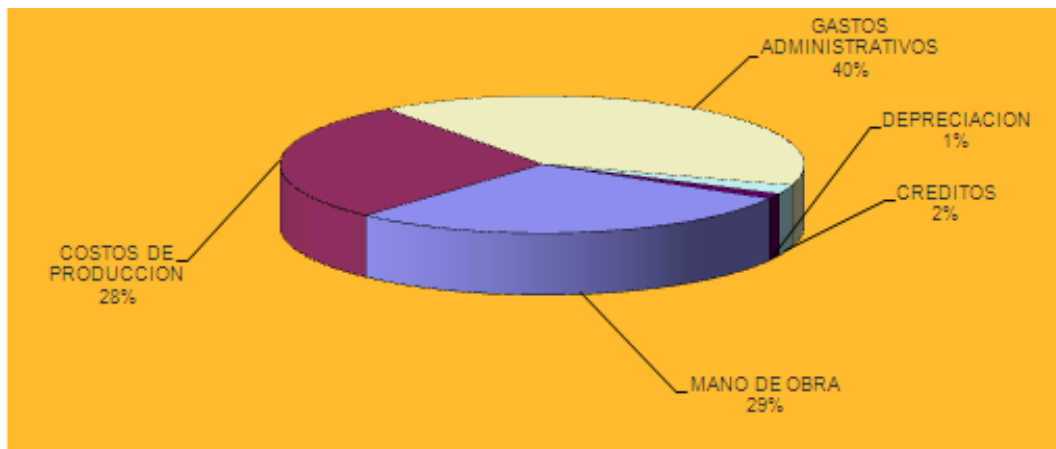
9.2.1. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS EMPRESARIALES

Tabla 26.
Composición de los costos fijos

TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ 9.986.927	\$ 119.843.122
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 9.940.000	\$ 119.280.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 14.075.110	\$ 168.901.320
CREDITOS	\$ 759.052	\$ 9.108.621
DEPRECIACION	\$ 447.705	\$ 5.372.458
TOTAL	\$ 34.761.089	\$ 422.505.521

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Gráfico 16.
Composición de los costos fijos



Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Se puede observar que el gasto más alto es el de administrativos con un 40%, seguido de los costos de producción necesarios para llevar a cabo las actividades y la mano de obra, dicho servicio necesita contratar mano de obra calificada y profesional por el tipo de actividades y las características de los clientes.

9.2.3. ESTRUCTURA DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS

Para definir los costos variables necesarios en cada servicio, se tuvo en cuenta los dos paquetes que se ofrecen y la cantidad de actividades que ofrecen los mismos.

Es decir que se definieron costos como papelería, cremas, elementos didácticos necesarios en cada servicio, además de servicios de transporte y alimentación que van incluidos en el paquete que se ofrece al cliente.

COSTOS VARIABLES DE LAS ACTIVIDADES

Se realizó la cotización de todos los elementos que se utilizaran en el desarrollo de las actividades, en unidades al por mayor. Después de esto los cuadros que vienen a continuación muestran los costes variables mensuales de cada actividad para una persona para luego calcular dichos valores en los planes ofrecidos.

Tabla 27.
Costos variables para cada actividad calculados para una persona

- BELLEZA**

ACTIVIDAD 1: Desmechados

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
cepillos	1/2 docena	2000	1	\$ 2.000,00
Tijeras	1/2 docena	1500	1	\$ 1.500,00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 3.500,00
COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
Estilista	Cantidad de cortes y peinados	4000	1	\$ 4.000,00
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ 4.000,00
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -
TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTOS				\$ 7.500,00

ACTIVIDAD 2: Huellas de belleza

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Esmaltes	docena	4500	2	\$ 9.000,00
crema exfoliante	1G	12000	0,05	\$ 600,00
Kit de aseo	docena	4800	1	\$ 4.800,00
Guantes	docena	350	1	\$ 350,00
Limas	docena	300	2	\$ 600,00
Removedor de esmalte	docena	1000	1	\$ 1.000,00
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 16.350,00
COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
Estilista	Cantidad de manicures y pedicures	3000	2	\$ 6.000,00
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ 6.000,00
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -
TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTOS				\$ 22.350,00

