

UNIVERSIDAD ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
EAN

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS DEL CLUB SOCIAL Y ACADEMICO “ LOS ROBLES”  
TRABAJO PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

Por  
Karen Osorio

Bogotá 20 de Diciembre de 2011

## CARTA DE CALIFICACION

NOTA: \_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a mi esposo y mis hijas que siempre han sido el motor de mi vida. A la Universidad por haberme impartido los conocimientos necesarios para llegar ser una buena profesional

## AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios en primer lugar, por que me dio la sabiduría suficiente para desarrollar este trabajo, a mis hijas por que sacrificaron el tiempo para estar con su mama en pro de desarrollar este trabajo y a mi esposo por su entendimiento.

## TABLA DE CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| RESUMEN EJECUTIVO                      | 1  |
| Concepto del Negocio                   | 3  |
| Justificación y Antecedentes           | 5  |
| <br>                                   |    |
| OBJETIVOS                              | 7  |
| Objetivos Generales                    | 8  |
| Objetivos Específicos                  | 8  |
| Objetivos a corto plazo                | 8  |
| Objetivos a mediano plazo              | 8  |
| Objetivos a largo plazo                | 9  |
| Estado Actual del Negocio              | 9  |
| Descripción de Productos y/o Servicios | 12 |
| Tamaño de La Empresa                   | 16 |
| Ubicación de La Empresa                | 16 |
| Dirección                              | 17 |
| Zona de Inscripción                    | 18 |
| Recepción                              | 19 |
| Zona Académica                         | 19 |
| Zona Lúdica                            | 20 |

|   |    |
|---|----|
| Zona Social.  | 21 |
| Flujo De Zona Social                                      | 22 |
| Servicios Generales                                       | 22 |
| Vigilancia  | 22 |
| Potencial del Mercado en Cifras                           | 22 |
| Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor                | 25 |
| Factor humano especializado                               | 26 |
| Factor Tecnológico  | 26 |
| Infraestructura adecuada                                  | 28 |
| Calidad del servicio                                      | 28 |
| Flexibilidad en los horarios                              | 28 |
| Costos razonables   | 29 |
| Resumen de Las Inversiones Requeridas                     | 29 |
| Proyecciones de Ventas Y Rentabilidad                     | 32 |
| Valor Presente Neto                                       | 33 |
| Tasa Integral de Retorno                                  | 33 |
| Valor presente neto y tasa interna de retorno proyectados | 34 |
| Costos fijos  | 36 |
| Costos Variables  | 36 |
| Punto de Equilibrio                                       | 37 |
| Proyección Financiera Primer Año                          | 38 |
| Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad       | 39 |
| Proyección de Ingresos a Cinco años                       | 42 |

|  |     |
|--|-----|
| Balance General Inicial                                  | 43  |
| Balance General Proyectado a cinco años                  | 45  |
| Estados de Resultados Inicial                            | 48  |
| Estados de Resultados Proyectados                        | 49  |
| Flujo de Efectivo Proyectado                             | 51  |
| Indicadores Financieros                                  | 53  |
| Indicadores de Rentabilidad                              | 53  |
| Margen Operacional de Utilidad                           | 53  |
| Gastos de Administración y ventas netas                  | 54  |
| Margen bruto de utilidad                                 | 54  |
| Margen Neto de Utilidad                                  | 55  |
| Indicadores de Endeudamiento                             | 55  |
| Endeudamiento sobre activos totales                      | 55  |
| Apalancamiento total                                     | 56  |
| Apalancamiento a corto plazo y Apalancamiento financiero | 56  |
| Concentración de Endeudamiento Corto y Largo Plazo       | 57  |
| VPN – Valor Presente Neto                                | 57  |
| TIR – Tasa Interna de Retorno                            | 58  |
| CAUE   | 58  |
| Equipo de Trabajo  | 58  |
| Director   | 59  |
| Contador   | 60  |
| Coordinador Académico                                    | 60  |
| Coordinador Zona Social                                  | 61  |
|  | VII |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Recreacioncita de Zona Lúdica   | 61 |
| Profesores                      | 62 |
| Recepcionista                   | 62 |
| Servicio de Vigilancia          | 63 |
| Servicio de Aseo                | 63 |
| <br>                            |    |
| CAPITULO UNO – MERCADO          | 65 |
| Análisis del Sector             | 65 |
| Caracterización del Sector      | 65 |
| Ubicación Geográfica            | 65 |
| Limítrofes.                     | 65 |
| Colegios Ubicados en La Zona    | 66 |
| Barreras de Entrada y Salida    | 67 |
| Barreras de Entrada             | 67 |
| Barreras de Salida              | 68 |
| Análisis y Estudio de Mercado   | 68 |
| Tendencias del Mercado          | 68 |
| Segmentación del Mercado        | 69 |
| Descripción de los consumidores | 70 |
| Consumidor                      | 70 |
| Usuario                         | 71 |
| ESTUDIO DE MERCADO              | 71 |
| Definición del Problema         | 71 |
| Objetivo del estudio de mercado | 71 |

|   |     |
|---|-----|
| Satisfacción de una necesidad                   | 72  |
| Satisfacción de un deseo:                       | 72  |
| Satisfacción a un problema                      | 72  |
| Calculo de la Muestra                           | 74  |
| Diseño de la Herramienta para el Estudio Piloto | 75  |
| Encuesta  | 76  |
| Objetivos                                       | 76  |
| Formato:  | 76  |
| Aplicación de la Encuesta:                      | 87  |
| Resultados Obtenidos:                           | 87  |
| Plan de Introducción al Mercado                 | 109 |
| Riesgos y oportunidades del mercado             | 110 |
| Análisis de La Competencia                      | 112 |
| Estudio de Precios                              | 116 |
| Plan de Mercadeo                                | 118 |
| Concepto del Producto o Servicio                | 118 |
| Estrategia de Producto                          | 119 |
| Diseño  | 119 |
| Marca   | 120 |
| Logotipo  | 120 |
| Identidad Corporativa                           | 121 |
| Estrategias De Distribución                     | 121 |
| Distribución y puntos de venta                  | 121 |
| Estrategia de precio                            | 122 |
|   | IX  |

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| Estrategia de promoción              | 122 |
| Estrategia de comunicación           | 124 |
| Estrategia Publicitaria              | 124 |
| Campaña de Lanzamiento               | 124 |
| Campaña de Posicionamiento           | 125 |
| Campaña de Sostenimiento             | 125 |
| Estrategias de servicio              | 125 |
| Presupuesto de la mezcla de mercadeo | 127 |
| Políticas del Producto               | 127 |
| Políticas de Precio                  | 127 |
| Política de Distribución             | 127 |
| Políticas de Comunicación            | 128 |
| Proyección de Ventas                 | 129 |
| Plan de introducción al mercado      | 130 |
| Objetivos Mercadológicos             | 130 |
| Corto Plazo                          | 130 |
| Mediano Plazo                        | 131 |
| Largo Plazo                          | 131 |
| <br>                                 |     |
| CAPITULO 2                           |     |
| ASPECTOS TÉCNICOS                    | 132 |
| FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO           | 132 |
| Descripción del proceso              | 133 |

|  |     |
|--|-----|
| Proceso de Producción.   | 133 |
| Necesidades y requerimientos   | 135 |
| Características de la tecnología.  | 135 |
| Tecnología Dura:   | 136 |
| Tecnología Blanda:   | 136 |
| Materias primas y suministros  | 136 |
| Políticas de Compra y Manejo de Inventarios  | 136 |
| Descripción del Inventario   | 137 |
| Localización   | 138 |
| Plan de producción   | 139 |
| Procesamiento de órdenes y control de inventarios                                    | 139 |
| Escalabilidad de operaciones   | 140 |
| Capacidad de producción  | 141 |
| Capacidad Instalada  | 141 |
| Modelo de Gestión Integral del Proceso Productivo                                    | 141 |
| Planes de control de calidad   | 142 |
| Políticas de Aseguramiento de la Calidad y Estrategia de Control de Calidad sobre El |     |
| Producto o Servicio  | 142 |
| Enfoque de La Política de Salud Ocupacional  | 143 |
| Políticas y Estrategias de Gestión Ambiental   | 144 |
| Procesos de investigación y desarrollo   | 145 |
| Plan de compras  | 147 |
| Costos de Producción   | 147 |
| Infraestructura  | 148 |

|   |     |
|---|-----|
| Zonas   | 150 |
| Zona de Inscripción                               | 150 |
| Zona Académica:                                   | 151 |
| Zona Lúdica:                                      | 152 |
| Zona Social:                                      | 153 |
| Mano de obra requerida                            | 155 |
| <br>  |     |
| CAPITULO TRES-ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES | 156 |
| Análisis estratégico                              | 156 |
| Misión  | 156 |
| Visión  | 156 |
| Análisis D.O.FA                                   | 157 |
| Matriz D.O.F.A                                    | 157 |
| Estructura organizacional                         | 160 |
| Perfiles y funciones                              | 160 |
| Director.   | 160 |
| Contador.   | 161 |
| Jefe de Recursos Humanos.                         | 161 |
| Recepcionista                                     | 162 |
| Personal Zonas del Club                           | 162 |
| Zona Académica.                                   | 162 |
| Zona Lúdica.                                      | 163 |
| Coordinador:                                      | 163 |
| Zona Social: Aquí en esta zona hay una división.  | 163 |

|  |     |
|--|-----|
| Servicios Generales.   | 164 |
| Vigilancia   | 164 |
| Organigrama  | 165 |
| Factores claves de la gestión del talento humano                                 | 166 |
| Esquema de contratación y remuneración   | 166 |
| Esquema de gobierno corporativo  | 167 |
| <br>   |     |
| CAPITULO CUATRO - ASPECTOS LEGALES   | 168 |
| Estructura jurídica y tipo de sociedad   | 168 |
| Disponibilidad de nombre (homonimia).  | 168 |
| Determinación de la actividad de la empresa.                                     | 169 |
| Verificación del uso del suelo.  | 170 |
| Proceso de formalización o legalización de su actividad mercantil o empresarial. | 170 |
| Número de personas que pueden conformar la empresa.                              | 170 |
| Figura jurídica y mercantil de la empresa.                                       | 171 |
| Sociedad Limitada.   | 171 |
| Constitución de una Sociedad Anónima o Limitada.                                 | 172 |
| Regímenes especiales   | 176 |
| Costos administrativos   | 177 |
| Gastos de personal   | 178 |
| Gastos de puesta en marcha   | 179 |
| Gastos anuales de administración   | 180 |

|  |     |
|--|-----|
| CAPITULO CINCO - ASPECTOS FINANCIEROS  | 182 |
| Proyecciones Financieras   | 182 |
| Balance General  | 182 |
| Balance Proyectado   | 184 |
| Estado de resultados   | 186 |
| Proyecciones de Afiliaciones   | 189 |
| Flujo de efectivo  | 191 |
| Punto de Equilibrio  | 192 |
| Costos Fijos   | 193 |
| Costos Variables   | 193 |
| El margen de contribución  | 193 |
| Ingreso Operacional  | 194 |
| Calculo de los indicadores de casa club social y académico infantil los robles | 195 |
| Indicadores de liquidez y solvencia  | 195 |
| Razón corriente  | 196 |
| Capital de trabajo   | 196 |
| Prueba acida   | 197 |
| Solides  | 197 |
| Indicadores de liquidez y solvencia casa club social y académico               |     |
| Infantil los robles  | 198 |
| Indicadores de rentabilidad  | 198 |
| Rentabilidad del patrimonio:   | 199 |
| Rentabilidad sobre Activos   | 200 |
|  | XIV |

|  |     |
|--|-----|
| Rentabilidad de la Inversión   | 200 |
| Margen operacional de utilidad   | 200 |
| Gastos de administración y ventas netas                                      | 201 |
| Margen bruto de utilidad   | 201 |
| Margen neto de utilidad  | 202 |
| Margen operacional   | 202 |
| Indicadores de rentabilidad casa club social y académico infantil los robles | 203 |
| Indicadores de endeudamiento   | 203 |
| Endeudamiento sobre activos totales  | 203 |
| Apalancamiento total   | 204 |
| Apalancamiento a corto plazo y Apalancamiento financiero                     | 204 |
| Concentración de endeudamiento Corto y largo plazo                           | 206 |
| Balance general casa club social y académico infantil los robles             | 206 |
| Estado de resultados casa club social y académico infantil los robles        | 208 |

## INDICE DE GRAFICAS Y TABLAS

### GRAFICAS

|               |     |
|---------------|-----|
| GRAFICA N° 1  | 88  |
| GRAFICA N° 2  | 89  |
| GRAFICA N° 3  | 90  |
| GRAFICA N° 4  | 91  |
| GRAFICA N° 5  | 92  |
| GRAFICA N° 6  | 93  |
| GRAFICA N° 7  | 94  |
| GRAFICA N° 8  | 95  |
| GRAFICA N° 9  | 96  |
| GRAFICA N° 10 | 97  |
| GRAFICA N° 11 | 98  |
| GRAFICA N° 12 | 99  |
| GRAFICA N° 13 | 100 |
| GRAFICA N° 14 | 101 |
| GRAFICA N° 15 | 102 |
| GRAFICA N° 16 | 103 |
| GRAFICA N° 17 | 104 |
| GRAFICA N° 18 | 105 |
| GRAFICA N° 19 | 106 |
|               | XVI |

|               |     |
|---------------|-----|
| GRAFICA N° 20 | 107 |
| GRAFICA N° 21 | 108 |

## TABLAS

|             |    |
|-------------|----|
| TABLA N° 1  | 23 |
| TABLA N° 2  | 24 |
| TABLA N° 3  | 24 |
| TABLA N° 4  | 30 |
| TABLA N° 5  | 33 |
| TABLA N° 6  | 34 |
| TABLA N° 7  | 34 |
| TABLA N° 8  | 35 |
| TABLA N° 9  | 36 |
| TABLA N° 10 | 38 |
| TABLA N° 11 | 42 |
| TABLA N° 12 | 43 |
| TABLA N° 13 | 45 |
| TABLA N° 14 | 48 |
| TABLA N° 15 | 49 |
| TABLA N° 16 | 51 |
| TABLA N° 17 | 53 |
| TABLA N° 18 | 53 |

|             |     |
|-------------|-----|
| TABLA N° 19 | 54  |
| TABLA N° 20 | 54  |
| TABLA N° 21 | 55  |
| TABLA N° 22 | 55  |
| TABLA N° 23 | 56  |
| TABLA N° 24 | 56  |
| TABLA N° 25 | 57  |
| TABLA N° 26 | 57  |
| TABLA N° 27 | 58  |
| TABLA N° 28 | 129 |
| TABLA N° 29 | 137 |
| TABLA N° 30 | 147 |
| TABLA N° 31 | 157 |
| TABLA N° 32 | 177 |
| TABLA N° 33 | 178 |
| TABLA N° 34 | 179 |
| TABLA N° 35 | 182 |
| TABLA N° 36 | 184 |
| TABLA N° 37 | 186 |
| TABLA N° 38 | 189 |
| TABLA N° 39 | 191 |
| TABLA N° 40 | 193 |
| TABLA N° 41 | 193 |
| TABLA N° 42 | 196 |

|             |     |
|-------------|-----|
| TABLA N° 43 | 196 |
| TABLA N° 44 | 197 |
| TABLA N° 45 | 198 |
| TABLA N° 46 | 199 |
| TABLA N° 47 | 199 |
| TABLA N° 48 | 200 |
| TABLA N° 49 | 200 |
| TABLA N° 50 | 201 |
| TABLA N° 51 | 201 |
| TABLA N° 52 | 202 |
| TABLA N° 53 | 202 |
| TABLA N° 54 | 203 |
| TABLA N° 55 | 204 |
| TABLA N° 56 | 204 |
| TABLA N° 57 | 205 |
| TABLA N° 58 | 206 |
| TABLA N° 59 | 206 |
| TABLA N° 60 | 208 |

## RESUMEN EJECUTIVO

El Club social y académico Infantil Los Robles Ltda. , es una empresa que se ubicará inicialmente en la localidad de Usaquén, enfocado a niños de 6 a 12 años el cual ofrecerá un servicio similar al que presta un club para adultos, con herramientas adecuadas y acordes a los gustos y afinidades de los menores, pero que además contará con el servicio de acompañamiento académico.

El club ayudará a mejorar el aprendizaje, rendimiento académico y hábitos de estudio, de los niños y niñas y al mismo tiempo les brindará un lugar en donde puedan encontrar momentos de esparcimiento y recreación con niños de sus mismas edades en el que puedan practicar deportes como minigolf, tenis, ajedrez, y otros que estimulen su crecimiento y conocimientos en un ambiente sano libre de presiones y malas influencias.

Existen lugares similares al Club social y académico infantil , como los clubes de adultos o cajas de compensación en donde se brinda esparcimiento y recreación para toda la familia , también existen lugares de asesorías académicas que ofrecen a los niños y niñas la oportunidad de mejorar su nivel académico , pero no tienen en cuenta la parte afectiva y sentimental, problemas que agobian la gran mayoría de la población infantil; Como factor de diferenciación El Club social y académico Infantil Los Robles contará con sicólogos infantiles que ofrecerán ayuda a los niños y niñas en sus problemas emocionales guiándolos de una manera oportuna , teniendo una comunicación constante con los padres de familia, que debido a sus múltiples ocupaciones no pueden dedicarle el tiempo suficiente a sus hijos e hijas , por medio de una página Web que tendrá el Club , permitiéndoles de esta manera que se involucren en la formación tanto académica como social.

Además El club contará con un servicio de transporte puerta a puerta para recoger y dejar a los niños en sus viviendas o donde se pacte al principio de la inscripción, utilizando una metodología de integración y relación de varios niños y niñas para que de esta manera se les facilite su socialización.

La idea de negocio es viable ya que de acuerdo a un estudio de mercadeo realizado se pudo apreciar que hoy en día los padres de estratos 4, 5 y 6 debido a sus labores profesionales y personales no poseen el tiempo suficiente para dedicarle a sus hijos y mucho menos para ayudarles con sus actividades académicas, generando bajas calificaciones y problemas sociales en muchos niños y niñas, problemas que influyen en el buen desarrollo de los pequeños.

El objetivo principal es alcanzar una posición de liderazgo en el mercado que permita mantener un crecimiento sostenido del servicio y de los clientes, con estrategias de planeación, organización, dirección, análisis continuo del desempeño, habilidades y debilidades logrando de esta manera mantener y mejorar las metas pactadas, teniendo como base el buen ambiente laboral y unión en la organización , principalmente con la capacitación continua de los funcionarios con las últimas tendencias en enseñanza de infantes.

#### Concepto del negocio:

Crear y desarrollar un club social y académico exclusivo para niños y niñas de 6 a 12 años, en el cual se ofrezca un servicio de asesoramiento y nivelación escolar y psicopedagógico para niños y niñas de familias que no pueden realizar un acompañamiento u orientación en las labores escolares de los pequeños y a los cuales este servicio no les es ofrecido por parte del colegio donde estudian , pero a la vez brindarles un servicio similar al que presta un club para adultos, con herramientas adecuadas y acordes a los gustos y afinidades de los menores.



<http://www.google.com.co/imgres?q=ni%C3%B1os+felices+estudiando>

El club Social y académico se encargará de ofrecer a los niños un nuevo método de aprendizaje, que no esté basado en la obligación si no en un aprendizaje continuo y divertido en un sitio en el cual puedan encontrar esparcimiento e interacción social con otros niños y niñas de su misma edad en un ambiente más libre, sin la presión de padres y profesores; supervisados por profesionales capacitados en psicopedagogía e interacción con infantes, ayudando de esta manera a muchos padres de familia que no tienen el tiempo suficiente para ayudar a sus hijos e hijas a realizar actividades escolares ni supervisarlos con quien están o que están haciendo debido a sus múltiples ocupaciones.

Inicialmente el negocio se concentrará en ofrecer por endes servicios a familias que vivan en la ciudad de Bogotá en la localidad de Usaquén, ubicadas en los estratos 4,5 y 6, que perciban ingresos, entre los dos padres de familia, de 5 a 12 millones.

La idea de este negocio es crear un lugar en el cual los padres de familia puedan estar confiados en que sus hijos van a estar en un ambiente seguro, en donde podrán interactuar con niños de sus mismas edades en un ambiente sano bajo la supervisión de profesionales que los guiarán en sus actividades escolares y sociales, como valor agregado el Club contará con psicólogos que atenderán los problemas emocionales de los niños y niñas en donde se tendrá comunicación constante con los padres por medio una página Web que tendrá el Club , involucrando de esta manera a los padres en la formación tanto académica como social de sus hijos.

### Justificación y antecedentes

En épocas pasadas el cuidado y supervisión de los niños era tarea exclusiva de las madres, ya que ellas permanecían todo el tiempo pendientes de las actividades y cuidados de sus hijos; pero hoy día la incorporación de la mujer al mercado laboral<sup>1</sup> , ha ocasionado que los niños y niñas queden bajo el cuidado de personas (familiares , niñeras) sin el más mínimo compromiso y que simplemente cuidan al niño porque les pagan o porque les toca; El que la mujer trabaje favorece el mejoramiento del nivel económico de la familia, y no está mal , por el contrario , que la mujer trabaje genera bienestar al grupo familiar, pero este hecho hace que se descuide en un cien por ciento las actividades curriculares y el desarrollo social y lúdico de sus hijos, originando que las nuevas generaciones crezcan solas refugiándose en individuos

de su misma edad o un poco mayores , que en muchas ocasiones los inducen a actividades que a veces no son sanas y los pueden llevar a tomar malas costumbres y actitudes, dedicándole tiempo a cosas que no convienen , dejando a un lado sus actividades escolares , creando desinterés en sus colegios, convirtiéndolos en personas desaplicadas sin amor al estudio y con problemas sociales.

Sumado a por lo cual que los niños y niñas estén solos o al cuidado de personas que en ocasiones ni se dan cuenta que está haciendo el pequeño, está creando vacíos emocionales que generan depresiones las cuales llevan al pequeño a convertirse en un ser humano triste y amargado, o en ocasiones a que se sientan tan solos y sin afecto que llevan a situaciones extremas como lo es el suicidio infantil (fecode, [www.fecode.edu.co](http://www.fecode.edu.co))(fecode)r situación que crece alarmantemente hoy día (ideas.repec.org)



Al seleccionar los estratos 4, 5 y 6 como grupo objetivo al cual se ofrecerá este servicio es porque los padres de familia de por lo cuales niveles socio económicos

tienen los recursos suficientes para brindarle a sus hijos e hijas la posibilidad de pertenecer a un club social y académico en donde además de compartir con amigos de la misma edad, cultura y estrato social, estarán orientados por profesionales que les guiarán en sus actividades escolares.