ACTIVIDAD 3: Palacio de caricias

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Cremas	5 Litros	12000	0,05	\$ 600,00
Elementos para masajes	1/2 docena	5000	0,5	\$ 2.500,00
Fragancias	docena	1500	1	\$ 1.500,00
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 4.600,00
COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
Masajista	Cantidad de cortes y peinados	6000	1	\$ 6.000,00
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ 6.000,00
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTO \$ 10.600,00

- ARTE**

ACTIVIDAD 1: Manos a la obra

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Cartulina	docena	100	2	\$ 200,00
Colores	docena	2000	0,5	\$ 1.000,00
Crayolas	docena	1650	0,5	\$ 825,00
Papel iris	docena	100	3	\$ 300,00
Resma	docena	9000	0,005	\$ 45,00
Arcilla	docena	2000	0,5	\$ 1.000,00
Pinturas	docena	500	1	\$ 500,00
Hilos	docena	600	1	\$ 600,00
Aguja croche	docena	1000	1	\$ 1.000,00
Madera	docena	5000	0,3	\$ 1.500,00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 6.970,00
COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ -
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTO \$ 6.970,00

- **ACTIVIDAD 2: Mundo de collage**

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Tapas para album	unidad	1000	2	\$ 2.000,00
Marcadores	docena	3000	0,5	\$ 1.500,00
Pegante	docena	1500	0,5	\$ 750,00
Colbon	docena	700	0,5	\$ 350,00
Cinta	docena	500	1	\$ 500,00
Esferos	docena	300	1	\$ 300,00
Impresión de fotos	unidad	400	10	\$ 4.000,00
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 9.400,00
COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ -
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTOS \$ 9.400,00

- **RELAJACIÓN**

ACTIVIDAD 1: Espiritualidad

COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
Cura	Misa u oración	30000	0,05	\$ 1.500,00
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ 1.500,00
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

ACTIVIDAD 2: Decorando tu interior

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Música	docena	900	1	\$ 900,00
Parafina	l Litro	20000	0,2	\$ 4.000,00
Fragancias	docena	1500	1	\$ 1.500,00
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 6.400,00

COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ -

OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTO \$ 6.400,00

- **ENTRETENIMIENTO**

ACTIVIDAD 1: TV SHOW

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Vestuario	unidad	8000	1	\$ 8.000,00
Accesorios	docena	2000	1	\$ 2.000,00
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 10.000,00

COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ -

OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTO \$ 10.000,00

- **DEPORTE**

ACTIVIDAD 1: Aeróbicos

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Toallas desechables	docena	5000	0,2	\$ 1.000,00
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 1.000,00
COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
Instructor	horas	40000	0,05	\$ 2.000,00
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ 2.000,00
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTOS \$ 3.000,00

ACTIVIDAD 2: Bailando la vida

COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
Animador	Horas	40000	0,05	\$ 2.000,00
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ 2.000,00
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTOS \$ 2.000,00

- **EXPEDICIÓN**

Una aventura de altura y en familia

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO MP
Entradas a lugares históricos y parques	unidad	40000	1	\$ 40.000,00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL COSTO MP				\$ 40.000,00
COSTOS MANO DE OBRA				
PERSONAL DE PRODUCCION	UNIDAD DE PAGO	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	COSTO M.O
Guía	Horas	30000	0,05	\$ 1.500,00
				\$ -
				\$ -
COSTOS MANO DE OBRA				\$ 1.500,00
OTROS COSTOS				
OTROS COSTOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	CANT. EN UNIDAD	OTROS COSTOS
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL OTROS COSTOS				\$ -

TOTAL COSTO POR UNIDAD: COSTO MP + COSTO M. de O+ OTROS COSTOS \$ 41.500,00

Fuente: Simulador financiero para costos variables. Jaime Moreno

Teniendo en cuenta las seis categorías de los servicios ofrecidos, se hizo la sumatoria de los costes variables para cada una de ellas.