Dentro del contexto empresarial esta idea de negocio es bastante viable ya que sería la puerta para comenzar con una organización que sería el primer club social y académico exclusivamente infantil, semejante a los clubes de adultos, pero con secciones adecuadas para los menores y que además ofrecerá el servicio de orientación académica y psicopedagógica. Por otro lado esta idea dentro de las perspectivas tiene una gran potencial de expansión a nivel nacional, generando que los beneficios económicos vayan aumentando.

## OBJETIVOS

### *Objetivos generales*

Desarrollar un plan de negocios, para la creación de un club social y académico infantil que proporcione a los niños y niñas un lugar donde puedan encontrar orientación académica en sus actividades escolares pero también donde puedan tener un desarrollo lúdico y social.

## *Objetivos específicos*

### *Objetivos a corto plazo*

- ❖ Conseguir una *posición* de liderazgo en el mercado que nos permita mantener un crecimiento sostenido del servicio y de los clientes , con estrategias de planeación, organización, dirección, análisis continuo del desempeño, habilidades y debilidades logrando de esta manera mantener y mejorar las metas pactadas,
- ❖ Ganar mercado con una propuesta original y accesible a nuestros clientes.
- ❖ Fidelizar por lo menos 200 clientes en nuestro primer trimestre de actividades.
- ❖ Alcanzar un punto de equilibrio en el primer año, que nos permita prestar nuestro servicio de forma íntegra.

### *Objetivos a mediano plazo*

- ❖ Lograr que el crecimiento del negocio dentro del mercado sea constante entre el 5 y el 10% anual.
- ❖ Incrementar las utilidades de la empresa entre el 5 y el 8% anual
- ❖ Tener por lo menos una sede en cada una de las principales ciudades del país.

### *Objetivos a largo plazo*

- ❖ Maximizar el crecimiento y rentabilidad de la empresa para los accionistas.
- ❖ Implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos.
- ❖ Tener presencia en la totalidad de los mercados nacionales.
- ❖ Abrir la primera plaza internacional
- ❖ Motivar al cliente interno (RRHH), con el fin de alinear los objetivos de los trabajadores con los objetivos estratégicos de la Compañía.

### *Estado actual del negocio*

En Colombia existen lugares creados para adultos y la familia en general , en donde encontramos ratos de esparcimiento, interacción social pero nunca se había pensado en crear un sitio donde los niños tengan acceso a una lúdica enfocada solo para ellos, con espacios donde puedan desarrollar una interacción social sin la presión de padres y profesores, en el cual puedan tener un desenvolvimiento totalmente libre, y que además en el momento que se presenten problemáticas académicas y psicológicas, puedan encontrar ayuda para solucionarlas.

Actualmente en la capital existen sitios donde los menores pueden tener desarrolló lúdico y social temático donde pueden obtener conocimientos en estas áreas en forma divertida, también hay lugares como los clubes que tienen programas de fines de semana o vacaciones para infantes con costos elevados y en ocasiones difíciles de pagar ya que poder ser miembro se debe comprar una acción entre los \$20.000.000 y \$100.000.000 , teniendo en cuenta que además de este valor , el socio o socia debe pagar una mensualidad que oscila entre los \$500.000 y los \$2.000.000 , pero muy pocos de debido a debido a estos sitios ofrecen como uno de sus servicios el asesoramiento, nivelación y orientación académica y psicopedagógica, entre los clubes que se menciona están:

- ❖ CLUB CAMPESTRE EL RANCHO
- ❖ METROPOLITAN CLUB
- ❖ HATO GRANDO GOLF & TENIS COUNTRY CLUB
- ❖ CLUB CAMPESTRE ALTOS DEL CHICALÁ
- ❖ CLUB CAMPESTRE GUAYMARAL
- ❖ CLUB CAMPESTRE JINETES CLUB
- ❖ CLUB CAMPESTRE LA SABANA
- ❖ CLUB CAMPESTRE LOS ARRAYANES
- ❖ CLUB DEL COMERCIO
- ❖ CLUB EL CEDRO
- ❖ CLUB LOS LAGARTOS
- ❖ CLUB LOS PISINGOS
- ❖ ENTRE OTROS.

U otros como las cajas de compensación que aunque son fáciles de acceder ofrecen servicios enfocados a la familia como recreación, deportes, entretenimientos, vacaciones recreativas, etc. Pero no se enfocan a lo académico ni mucho menos a lo psicológico, entre por endes están:

- ❖ COLSUBSIDIO
- ❖ COMPENSAR
- ❖ CAFAM
- ❖ ENTRE OTROS.

Como el mercado al cual se está enfocado son estratos 4, 5 y 6, en el que ambos padres trabajan para lograr mantener un status y bienestar económico, son padres que están dispuestos a pagar a muy buen precio por un lugar en el que sus hijos e hijas estén seguros y que además de ofrecerles recreación se preocupe por su parte académica y psicopedagógica.

El club además de ser un club con todas las características descritas, será un club con un valor y mensualidad asequible en que los padres de familia podrán pagar teniendo la satisfacción de que sus hijas e hijos serán personas con niveles académicos altos y que socialmente serán niños y niñas de bien.

En primera instancia el Club se instalará en el norte de Bogotá – Localidad de Usaquéen, ya que allí es donde hay mayor confluencia de centros educativos en los

cuales estudian los infantes que se encuentran dentro del grupo objetivo al que se quiere abordar.

*Descripción de productos y/o servicios:*

El Club Social y Académico infantil – LOS ROBLES Ltda. Es una empresa que se ubicará en la localidad de Usaquén, la cual brindará los servicios de esparcimiento, entretenimiento, desarrollo social y lúdico, asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica para infantes que estén entre las edades de 6 a 12 años, con el fin de ayudarlos a ser personas sociales y académicamente integrales.

El club se enfocará principalmente en ayudar a mejorar el aprendizaje, rendimiento académico y hábitos de estudio, de los niños y niñas pero al mismo tiempo les brindará la oportunidad de socializarse con otros niños de sus mismas edades y gustos , con los cuales podrán interactuar de una forma sana practicando deportes que les ayudarán a tener disciplina tales como minigolf, tenis, ajedrez, y otros que estimulen su crecimiento , habilidades y conocimientos en un ambiente sano libre de presiones y malas influencias, guiados por profesionales capacitados en interacción con infantes.

En la actualidad existen lugares que ofrecen interacción social y desarrollo lúdico y académico, pero muy pocos ofrecen el servicio de asesoría, nivelación, orientación

académica para infantes y que al mismo tiempo brindan un servicio enfocados a la parte social y afectiva de los pequeños.

Todos estos servicios serán ofrecidos por el Club quién además de brindar bienestar a los niños y niñas en todos los aspectos , brindará bienestar a los padres ,que por sus ocupaciones no tienen tiempo de estar con sus hijos e hijas , por medio de una página Web en la que los psicólogos y profesores los mantendrán informados de los avances y problemas que se presenten con el infante y así poder inmiscuir a los padres en la formación tanto académica como social de los pequeños, haciéndolos participes de la educación de sus hijos e hijas.

Para mantenerse a la vanguardia la empresa estará en constante actualización en metodología lúdica, académica y psicopedagógica, ofreciendo ayuda tanto en el Club como a través de la página Web en donde además de todos los beneficios de ésta, el menor podrá encontrar un asesor en línea que le ayude en sus deberes escolares cuando no pueda asistir al Club.

Su Misión estará basada en satisfacer las necesidades de nuestros clientes internos y externos desarrollando, aplicado y comercializando nuestros servicios. Con un personal cien por ciento capacitado para dar soluciones concretas y acertadas basados en los valores y compromiso corporativos.

Su Visión será que en el 2017 llegará a ser una organización empresarial reconocida a nivel nacional como la primera y líder en la constitución de clubes sociales y

académicos infantiles, con uno o dos clubes en cada uno de los departamentos del país.

En cuanto a la parte económica la idea es viable ya que en el estudio de mercadeo que se realizó se pudo evidenciar que los padres de familia ubicados en los estratos 4,5 y 6 por sus labores y muchas veces compromisos laborales no tienen el tiempo para dedicarle a estar con sus hijos y tampoco para ayudarles con sus obligaciones escolares, ocasionando con esto que los infantes se tornen asóciales, depresivos, y en cuanto a lo académico tomen actitudes inadecuadas, con malos hábitos de estudio y como consecuencia la pérdida de logros y hasta el año académico, por lo que los padres estarían dispuestos a invertir en un lugar en que sus hijos e hijas recibieran ayuda tanto en la parte académica , social y en su parte emocional , haciendo que la empresa se consolide con el tiempo y logre posicionarse en el mercado como líder en el servicio académico y social a nivel nacional.

La infraestructura estará adecuada para que puedan disfrutar de tal manera que se sientan a gusto y puedan aprender de una manera diferente, ofreciéndole a los niños y niñas un nuevo método de aprendizaje, que no esté basado en la obligación si no en un aprendizaje continuo y divertido en un sitio en el cual puedan encontrar esparcimiento e interacción social con otros niños y niñas de su misma edad en un ambiente sano, libre de la presión de los padres y profesores.

En donde la manera para poder ser socia será a través de una membresía con un costo mensual o cuota de mantenimiento, la cual es mucho más asequible que las de un Club social para la familia.

Los servicios que se ofrecerán el Club Social y académico serán:

- Salones dotados con libros y herramientas tecnológicas para hacer más fácil la búsqueda de actividades y compromisos dejados por el colegio.
- Juegos tanto de salón como de campo donde podrán desarrollar su lúdica.
- Salón de lectura donde encontrarán libros de acuerdo a su edad y en donde estará una persona que haga sesiones de lectura de cuentos, de esta manera se reforzará la lectura, comprensión y análisis de los pequeños.
- Salones con juegos de mesa para desarrollar la parte cognoscitiva de los niños y niñas.
- Zona social y recreativa.
- Fuente de soda
- Cancha de minigolf.
- Cancha de tenis
- Cancha de squash.
- Mini Gimnasio.
- Pista de bolos.
- Cancha de micro fútbol.
- Asesorías y orientación académicas.
- Orientación psicopedagógica.

### *Tamaño de La Empresa:*

El club en principio estará clasificado dentro del rango de PYME, puesto que su stock en recurso humano no superará los 35 empleados.

### *Ubicación de La Empresa:*

La ubicación macro geográfica de la institución es la localidad de Usaquén, la cual se encuentra ubicada en el extremo Nororiental de Bogotá, Limita por el occidente con la autopista norte, por el sur con la calle 100 y por el norte y oriente con el perímetro urbano del Distrito Capital. Ocupa 6534 hectáreas aprox. comprendidas entre las localidades de chapinero (al sur) y suba (al occidente) y los Municipios de La Calera (al oriente) y Chía (al norte).



**Ilustración 1 Localidad de Usaquén en Bogotá**



**Ilustración 2 Sector de La Uribe en la Localidad de Usaquén**

Como parte de macro localización, podemos ver en la Ilustración 2, que la institución se ubicará en la UPZ de la Uribe. En cuanto al micro localización el club estará ubicado entre las calles 170 y la 260, entre las carreras 7° y la Autopista Norte, exactamente en la dirección : Calle 200 # 17 A – 05.

En cuanto a la división que tendrá el club será la siguiente:

### *Dirección*

En esta sección se encontrará una persona encargada del manejo de la parte administrativa y se encargará de velar porque los principios con que se fundó el Club no se pierdan y vigilar por que los socios siempre tengan lo que necesiten y su estadía sea placentera.

### *Zona de inscripción*

Esta zona queda en el primer bloque allí se encontrará la recepción que es el sitio donde llegará el niño o niña con su acudiente en primera instancia para realizar el proceso de inscripción. Allí se les invitará a un recorrido por las instalaciones del club.

Una vez inscrito el menor se le asignará un código que lo identificará como socio y un carnet que acredita al menor como afiliado del club social y académico.

### *Recepción*

La recepción estará encargada por una persona que al igual que todo el personal de la compañía estará capacitada en el trato de menores de edad. Este funcionario (a) estará encargado (a) de recibir las llamadas y transmitirlos a cualquier otro empleado del Club o a la Dirección, tomar los datos para los procesos de inscripción de los socios, verificar que los afiliados una vez deseen ingresar a la Club estén inscritos y/o al día, para así permitir el ingreso a las instalaciones.

### *Zona académica:*

En esta zona habrá 5 bloques, cada uno compuesto por tres salones en los cuales se les proporcionará asesoría a grupos de 12 niños que estén en el mismo nivel o que tengan la misma asignatura.

Este servicio se prestará desde el mismo momento en que el padre de familia o acudiente compre la membresía del club, tomando como cierta la promesa de que en este sitio el menor podrá realizar sus deberes escolares acudidos por profesionales en docencia los cuales le asesorarán, nivelarán y orientarán académica y psicopedagógicamente.

Teniendo claro el proceso será el siguiente:

- ❖ El infante llegará de su colegio al club y allí el docente que esté llevando el proceso del niño le mirará las tareas a realizar y acorde a esto le asesorará en el desarrollo de las mismas.
  
- ❖ Si el menor tiene tareas, el profesor lo orientará y una vez realizada dicha o dichas tareas el pequeño podrá salir a cualquier otra zona del Club.

En esta zona trabajarán docentes bilingües que prestarán la asesoría académica, estos trabajarán en forma de cátedra y dentro de sus funciones estarán:

El diagnóstico de la situación académica del niño o niña socio del club, establecer un plan de acción con un cronograma estricto, dejar actividades que permitan que el socio se pueda nivelar académicamente en el colegio, informarle durante el tiempo que dure el proceso los avances que tienen los socios a sus padres o acudientes.

### *Zona lúdica*

En esta zona el afiliado encontrará un sitio en el cual podrá desarrollar la parte lúdica de una forma orientada.

- Podrá encontrar juegos de mesa con un enfoque pedagógico que le aporte desarrolló en su parte cognoscitiva y destreza mental.
- También podrá encontrar juegos de campo (Minigolf, tenis, mini futbol, mini baloncesto), que de igual forma será orientada por un funcionario con experiencia, para lograr obtener un desarrolló lúdico físico, además de divertirse e interactuar con otros afiliados.

La zona lúdica tendrá un coordinador quien tendrá la labor de darle la bienvenida al niño o niña dicha zona , presentarlo ante los otros socios que estén en la zona, preguntarle en que actividad lúdica le gustaría participar si de salón o de campo y estar pendiente de que el socio se sienta a gusto en la zona.

Este funcionario debe ser un profesional con experiencia en recreación y lúdica para niños.

### *Zona social.*

En esta zona el afiliado encontrará:

- Una Fuente de Soda o bar infantil, el cual será atendido por dos funcionarios (as) que atenderán a los socios presentes en el lugar, sirviendo bebidas como malteadas, sodas; helados en copa, comidas rápidas, confitería, etc. Estas personas deben tener muy buen manejo de niños, y estarán pendientes de cualquier inconveniente que surja o cualquier inquietud que tengan para comunicarlo inmediatamente a la psicóloga quien estará hablando con ellos para saber que pasa en realidad.
- La sala audiovisual y de lectura es un espacio donde el niño podrá encontrar una biblioteca con variedad de libros y literatura al gusto de ellos, un televisor LCD con canales especiales para niños, al igual que una filmoteca. Esta parte de la zona estará a cargo de una persona con la capacidad y el conocimiento en literatura infantil, la música, los programas de T.V., las películas que esta generación escucha y ve.

Por otro lado esta persona deberá tener un sentido de improvisación y narrativa, el cual deberá al igual que en la zona lúdica darle la bienvenida al socio o socia a

la zona, interrelacionarlo con los otros socios que estén en el área, preguntarle que le gustaría hacer o por que llego allí, y hacer que durante la estancia de los pequeños dentro de la zona se sientan a gusto.

### *Flujo de zona social*

#### Servicios Generales:

En esta área habrá 1 personas contratadas directamente para realizar las labores de aseo.

#### *Vigilancia*

2 Personas contratadas por medio de un outsourcing para que realicen las labores de vigilancia del Club.

### Potencial del mercado en cifras

Dentro del potencial del mercado que tendría la empresa, a continuación se evidencian algunos cuadros los cuales contienen información importante acerca de las estadísticas y proyecciones de la población en Bogotá a partir de 1985 y hasta 2020, además de las estadísticas en cuanto a educación en el distrito capital y la cantidad de estudiantes de los colegios privados, con el fin de darse una idea de

cómo está creciendo la cantidad de personas en el nivel estudiantil y así poder fijar metas para la prestación de los servicios de psicopedagogía y asesoría académica.

Tabla 1

Bogotá Estimaciones y proyecciones de población 1985-2020

| AÑO   | POBLACION TOTAL | AÑO   | POBLACION TOTAL |
|-------|-----------------|-------|-----------------|
| 1.985 | 4.225.649       | 2.003 | 6.627.568       |
| 1.986 | 4.360.948       | 2.004 | 6.734.041       |
| 1.987 | 4.502.390       | 2.005 | 6.840.116       |
| 1.988 | 4.648.463       | 2.006 | 6.945.216       |
| 1.989 | 4.797.534       | 2.007 | 7.050.228       |
| 1.990 | 4.947.890       | 2.008 | 7.155.052       |
| 1.991 | 5.105.935       | 2.009 | 7.259.597       |
| 1.992 | 5.261.692       | 2.010 | 7.363.782       |
| 1.993 | 5.413.484       | 2.011 | 7.467.804       |
| 1.994 | 5.559.851       | 2.012 | 7.571.345       |
| 1.995 | 5.699.655       | 2.013 | 7.674.366       |
| 1.996 | 5.828.528       | 2.014 | 7.776.845       |
| 1.997 | 5.952.563       | 2.015 | 7.878.783       |
| 1.998 | 6.072.489       | 2.016 | 7.980.001       |
| 1.999 | 6.189.030       | 2.017 | 8.080.734       |
| 2.000 | 6.302.881       | 2.018 | 8.181.047       |
| 2.001 | 6.412.400       | 2.019 | 8.281.030       |
| 2.002 | 6.520.473       | 2.020 | 8.380.801       |

Tabla 2

Tasa de cobertura educación básica y media en Bogotá.

| Año   | Cobertura bruta | Cobertura neta |
|-------|-----------------|----------------|
| 2002  | 90,57%          | 84,39%         |
| 2003  | 94,29%          | 86,14%         |
| 2004  | 95,51%          | 86,21%         |
| 2005  | 97,86%          | 88,11%         |
| 2006  | 100,51%         | 89,42%         |
| 2007  | 100,87%         | 89,38%         |
| 2008  | 102,36%         | 89,20%         |
| 2009* | 104,65%         | 90,03%         |

Tabla 3

Matriculas sector privado por localidad y nivel de escolaridad en Bogotá

| Localidad | Preescolar | Primaria | Secundaria | Media | Total  |
|-----------|------------|----------|------------|-------|--------|
| Usaquén   | 11.139     | 22.413   | 19.543     | 8.850 | 61.945 |

Fuente: censo de colegios privados C-600 con metodología e imputación de datos.

Una vez analizadas estas cifras se puede decir que el potencial de clientes que tendría la empresa sería así: 22.413 de primaria y como en secundaria la cifra es de 19.543, pero solo la prestación del servicio estará encaminado para los dos primeros grados de esta área; la cifra sería de 6.514, para un total de 28.927 entre niños y niñas.

### Ventajas competitivas y propuesta de valor

Aunque existen lugares similares al Club social y académico infantil , como son: los clubes de adultos o de cajas de compensación, lugares en los cuales se brinda esparcimiento y recreación para toda la familia incluyendo a los infantes, sin embargo en cuanto a esparcimiento para niños y niñas individualmente solo lo hacen en fines de semana o temporada de vacaciones. claro esta que estos sitios solo ofrecen esparcimiento de manera lúdica mas no ofrecen la parte de Asesoría, orientación y nivelación académica y/o psicopedagógica.

También existen lugares que ofrecen asesorías académicas que brindan a los niños y niñas la oportunidad de mejorar su nivel académico, si de pronto con las ultimas tendencias pedagógicas pero de ahí no pasan, olvidando la parte de trato del menor como individuo independiente. Entonces el padre de familia que requiera o desee que su hijo vaya a un sitio donde pueda distraerse y sentirse como individuo sin las presiones de profesores y padres de familia tiene que pagar y aparte si necesita una nivelación u orientación académica y psicopedagógica es otro costo aparte.

Entonces la ventaja competitiva del El Club social y académico Infantil Los Robles, es que esos dos servicios, el de club social y la nivelación estarán en un mismo paquete.

En otra instancia el sitio cuenta con unas instalaciones donde el infante podrá desarrollarse socialmente y lúdicamente como individuo independiente con la capacidad de elegir que quiere hacer, además de no tener las presiones de profesorado y de padres de familia

Una ventaja más es la posibilidad de interactuar con otros socios en línea a través de la página Web, además de esto podrá tener asesorías por el mismo medio y los padres de familia o acudientes podrán saber sobre los avances suscitó por los menores en su proceso de asesorías. Otra más es el transporte a domicilio puerta a puerta.

Hay que entender que en algún momento la idea de este negocio dejara de ser competitiva y es aquí cuando se podría pensar en crear dentro de la parte académica y psicopedagógica el que se haga a domicilio o en su defecto que no sea el socio el que vaya a las instalaciones, sino que el club vaya a donde este el socio o grupo de socios, sin querer llegar a ser una empresa de recreación, solo que un ejemplo en un conjunto residencial hay un grupo de infantes que requieren de los servicios que brinda el club, entonces la administración por petición de los padres de familia piden que el club vaya al conjunto. También una ventaja más dentro de la parte académica se podría ofrecer las urgencias académicas. Es decir si un niño necesita de una asesoría urgente que no le permita asistir al club solo llama y pide una urgencia,

entonces un profesional en psicopedagogía se trasladaría al sitio y asesoraría al infante hasta que saque adelante su obligación escolar.