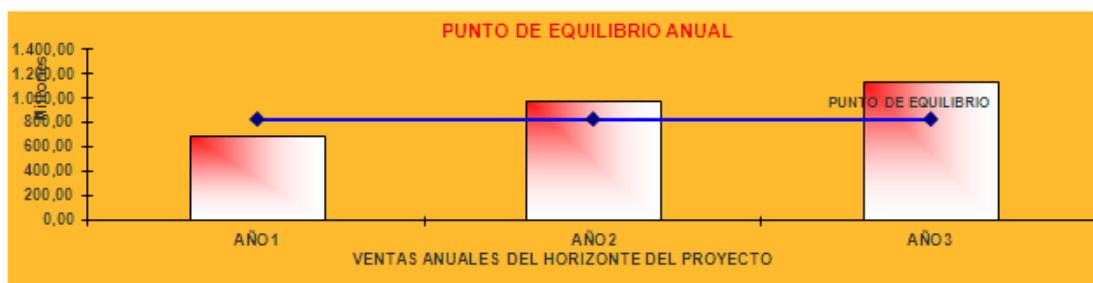
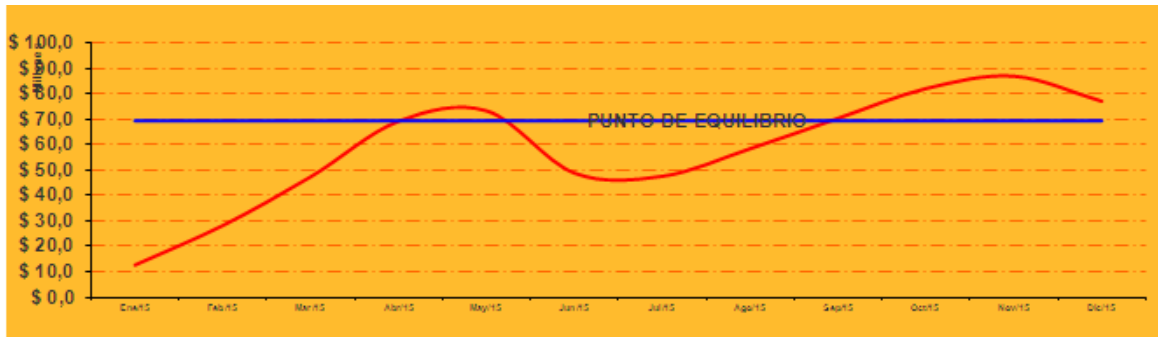
Tabla 28.

Costos variables para cada categoría del servicio

BELLEZA	\$ 40.450
ARTE	\$ 16.370
RELAJACIÓN	\$ 7.900
ENTRETENIMIENTO	\$ 10.000
DEPORTE	\$ 5.000
EXPEDICIÓN	\$ 41.500

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 17.
Punto de equilibrio, ventas Año 1



Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

El punto de equilibrio se da después de cuantificar los costos fijos y variables del producto o servicio, en este caso el punto de equilibrio de ventas anuales es de 832.425.430.

10. PLAN FINANCIERO

ESTADOS FINANCIEROS Y ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 31.

Estado de pérdidas y ganancias mensual (Primer año)

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	12.652.000	28.214.000	47.354.000	69.204.000	73.276.000	48.804.000	47.654.000	58.406.000	70.356.000	82.028.000	86.908.000	77.048.000
- COSTO DE VENTAS	25.541.538	31.844.818	39.493.938	48.440.896	50.343.436	40.020.496	40.020.056	45.915.276	50.487.076	54.915.236	57.347.056	63.326.076
UTILIDAD BRUTA	-12.889.538	-3.630.818	7.860.062	20.763.104	22.932.564	8.783.504	7.633.944	12.490.724	19.868.924	27.112.764	29.560.944	23.721.924
- GASTOS ADICION.	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110	14.075.110
- GASTOS DE VENTAS	830.060	2.025.720	3.848.120	5.433.120	5.709.380	3.735.120	3.520.120	4.081.180	5.143.180	6.105.440	6.397.240	5.767.640
UTILIDAD OPERACIONAL	-27.794.708	-19.731.648	-9.263.168	1.254.874	3.148.074	-9.026.728	-10.061.286	-5.665.566	650.634	6.932.214	9.088.594	3.879.174
- OTROS EGRESOS	217.788	210.950	203.951	246.541	237.643	228.534	219.208	209.661	199.887	189.881	179.638	169.151
- PREOPERATIVOS	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972	121.972
UTILIDAD A. DE IMP.	\$ -28.134.468	\$ -20.064.574	\$ -10.189.091	\$ 886.360	\$ 2.788.468	\$ -9.377.233	\$ -10.402.467	\$ -5.997.200	\$ 328.774	\$ 6.620.360	\$ 8.786.984	\$ 3.688.051

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

El servicio de recreación tiene una característica específica, y es que en algunos meses va a tener puntos más bajos que otros, como en diciembre, enero y en los meses de mitad de año, ya que la mayoría de familias comparten con los familiares, es decir que no los van a dejar en ningún otro lugar, en estos meses los abuelos no irían al centro recreacional.

Es importante resaltar que para este primer año las ventas no son muy alta, además se está recuperando la inversión.

Tabla 32.

Estado de Resultados proyectado anual

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
VENTAS	701.804.000	979.126.000	1.145.958.000
INV. INICIAL			
+ COMPRAS	293.200.320	413.191.060	489.825.460
- INVENTARIO FINAL			
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	293.200.320	413.191.060	489.825.460
+ MANO DE OBRA FIJA	119.843.122	119.843.122	119.843.122
+ MANO DE OBRA VARIABLE			
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	119.280.000	119.280.000	119.280.000
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	5.372.458	6.404.833	6.404.833
TOTAL COSTO DE VENTAS	537.695.900	658.719.015	735.353.415
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	164.108.100	320.406.985	410.604.585
GASTOS ADMINISTRATIVOS	168.901.320	168.901.320	168.901.320
GASTOS DE VENTAS	52.396.320	73.110.980	84.147.840
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	(57.189.540)	78.394.685	157.555.425
- OTROS EGRESOS			
- GASTOS FINANCIEROS	2.512.835	1.694.154	245.254
- GASTOS PREOPERATIVOS	1.463.667	1.463.667	1.463.667
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	(61.166.041)	75.236.865	155.846.505
IMPUESTOS			
UTILIDAD NETA	\$ -61.166.041	\$ 75.236.865	\$ 155.846.505

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

En el primer año el balance general es negativo, ya que se agan dedudas del incio del proyecto y las ventas no son tan altas como en el año 2 y 3.

Tabla 33.
Balance General proyectado

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	609.000	(69.524.337)	2.664.027	163.753.693
CUENTAS POR COBRAR		63.434.000	89.358.816	104.049.762
INVENTARIOS				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	609.000	(6.090.337)	92.022.843	267.803.454
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	14.820.000	17.515.000	20.015.000	20.015.000
DEPRECIACION		5.372.458	11.777.292	18.182.125
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	14.820.000	12.142.542	8.237.708	1.832.875
OTROS ACTIVOS	4.391.000	2.927.333	1.463.667	
TOTAL ACTIVOS	19.820.000	8.979.538	101.724.218	269.636.329
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR		52.225.480	74.647.763	88.469.001
PRESTAMOS	9.170.000	6.670.100	1.755.632	(0)
IMPUESTOS POR PAGAR				
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTAL PASIVO	9.170.000	58.895.580	76.403.395	88.469.001
PATRIMONIO				
CAPITAL	10.650.000	11.250.000	11.250.000	11.250.000
UTILIDADES RETENIDAS			(61.166.041)	14.070.823
UTILIDADES DEL EJERCICIO		(61.166.041)	75.236.865	155.846.505
TOTAL PATRIMONIO	10.650.000	(49.916.041)	25.320.823	181.167.328
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	19.820.000	8.979.538	101.724.218	269.636.329

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Tabla 34.
Resumen de la financiación

RESUMEN DE LA FINANCIACION		CREDITO: \$ 13.765.000		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
SALDO	6.670.100	1.755.632	(0)	
AMORTIZACION	4.594.900	7.414.467	1.755.632	
INTERES	2.512.835	1.694.154	245.254	
TOTAL PAGO DEUDA	7.107.735	9.108.621	2.000.886	

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

Tabla 35.