Ahora bien existen factores que inciden en la constitución de la empresa que podrían ser también una especie de ventajas competitivas, estos son:

*Factor humano especializado:* El recurso humano es parte esencial en el desarrollo de una compañía; un mal recurso humano puede ocasionar que una empresa no alcance a crecer o acabarla, es por esto que la compañía cualquiera que sea necesita contar con personal capacitado y con profesionalismo para desarrollar las funciones propias de esta, pero en el caso de una empresa como la que se quiere crear, se podría decir que el nivel de capacitación debe ser mayor puesto que se trata del manejo de niños, que son el futuro del país y por esto el personal en todas las áreas deben ser profesionales en pedagogía y/o psicopedagogía y estar capacitados en manejo de infantes de las edades que están dentro de nuestro grupo objetivo.

*Factor Tecnológico:* La mayoría de las empresas ven incrementadas su productividad y eficiencia con los avances tecnológicos y esta no es la excepción, las empresas que prestan servicios como es el caso del postulado en este proyecto, deben garantizar que sus usuarios no solo tengan la mejor tecnología a su alcance sino lo mejor en prestación de servicios de este tipo.

Nos encontramos en un mundo tecnológicamente avanzado, el cual nos exige cada vez más competencias y habilidades de formación, como es el caso de empresas que prestan el servicio como los que se van a ofrecer; donde los avances profesionales, teóricos y tecnológicos en entretención para infantes y psicopedagogía que se susciten son de importancia suprema para que la prestación de los servicios sean eficientes y eficaces.

Las tecnologías de la información nos ofrecen una gran variedad de posibilidades para que la labor de enseñanza obtenga los resultados esperados en este mundo de continua evolución, en el cual se puede observar programas de esparcimiento y enseñanza a nuestro alcance por ejemplo se encuentran los clubes temáticos donde los menores que tengan afinidad por algún tema en específico pueden ir e interactuar con otros que tienen la misma afinidad por dicho tema o los clubes infantiles sociales en los que les enseñan a los niños a realizar una actividad determinada y los programas de colaboración internacional de multinacionales como es el caso de Microsoft que ha implementado en Colombia el programa 'Entre Pares', como vía de solución en el uso e incorporación de la tecnología en la educación en Latinoamérica. (aprende, [www.colombiaaprende.edu.co](http://www.colombiaaprende.edu.co), 2009)

Por otra parte aparte de la incursión de la tecnología en los procesos de esparcimiento y aprendizaje exitosos, no hay que olvidar que los niños son cada vez más exigentes en lo que le ofrecen para su esparcimiento y entretención, dichos procesos así no tengan un componente tecnológico

deben llenar las expectativas de cognitivas, físicas, culturales y físicas que exigen los infantes. Por otro lado las últimas tendencias pedagógicas se han encaminado a formas de enseñanza menos tradicionales y más innovadoras como es el caso de la implementación de la lúdica en el proceso educativo.

Asimismo y haciendo correcto uso de la tecnología, para lograr una mayor capacidad de comercialización de la empresa se colocarán detalladamente nuestros servicios en nuestra página Web actualizada.

*Infraestructura adecuada:* Las instalaciones donde funcionara el club tendrá un área aproximada de 450M<sup>2</sup>.

La infraestructura permitirán que los niños y niñas sentirse cómodos para poder desarrollar las actividades lúdicas, sociales y la parte de las asesorías, nivelación y orientación académica y psicopedagógica, ya que el diseño arquitectónico de este sitio tiene las condiciones para que todas las actividades se puedan desarrollar sin obstáculo alguno

*Calidad del servicio:* La calidad de los servicios que ofrecerá el club tendrán los mayores estándares de calidad acorde a las normativas nacionales e internacionales en este ítem.

*Flexibilidad en los horarios:* Los horarios serán flexibles por cuanto se adecuarán al tiempo y a la jornada académica que tenga el niño y también

serán flexibles porque como es un club el socio podrá entrar las veces que desee y estar el tiempo que quiera.

Costos razonables: Los costos serán razonables en la medida de los beneficios que traería para los niños y para los padres o acudientes.

### Resumen de las inversiones requeridas

Este proyecto contará con 5 socios, quienes son Karen Osorio creadora de la idea de negocio, su Hermano Andrés Osorio, su esposo Andrés Rubio, su cuñada Carolina Rubio y su cuñado Juan Rubio, la inversión inicial para la constitución del Club social y académico estará representada en la construcción y adecuación del Club sobre un terreno que ya se tiene y que fue adquirido por medio de una herencia familiar, este terreno es de 3500 mts<sup>2</sup>, está ubicado en la Calle 200 # 17 A – 05 y está avaluado en \$800.000.000., este terreno será aportado por uno de los socios.

Ahora en totalidad los socios aportarían \$ 200.000, es decir cada socio aportaría un capital de \$ 50.000, además de esto se gestionaría un préstamo ante una entidad bancaria ' Las villas por un monto de \$ 400.000. 000, con un interés efectivo anual del 4,0% a un periodo de 10 años.

Entonces teniendo en cuenta que:

La inversión es de \$ 400.000.000

El interés es de 4,0%

Las mensualidades son 12

El tiempo del préstamo sería de 120 meses

Al despejar la formula seria así:

Monto prestado: \$ 400.000.000

Interés Bancario mensual: 4%

Mensualidades: 12

Tiempo por el que solicito el préstamo 10 años, es decir 120 meses

Con capitalización mensual seria:

Fin:  $400.000.000 (1+0,04/12)^{120}$

VFinv:  $400.000.000 (1.49083268)$

Todo esto daría que al finalizar los 10 años la empresa tendría que cancelar un monto de \$ 596. 333.072,97, que si se dividiera en la cantidad de meses por los que se pidió el préstamo el capital que tendría que cancelar mensualmente seria de

\$ 4. 969.442,27

Siendo así la tabla de pagos

Monto final a pagar a los 120 meses es decir 10 años

\$ 596. 333.072,97

Con este préstamo, mas los aportes de los socios se podrá generar lo expuesto en la siguiente tabla:

#### TABLA N° 4

#### INVERSION INICIAL

## CONSTRUCCION Y ADECUACION

|                                   |                |
|-----------------------------------|----------------|
| Cancha de Mini Futbol             | \$ 10.000.000  |
| Cancha de Mini Basquetbol         | \$ 10.000.000  |
| Cancha de Mini tenis              | \$ 10.000.000  |
| Salones                           | \$ 100.000.000 |
| Gimnasio                          | \$ 100.000.000 |
| Piscina de Pelotas                | \$ 5.000.000   |
| Zona Académica                    | \$ 65.000.000  |
| Zona Social                       | \$ 50.000.000  |
| Zona Lúdica                       | \$ 50.000.000  |
| TOTAL CONSTRUCCION Y ADECUACION   | \$ 400.000.000 |
| <br>                              |                |
| EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN | \$ 20.000.000  |
| CIRCUITO CERRRADO DE TELEVISION   | \$ 3.000.000   |
| MUEBLES Y ENSERES                 |                |
| SILLAS                            | \$ 2.400.000   |
| TABLEROS Y ACRILICOS              | \$ 2.000.000   |
| TELEVISORES                       | \$ 19.000.000  |
| EQUIPOS DE SONIDO                 | \$ 1.900.000   |
| HOME THEATRE                      | \$ 1.200.000   |
| NINTENDO WII                      | \$ 1.100.000   |
| REFRIGERADOR                      | \$ 1.400.000   |
| CUADROS                           | \$ 1.000.000   |

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| TOTAL MUEBLES Y ENSERES           | \$ 30.000.000     |
| LIBROS Y MATERIAL DIDACTICO       | \$ 10.000.000     |
| INVERSION INICIAL                 |                   |
| Cuña Radial                       | \$ 20.000.000     |
| Comercial de Televisión           | \$ 64.000.000     |
| Volantes y Plegables              | \$ 4.000.000      |
| Instalación de redes de seguridad | \$ 2.000.000      |
| Papelería de la empresa           | \$ 7.000.000      |
| Diseño Pagina Web                 | \$ 2.100.000      |
| Hastings                          | \$ 400.000        |
| Sitio Web                         | \$ 500.000        |
| TOTAL INVERSION INICIAL           | \$ 100.000.000    |
| TOTAL GENERAL INVERSION INICIAL   | \$ 563.000.000    |
| GASTOS                            |                   |
| SALARIOS                          |                   |
| SALARIOS FIJOS                    | \$ 27.000.000,00  |
| SERVICIOS PUBLICOS                |                   |
| AGUA, LUZ, TELEFONO               | \$ 3.000.000,00   |
| TOTAL GASTOS                      | \$ 30.000.000,00  |
| TOTAL                             | \$ 593.000.000,00 |
| INVERSION MENOS GASTOS            | \$ 533.000.000,00 |

Proyecciones de ventas y rentabilidad

De acuerdo varias encuestas se determinó que la población a la que se quiere llegar esta dispuesta a pagar por un servicio que les brinde la posibilidad de ayudar a sus hijos e hijas a mantener y/o a mejorar su nivel académico y que además puedan estar en un techo seguro practicando deportes e invirtiendo su tiempo en cosas productivas con niños de sus mismas edades, culturas y gustos.

Teniendo en cuenta que el grupo al que se quiere llegar son niños y niñas ubicados en los estratos 4,5 y 6 y por ende los ingresos mensuales de los padres de familia y/o acudientes deben ser superiores a \$ 8.000.000.00, se determinó que el costo por afiliación al club social y académico infantil “LOS ROBLES” será de \$800.000 y de \$ 350.000 por mensualidad de sostenimiento.

Los servicios se prestarán a los niños y niñas que estudien en colegios de ambos calendarios A Y B.

La meta es tener 445 afiliados en el primer año, al final del año se habrá recuperado la inversión inicial, ya que si se observa en la tabla de inversión inicial el total es \$ 593.000.000, menos los gastos de \$ 30.000.000, da como resultado una inversión inicial neta de \$ 533.000.000. Ahora el valor entre afiliaciones y mensualidades en el primer año es de \$ 1.317.250.000, lo cual se le resta a la inversión inicial neta, arrojando como resultado una ganancia neta de \$ 784.250.000.

Para saber si el negocio es rentable se realizó un estudio de rentabilidad en donde el VPN se desarrollo de la siguiente forma

Valor presente neto

TABLA N° 5

|   |                  |
|---|------------------|
| inversión inicial                                 | \$ 593.000.000   |
| primer año  | \$ 1.317.250.000 |
| tasa de descuento                                 | 0,1              |
| $\Sigma 1.317.250.000 / (1+0,10)^1 - 593.000.000$ |                  |

Se despeja  $(1+0.10)^1$  y el resultado es 1.1. Posteriormente se divide el valor presente de las entradas, las cuales como se mencionó con antelación es la suma del total de las afiliaciones del año y las mensualidades del mismo, arrojando un valor de 1.317.250.000, al dividir este valor entre 1.1 da un resultado de 1.197.500.000 que al restarlo con la inversión inicial el total sería de 604.500.000, que es el valor presente neto

Tasa interna de retorno

Ahora la TIR

Se calcula de la siguiente manera:

Se despeja  $(1+0.10)^1$ , el resultado de esto es: 1.1, este valor se multiplica con la inversión inicial y el resultado se divide por el flujo de ganancias total del primer año de funcionamiento, entonces la ecuación sería:

$593.000.000 * 1.1 / 1.317.250.000 = 0.50$  que al traducirlo a porcentaje sería 50%

Con estos datos se puede decir que con un porcentaje como este el proyecto es rentable

Valor presente neto y tasa interna de retorno proyectados

A continuación se desarrolló el VPN y el TIR, para los siguientes cinco años

TABLA N° 6

| AÑO  | VALOR            | PORCENTAJE DE INCREMENTO |
|------|------------------|--------------------------|
| 2012 | \$ 1.317.250.000 | 0,1                      |
| 2013 | \$ 1.448.975.000 | 0,08                     |
| 2014 | \$ 1.564.893.000 | 0,11                     |
| 2015 | \$ 1.737.031.230 | 0,07                     |
| 2016 | \$ 1.858.623.416 |                          |

Con estos datos el VPN, seria

VPN

TABLA N 7

| \$ 593.000.000 INVERSION INICIAL |                  |          |      |      |                   |
|----------------------------------|------------------|----------|------|------|-------------------|
|                                  |                  | 0,1 TASA |      | VPN  |                   |
| 2012                             | \$ 1.317.250.000 | FLUJO    | 1,10 | 0,08 | -\$ 778.159.091   |
| 2013                             | \$ 1.448.975.000 |          | 1,17 | 0,11 | -\$ 940.573.080   |
| 2014                             | \$ 1.564.893.000 |          | 1,37 | 0,07 | -\$ 1.131.296.511 |
| 2015                             | \$ 1.737.031.230 |          | 1,31 | 0,16 | \$ 1.969.218.770  |
| 2016                             | \$ 1.858.623.416 |          | 2,10 |      | -\$ 1.576.288.398 |

El TIR

TABLA N° 8

|      |                  |      | TIR    |
|------|------------------|------|--------|
| 2012 | \$ 1.317.250.000 | 1,1  | 49,52% |
| 2013 | \$ 1.448.975.000 | 1,17 | 47,74% |
| 2014 | \$ 1.564.893.000 | 1,37 | 51,82% |
| 2015 | \$ 1.737.031.230 | 1,31 | 44,75% |
| 2016 | \$ 1.858.623.416 | 2,10 | 67,01% |

Se tiene una inversión inicial de \$ 593.000.000 menos los gastos por salarios y servicios públicos por el primer mes el resultado sería de \$533.000.000.

Las ventas por el primer año serán de \$ 1.317.250.000, si le restamos el monto por todo el año en salarios y servicios públicos (\$360.000.000) las ganancias netas sería de \$ 993.250.000.

El punto de equilibrio se calculó así:

### *Costos Fijos*

TABLA N° 9

| COSTOS FIJOS |                |
|--------------|----------------|
| SUELDOS      | \$ 324.000.000 |
| SEGURIDAD    | \$ 8.000.000   |
| PUBLICIDAD   | \$ 214.200.000 |
| INTERNET     | \$ 12.900.000  |
|              | \$ 559.100.000 |

### *Costos Variables*

TABLA N° 10

COSTOS VARIABLES

|                                     |               |
|-------------------------------------|---------------|
| PAPELERIA                           | \$ 7.000.000  |
| MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE OFICINA | \$ 3.000.000  |
| MATERIAL DIDACTICO                  | \$ 10.000.000 |
| MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA         | \$ 2.500.000  |
|                                     | \$ 22.500.000 |

Ahora teniendo en cuenta que la ecuación para hallar el punto de equilibrio en ventas es:  $COSTOS FIJOS / 1 - [(COSTOS VARIABLES / VENTAS REALES)]$

Punto de equilibrio

Lo primero que se realizó fue despejar  $[(COSTOS VARIABLES / VENTAS REALES)] = [(22.500.000 / 1.317.250.000)] = 0.02$ , posteriormente se le restó el 1 y dio como resultado 0.98, ya con este resultado se tomaron los costos fijos \$ 559.100.000 y se dividió con 0.98 y el resultado es: \$ 568.815.968, lo cual se puede decir que el punto de equilibrio se daría entre el 4 y 5 mes.

*Proyección Financiera en el primer año*

*Tabla de proyección financiera primer año*

TABLA N° 11

| MES        | AFILIACIONES | MENSUALIDADES | TOTAL        |               | VALOR        |               | VALOR TOTAL        | VALOR TOTAL          | VALOR TOTAL      |
|------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------------|----------------------|------------------|
|            |              |               | AFILIACIONES | MENSUALIDADES | AFILIACIONES | MENSUALIDADES | COSTO              | COSTO                |                  |
| ENERO      | 60           |               | 60           |               | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 48.000.000      |                      | \$ 48.000.060    |
| FEBRERO    | 30           | 120           | 30           | 120           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 24.000.000      | \$ 42.000.000        | \$ 66.000.000    |
| MARZO      | 10           | 150           | 10           | 150           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 8.000.000       | \$ 52.500.000        | \$ 60.500.000    |
| ABRIL      | 10           | 160           | 10           | 160           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 8.000.000       | \$ 56.000.000        | \$ 64.000.000    |
| MAYO       | 25           | 170           | 25           | 170           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 20.000.000      | \$ 59.500.000        | \$ 79.500.000    |
| JUNIO      | 70           | 195           | 70           | 195           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 56.000.000      | \$ 68.250.000        | \$ 124.250.000   |
| JULIO      | 50           | 265           | 50           | 265           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 40.000.000      | \$ 92.750.000        | \$ 132.750.000   |
| AGOSTO     | 35           | 315           | 35           | 315           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 28.000.000      | \$ 110.250.000       | \$ 138.250.000   |
| SEPTIEMBRE | 60           | 350           | 60           | 350           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 48.000.000      | \$ 122.500.000       | \$ 170.500.000   |
| OCTUBRE    | 15           | 410           | 15           | 410           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 12.000.000      | \$ 143.500.000       | \$ 155.500.000   |
| NOVIEMBRE  | 15           | 425           | 15           | 425           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 12.000.000      | \$ 148.750.000       | \$ 160.750.000   |
| DICIEMBRE  | 5            | 440           | 5            | 440           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 4.000.000       | \$ 154.000.000       | \$ 158.000.000   |
|            |              |               | TOTAL SOCIOS | 445           | TOTAL        |               | \$ 308.000.000,000 | \$ 1.050.000.000,000 | \$ 1.358.000.060 |

## Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

Al analizar la viabilidad de este proyecto uno de los factores que se encontró dentro de los principales problemas ha sido el gran desembolso que se debe acarrear para poder costear los gastos de construcción y adecuación de las instalaciones, esto generó la necesidad de pedir un préstamo de \$400.000.000, sin embargo se tiene en cuenta que este préstamo está condicionado a unos intereses mensuales de 0.75% y anual de 9% para un tiempo de 10 años, donde cada mes se cancelará desde \$5.383.333 en el primer mes, hasta \$ 2.854.583 en el ciento veinteavo mes.

Ahora respecto a la viabilidad, al momento de tener la idea de negocio, lo primero que se realizó fue una encuesta en la cual se pretendió ver si dicha idea era aceptada por el grupo objetivo al que se quiere llegar. Lo primero que se generó fue calcular la muestra de población a la que se le haría la encuesta y como resultado es de 333 encuestas pero en pro de no dilatar más el proceso se decidió solo tomar 66 formatos.

En el formato de la encuesta se abordó: Cantidad de hijos, si tienen donde dejar a sus hijos mientras los padres trabajan, si el padre o acudiente le dedica tiempo para colaborar en la realización de las tareas de los menores, si el niño en algún momento ha necesitado de ayuda para poder desarrollar sus actividades escolares, si el infante es social activo, etc.

Por otro lado, también se desarrolló otro formato encaminado para los niños. En dicho, se buscó la aceptabilidad y opiniones de los menores ante la posibilidad del surgimiento de un sitio como el planteado.

Como resultado a estas preguntas se evidenciaron los siguientes datos

El 51% de los encuestados dijo que dentro de su núcleo familiar tenían 1 niño entre los 6 y los 12 años, el 35% tienen 2 y 14% con 3.

El 40% respondió que dejaban a sus hijos con el servicio, el 25% con un familiar, el 10% solo y el 25% se quedan con la madre.

El 61% dio como respuesta que no le dedicaba tiempo para ayudar a sus hijos con sus deberes escolares y el 39% que sí.

60% de los niños han necesitado ayuda para poder desarrollar sus tareas y 40% no lo han requerido.

El argumento con el que se identificaban los encuestados frente a la ayuda que le brindan a sus hijos, el 42% dice que es adecuada, el 32% dice que es responsable, el 17% dice que es buena.

El 46% de los encuestados dedican 2 horas para realizar las tareas con sus hijos, el 32% muestra dedicar a esta actividad 1 hora.

El 55% evidencio que la gran mayoría de los infantes son muy activos socialmente, llegando al punto de ser hiperactivos y por ende necesitan de un sitio especial y único

para ellos donde puedan desarrollarse socialmente mejor y no solo social sino lúdico pedagógicamente, un 25% dice que parcialmente y un 20% respondió que no.

A la pregunta de ¿ Usted practica la lúdica con sus hijos entre semana?, el 40% respondió que no lo hacía por que llegaba muy cansado de trabajar confirmando lo dicho que hoy en día muchos de los padres de familia que laboran o tienen cargos ejecutivos de dirección no le dedican tiempo para jugar con sus hijos o desarrollar actividades lúdico pedagógicas, el 30% que lo hacen los fines de semana, el 20% cuando tienen tiempo y solo el 10% lo consideran muy importante para el desarrolló del infante.

El 35% de los encuestados asisten al club proporcionado por la caja de compensación familiar así tengan la posibilidad de comprar una membresía a un club, el 20% respondió que si pertenece a un club social privado, el 20% no pertenece pero le gustaría pertenecer y el 25% no pertenece por que no cuenta con el tiempo.

El 35% ganan de 5 a 7 millones de pesos, 20% de 3 a 5, 15% de 7 a 10 y 5% de 10 millones en adelante.

79% demuestra una intención de invertir en un servicio con las características descritas, mientras que el 21% no le llama la atención.

El 40% de los encuestados dijeron que pagarían más de \$ 450.000 por un servicio como el planteado, siempre y cuando se suplan las necesidades suscitadas de los

encuestados como son instalaciones optimas, adecuadas y modernas y que el personal sea capacitado y con experiencia en el manejo y orientación de infantes como son sus hijos, pero hay que analizar que la situación económica no es la mejor y aun se tenga la capacidad de invertir en un servicio como el planteado se debe pensar y analizar los pro y los contras. El 83% prefiere que los servicios ofrecidos por la empresa queden cerca de sus domicilios y el 15% que este cerca de los colegios o que quede cerca a los dos.

La frecuencia en la que los padres dejarían que sus hijos asistieran al sitio 45% de los encuestados prefiere que sus hijos vayan al sitio todos los días, el 16% prefiere que vayan dos veces, el 4% solo los fines de semana El 16% 3 veces por semana y el 19% solo permitirían la asistencia solo en caso de necesitar una asesoría académica u orientación psicopedagógica.

A nivel financiero la viabilidad de la idea de negocio se puede evidenciar en las tablas siguientes

*Proyección de ingresos a cinco años*

TABLA N° 12

| AÑO  | VALOR            | PORCENTAJE DE INCREMENTO |
|------|------------------|--------------------------|
| 2012 | \$ 1.317.250.000 | 0,1                      |
| 2013 | \$ 1.448.975.000 | 0,08                     |
| 2014 | \$ 1.564.893.000 | 0,11                     |
| 2015 | \$ 1.737.031.230 | 0,07                     |
| 2016 | \$ 1.858.623.416 | 0,36                     |
|      | \$ 7.926.772.646 |                          |

Como se mencionó con antelación el punto de equilibrio se lograría en el quinto mes y 6 días

También se puede evidenciar el balance general inicial y proyectado a los mismos cinco años a los cuales se está proyectando todo

## Balance General Inicial

### TABLA N° 13

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| ACTIVOS CORRIENTES DISPONIBLES  |            |
| Caja                            | 3000000    |
| Bancos                          | 112000000  |
| TOTAL DISPONIBLE                | 115000000  |
| INVENTARIO                      |            |
| Inventario                      | 40000000   |
| TOTAL INVENTARIOS               | 40000000   |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES        | 155000000  |
| PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO       |            |
| Terreno                         | 800000000  |
| Construcción y Edificaciones    | 400000000  |
| Muebles y enseres               | 30000000   |
| Equipos de Computo              | 20000000   |
| Depreciación Acumulada          | 27319000   |
| Página Web                      | 1600000    |
| TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | 1278919000 |
| TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES     | 1278919000 |
| PASIVO                          |            |
| PASIVO NO CORRIENTE             |            |
| Obligaciones Financieras        | 360000000  |
| Impuesto a la Renta             | 95000000   |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE          | 455000000  |
| TOTAL PASIVO                    | 455000000  |
| PATRIMONIO CAPITAL SOCIAL       |            |
| Aportes Sociales                | 505000000  |
| Reserva Legal                   | -          |
| Utilidades Acumuladas           | -          |
| Utilidades del Ejercicio        | 193759977  |
| TOTAL PATRIMONIO                | 698759977  |
| TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO     | 1153759977 |

*Balance General proyectado a cinco años*

TABLA N° 14

|                                  | 2012                  | 2013                  | 2014                  | 2015                  | 2016               |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| <b>ACTIVOS</b>                   |                       |                       |                       |                       |                    |
| <b>CORRIENTES DISPONIBLES</b>    |                       |                       |                       |                       |                    |
|                                  |                       |                       |                       |                       | \$                 |
| Caja                             | \$ 3.000.000          | \$ 3.000.000          | \$ 3.000.000          | \$ 3.000.000          | 3.000.000          |
|                                  |                       |                       |                       |                       | \$                 |
| Bancos                           | \$ 112.000.000        | \$ 123.200.000        | \$ 135.520.000        | \$ 149.072.000        | 163.979.200        |
|                                  |                       |                       |                       |                       | \$                 |
| <b>TOTAL DISPONIBLE</b>          | <b>\$ 115.000.000</b> | <b>\$ 126.200.000</b> | <b>\$ 138.520.000</b> | <b>\$ 152.072.000</b> | <b>166.979.200</b> |
| <b>INVENTARIO</b>                |                       |                       |                       |                       |                    |
|                                  |                       |                       |                       |                       | \$                 |
| Inventario                       | \$ 40.000.000         | \$ 46.000.000         | \$ 52.900.000         | \$ 60.835.000         | 69.960.250         |
|                                  |                       |                       |                       |                       | \$                 |
| <b>TOTAL INVENTARIOS</b>         | <b>\$ 40.000.000</b>  | <b>\$ 46.000.000</b>  | <b>\$ 52.900.000</b>  | <b>\$ 60.835.000</b>  | <b>69.960.250</b>  |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>             | <b>\$</b>             | <b>\$</b>             | <b>\$</b>             | <b>\$</b>             | <b>\$</b>          |
| <b>CORRIENTES</b>                | <b>155.000.000</b>    | <b>\$ 172.200.000</b> | <b>\$ 191.420.000</b> | <b>\$ 212.907.000</b> | <b>236.939.450</b> |
| <b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b> |                       |                       |                       |                       |                    |
| Terreno                          | \$ 800.000.000        |                       |                       |                       |                    |
| Construcción y                   | \$ 400.000.000        | \$ 800.000.000        | \$ 800.000.000        | \$ 800.000.000        | \$                 |

|                          |               |                |                |                |               |
|--------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Edificaciones            |               |                |                |                | 800.000.000   |
|                          |               |                |                |                | \$            |
| Muebles y enseres        | \$ 30.000.000 | \$ 400.000.000 | \$ 400.000.000 | \$ 400.000.000 | 400.000.000   |
|                          |               |                |                |                | \$            |
| Equipos de Computo       | \$ 20.000.000 | \$ 8.250.000   | \$ 8.250.000   | \$ 8.250.000   | 8.250.000     |
|                          |               |                |                | \$             | \$            |
| Depreciación Acumulada   | \$ 27.319.000 | \$ 2.470.000   | \$ 32.470.000  | 32.470.000     | 32.470.000    |
|                          |               |                |                | \$             | \$            |
| Página Web               | \$ 1.600.000  | \$ 1.840.000   | \$ 2.116.000   | 2.433.400      | 2.798.410     |
| TOTAL PROPIEDAD          | \$            |                |                | \$             | \$            |
| PLANTA Y EQUIPO          | 1.278.919.000 | \$ 1.600.000   | \$ 1.600.000   | 1.600.000      | 1.600.000     |
| TOTAL ACTIVOS NO         | \$            | \$             | \$             | \$             | \$            |
| CORRIENTES               | 1.278.919.000 | 1.244.160.000  | 1.244.436.000  | 1.244.753.400  | 1.245.118.410 |
|                          |               | \$             | \$             | \$             | \$            |
| PASIVO                   |               | 1.210.903.150  | 1.206.190.623  | 1.200.771.216  | 1.194.538.898 |
| PASIVO NO CORRIENTE      |               |                |                |                |               |
|                          | \$            |                |                |                |               |
| Obligaciones Financieras | 360.000.000   |                |                |                |               |
|                          | \$            | \$             | \$             | \$             | \$            |
| Impuesto a la Renta      | 95.000.000    | 316.666.667    | 276.666.667    | 233.333.333    | 190.000.000   |
|                          | \$            | \$             | \$             | \$             | \$            |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE   | 455.000.000   | 175.000.000    | 215.000.000    | 245.000.000    | 269.500.000   |
| TOTAL PASIVO             | \$            | \$             | \$             | \$             | \$            |

|                           |               |               |               |               |               |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                           | 455.000.000   | 491.666.667   | 491.666.667   | 478.333.333   | 459.500.000   |
|                           |               | \$            | \$            | \$            | \$            |
| PATRIMONIO CAPITAL SOCIAL |               | 491.666.667   | 491.666.667   | 478.333.333   | 459.500.000   |
|                           | \$            |               |               |               |               |
| Aportes Sociales          | 505.000.000   |               |               |               |               |
| Reserva Legal             | -             | 505.000.000   | 505.000.000   | 505.000.000   | 505.000.000   |
|                           |               | \$            | \$            | \$            | \$            |
| Utilidades Acumuladas     | -             | 18.500.000    | 36.260.000    | 71.069.600    | 139.296.416   |
|                           | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| Utilidades del Ejercicio  | 193.759.977   | 758.200.000   | 996.902.000   | 1.077.127.800 | 1.164.402.960 |
|                           | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| TOTAL PATRIMONIO          | 698.759.977   | 331.861.347   | 364.823.905   | 401.579.381   | 460.555.362   |
| TOTAL PASIVO MAS          | \$            |               |               |               |               |
| PATRIMONIO                | 1.153.759.977 | 1.613.561.347 | 1.902.985.905 | 2.054.776.781 | 2.269.254.738 |
| TOTAL PASIVO MAS          | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| PATRIMONIO                | 1.153.759.977 | 2.105.228.014 | 2.394.652.572 | 2.533.110.114 | 2.728.754.738 |

*Estado de Resultados Inicial*

TABLA N° 15

| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS | 2012                |
|----------------------------------|---------------------|
| INGRESOS OPERACIONALES           |                     |
| AFILIACIONES                     | \$ 308.000.000      |
| MENSUALIDADES                    | \$ 1.050.000.000,00 |
| TOTAL INGRESOS OPERACIONALES     | \$ 1.358.000.000,00 |
| UTILIDAD BRUTA                   | \$ 270.750.000,00   |
| MENOS GASTOS OPERACIONALES       |                     |
| GASTOS DE PERSONAL               | \$ 324.000.000,00   |
| PAPELERIA                        | \$ 7.000.000,00     |
| SERVICIOS DE AGUA LUZ Y TELEFONO | \$ 3.000.000,00     |
| DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS      | \$ 32.000.000,00    |
| MANTENIMIENTO                    | \$ 12.000.000,00    |
| De Ventas                        |                     |
| Publicidad y promoción           | \$ 30.000.000,00    |
| TOTAL GASTOS OPERACIONALES       | \$ 408.000.000,00   |
| UTILIDAD OPERACIONAL             | \$ 137.250.000,00   |
| MENOS GASTOS NO OPERACIONALES    |                     |
| Gastos Bancarios                 | \$ 40.000.000,00    |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS      | \$ 177.250.000,00   |
| MENOS IMPUESTO DERENTA 33%       | \$ 58.492.500,00    |
| UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS    | \$ 118.757.500,00   |

*Estados de Resultado Proyectados*

TABLA N° 16

ESTADO DE RESULTADOS

| PROYECTADOS                      | 2012                | 2013              | 2014              | 2015                | 2016                |
|----------------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| INGRESOS OPERACIONALES           |                     |                   |                   |                     |                     |
| AFILIACIONES                     | \$ 308.000.000      | \$ 338.800.000,00 | \$ 372.680.000,00 | \$ 409.948.000,00   | \$ 450.942.800,00   |
|                                  |                     | \$                | \$                |                     |                     |
| MENSUALIDADES                    | \$ 1.050.000.000,00 | 1.155.000.000,00  | 1.270.500.000,00  | \$ 1.397.550.000,00 | \$ 1.537.305.000,00 |
|                                  |                     | \$                | \$                |                     |                     |
| TOTAL INGRESOS OPERACIONALES     | \$ 1.358.000.000,00 | 1.493.800.000,00  | 1.643.180.000,00  | \$ 1.807.498.000,00 | \$ 1.988.247.800,00 |
| UTILIDAD BRUTA                   | \$ 270.750.000,00   | \$ 297.825.000,00 | \$ 327.607.500,00 | \$ 360.368.250,00   | \$ 396.405.075,00   |
| MENOS GASTOS OPERACIONALES       |                     |                   |                   |                     |                     |
| GASTOS DE PERSONAL               | \$ 324.000.000,00   | \$ 340.200.000,00 | \$ 357.210.000,00 | \$ 375.070.500,00   | \$ 393.824.025,00   |
| PAPELERIA                        | \$ 7.000.000,00     | \$ 3.000.000,00   | \$ 3.210.000,00   | \$ 3.434.700,00     | \$ 3.675.129,00     |
| SERVICIOS DE AGUA LUZ Y TELEFONO | \$ 3.000.000,00     | \$ 3.450.000,00   | \$ 3.967.500,00   | \$ 4.562.625,00     | \$ 5.247.018,75     |

|                               |                   |                   |                   |                   |                   |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS   | \$ 32.000.000,00  | \$ 32.640.000,00  | \$ 33.292.800,00  | \$ 33.958.656,00  | \$ 34.637.829,12  |
| MANTENIMIENTO                 | \$ 12.000.000,00  | \$ 12.600.000,00  | \$ 13.230.000,00  | \$ 13.891.500,00  | \$ 14.586.075,00  |
| De Ventas                     |                   |                   |                   |                   |                   |
| Publicidad y promoción        | \$ 30.000.000,00  | \$ 31.500.000,00  | \$ 33.075.000,00  | \$ 34.728.750,00  | \$ 36.465.187,50  |
| TOTAL GASTOS OPERACIONALES    | \$ 408.000.000,00 | \$ 423.390.000,00 | \$ 443.985.300,00 | \$ 465.646.731,00 | \$ 488.435.264,37 |
| UTILIDAD OPERACIONAL          | \$ 137.250.000,00 | \$ 125.565.000,00 | \$ 116.377.800,00 | \$ 105.278.481,00 | \$ 92.030.189,37  |
| MENOS GASTOS NO OPERACIONALES |                   |                   |                   |                   |                   |
| Gastos Bancarios              | \$ 40.000.000,00  | \$ 44.000.000,00  | \$ 48.400.000,00  | \$ 53.240.000,00  | \$ 58.564.000,00  |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS   | \$ 177.250.000,00 | \$ 169.565.000,00 | \$ 164.777.800,00 | \$ 158.518.481,00 | \$ 150.594.189,37 |
| MENOS IMPUESTO DERENTA 33%    | \$ 58.492.500,00  | \$ 55.956.450,00  | \$ 54.376.674,00  | \$ 52.311.098,73  | \$ 49.696.082,49  |
| UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS | \$ 118.757.500,00 | \$ 113.608.550,00 | \$ 110.401.126,00 | \$ 106.207.382,27 | \$ 100.898.106,88 |

Los aportes de los demás socios, correspondiendo para cada uno el monto de \$19.406.625

*Flujo de efectivo proyectado*

TABLA N° 17

| FLUJO DE CAJA PROYECTADO  |                     |                     |                     |                     |                     |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| DESCRIPCION               | 2012                | 2013                | 2014                | 2015                | 2016                |
| SALDO INICIAL EN BANCOS Y |                     |                     |                     |                     |                     |
| CAJA                      | \$ 46.750.000,00    | \$ 504.700.000,00   | \$ 507.863.000,00   | \$ 727.007.430,00   | \$ 681.387.350,30   |
| ENTRADAS                  |                     |                     |                     |                     |                     |
| Afiliaciones              | \$ 308.000.000,00   | \$ 338.800.000,00   | \$ 372.680.000,00   | \$ 409.948.000,00   | \$ 450.942.800,00   |
| Mensualidad               | \$ 1.050.000.000,00 | \$ 1.155.000.000,00 | \$ 1.270.500.000,00 | \$ 1.397.550.000,00 | \$ 1.537.305.000,00 |
| TOTAL ENTRADAS            | \$ 1.358.000.000,00 | \$ 1.493.800.000,00 | \$ 1.643.180.000,00 | \$ 1.807.498.000,00 | \$ 1.988.247.800,00 |
| ENTRADAS MAS SALDO        | \$ 1.404.750.000,00 | \$ 1.998.500.000,00 |                     |                     |                     |
| MENOS SALIDAS             |                     |                     |                     |                     |                     |
| Gasto de Personal         | \$ 324.000.000,00   | \$ 336.960.000,00   | \$ 350.438.400,00   | \$ 364.455.936,00   | \$ 379.034.173,44   |
| Servicios Públicos        | \$ 3.000.000,00     | \$ 3.210.000,00     | \$ 3.563.100,00     | \$ 3.848.148,00     | \$ 4.155.999,84     |
| Compra de Papelería       | \$ 7.000.000,00     | \$ 7.350.000,00     | \$ 7.717.500,00     | \$ 8.103.375,00     | \$ 8.508.543,75     |

|                            |                   |                   |                   |                   |                   |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Timbre                     | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           |
| Comisión Bancaria          | \$ 7.200.000,00   | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           |
| Pago de Intereses          | \$ 40.800.000,00  | -\$ 40.392.000,00 | \$ 39.988.080,00  | -\$ 39.588.199,20 | \$ 39.192.317,21  |
| Pago de Préstamo           | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  |
| Gastos de Mantenimiento    | \$ 12.000.000,00  | \$ 13.200.000,00  | \$ 14.520.000,00  | \$ 15.972.000,00  | \$ 17.569.200,00  |
| Gastos de Publicidad       | \$ 30.000.000,00  | -\$ 28.500.000,00 | \$ 27.075.000,00  | -\$ 25.721.250,00 | \$ 24.435.187,50  |
| Compra de Materiales       |                   |                   |                   |                   |                   |
| Didácticos                 | \$ 10.000.000,00  | \$ 3.500.000,00   | -\$ 3.395.000,00  | \$ 3.293.150,00   | -\$ 3.194.355,50  |
| Pago de Impuesto de Renta  | \$ 0,00           | \$ 95.000.000,00  | \$ 175.000.000,00 | \$ 215.000.000,00 | \$ 245.000.000,00 |
| Otros                      | \$ 0,00           | \$ 18.000.000,00  | \$ 22.500.000,00  | \$ 28.125.000,00  | \$ 35.156.250,00  |
| TOTAL DE SALIDAS           | \$ 477.200.000,00 | \$ 451.528.000,00 | \$ 680.607.080,00 | \$ 616.688.159,80 | \$ 793.057.316,24 |
| Efectivo Necesario en caja | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   |
| TOTAL SOBRENTE             | \$ 475.200.000,00 | \$ 449.528.000,00 | \$ 678.607.080,00 | \$ 614.688.159,80 | \$ 791.057.316,24 |

## Indicadores financieros

### *Indicadores de rentabilidad*

#### *Rentabilidad del patrimonio*

TABLA N° 18

INDICADOR

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| Responsabilidad del Patrimonio | 0,09 |
|--------------------------------|------|

Con las cifras del cuadro podemos observar que la empresa CASA CLUB para el término del año 2012 está rentando su patrimonio en 8.75%.

#### *Margen Operacional de Utilidad*

TABLA N° 19

INDICADOR

|                    |      |
|--------------------|------|
| Margen Operacional | 0,10 |
|--------------------|------|

Como se observa en el cuadro anterior la rentabilidad operacional, es decir la utilidad bruta menos los gastos operacionales es de 10.11%, lo cual evidencia que el negocio está dentro del promedio

*Gastos de administración y ventas netas*

TABLA N° 20

INDICADORES

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| Gastos de Administración y Ventas | 0,25 |
|-----------------------------------|------|

Como se dijo en el análisis anterior, el cual es congruente con las cifras de este cuadro, la buena administración de los gastos se hace reflejar en mayor rentabilidad, la empresa CASA CLUB maneja los gastos por debajo del 50% del total de los ingresos generando una rentabilidad del 24.59%.

*Margen bruto de utilidad*

TABLA N° 21

INDICADOR

|                          |      |
|--------------------------|------|
| Margen Bruto de Utilidad | 0,20 |
|--------------------------|------|

En este caso la cifra arrojada es especial ya que es del 19.94%, la razón es que no hay costos de ventas, por ende la utilidad bruta es igual a los ingresos netos de la empresa.

*Margen neto de utilidad*

TABLA N° 22

INDICADOR

Margen Bruto de Utilidad

0,20

En este caso la cifra arrojada es especial ya que es del 19.94%, la razón es que no hay costos de ventas, por ende la utilidad Bruta es igual a los ingresos netos de la empresa.

*Indicadores de endeudamiento*

*Endeudamiento sobre activos totales*

TABLA N° 23

INDICADOR

Endeudamiento sobre activos

totales

2,94

El 2.94 nos indica que del total de los activos este porcentaje pertenece a los pasivos, es decir que la empresa cuenta con más del 293.55% para responder por sus pasivos.

*Apalancamiento total*

TABLA N° 24

INDICADOR

|                |      |
|----------------|------|
| Apalancamiento | 0,65 |
|----------------|------|

Los pasivos con respecto al patrimonio corresponden al 0.65, es decir que este valor pertenece a terceros, y el 70% a los socios

*Apalancamiento a corto plazo y Apalancamiento financiero*

TABLA N° 25

INDICADOR

|                              |      |
|------------------------------|------|
| Apalancamiento a corto plazo | 0,65 |
|------------------------------|------|

INDICADOR

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| Apalancamiento Financiero | 51,52% |
|---------------------------|--------|

La empresa CASA CLUB cuenta con un apalancamiento a corto plazo del 51.52%, igual al apalancamiento total ya que no tiene deudas a largo plazo, y al apalancamiento financiero ya que su única deuda es con una entidad bancaria.

*Concentración de endeudamiento Corto y largo plazo*

TABLA N° 26

INDICADOR

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| Concentración de Endeudamiento CP | 100% |
|-----------------------------------|------|

El indicador resulta del 100% ya que la empresa solo cuenta con deudas de corto plazo.

*VPN – Valor Presente Neto*

TABLA N° 27

|   |                  |
|---|------------------|
| inversión inicial                                 | \$ 593.000.000   |
| primer año  | \$ 1.317.250.000 |
| tasa de descuento                                 | 0,1              |
| $\Sigma 1.317.250.000 / (1+0,10)^1 - 593.000.000$ |                  |

El tener un valor presente neto de \$ 604.500.000 y teniendo en cuenta que el VPN es mayor que 0 pesos se evidencia que el proyecto es viable

*TIR – Tasa Interna de Retorno*

TABLA N° 28

|  |                  |
|--|------------------|
| inversión inicial  | \$ 593.000.000   |
| primer año   | \$ 1.317.250.000 |
| tasa de descuento  | 0,1              |
| $\Sigma 593.000.000 * (1+0,10)^1 / 1.317.250.000 = 0.50$ |                  |

Con este porcentaje se puede decir que el proyecto es rentable

CAUE

$$CAUE = VPN * [(1+i)^n - 1] / i$$

$$CAUE = 604.500.00 * [(1+0.50)^5 - 1] / 0.50$$

$$CAUE = 696.177.725$$

## Equipo de trabajo

El equipo de trabajo estará constituido por:

### *Un director*

Será responsable de la buena marcha de la empresa, además se encargará de Planificar, dirigir todas y cada una de las actividades que se desarrollen en la empresa apoyándose constantemente de sus directivos.

Deberes y Responsabilidades:

- ❖ Formular y ejecutar los objetivos trazados por la empresa.
- ❖ Planificar y supervisar las actividades administrativas,
- ❖ Preparar presupuestos.
- ❖ Evaluar la actuación en comparación con las metas fijadas y pone en mejoras si es necesario.
- ❖ Planear y ejecutar la gestión administrativa y operativa, teniendo en cuenta las directrices y los conceptos de los otros directivos para el desarrollo continuo de la misión y la visión expuesta como fundamento en la creación de la empresa.
- ❖ Elaborar planes estratégicos para consecución de presupuestos, además realiza reportes mensuales para el crecimiento de la empresa, estos logros

determinan que este constantemente capacitándose en estrategias de marketing.

- ❖ Coordinar y negociar con ejecutivos y personal de alto nivel el futuro, los programas y las políticas de la empresa, definiendo a través de su directriz el alcanzar nuevas negociaciones.

### *Preparación Profesional*

- ❖ Administradora de Empresas o Ingeniería Industrial con experiencia en el área administrativa por lo menos de 2 años.