Tabla Resumen de pagos de la financiación

PERIODO	CUOTA	AMORTIZACION	INTERES	SALDO
1	\$ 505.667	\$ 287.879	\$ 217.788	\$ 8.882.121
2	\$ 505.667	\$ 294.717	\$ 210.950	\$ 8.587.404
3	\$ 505.667	\$ 301.716	\$ 203.951	\$ 8.285.688
4	\$ 621.193	\$ 374.651	\$ 246.541	\$ 10.006.037
5	\$ 621.193	\$ 383.549	\$ 237.643	\$ 9.622.487
6	\$ 621.193	\$ 392.659	\$ 228.534	\$ 9.229.829
7	\$ 621.193	\$ 401.984	\$ 219.208	\$ 8.827.844
8	\$ 621.193	\$ 411.531	\$ 209.661	\$ 8.416.313
9	\$ 621.193	\$ 421.305	\$ 199.887	\$ 7.995.008
10	\$ 621.193	\$ 431.311	\$ 189.881	\$ 7.563.696
11	\$ 621.193	\$ 441.555	\$ 179.638	\$ 7.122.141
12	\$ 621.193	\$ 452.042	\$ 169.151	\$ 6.670.100
13	\$ 759.052	\$ 541.262	\$ 217.790	\$ 8.628.838
14	\$ 759.052	\$ 554.117	\$ 204.935	\$ 8.074.721
15	\$ 759.052	\$ 567.277	\$ 191.775	\$ 7.507.444
16	\$ 759.052	\$ 580.750	\$ 178.302	\$ 6.926.694
17	\$ 759.052	\$ 594.543	\$ 164.509	\$ 6.332.151
18	\$ 759.052	\$ 608.663	\$ 150.389	\$ 5.723.488
19	\$ 759.052	\$ 623.119	\$ 135.933	\$ 5.100.369
20	\$ 759.052	\$ 637.918	\$ 121.134	\$ 4.462.451
21	\$ 759.052	\$ 653.069	\$ 105.983	\$ 3.809.382
22	\$ 759.052	\$ 668.579	\$ 90.473	\$ 3.140.803
23	\$ 759.052	\$ 684.458	\$ 74.594	\$ 2.456.346
24	\$ 759.052	\$ 700.714	\$ 58.338	\$ 1.755.632
25	\$ 253.385	\$ 211.689	\$ 41.696	\$ 1.543.944
26	\$ 253.385	\$ 216.716	\$ 36.669	\$ 1.327.227
27	\$ 253.385	\$ 221.863	\$ 31.522	\$ 1.105.364
28	\$ 137.859	\$ 111.607	\$ 26.252	\$ 993.758
29	\$ 137.859	\$ 114.257	\$ 23.602	\$ 879.500
30	\$ 137.859	\$ 116.971	\$ 20.888	\$ 762.529
31	\$ 137.859	\$ 119.749	\$ 18.110	\$ 642.780
32	\$ 137.859	\$ 122.593	\$ 15.266	\$ 520.188
33	\$ 137.859	\$ 125.505	\$ 12.354	\$ 394.683
34	\$ 137.859	\$ 128.485	\$ 9.374	\$ 266.198
35	\$ 137.859	\$ 131.537	\$ 6.322	\$ 134.661
36	\$ 137.859	\$ 134.661	\$ 3.198	\$ 0

Fuente: Simulador financiero, Cámara de Comercio de Bogotá

TIR = 61,96

El retorno de la inversión del proyecto tiene un valor alto, ya que los costos variables y fijos no son tan altos, el retorno de la inversión se da rápidamente, además el valor de las ventas año tras año va aumentando en cada plan ofrecido

11. BIBLIOGRAFÍA

- A., C. A. (2006). *Recreación y adulto mayor*. Obtenido de <http://www.redcreacion.org/articulos/terceraedad.html>
- Adulto, D. d. (2013). *Directorio del Adulto mayor*. Obtenido de <http://www.directoriodeladultomayor.com/>. 2013
- Ávila, F. S. (4 de Octubre de 2014). Chile, Uruguay y Panamá ofrecen la mejor calidad de vida para los ancianos. *La República*, pág. 1.
- Barragán, J. C. (2013). Encuesta de competencias. Bogotá, Colombia.
- Bogotá, A. M. (2010-2025). *Política Pública Social*. Recuperado el 2013, de <http://www.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/polpublicas/VEJEZ%20FINAL%20vin.pdf>
- CCB. (2008). *Tipo de Sociedades*. Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Formalizacion-empresarial/Conozca-las-formas-juridicas-para-formalizar-su-empresa>
- Centro Integral para adultos mayores*. (s.f.). Obtenido de <http://es.slideshare.net/cipam/centro-integral-para-adultos-mayores>
- Club, G. G. (s.f.). *Grupo Geronto Club*. Obtenido de <http://grupogerontoclub.blogspot.com/>
- Comentario Económico del día*. (s.f.). Obtenido de <http://anif.co/sites/default/files/uploads/Sep9-13.pdf>
- Concha, F. S. (s.f.). *Diagnóstico de los adultos mayores en Colombia*. Obtenido de <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/SeguimientoPoliticlas/Politiclas%20Poblacionales/Envejecimiento%20y%20Vejez/Documentacion/A31ACF931BA329B4E040080A6C0A5D1C>