Para ahorrar gastos la Gerente en un principio sería Karen Osorio como propietaria y socia del Club.

### *Contador*

Persona encargada de llevar los libros contables y parte financiera, dará soporte en la parte de Revisoría Fiscal y todos los trámites contables pertinentes.

(Esta persona será contratada por prestación de servicios):

*Preparación Profesional:*

- ❖ Contador (a) Público (a) titulado (a) con experiencia en el cargos afines a su profesión por lo menos de 3 años.

*Coordinador académico*

Psicopedagogo (a) altamente calificado que se encargará de guiar el trabajo de los profesores y tutores, con el fin de organizar y presentar la información en relación con los objetivos buscados, velará por el buen ambiente de la empresa y elevará las peticiones o quejas de los empleados que hayan en el Club al Gerente.

*Preparación Profesional:*

- ❖ Psicopedagogo (o) con experiencia por lo menos de 3 años en colegios y manejo con infantes.

*Coordinador zona social*

Dos personas que se encargarán de atender a los niños y niñas para que su estadía en esta zona sea agradable.

*Preparación Profesional*

- ❖ Tecnólogos en pedagogía con experiencia por lo menos de 3 años en colegios y manejo con infantes.

Con el coordinador de la Zona social trabajarán, dos profesionales uno que atenderá la zona de lectura y audiovisuales y otro que atenderá la fuente de soda.

#### *Re creacionista de zona lúdica*

Una persona capacitada en atención y recreación de niños y adolescentes quién los guiará en todas las actividades lúdicas del Club.

#### *Preparación Profesional*

- ❖ Tecnólogo en Recreación con niños con experiencia por lo menos de 3 en manejo de infantes.

#### *Profesores*

5 profesores que se encargarán de guiar los procesos de los niños que con su experiencia y conocimientos puedan introducir métodos y técnicas que mejoren los procesos, garantizando que los niños además de realizar sus tareas mejoren su rendimiento académico o lo mantengan.

*Preparación Profesional:*

- ❖ Pedagogos con experiencia por lo menos de 3 años en colegios y manejo de infantes, y que manejen el idioma inglés en un 80%.

*Recepcionista*

Se contratará una joven del SENA que maneje el idioma inglés en un 70%, que se encargará de contestar todas las llamadas, apoyando de esta manera la estrategia de ventas, y por estar en la recepción de la institución orientará a las personas externas e internas en dudas que tengan.

*Servicio de vigilancia*

Se contratará por medio de un outsourcing, quien se encargará de suministrarnos las personas adecuadas para estos cargos, en este caso 2 vigilantes que cumplan los turnos día y noche.

## *Servicio de aseo*

Se contratarán directamente una persona para que realice las labores de aseo.

❖ Dentro de los factores claves dentro de la gestión de talento humano de la empresa estarán:

1. Todos los funcionarios administrativos serán profesionales o tecnólogos en pedagogía, psicopedagogía, preescolar.
2. El personal será seleccionado bajo los mayores estándares de calidad y capacidad a través de pruebas prácticas y psicológicas.
3. A los profesionales seleccionados se les capacitará en como es el procedimiento de trabajo dentro de la empresa.
4. Cada funcionario será responsable de su grupo y de que los resultados sean satisfactorios.
5. A cada funcionario se le darán los implementos necesarios para el desarrollo de sus labores.
6. En el contexto del ambiente laboral, este deberá ser cordial, de cooperación mutua entre ellos; es decir que si un profesor necesita la colaboración de otro profesor que

sea fuerte en un área, este deberá prestársela completamente sin miramiento alguno, claro si no está ocupado, los funcionarios tendrán puerta abierta para expresar sus necesidades o dificultades en el ámbito laboral a la coordinadora Académica o a Gerente, quienes tienen el compromiso en la medida de las posibilidades solucionarlos.

La empresa tendrá un ambiente acorde a los usuarios, sin llegar a subvalorarlos.

## CAPITULO UNO - MERCADO

### Análisis del sector

#### *Caracterización del sector*

#### *Ubicación Geográfica*

Geográficamente el club social y académico infantil “LOS ROBLES”, estará ubicado en la parte norte del Distrito Capital, en la localidad de Usaquén, se eligió esta zona porque acá se encuentran la gran mayoría de los centros educativos donde estudian los infantes pertenecientes al grupo al que se quiere llegar, Así mismo la localidad está rodeada por personas de estratos sociales del grupo objetivo elegido.

#### *Limítrofes.*

La empresa estará ubicada:

- Norte: Con el Municipio de Chía.
- Sur: Con la localidad de Chapinero

- Occidente: La Localidad de Suba

En esta jurisdicción capitalina es donde se encuentran la mayoría de los colegios exclusivos de Bogotá que brindan básica primaria, secundaria y media vocacional, y que se encuentran dentro del grupo objetivo seleccionado.

#### *Colegios ubicados en la zona*

- ❖ Colegio Mayor de Los andes
- ❖ Colegio campestre Oakland
- ❖ Colegio Anglo Americano
- ❖ Colegio Pureza de María
- ❖ Colegio Virrey Solís
- ❖ Colegio Nueva York
- ❖ Agustín Nieto Caballero- Calendario B
- ❖ Alessandro Volta- Doble Título Italiano Y Colombiano
- ❖ Ana Restrepo Del Corral
- ❖ Bilingüe De La Universidad Del Bosque
- ❖ Bilingüe tierra nueva
- ❖ Calasanz
- ❖ Campestre
- ❖ Claustro Moderno
- ❖ Colombo Sueco
- ❖ De Cervantes Padres Agustinos

- ❖ De Inglaterra (English School)
- ❖ La Enseñanza
- ❖ Mixto Sagrado Corazón De María
- ❖ Teresiano
- ❖ Santo Ángel

La mayoría de estas instituciones prestan el servicio educativo en jornada continua (8:00am a 3:00pm).

### Barreras de entrada y salida

#### *Barreras de Entrada*

Según La Gran Enciclopedia de Economía, LAS BARRERAS DE ENTRADA, SON: “*Obstáculos o dificultades que una empresa tiene que salvar o costes que tiene que soportar para entrar a formar parte de un nuevo sector productivo.*” (La Gran Enciclopedia de Economía). Es por tal razón que las barreras de entrada para el caso de este proyecto están:

- El lograr obtener la cantidad suficiente de socios que ayuden a solventar las expectativas que tiene el Club.
- Encontrar que los colegios ofrezcan o vayan a ofrecer los mismos servicios que el club vaya ofrendar

- Teniendo en cuenta que como se van a tratar con niños hijos de grandes directivos y que la empresa es nueva dentro del sector productivo; una barrera de entrada es generar la suficiente confianza por parte de los padres de familia para que afilien a sus hijos al club y saber que en este lugar los menores van a estar en un ambiente seguro y divertido...
- Conocer aquellas empresas o personas que ofrezcan los mismos servicios del Club en la parte académica.
- Lograr contar con todas las instalaciones suficientes optimas para ofrecer los servicios que brinda

#### *Barreras de Salida*

Al igual que en el ítem anterior, las barreras de salida son dificultades que una empresa tiene que sortear para de pronto abandonar el sector productivo en el que opera. (La Gran Enciclopedia de Economía)

Ahora bien dentro de las barreras de salida en este plan de negocios se encuentran:

- Que las familias de los estratos definidos en el concepto de negocio, no encuentren interés en los servicios ofrecidos.
- Que el valor de la afiliación y la membresía sea demasiado alto para que los padres ingresen a sus hijos al club.
- Que las instalaciones no suplan con las expectativas de nuestro mercado meta.

- Que los profesionales con los que cuenta la empresa no sean tan profesionales como se exige.

## Análisis y estudio de mercado

### *Tendencias del mercado*

En cuanto a las tendencias que hicieron posibles poder llegar a tener la idea de crear un sitio como es un Club Social y Académico Infantil está:

1. Los padres de Familia o acudientes por causa de su vida laboral le dedican menos tiempo a estar con sus hijos y ayudarles con su evolución académica, social y personal; sola lo hacen por unos instantes en las noches cuando llegan de sus ocupaciones laborales. Todo esto da pie a crear lugares donde los infantes puedan estar hasta que sus padres los recojan, sitios en los cuales estos menores están acompañados y orientados en su desarrollo académico.

Esto ocurre con más frecuencia en aquellos niños pertenecientes a estratos socioeconómicos altos, por tal motivo se escogió crear para los niños y niñas que pertenecen a los estratos 4, 5 y 6 un lugar que les proporcione el poder desarrollarse social y lúdicamente interactuando con otros niños y niñas de

su misma edad y condición social; además de proporcionar asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica.

2. Hoy en día las telecomunicaciones a través del ciber espacio es una herramienta esencial para poder comunicarse con los demás y poder acceder a la información, no hay olvidar que los niños son ellos los más diestros en el manejo de estas herramientas, es por esto que las herramientas encaminadas a este grupo deben ser dinámicas e interactivas que informen pero que a la vez ayuden en las necesidades lúdicas, sociales y académicas que se les presente.

### *Segmentación del mercado*

El segmento de mercado objetivo será:

Hogares con niños en edad escolar entre 6 y los 12 años, que vivan en la ciudad de Bogotá, en la localidad de Usaquén y cuyo estrato social sea 4, 5 y 6 particularmente en el sector de La Uribe, cuyo ingreso familiar sea superior a los 6 millones de pesos entre los dos padres de familia.

Adicionalmente, consideramos que nuestro punto donde se encontraría mayor concentración de posibles clientes, está en la localidad debido a que se encuentra una concentración de 19 colegios entre privados y militares ([www.bogowiki.org](http://www.bogowiki.org),

2009). En esta zona se espera encontrar una mayor concentración de unidades residenciales como conjuntas, multifamiliares, edificios, etc.

### Descripción de los consumidores

En cuanto a la descripción de los consumidores, hay que entender que este ítem se divide en dos puntos.

#### *Consumidor*

El consumidor, serán los padres de familia, a los cuales se les ofrecerá todos los servicios que tendría el club social y académico infantil LOS ROBLES para beneficio de sus hijos o acudidos. La característica de estas personas es que

Generalmente viven ocupadas, tienen que cumplir diferentes compromisos laborales, sociales y personales, por tal motivo algunos no pueden acompañar y estar con sus hijos como debería ser; y ven más práctico y seguro pagar a una persona que estén con ellos o una membresía o inscripción a sitio en el cual sepan que sus hijos están en un seguros, además que les puedan ayudar orientándolos y nivelándolos académica y psicopedagógicamente.

#### *Usuario*

Los usuarios serán los niños y niñas que reciban este servicio, a quienes se les llamarán socios.

Estos niñas y niños generalmente se encuentran solos una vez llegan de sus instituciones escolares, pudiendo estar en un sitio seguro donde pueden interactuar con otros niños y niñas de su misma edad, y estrato social, además de poder recibir orientación académica. Y psicopedagógica.

## Estudio de mercado

### *Definición del Problema*

La problemática es que ante los consumidores la idea de constituir un club que aparte de ser social, prestará el servicio de asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica es relativamente novedosa, esto hace que el lanzar y posicionar los servicios ante los consumidores sea una tarea dispendiosa para el éxito de la empresa.

### *Objetivo del estudio de mercado*

Para el caso del Club Social y Académico Infantil “LOS ROBLES”, el presente estudio estará discriminado así:

#### *Satisfacción de una necesidad*

El Club Social y Académico Infantil “LOS ROBLES”, será un lugar que generará satisfacción a la necesidad de tener un sitio que permita a los padres de familia

dejar a sus hijos en un lugar seguro, más cuando estos infantes son hijos de ejecutivos, directivos, presidentes de Empresas; Un sitio en el que los infantes puedan interactuar y relacionarse con otros infantes que pertenezcan al mismo estrato social, que tengan la misma edad y que compartan los mismos gustos e intereses.

#### *Satisfacción de un deseo*

Se satisface el deseo de tener un club que además de prestar los servicios de esparcimiento e interacción social, también prestará el asesoramiento, nivelación y orientación académica y psicopedagógica, exclusivo para infantes en edades de 6 a 12 años.

#### *Satisfacción a un Problema*

Este será un lugar en el cual los niños podrán acercarse y encontrar un ambiente acorde a sus edades y lo más importante es que los padres o acudientes estarán tranquilos al saber que sus hijos además de estar en lugar seguro, estarán en un lugar divertido y con un enfoque académico dinámico y contemporáneo.

Este estudio se generó con el fin de obtener información de sus potenciales clientes como lo es:

- Conocer la aceptación del servicio por parte del grupo objetivo al que se quiere llegar.
- Identificar qué servicios les gustaría que ofreciese el Club, tanto por parte de los padres de familia como por parte de los niños y niñas que al final son los beneficiarios.
- Saber si por parte de los padres les llama la atención que haya un club social para niños, pero que además de esto proporcione asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica sin costo adicional al de la membresía.
- Indagar cuanto estaría dispuesto a invertir en afiliar a sus hijos un sitio como es un club infantil.
- Conocer cuánto son los ingresos de los padres.
- Saber dónde les gustaría que estuviese un sitio como el propuesto.
- Saber cuántos días de la semana, estarían dispuestos a enviar a sus hijos al Club.

## *Calculo de la Muestra*

El cálculo de una muestra se genera para:

Determinar el nivel de confianza que se desea de un producto o servicio

Detectar la garantía mínima o la diferencia, entre productos o servicios.

Dentro de las principales definiciones encontramos:

Población: Es cualquier conjunto de personas, objetos y medidas comunes que pertenecen a un grupo finito

Muestra de Población: Es el subconjunto de individuos que pertenecen a una población.

Ahora bien para determinar el tamaño de la muestra para este proyecto, se tomo en cuenta la información correspondiente al tamaño del mercado o del universo y para esto nos remitiremos a los datos que inicialmente se mencionaron

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizarán, se tomó en cuenta la siguiente información correspondiente al tamaño del mercado:

Para el caso del plan de negocios del Club Social y Académico “ LOS ROBLES”

El universo posible es de 26.775 individuos, divididos en toda la primaria y los dos primeros años de secundaria.

Ahora aplicando la formula para hallar el tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Encontramos que el nivel de confianza de éxito del proyecto era del 65%, por ende el grado de error esta en 35%

El desarrollo de esta formula seria así:

Nivel de Confianza (z): 65%

Grado de error: 0.05

Universo 26755

Probabilidad de Ocurrencia 35%

Probabilidad de no Ocurrencia 35%

Fórmula de la muestra<sup>2</sup>:

$$(0.65^2 \times 0.05 \times 0.05 \times 26755)$$

---


$$(2501 \times 0.05^2) + (0.65^2 \times 0.05 \times 0.05)$$

28,09275

---


$$(26670 \times 0,42) + (0,42 \times 0,05 \times 0,05) 0,0105$$

N: 2675, 5

Como se puede evidenciar el resultado de la ecuación sería una muestra poblacional de 2675,5 pero por practicidad del mismo estudio se eligió solo realizar 25%, lo cual da como resultado 668 encuestas

### *Diseño de la Herramienta para el Estudio Piloto*

La Herramienta para generar el estudio piloto fueron dos encuestas; una que ira dirigida a los usuarios y otra a los consumidores. En dicha permitió determinar los datos cuantitativos y el calcular el volumen de ventas, como también el proporcionar una caracterización del grupo de consumidores que les llama la atención esta idea.

A continuación esta es el formato que se utilizó.

#### *Encuesta*

*Teniendo en cuenta que la población total objeto es un poco grande 2675,5 infantes que están cursando primaria y los dos primeros años de secundaria, el proceso de tabulación de las encuestas y posterior análisis de resultados seria bastante engorroso, es por tal razón que se eligió solo tomar una muestra poblacional del 25% que en cifras se traduciría en 668 encuestas, que de por mas acorde a los parámetros mercado tecnológico es un porcentaje optimo.*

*Ahora los Objetivos serán:*

#### *Objetivos*

El objetivo de esta encuesta es la identificación de las necesidades, gustos y preferencias que tienen los posibles consumidores de los servicios que ofrecerá el Club.

*Formato*

## ENCUESTA PARA NIÑAS Y NIÑOS

Hola... como estas, mi nombre es \_\_\_\_\_, te pido el favor de responderme las siguientes preguntas.

La información que nos proporciones será de gran ayuda para el lanzamiento de un Club Social y Académico infantil. Gracias

1. Qué edad tienes.

| EDAD  |  |
|-------|--|
| 6     |  |
| 7     |  |
| 8     |  |
| 9     |  |
| 10    |  |
| 11-12 |  |

La razón por la que se hizo esta pregunta es para saber si efectivamente se encuentran dentro de las edades, grupo objetivo

*Ventaja competitiva Por favor continúe con la pregunta 2.*

**2. Cuando llegas del Colegio con quien te quedas, hasta que lleguen tus papas.**

| CON QUIEN TE QUEDAS   |  |
|-----------------------|--|
| Empleada del servicio |  |
| Un familiar           |  |
| Mamá                  |  |
| Otro                  |  |

Esta pregunta se genero es para conocer realmente la necesidad inherente para constituir un situó como el propuesto.

*Por favor continúe con la pregunta 3.*

**3. Haces tus Tareas solo**

Sí\_\_ No\_\_

Esta pregunta no tiene nada de confusa

Por favor continúe con la pregunta 4.

4. Quien te ayuda en tus tareas

| AYUDA          |  |
|----------------|--|
| Tu hermano (a) |  |
| Un familiar    |  |
| Mamá           |  |
| Otro           |  |

No hay que olvidar que para niños de estas edades, en la gran mayoría de las veces, requieren de ayuda externa que en las mayores de las veces es un mayor de edad, tal como lo menciona la tabla

Por favor continúe con la pregunta 5.

5. Tienes hermanos, de que edades

Sí \_\_\_ No\_\_\_

| EDAD  |  |
|-------|--|
| 4-6   |  |
| 7-9   |  |
| 10-12 |  |
| 13-15 |  |
| MÁS   |  |

Por favor continúe con la pregunta 6.

Con esta pregunta se realizo, con el propósito de saber si, podría haber más posibles clientes para el club.

6. ¿Te gustaría pertenecer a un club social y académico, donde puedas divertirte, encontrar a otros niños de tu misma edad, puedas hacer más amigos y que te ayuden en el desarrollo de tus tareas?

Sí\_\_ No\_\_

Aquí se esta tomando en cuenta los gustos del infante, no hay que olvidar que los niños son personas pensantes que a pesar de su edad pueden tomar sus propias decisiones. Es por esto uno de los objetivos que plantea el Club, es que el menor pueda tomar sus propias decisiones, sin tener la supervisión de profesores y padres de familia.

*Por favor continúe con la pregunta 7*

7. ¿Dónde te gustaría que quedara el Club?

| DONDE TE GUSTARÍA QUEDARA EL CLUB |  |
|-----------------------------------|--|
| Cerca a tu casa                   |  |
| Cerca al colegio                  |  |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

Aquí se desea tener en cuenta el gusto del menor, se cree que una pregunta como esta no es para nada causiosa, sino meramente personal.

¡Muchas gracias por su tiempo y colaboración!

## ENCUESTA PARA LOS PADRES.

Se agradece toda la colaboración prestada y el completo diligenciamiento de esta encuesta.

La información que nos proporcione será utilizada como parte del desarrolló del lanzamiento de un Club social y Académico infantil Gracias

1. Por favor seleccione con una X el número de hijos en edad escolar (entre 6 y 12 años) que tiene en su núcleo familiar:

|                 |
|-----------------|
| Número de hijos |
|-----------------|

|               |  |
|---------------|--|
| 1.            |  |
| 2.            |  |
| 3.            |  |
| Más, Cuántos: |  |

*Al hacer esta pregunta y saber cuantos hijos tiene la familia, se podría llegar al caso de hacer una especie de descuentos o beneficios al momento de la afiliación y de la mensualidad. Por otro lado como se menciona con antelación se tomo personas que pertenecen a los estratos 4, 5 y 6, y por mas que son personas que tienen la capacidad para tener de uno, tres o mas hijos. La situación económica no da para llegar a estos limites, además este tipo de personas en la gran mayoría dentro de sus objetivos esta el escalonamiento profesional y social*

*Por favor continúe con la pregunta 2.*

**2. ¿Dedica usted tiempo para ayudar a sus hijos en las tareas o labores escolares?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

En este cuestionamiento, corrobora la pregunta que se genero en la encuesta para niños donde se hace manifiesto que en realidad los padres de hoy no tienen el tiempo suficiente para ayudar en sus deberes escolares a sus hijos y por ende requieren con urgencia que existan sitios iguales o similares al propuesto. Por otro lado no hay que olvidar que muchos de estos padres solo su interés esta enfocado en suplir las necesidades materiales de sus hijos, pero no de su rendimiento académico inmediato , solo al terminar el periodo es que se dan cuenta de las falencias que el menor tiene y es allí cuando toman decisiones.

*Por favor continúe con la pregunta 3.*

3. ¿Con quién están sus hijos mientras trabaja?

| ¿Con quién permanecen sus hijos? |  |
|----------------------------------|--|
| Empleada                         |  |
| Familiar                         |  |
| Madre                            |  |

*Por favor continúe con la pregunta 4.*

Con esta pregunta se reconfirma que por el hecho que dentro de este grupo social, debido a sus amplias ocupaciones y compromisos, al llegar a sus hogares no tienen el tiempo de revisar como van sus hijos académicamente y tampoco proporcionan tiempo de calidad para estar con sus hijos, lo que hacen es que se lo relegan a otras personas como las anteriormente mencionadas, exceptuando a la madre que mas adelante se evidenciara que tampoco tiene tiempo por que igual que el padre de familia trabaja.

4. ¿Su hijo en algún momento ha necesitado de ayuda para el desarrollo de alguna actividad escolar o para el mejoramiento de su rendimiento académico?

Sí\_\_ No\_\_

*Por favor continúe con la pregunta 5.*

5. Señale con una X uno de los argumentos con el cual se identifica más, respecto a la ayuda que le da a su(s) hijo(s) con sus tareas:

6.

| ¿La ayuda que doy a mi(s) hijo(s) es?                      |  |
|--|--|
| Obligada, porque no tengo a quien acudir para que le ayude |  |
| Responsable, porque es nuestro deber                       |  |
| Adecuada, porque es una manera de compartir con él(ellos)  |  |
| Buena, porque le enseño a tener hábitos de estudio         |  |
| Otra, por favor especifique:<br>_____                      |  |

*Por favor continúe con la pregunta 6.*

7. Marque con una X ¿cuántas horas al día dedica usted para ayudar a sus hijos en las labores escolares?

| Horas |  |
|-------|--|
| 1     |  |
| 2     |  |
| 3     |  |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 4                       |  |
| ¿Más horas,<br>cuantas? |  |

*Por favor continúe con la pregunta 7.*

**8.** Seleccione con una X, uno de los argumentos con el cual se identifica más...

|  |  |
|--|--|
| No dedico tiempo a realizar las tareas con mi(s) hijo (s) porque ... |  |
| Trabajo todo el día y llego tarde a casa.                            |  |
| En el colegio le ayudan con estas actividades.                       |  |
| Pago un profesor particular para que le ayude.                       |  |
| Otra persona le ayuda con las tareas.                                |  |
| Una razón diferente, explíquenos:                                    |  |
| _____  |  |
| _____  |  |

*Por favor continúe con la pregunta 8.*

**9.** ¿Socialmente su hijo es activo?

Si\_\_ No \_\_

*Por favor continúe con la pregunta 9.*

**10.** ¿Usted práctica la lúdica con sus hijos entre semana?

Sí\_\_ No\_\_

*Por favor continúe con la pregunta 10.*

**11.** ¿Pertenece a un Club Social?

Sí\_\_ No\_\_

*Por favor continúe con la pregunta 11.*

**12.** De cuanto son sus ingresos mensuales.

| INGRESOS MENSUALES          |  |
|-----------------------------|--|
| \$3.000.000 a \$5.000.000   |  |
| \$ 5.000.001 a \$7.000.000  |  |
| \$ 7.000.001 a \$10.000.000 |  |
| \$ 10.000.001 en adelante   |  |

*Por favor continúe con la pregunta 12.*

Existe en el mercado un nuevo club social y académico infantil que además de ofrecer un lugar de entretenimiento y desarrolló social para niños y niñas, les ofrece la oportunidad de mejorar el rendimiento académico y además les brinda ayuda Psicopedagógica cuando lo necesitan, todo esto sin costo adicional, orientados por profesionales altamente calificados. Y Así mismo permite a los padres o acudientes participar en el desarrollo social y académico de sus hijos y/o acudidos por medio de una Pagina Web en la que estarán comunicados con los profesores de los avances o dificultades que puedan llegar a tener.

Después de escuchar las ventajas de este servicio, ¿estaría dispuesto a invertir en afiliar a su hijo o acudido a un sitio como el anteriormente descrito?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

*Por favor continúe con la pregunta 13.*

**13.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por acceder a un servicio como el anteriormente descrito?

| DISPUESTO A INVERTIR  |  |
|-----------------------|--|
| \$150.000 A \$250.000 |  |
| \$250.000 A \$350.000 |  |
| \$350.000 A \$400.000 |  |

*Por favor continúe con la*

*pregunta 14.*

**14.** Seleccione con una X una de las ubicaciones en la que le gustaría poder encontrar este servicio:

| Ubicación del sitio                                     |                          |
|---|--------------------------|
| Cerca de su domicilio                                   | <input type="checkbox"/> |
| Cerca de las instalaciones del colegio de su(s) hijo(s) | <input type="checkbox"/> |
| Otra ubicación, especifique ¿cuál?<br>_____             | <input type="checkbox"/> |

*Por favor continúe con la pregunta 15.*

**15.** Señale con una X cada ¿cuánto estaría dispuesto a permitir que su hijo asistiera al sitio?

| Frecuencia de asistencia al sitio |                          |
|-----------------------------------|--------------------------|
| Una vez a la semana               | <input type="checkbox"/> |
| Dos o tres veces a la semana      | <input type="checkbox"/> |
| Todos los días                    | <input type="checkbox"/> |
| Una vez al mes                    | <input type="checkbox"/> |
| Los fines de semana               | <input type="checkbox"/> |

Muchas gracias por su tiempo y colaboración!

### *Aplicación de la Encuesta*

La manera como se obtendrá la información para el estudio de mercado del club social y académico infantil “LOS ROBLES” será a través de una encuesta la cual se generará directamente a los padres de familia que son nuestros clientes directos.

La encuesta tendrá en cuenta la opinión de los niños, niñas y padres, si le es llamativo un lugar como el ofrecido.

Como este servicio no tendrá distinción de género el universo total es decir 1500 niños y padres. La muestra será del 10%(150), con los cuales se tendrán los datos de si es aceptable y deseable un sitio como el ofrecido.

### *Resultados Obtenidos*

A continuación veremos los resultados obtenidos de la investigación, con la presentación gráfica de cada una de las respuestas.

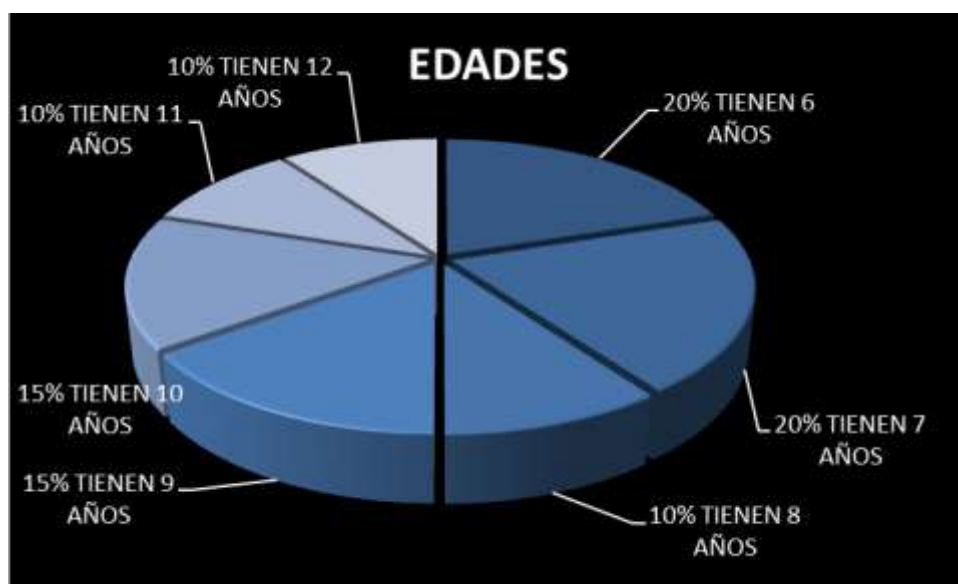
En primera instancia se evidenciarán los resultados de la encuesta que se le generó con los niños y niñas.

*Ante la primera pregunta*

❖ Qué edad tienes.

Los resultados arrojados fueron, el 20% tienen 6 años, 20% 7 años, 10% 8 años, 15% 9 años, 15% 10 años, 10% 11 años, 10% 12 años

GRÁFICA N° 1



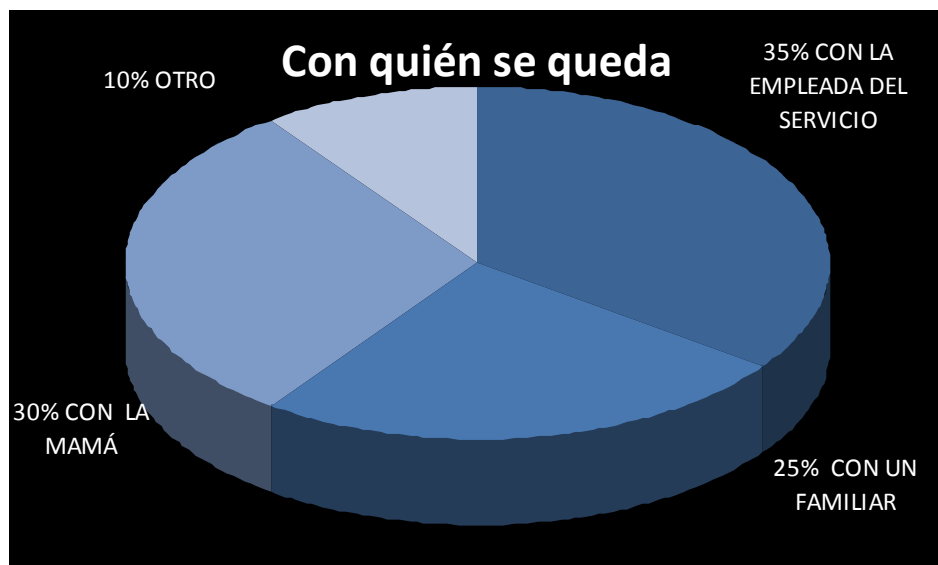
En esta gráfica se puede observar que las edades que más preponderancia tienen los encuestados es 6 años, 7 años y 10 años

*A la segunda pregunta*

- ❖ Cuando llegas del Colegio con quien te quedas, hasta que lleguen tus papas.

35% respondieron que con la empleada del servicio, 25% con un familiar, 30% con la mamá, 10% otro

GRÁFICA N° 2



Con esta respuesta se evidencia que la mayoría de los niños y niñas, por las ocupaciones de los padres una vez llegan de sus colegios su compañía es la

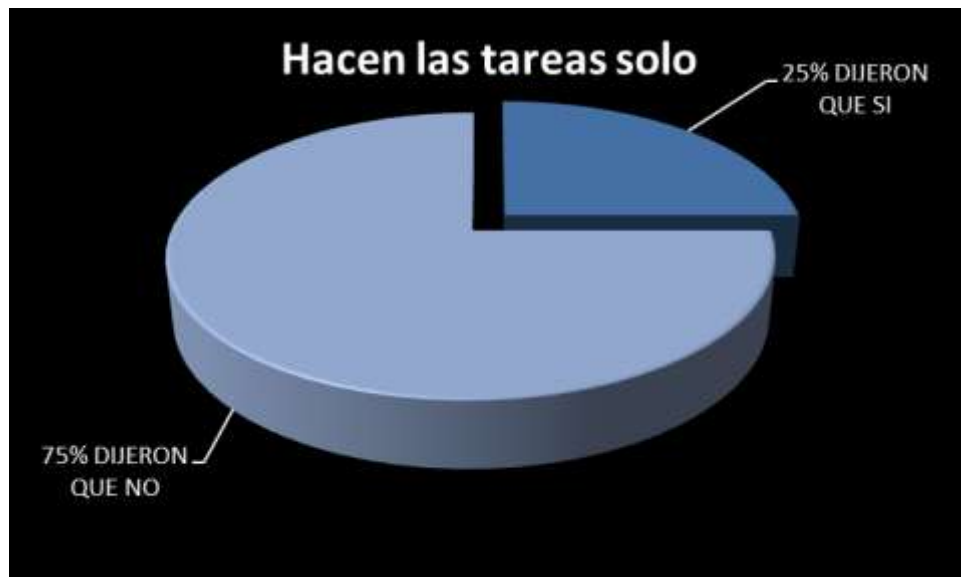
empleada de servicio, seguido por la mamá que en la mayoría de estos casos se dedican a las labores del hogar.

### *Tercera pregunta*

#### ❖ Haces tus Tareas solo

75% dijeron que no y 25% que si

GRÁFICA N° 3



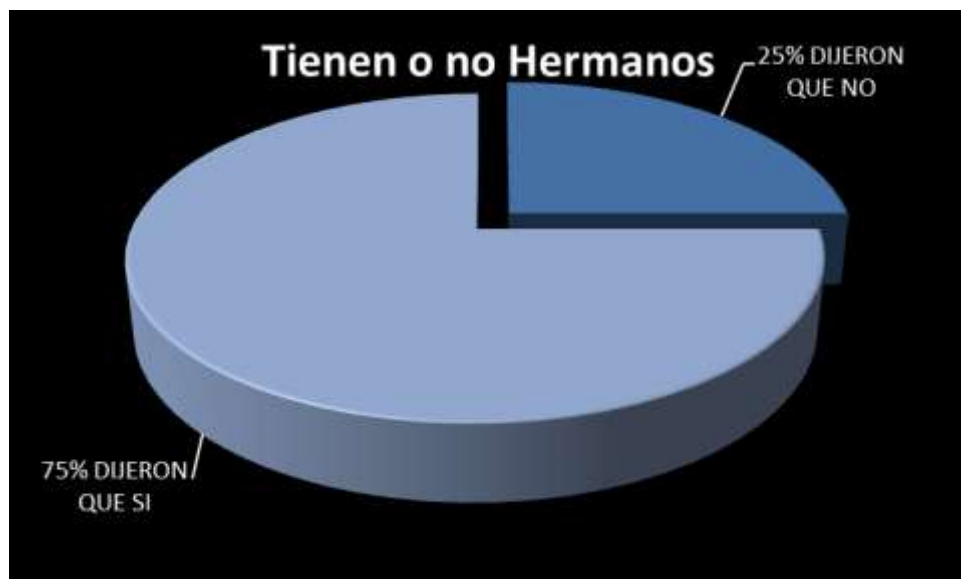
Se presenta como resultado que la gran mayoría de los niños y niñas acuden a alguien más para desarrollar sus tareas

*Cuarta pregunta*

- ❖ Tienes hermanos, de que edades

El 75% respondieron que sí y 25% que no

GRÁFICA N° 4

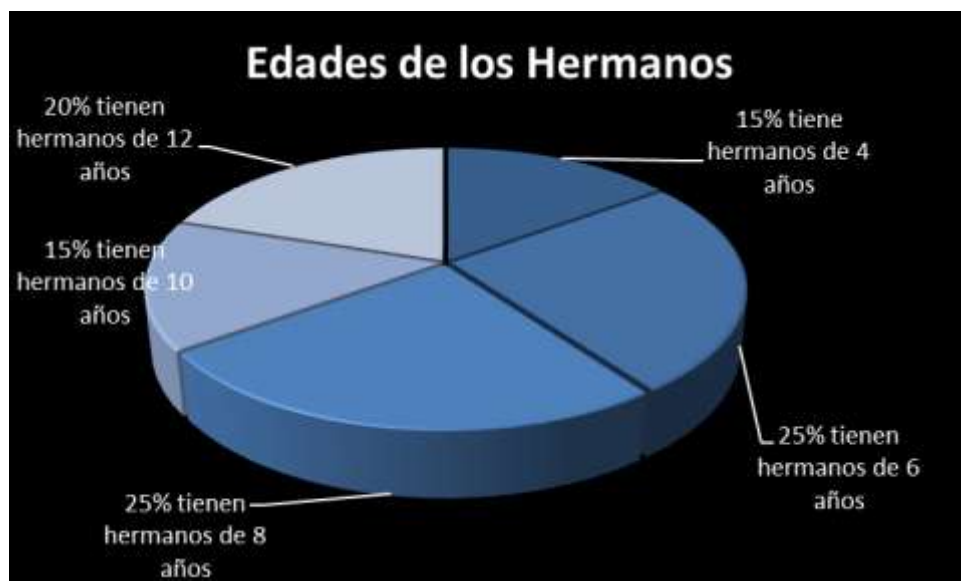


*Siguiendo con la cuarta pregunta*

❖ Que edades

15% tienen hermanos de 4 años, 25% de 6 años, 25% de 8 años, 15% de 10 años y 20% de 12 años.

GRÁFICA N° 5



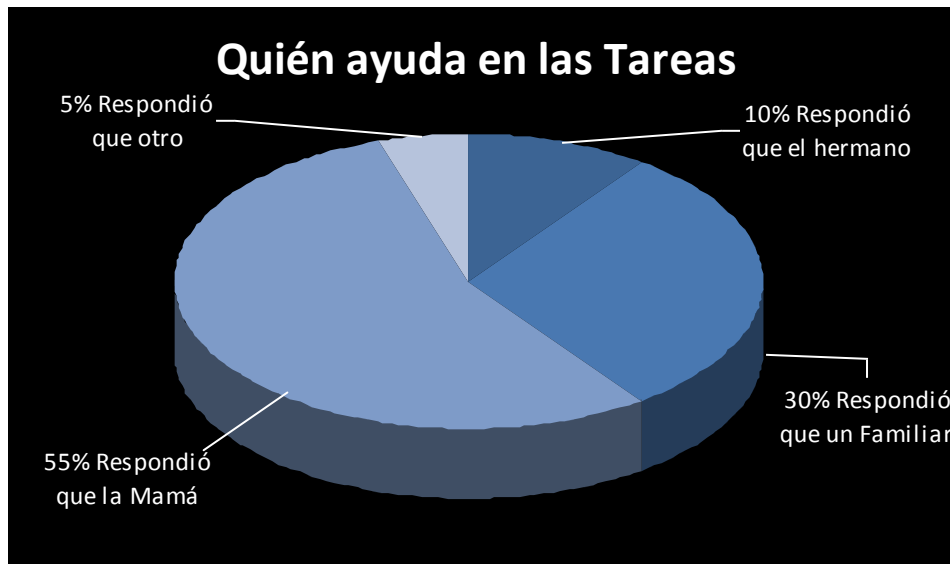
En estas dos preguntas se resalta que la mayoría si tienen hermanos o hermanas y que tienen edades entre los 6 y los 8 años. Esta información sirve para atraer más socios al club

*Quinta Pregunta:*

❖ Quien te ayuda en tus tareas

10% el hermano, 30% un familiar, 55% la mamá, 5% otro

GRÁFICA N° 6



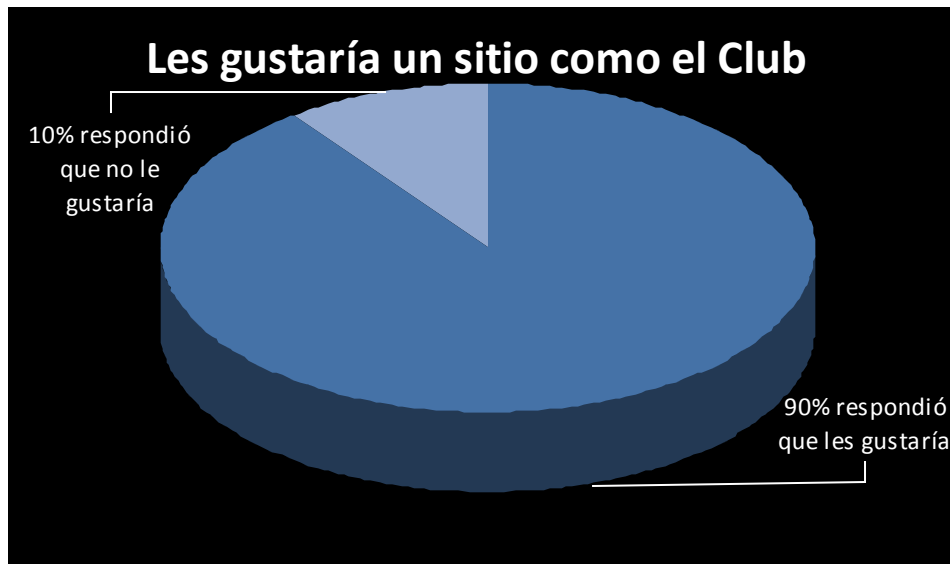
La mayoría acuden a la mamá, seguido por un familiar, con esto se analiza que siempre es necesario de alguien más para que los niños y niñas puedan realizar sus trabajos. Esto reafirma que el valor agregado que tiene el Club es funcional y necesario.

*Sexta Pregunta*

- ❖ ¿Te gustaría pertenecer a un club social y académico, donde puedas divertirte, encontrar a otros niños de tu misma edad, puedas hacer más amigos y que te ayuden en el desarrollo de tus tareas?

90% respondió que sí y 10% que no

GRÁFICA N° 7



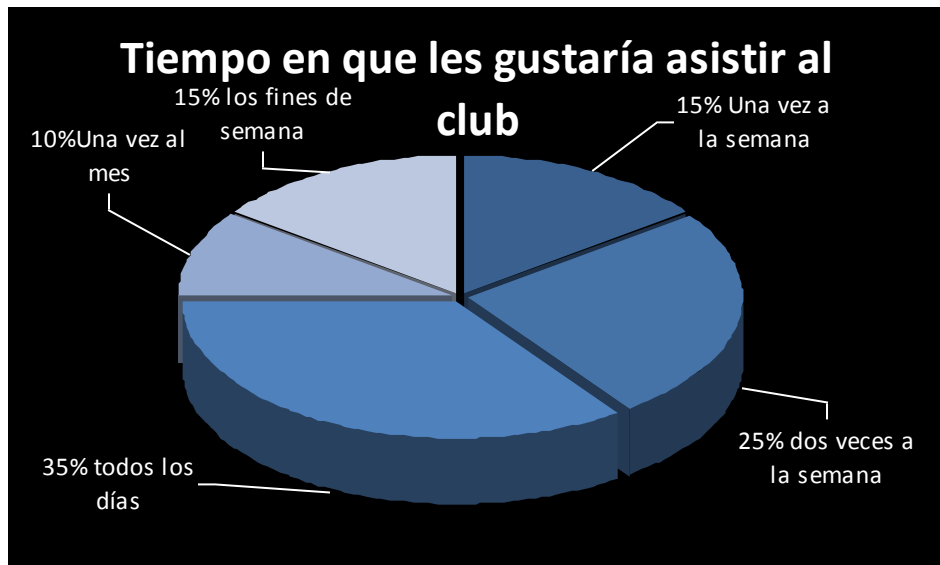
Aquí se observa que a los encuestados le es atractivo que exista un sitio como el constituido

#### *Séptima Pregunta*

- ❖ Cuanto tiempo a la semana estarías dispuesto a estar en el Club

15% una vez a la semana, 25% dos veces a la semana, 35% todos los días  
10% una vez al mes y 15% los fines de semana

GRÁFICA N° 8



Este resultado reafirma lo enunciado en la anterior, demostrando la aceptación y deseo por parte de los niños y niñas que exista un lugar como el mencionado.