- Creacion. (2013). *Conociendo el modelo Canvas*. Obtenido de <http://creacion.com/conociendo-el-modelo-canvas-parte-5-relaciones-con-clientes/>
- Cuéllar, S. C. (9 de Septiembre de 2013). *Dinámica y comportamiento del sector de servicios en 2013*. Recuperado el 2013
- Española, R. A. (Noviembre de 2008-2013). Recuperado el 2013, de <http://drae2.es/rutina>
- Funlibre. (1999). *Recreación y adulto*. Recuperado el 2013, de <http://www.redcreacion.org/articulos/terceraedad.html>
- IDRD, I. d. (2014). *Programa recreativo para personas mayores*. Obtenido de <http://www.idrd.gov.co/sitio/idrd/?q=es/node/324>
- Integración Social*. (s.f.). Recuperado el 2013, de <http://www.integracionsocial.gov.co/modulos/contenido/default.asp?idmodulo=135>
- Kickbush, K. A. (08 de Abril de 2002). *Report of the second World Assembly on Ageing*. Obtenido de Report of the second World Assembly on Ageing: <http://www.who.int/ageing/AFCSpanishfinal.pdf?ua=1>
- Modelo estructura de costos*. (s.f.). Obtenido de <http://es.slideshare.net/masolc/estructura-de-costos-15251507>
- OMS. (2012). *Publicaciones sobre el envejecimiento*. Obtenido de <http://www.who.int/ageing/publications/es/>
- OMS. (2013). *Ciudades globales amigables con los mayores: Una guía*. Obtenido de <http://www.who.int/ageing/AFCSpanishfinal.pdf?ua=1>
- Peña, N. L. (2014). *Vejez y trabajo de cuidado en una sociedad de envejecimiento*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- publicidad, O. A. (2009-2013). *One Agencia de publicidad*. Obtenido de <http://www.agenciaonepublicidad.com/imagencorporativa/catalogos>

Rosario, U. d. (s.f.). Recuperado el 2013, de

<http://www.urosario.edu.co/cienciashumanas/GuiasdeCalidadAcademica/49c/>

Salud, S. D. (s.f.). *Política Pública para el Envejecimiento y la Vejez en el D. C.* Obtenido de

<http://www.saludcapital.gov.co/Paginas2/PoliticaparaelEnvejecimiento.aspx>

Sol y Luna, equilibrio integral. (s.f.), de

<https://sites.google.com/site/centrodiageriatricosolyluna/>

Tiempo, E. (2013). *Localidades de Bogotá.* Obtenido de

<http://www.eltiempo.com/Multimedia/infografia/localidadbogota/>

Tiempo, E. (2015). *Población de Bogotá se está envejeciendo.* Obtenido de

<http://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/crecimiento-poblacional-en-bogota-envejece/14288316>

Tiempo, E. (s.f.). *El Tiempo.* Obtenido de <https://seg.eltiempo.com/publicaraviso/publicar-aviso>

Una nueva Etapa de vida. (s.f.), de

http://www.yinyangperu.com/adulto_mayor_nueva_etapa_de_vida.htm

Viejo Portal. (2009), de http://www.viejoportal.com/instituciones/larga_estancia.htm

Volantes, O. (2013). *OfiMax volantes.* Obtenido de

<http://www.ofimax.org/litografia/volantes.html>

(OMS, Publicaciones sobre el envejecimiento, 2012) (OMS, Ciudades globales amigables con los mayores: Una guía, 2013) (Tiempo, Población de Bogotá se está envejeciendo, 2015) (IDRD, 2014) (Club) (A., 2006) (Centro Integral para adultos mayores) (Concha) (Modelo estructura de costos)