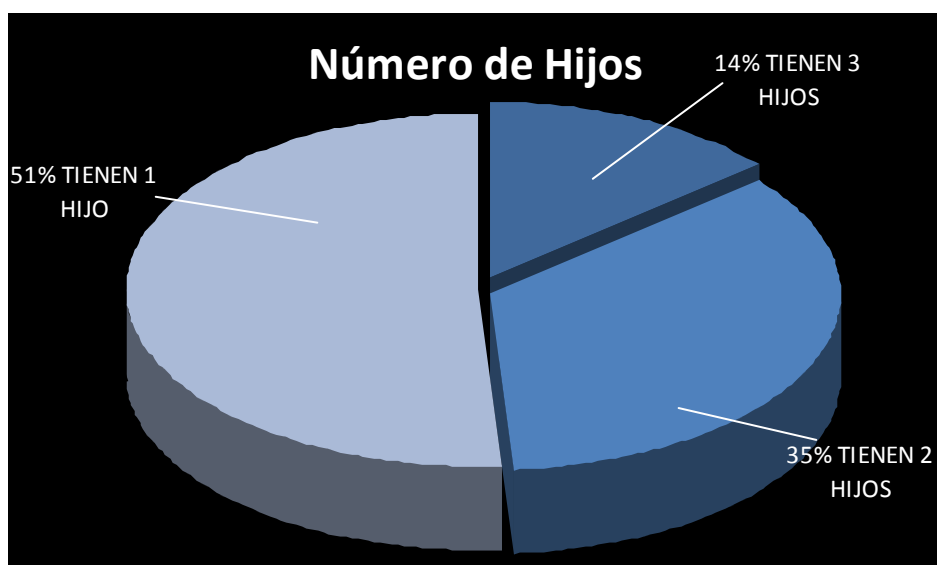
Ahora en cuanto a la encuesta dirigida hacia los padres:

*La primera pregunta*

Por favor seleccione con una X el número de hijos en edad escolar (entre 6 y 12 años) que tiene en su núcleo familiar:

14% tienen 3 hijos, 35% 2 y 51% UNO

GRÁFICA N° 9



Se demuestra que la mayoría por alguna circunstancia personal o económica solo tienen un solo hijo, con esto se evidencia que aunque tienen los medios para sustentar a más de un hijo, pero a este proporcionarle lo mejor.

### *Segunda pregunta*

¿Dedica usted tiempo para ayudar a sus hijos en las tareas o labores escolares?

60% respondió que no y 39% que si.

GRÁFICA N° 10



Se reafirma lo que se ha mencionado que los padres de familia ubicados en estos estratos, por causa de sostener un estilo de vida, descuidan el tiempo que le pertenece a su(s) hijo(s) o hija(s).

*Tercera pregunta: 3.*

¿Con quien están sus hijos mientras trabaja?

El 40% con la empleada, 25% con un familiar, 10% solos y 25% con la madre de familia

GRÁFICA N° 11



Se aprecia que la empleada de servicio se ha convertido para los hijos de estos padres de familia, en la figura predominante, de allí que en muchos de estos hogares le hacen mas caso a la empleada que a los padres mismo

*Cuarta Pregunta*

Señale con una X uno de los argumentos con el cual se identifica más, respecto a la ayuda que le da a su(s) hijo(s) con sus tareas:

El 32% respondió que responsable, por que es nuestro deber; 42% Adecuada, porque es una manera de compartir con ellos; 17% buena, porque le enseñó a tener hábitos de estudio; 7% Obligado por que no tengo a quien acudir y 2% otra.

GRÁFICA N° 12



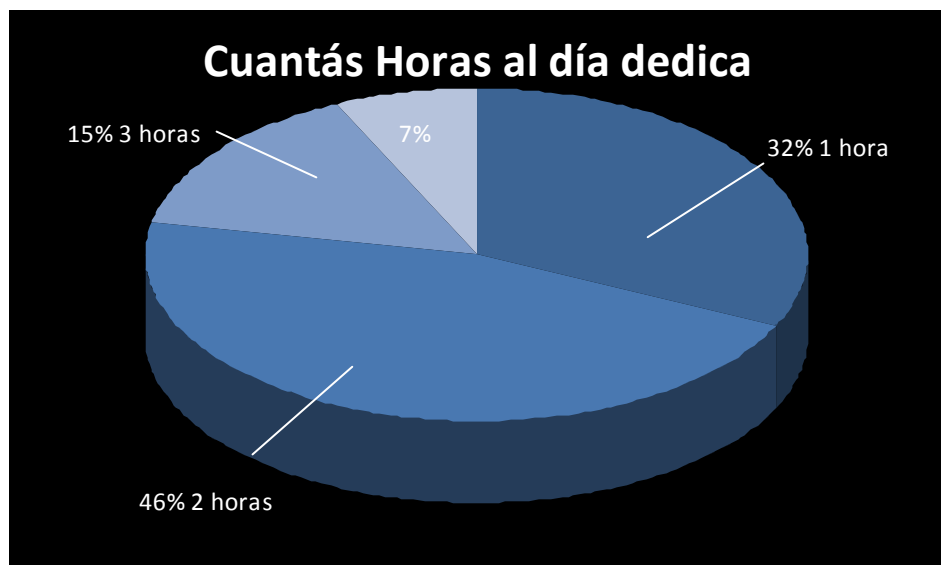
El grupo de encuestados creen que el compartir con sus hijos es un deber y porque es una manera de compartir con los hijos, pero que tanto tiempo separan para esta finalidad.

*Quinta Pregunta*

Marque con una X ¿cuántas horas al día dedica usted para ayudar a sus hijos en las labores escolares?

32% le dedican 1 hora, 46% 2 horas, 15% 3 horas, 7% 4 horas

GRÁFICA N° 13



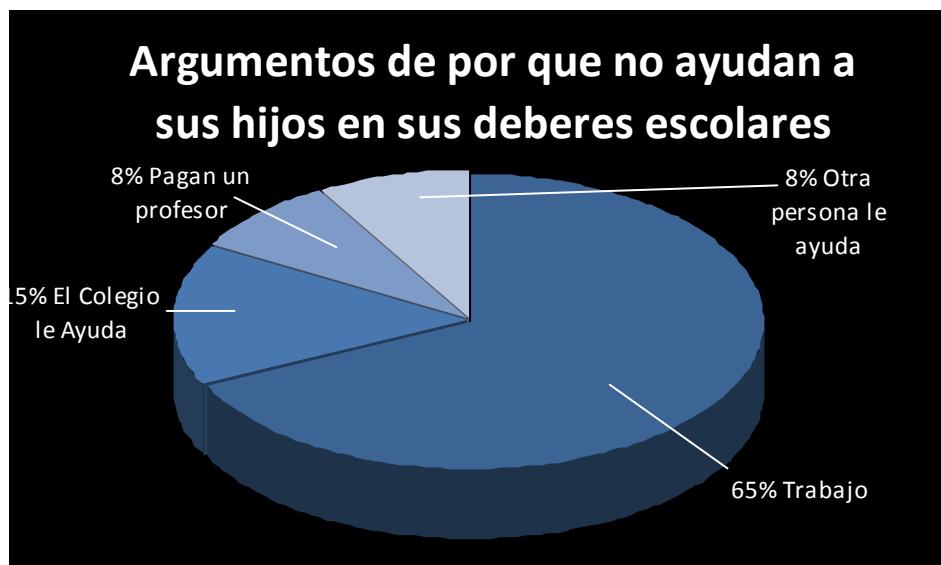
Con estos datos se demuestra que los padres de familia encuestados por más que quieran no les dedica las suficiente cantidad de horas a sus hijos, por tal motivo estos niños y niñas les seria benéfico tener un sitio como el Club Social y Académico.

*Sexta pregunta*

No dedico tiempo a realizar las tareas con mi(s) hijo (s) porque...

65% por que trabaja todo el día y llega tarde a la casa, 15% el Colegio le ayudan, 8% paga a un profesor privado, 8% otra persona le ayuda en sus deberes escolares

GRÁFICA N° 14



Se demuestra que el trabajo es el principal obstáculo para que los padres no le ayuden a sus hijos en el desarrolló de sus deberes.

*Séptima pregunta*

¿Socialmente su hijo es activo?

55% respondió que totalmente, 45% no lo es.

GRÁFICA N° 15



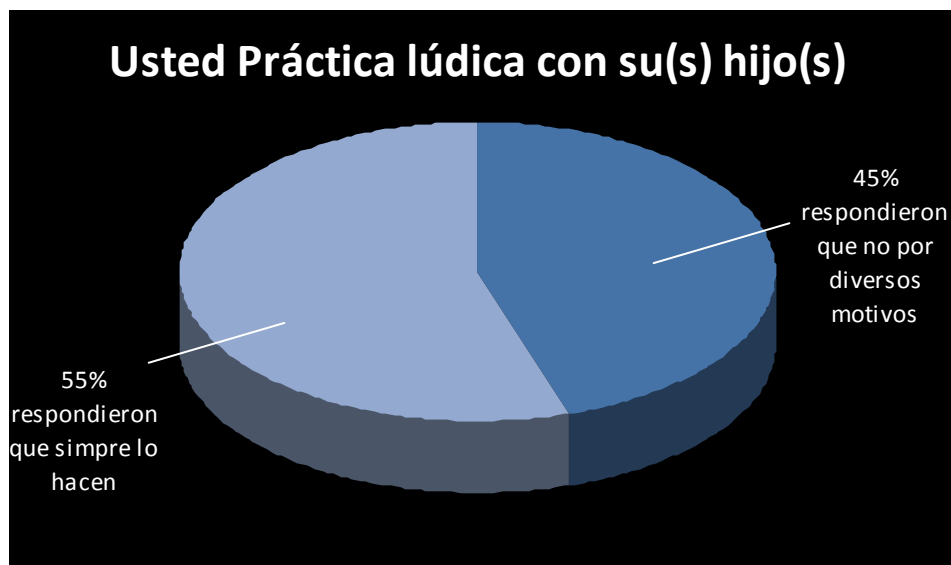
Este Grafico, evidencio con un 55% que hoy en día la gran mayoría de los niños que están dentro del grupo objetivo seleccionado son socialmente activos y en muchos casos híper activos y por ende necesitan de un sitio especial y único para ellos donde puedan desarrollarse socialmente mejor y no solo social sino lúdico pedagógicamente y un 45% no lo es

*Octava Pregunta*

¿Usted practica la lúdica con sus hijos entre semana?

45% respondió que no por diversas circunstancias, 55% que siempre lo hacen

GRÁFICA N° 16



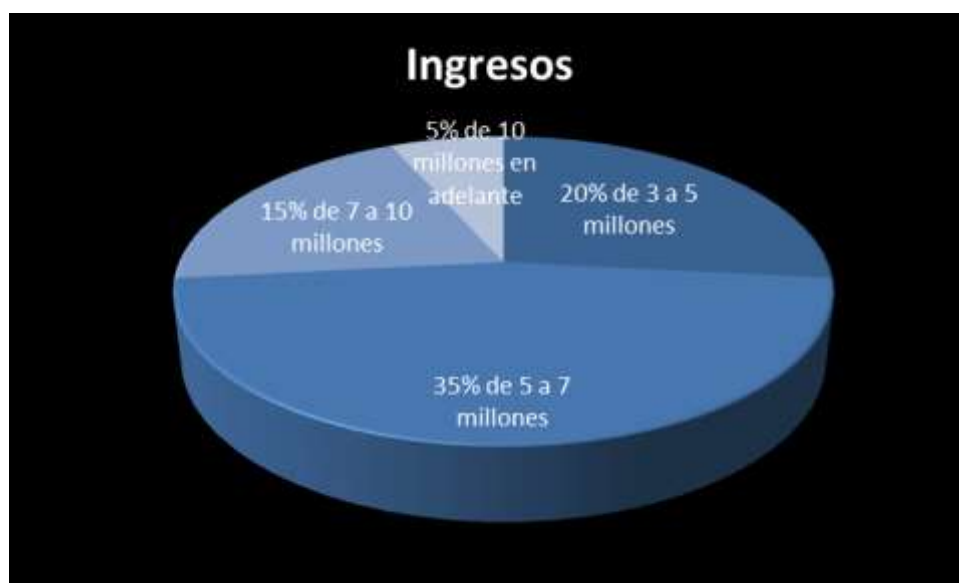
Aquí se reafirma que los padres de estos estratos, algunos debido a sus obligaciones y compromisos no tienen tiempo para jugar con sus hijo(s), pero una mayoría siempre aparta un tiempo para hacerlo

*Novena Pregunta:*

De cuantos son sus ingresos mensuales

20% repondieron de 3 a 5 millones, 35% de 5 a 7 millones, 15% de 7 a 10 millones y 5% de 10 millones en adelante

GRÁFICA N° 17



En esta pregunta se puede ver que el 35% de los padres encuestados tienen ingresos suficientes para poder costear una inscripción y una mensualidad tal como se estipulo que sería para que puedan ser socios de la casa club infantil.

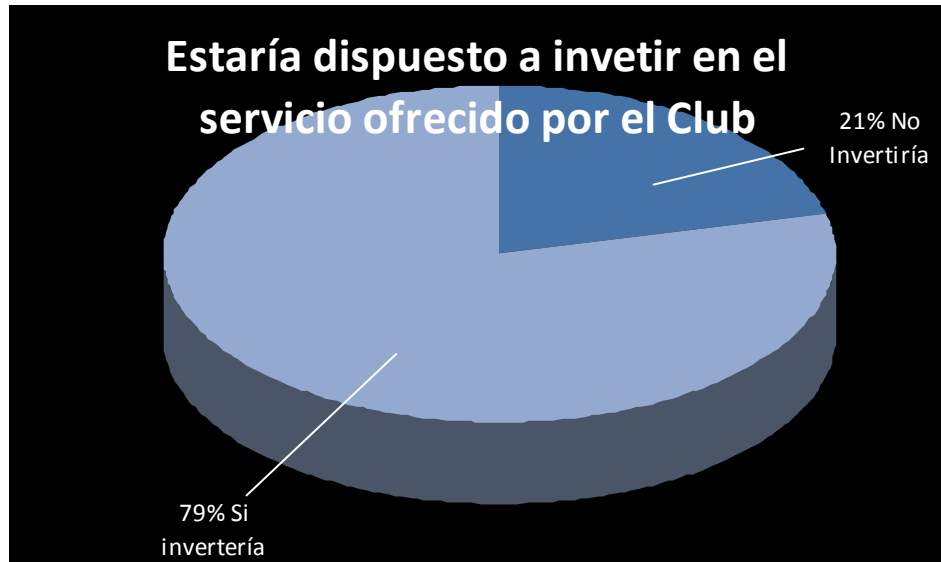
*Décima Pregunta:*

Existe en el mercado un nuevo club social y académico infantil que además de ofrecer un lugar de entretenimiento y desarrollo social para niños y niñas, les ofrece la oportunidad de mejorar el rendimiento académico y además les brinda ayuda Psicopedagógica cuando lo necesitan, todo esto sin costo adicional, orientados por profesionales altamente calificados. Y así mismo permite a los padres o acudientes participar en el desarrollo social y académico de sus hijos y/o acudidos por medio de una Pagina Web en la que estarán comunicados con los profesores de los avances o dificultades que puedan llegar a tener.

Después de escuchar las ventajas de este servicio, ¿estaría dispuesto a invertir en afiliar a su hijo o acudido a un sitio como el descrito?

79% si invertiría y 21% no lo harían

GRÁFICA N° 18

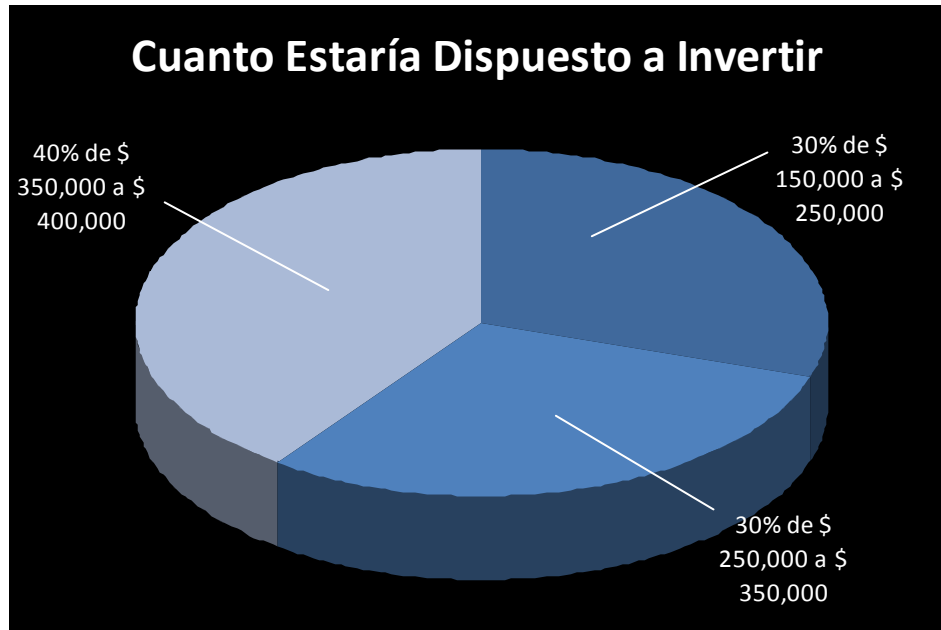


En esta pregunta se demuestra que es tan llamativo el servicio que la mayoría invertiría para que sus hijos disfruten de dichos

Décimo primera pregunta:

¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por acceder a un servicio como el anteriormente descrito?

GRÁFICA N° 19



Aquí, se hace evidente que el 40% de los encuestados prefieren que el rango de la mensualidad este entre los \$ 350.000 y los \$ 400.000; siempre y cuando las instalaciones y el personal sea el más capacitado y experimentado para manejar y orientar a sus hijos y se comprueba que aunque sean personas que estén dentro de los altos estratos socio económicos la situación económica los han afectado pero en cuestión de bienestar de sus hijos no tienen reserva alguna.

Pregunta décimo Segunda:

Seleccione con una X una de las ubicaciones en la que le gustaría poder encontrar este servicio

83% cerca al domicilio, 15% cerca del Colegio y 2% otro

GRÁFICA N° 20



Se demuestra que la mayoría de los encuestados prefieren que el club quede cerca de su domicilio por comodidad y por seguridad también

*Décimo Tercera pregunta:*

Señale con una X cada ¿cuánto estaría dispuesto a permitir que su hijo asistiera al sitio?

45% dicen que todos los días, 16% dos veces a la semana, 4% los fines de semana, 16% 3 veces por semana, 19% solo en caso de necesidad

GRÁFICA N° 21



Aquí se ve como los padres de familia, por encontrar un sitio en el cual su(s) hijo(s) encuentre lúdica, se puedan desarrollar socialmente mejor y obtener ayuda académica y psicopedagógica, dejarían asistir a un sitio así con una frecuencia de todos los días de la semana.

#### *Plan de introducción al mercado*

La manera como se desarrollará el plan de mercado, tal como se dijo con antelación promocionando en centros comerciales, parques de barrio y en aquellos conjuntos residenciales en los cuales permitan el acceso, ubicados en la zona de injerencia de

la empresa; llegando en primer lugar a los clientes ( los padres de familia y a los beneficiados (los niños y niñas ) anunciándoles la apertura de un club social y académico exclusivo para niños y niñas en el cual podrán encontrar servicios como son: desarrolló lúdico y social, además de asesorías, nivelación y orientación académica y psicopedagógica.

Por otro lado la idea de crear este lugar no acarrearía riesgos ya que en las encuestas Evidencia buena aceptación por parte de ambos grupos.

Para esto el sistema de promoción fue hacer divulgación a través de los medios locales y sitios de promoción, también se darán una serie de bonos por \$ 600.000 con los cuales se pueden inscribirse dos niños y ser socios de la casa club.

#### Riesgos y oportunidades del mercado

| RIESGOS   | ACCION A REALIZAR   |
|---|---|
| 1. Que los servicios que ofrecerá el club no sea del agrado, tanto de nuestros clientes principales como son los padres de familia, | Diseñar servicios que sean beneficiosos para los clientes beneficiarios y sobre todo que sean de la más alta calidad, |

|   |  |
|---|--|
| <p>como para los beneficiados.</p> <p>2. Que la encuesta haya sido respondida sin el mayor interés</p> <p>3. Que los datos arrojados por la tabulación estén errados.</p> <p>4. Que no haya aceptación por parte del grupo a atacar de la idea de instaurar una casa club infantil.</p> | <p>profesionalismo y tecnología.</p> <p>Antes de desarrollar la encuesta atraer la atención tanto de los niños como de los padres de que el responder esta encuesta traerá una serie de beneficios y servicios para ellos en el caso de los niños como para sus hijos en el caso de los padres.</p> <p>Realizar no solo una sola tabulación sino dos con comprobación.</p> <p>Cautivar en primera instancia a nuestro grupo meta de lo bueno que es que haya un club social exclusivo para niños; demostrándoles todos los beneficios y servicios que este tendrá.</p> |
|---|--|

|                      |                               |
|----------------------|-------------------------------|
| <p>OPORTUNIDADES</p> | <p>ACCIONES A IMPLEMENTAR</p> |
|----------------------|-------------------------------|

|  |  |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Es único estilo</li> <li>2. Prestará servicios con la más óptima calidad y profesionalismo</li> <li>3. El costo para ser parte del club sería accesible para el grupo objetivo al que se va a llegar.</li> </ol> | <p>Teniendo en cuenta que el grupo objetivo al que se va llegar, está integrado por personas que son inclinadas a todo aquello que esté de moda, entonces lo que hay que hacer es presentar el club como una cosa de moda aunque con servicios que traerían beneficios para los niños.</p> <p>Siempre estar pendiente que esto sea constante, para esto permanentemente se realizaran diagnósticos de control de calidad en la prestación de los servicios y de los implementos.</p> <p>Esta ventaja u oportunidad se debe dar a conocer siempre durante la etapa de promoción destacando en supremo modo las ventajas y beneficios que tendrían los consumidores con este servicio.</p> |
|--|--|

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:

Según los datos evidenciados por la encuesta realizada a los posibles clientes se observó que el 35% solo pertenecen al club que les proporciona la caja de compensación familiar que está afiliada la empresa, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados, solo cuentan como forma de esparcimiento para sus hijos el servicio que ofrece dicho lugar y en las épocas que tengan predispuestas. Por otro lado el 15% de estas personas dijeron que en cuanto a ayuda con las tareas de sus hijos la obtienen de los colegios, el 8% que contrataba un profesor particular para que les ayude en el proceso de asesoría y/o nivelación académica.

Dentro de las Cajas de Compensación Familiar se Encuentran

- Colsubsidio



Esta caja de compensación familiar ofrece un servicio de recreación dirigida para niños.

- Cafam Caja de Compensación Familiar



Esta caja de compensación familiar cuenta con un club infantil de recreación dirigida encaminado a niños entre 4 a 14 años, llamado Cafamiguitos

Existen clubes temáticos como:

- Maloka, Cuenta con seis clubes infantiles: robótica, energía, química, biología, astronomía y pequeños exploradores. Las inscripciones para el segundo semestre del año están abiertas para niños desde los 4 años hasta jóvenes. Las sesiones se realizan cada sábado durante tres horas por un costo de 255 mil pesos, que incluye 15 clases, una con la participación de los familiares, salida pedagógica o charla con un experto, participación en Maloka virtual, camiseta y carné.

- Planetario Distrital: El Club infantil tiene una duración de dos meses con reuniones de dos horas cada 15 días. Las sesiones en la mañana o en la tarde se realizan de acuerdo con la edad de los niños. El objetivo es acercarlos al conocimiento del espacio desde la diversión y la creación de manualidades, que después de cada clase pueden llevarse a la casa. Valor: 18 mil pesos. Para inscribirse deben acercarse a la taquilla del Planetario.
- Biblio Red: Para las vacaciones, la Red de Bibliotecas Públicas de Bogotá realizará una serie de actividades para los más pequeños. En las bibliotecas Virgilio Barco, Parque El Tunal y El Tintal se realizará el taller 'Experimentando el planeta'. En esas mismas bibliotecas se realizarán las charlas sobre ciencia y tecnología con divertidos experimentos.

Dentro del Catálogo Educativo consultado por Internet se encontró:

- 1 persona que ofrece sus servicios como profesor particular.



Puede que se encuentren más profesores particulares en el sector, pero no podríamos determinar cuántos más, ya que no podemos validar esos datos.

- 1 empresa que brinda clases individuales y asesoría en trabajos a domicilio.



Al respecto, la clasificación que se realizó con la lista de empresas que brindan asesoría en la dirección de tareas o clases particulares, se encontró que un promedio de 12 empresas ubicadas en el sector, ofrecen sus servicios a clientes institucionales, es decir a nivel empresarial, mientras que una lo hace asesorando colegios, para mejorar sus competencias institucionales.

Se llamó a 18 colegios para averiguar si en alguno de ellos dictaba tutorías, realizaban reforzamientos educativos o dirección de tareas a los niños tanto internos como externos del Colegio y solo en uno, el Gimnasio Moderno realiza dicha actividad.

Con los datos anteriores se llega a la conclusión que existe competencia por parte de las cajas de compensación familiar, pero estos clubes solo generan recreación dirigida. También existen clubes temáticos pero no tienen atención diaria, además de estar enfocados a un solo tema: tecnología, astronomía, matemáticas, etc. En cuanto a la parte de asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica, solo un colegio presta este servicio.

Todo esto puede tornarse en una ventaja para la empresa, porque sus servicios no tienen competencia directa.

#### Estudio de precios

La economía nacional y más enfáticamente en Bogotá goza de una serie de características que le certifican un lugar privilegiado y promisorio en el contexto de la economía, lo cual constituye un clima favorable para la inversión productiva.

Esto quiere decir que el desarrollo social y lúdico, es una buena inversión, para lograr un pleno desarrollo del individuo que vive en un contexto social, además la educación hace que las personas se conviertan en sujetos instruidos y productivos para la comunidad, pero esto se debe comenzar desde los primeros años de vida. Por esta razón es que surgió la idea de desarrollar sitios donde estos niños encuentren los dichos propósitos.

Pero desafortunadamente el costo de unos servicios como estos es alto y solo unos pocos podrán acceder a él. Por tal razón solo los infantes cuyos ingresos por parte de sus padres sean un poco altos podrán acceder a dichos servicios.

En el caso del Club Social y Académico Infantil “LOS ROBLES”, lo harán aquellos que estén dentro de los estratos 4,5 y 6 de la localidad de Usaquén en el Distrito Capital

Para el precio establecido se tomó una promediación del 10% de lo que vale una membresía a un club de mayores que esta aproximadamente de \$ 800.000 a \$ 4.400.000, hay que tener en cuenta que algunos de los padres de familia o acudientes de los niños y niñas que hacen parte del grupo objetivo seleccionado en su mayoría se desempeñan como propietarios, presidentes corporativos y/o ejecutivos con cargos directivos de grandes empresas tienen acciones en estos club. Además sus ingresos mensuales están entre los \$25.000.000 que gana un gerente de una empresa de petróleos y \$17.000.000 que devenga un gerente de una empresa de consumo masivo, para el caso de un supervisor, una jefatura media, en el sector petrolero la organización puede pagarle 150 millones de pesos anuales, lo que equivale a 12 millones mensuales. Y en los sectores tecnológico, farmacéutico y agroquímico el promedio es de 130 millones de pesos al año. Los profesionales y administrativos ganan en promedio 80 millones de pesos al año, 6'500.000 mensuales. Pero los sectores que menos pagan son los de los sectores de consumo y el farmacéutico, con 45 millones de pesos al año.

Todo esto da pie de poder costear una inscripción de \$ 800.000 y una mensualidad de \$ 350.000 .El área de la casa club académica, lúdica y social es de aproximadamente 800 m<sup>2</sup>, que es un espacio suficiente para que los infantes que vayan a ser socios o afiliados de este club, puedan desarrollar muy bien la actividad que seleccione. Para determinar el área total que tendrá la casa club se tuvo en cuenta las indicaciones encontradas por la asociación de arquitectos de Colombia que hace referencia que el espacio mínimo para un niño de 6 años que es de 2 M<sup>2</sup> por cada niño. Dicha área es suficiente para una población máxima aproximada de 120 infantes dando como resultado que por cada socio tendrá un espacio mínimo aproximado de 4m<sup>2</sup>.

## Plan de mercadeo

### *Concepto del producto o servicio*

El concepto real de la idea de negocio, es el de constituir club social y académico infantil que estaría enfocado a niños de 6 a 12 años, estratificados socioeconómicamente, 4, 5 y 6, radicados en la localidad de Usaquén.

Los niños que vayan a ser socios tendrían con la membresía el derecho a encontrar un lugar de esparcimiento, socialización, diversión orientada, además asesorías, nivelaciones y orientaciones académicas y psicopedagógica cuando sea necesario sin costo. Adicional a esto tendrá la posibilidad de obtener dichas asesorías en línea a través del portal web del club.

En cuanto a los padres tendrán la confianza que sus hijos estarán en un sitio seguro y educativo, por otro lado ellos también tendrán la posibilidad de estar al tanto de los avances que se susciten por parte de sus niños.

### *La estrategia de producto*

#### Diseño:

El desarrollar un club social y académico infantil, consiste en implementar un sitio en el cual los socios infantiles puedan encontrar distracción, esparcimiento, desarrollo social y lúdico orientado y controlado por una serie de profesionales capacitados en interacción con niños y niñas.

La asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica, consistirá en un proceso de forma grupal el cual no será superior a 5 individuos.

La forma como se actuara es que los niños una vez lleguen de su colegios y los fines de semana, puedan asistir para tener un tiempo de esparcimiento libre de la presión del profesorado y de los padres, además de esto también podrá acceder al servicio de asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica. Además, se busca potenciar el aprendizaje y rendimientos escolares.

#### Marca

El nombre de club social y académico infantil “LOS ROBLES”, se dio por qué, los robles son árboles fuertes que resisten cualquier investida y eso es lo que se pretende con los menores que con la ayuda del club y los servicios que oferta, se tornen en seres social, personal y académicamente fuertes como robles.

### Logotipo

El logotipo está compuesto por una imagen de un árbol de roble de fondo, junto con un grupo de niños. La tipografía es Comic Sans. La cromatología con los colores del Arcoíris, los cuales dan una imagen de Alegría.

Si se puede observar el logo comunica que el club está enfocado esencialmente para niños.



*Identidad Corporativa*

En cuanto a la identidad corporativa, el logo irá impreso tanto en la papelería comercial (Facturas, Comprobantes de Ingreso y Egreso, comanditas, etc.), como la corporativa (Tarjetas, Membretes, Sobres, Carnet).

### *Estrategias de distribución*

#### *Distribución y puntos de venta*

La distribución se generará a través de los sitios en los cuales se vaya a hacer la promoción y afiliación de los potenciales socios, (centros comerciales, los parques de barrio, los salones comunales de los conjuntos residenciales que permitan el ingreso, además de la sede misma del club)

Posteriormente y analizando la posible expansión del Club a otras regiones se aplicara la misma estrategia, pensando en ciudades como: Cali, Medellín, Fusagasugá, Barranquilla.

#### *Estrategia de precio*

La estrategia de precio se generó tras un estudio del grupo objetivo al que se quiere llegar y los ingresos de éstos. Como resultado se tomó la determinación que como es un club social infantil enfocado a niños y niñas perteneciente a los estratos 4, 5 y 6 y que los ingresos de los padres que en si son los socios, así los que vayan a disfrutar

son los menores tienen unos ingresos mensuales promedio de \$ 8.000.000, se generó un análisis de las cifras evidenciadas de la encuesta, en la pregunta referente a cuál sería el monto que estaría dispuesto a pagar por un servicio y se determinó que el valor de la afiliación sería el 10% del promedio de ingresos de los padres y la mensualidad estaría aproximado al dato evidenciado en la pregunta anteriormente descrita; obteniendo con esto que el costo por la afiliación sería de \$ 800.000 y de la mensualidad de \$ 350.000, con un incremento anual del 5% del valor.

### *Estrategia de promoción*

La estrategia de promoción, se realizará en tres etapas: Lanzamiento, posicionamiento y sostenimiento. En la etapa de lanzamiento que tendrá una duración de un mes es que se realizara la actividad de promoción de la siguiente forma:

- Alquilando un espacio en los centros comerciales para colocar un stand en el cual habrá unos cuantos asesores comerciales que promocionaran la empresa allí se hará un sorteo de 5 bonos de inscripción donde la inscripción de un segundo infante a la casa club costara la mitad del valor total, pudiendo disfrutar de todos los servicios que prestara el club.
- De igual forma se hará con los salones comunales de conjuntos residenciales de la localidad, allí se pedirá permiso para en este recinto colocar el stand.

- En cuanto a los parques de barrio se tramitara el permiso ante la alcaldía local, para colocar este mismo stand en la zona verde y recreativa.
- La época en que se generará esta etapa será previo al comienzo de la época escolar bien sea para calendario A y/o B, que se ubicaran en los centros comerciales y parques cercanos a los conjuntos residenciales, correo directo. También se pautara en la sección educativa del Tiempo.

La estrategia de Posicionamiento se hará de la misma forma pero con más constancia y además se comenzara a generar una estrategia de medios. La duración de esta será de 3 meses.

El sostenimiento tendrá una duración de 2 meses y ya se hará principalmente por referidos y con menos frecuencia se implementara la estrategia de lanzamiento y posicionamiento.

### *Estrategia de comunicación*

La estrategia comunicativa esta resumida en una sola frase o slogan “Donde eres Grande”.

Dentro de esta estrategia, está la estrategia publicitaria

### *Estrategia Publicitaria*

Como se mencionó con antelación la estrategia publicitaria se dividirá en tres etapas:

#### Campaña de Lanzamiento:

Esta fase durara dos meses comenzando con el inicio del año escolar, allí se implementara la estrategia de promoción.

Se abordaran medios audiovisuales e impresos.

- En los medios audiovisuales ( Radio y T.V.), se generará una pauta de tres cuñas diarias por los dos meses en programas que escuchen los padres de familia trasmitidos por las principales cadenas radiales y un comercial con una frecuencia de emisión de dos veces durante el programa bichos de RCN, como patrocinio por 2 meses.



- En medios impresos se hará a través de volantes bonos que se entregarán en los eventos promocionales, Con estos los padres diligenciarán para ser galardonadores de la promoción. También se hará unos pendones que se colocaran en el sitio donde va a funcionar el club y en el stand promocional

#### *Campaña de Posicionamiento*

Aquí la duración será de 3 a 4 meses con la misma intensidad en la pauta en medios audiovisuales pero ya en medios impresos se hará en menor proporción y cantidad.

### *Campaña de Sostenimiento*

La campaña de sostenimiento la intensidad de pauta se reduce a la mitad en todos los ámbitos y se suspenderá lo de los periódicos.

### *Estrategias de servicio*

La estrategia de servicio esta:

- ❖ En definir cuál es el servicio a ofrecer y como respuesta esta que el servicio a ofrendar es el de un sitio en el cual los niños podrán encontrar asesoría, nivelación y orientación académica y psicopedagógica. En este sitio el infante podrá desarrollarse como un individuo social, podrá tener los primeros acercamientos a manejarse con independencia sin la presión de los profesores y padres, lúdicamente los niños podrán seleccionar por iniciativa propia si quiere participar o no y si lo hace encontrara una lúdica diferente, con las últimas tendencias al respecto.
- ❖ Determinar las capacidades actuales: En la actualidad se cuenta con los profesionales, el terreno, la infraestructura y la adecuación logística.

- ❖ Determinar el papel que jugará la garantía en su estrategia competitiva para optimizar el beneficio: El club social y académico infantil LOS ROBLES suplirá la demanda por parte de los niños de tener un sitio donde ellos sean los protagonistas, además de esto podrán encontrar soluciones a situaciones académicas difíciles para mejorar su rendimiento académico.
- ❖ Los funcionarios que laboran dentro de la casa club son personas que están capacitadas en la orientación y atención a menores de edad de una forma que el trato sea de individuos independientes y con un carácter propio y toma de decisiones autónomas.

### *Presupuesto de la mezcla de mercadeo*

#### *Políticas del Producto*

El club social y académico infantil “LOS ROBLES”, tendría las siguientes características:

Un servicio de excelente calidad, exclusivo por estar dirigido a los estratos 4, 5y 6; con tecnología actual, aplicando las últimas tendencias académicas, lúdicas y

psicopedagógico. Un servicio en el cual el infante podrá encontrar esparcimiento y aprendizaje y que los padres estén tranquilos que sus hijos están seguros

Un servicio

### *Políticas de Precio*

La política de precio esta generada acorde al grupo objetivo al que se quiere llegar, siendo este familias ubicadas en los estratos 4, 5 y 6, los cuales tendrían la capacidad de pagar por el servicio \$ 800.000 por afiliar a sus hijos y \$350.000 por la mensualidad, dando como resultado \$1.150.000

### *Política de Distribución*

La distribución se generaría en la sede.

### *Políticas de Comunicación*

La política de comunicación se divide en dos: publicidad y promoción. El presupuesto para esto sería de: \$ 70.000.000.

El resultado del presupuesto de mezcla de mercadeo sería de \$71.150.000

Proyección de ventas:

En el primer año se pretende tener la siguiente cantidad de afiliaciones:

TABLA N° 28

| MES        | AFILIACIONES | MENSUALIDADES | TOTAL        |               | VALOR        |               | VALOR TOTAL     | VALOR TOTAL       | VALOR TOTAL      |
|------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-----------------|-------------------|------------------|
|            |              |               | AFILIACIONES | MENSUALIDADES | AFILIACIONES | MENSUALIDADES | COSTO           | COSTO             |                  |
| ENERO      | 60           |               | 60           |               | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 48.000.000   |                   | \$ 48.000.060    |
| FEBRERO    | 30           | 120           | 30           | 120           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 24.000.000   | \$ 42.000.000     | \$ 66.000.000    |
| MARZO      | 10           | 150           | 10           | 150           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 8.000.000    | \$ 52.500.000     | \$ 60.500.000    |
| ABRIL      | 10           | 160           | 10           | 160           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 8.000.000    | \$ 56.000.000     | \$ 64.000.000    |
| MAYO       | 25           | 170           | 25           | 170           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 20.000.000   | \$ 59.500.000     | \$ 79.500.000    |
| JUNIO      | 70           | 195           | 70           | 195           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 56.000.000   | \$ 68.250.000     | \$ 124.250.000   |
| JULIO      | 50           | 265           | 50           | 265           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 40.000.000   | \$ 92.750.000     | \$ 132.750.000   |
| AGOSTO     | 35           | 315           | 35           | 315           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 28.000.000   | \$ 110.250.000    | \$ 138.250.000   |
| SEPTIEMBRE | 60           | 350           | 60           | 350           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 48.000.000   | \$ 122.500.000    | \$ 170.500.000   |
| OCTUBRE    | 15           | 410           | 15           | 410           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 12.000.000   | \$ 143.500.000    | \$ 155.500.000   |
| NOVIEMBRE  | 15           | 425           | 15           | 425           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 12.000.000   | \$ 148.750.000    | \$ 160.750.000   |
| DICIEMBRE  | 5            | 440           | 5            | 440           | \$ 800.000   | \$ 350.000    | \$ 4.000.000    | \$ 154.000.000    | \$ 158.000.000   |
|            |              |               | TOTAL        |               |              |               | \$              |                   | \$               |
|            |              |               | SOCIOS       |               | 445          | TOTAL         | 308.000.000,000 | 1.050.000.000,000 | \$ 1.358.000.060 |

## PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

El club social y académico infantil “LOS ROBLES” se introducirá en el mercado, proporcionando unos servicios con calidad; donde los socios encontrarán un espacio en el cual tendrán la posibilidad de estructurarse como individuos sociales pudiendo desenvolverse libremente sin la presión de la presencia de los padres de familia y profesorado. En cuanto a precio teniendo en cuenta la relación costo-beneficio está relativamente en un punto medio, mas contando que son personas que están dentro de un estrato socio económico alto.

A continuación se presentan las acciones de mercadeo dirigidas a garantizar que la introducción exitosa del servicio en el mercado, así como el diseño de la mezcla de mercadeo.

### *Objetivos mercadológicos*

#### *Corto Plazo*

En el primer año se pretende tener una cantidad de 445 socios entre las edades de 6 a 12 años y tener una facturación de \$ 1.358.000.060.

*Mediano Plazo*

Entre el segundo y tercer año tener una facturación promedio de con una facturación de promedio de \$ 1.568.490.069

*Largo Plazo*

Ya para el quinto año se aspira tener una facturación de \$ 1.988.247.887,85

## CAPITULO DOS – ASPECTOS TECNICOS

### Ficha técnica del servicio

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Denominación del Servicio         | Club Social y Académico  |
| Denominación Técnica del Servicio | Prestación del servicio de entretención, asesoría, nivelación y orientación psicopedagógica para infantes.   |
| Descripción General               | Club social y académico Infantil Los Robles Ltda. , Empresa enfocada a niños de 6 a 12 años la cual ofrecerá un servicio similar al que presta un club para adultos, con herramientas adecuadas y acordes a los gustos y afinidades de los menores, pero que |

|  |  |
|--|--|
|  | además contará con el servicio de acompañamiento académico |
|--|--|

*Descripción del proceso.*

*Proceso de Producción.*

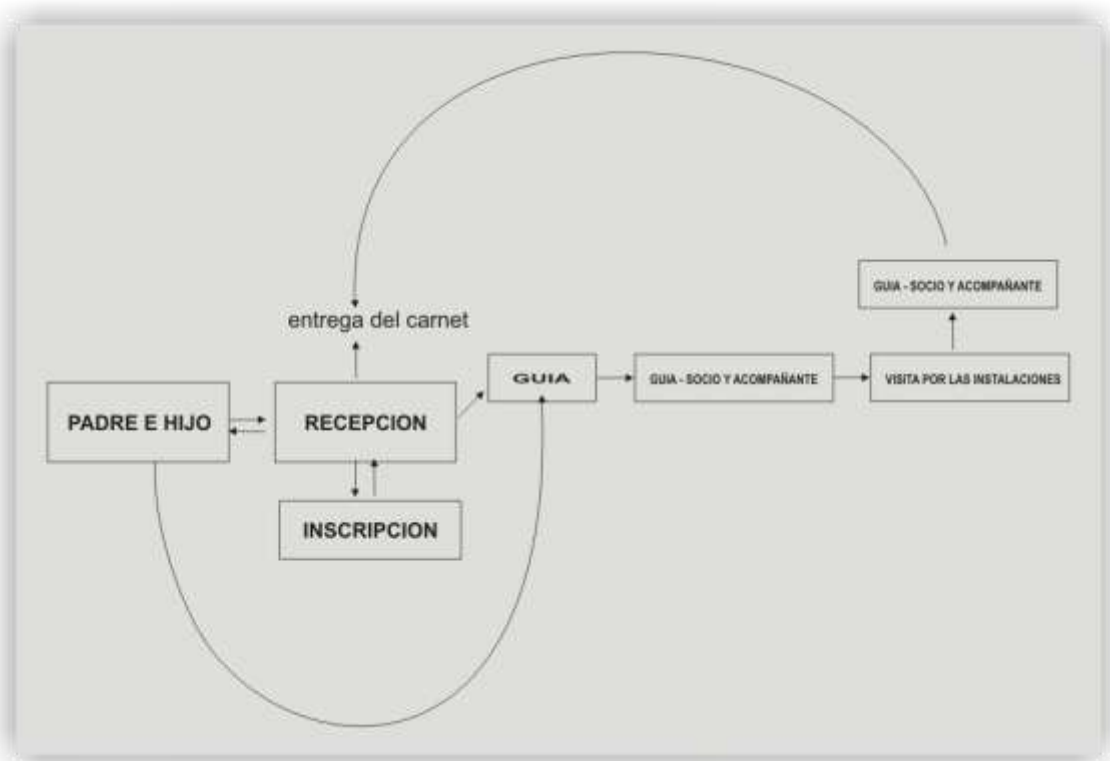
El proceso de producción para el club será así:

- El padre se acerca a la sede de la casa club e ingresa.
- Se acerca a la recepción y menciona su intención de afiliar a su hijo(a) al club
- La recepcionista que dentro de sus funciones está el gestionar las inscripciones de los socios, tomara los datos del nuevo socio y recibirá los documentos pertinentes para diligenciar la inscripción como son: recomendaciones personales, copia de los extractos bancarios del acudiente o padre de familia, diligenciar el formulario de inscripción, mirar las fechas de cancelación de la mensualidad y forma como se harán estas.
- Por parte del niño solo llevar copia de la tarjeta de identidad, registro civil o Niu, para ingresarlo a la base de datos.

- Antes o después de la inscripción la recepcionista invitara al padre de familia y al niño hacer un recorrido por las instalaciones.
- Ya terminado el proceso de inscripción y afiliación la recepcionista le entregara al nuevo socio el carnet que lo acredita como socio de la casa club y la copia de la inscripción.
- El tiempo estipulado para la inscripción es de 2 horas.

Una vez el niño sea socio del club el proceso será así:

- El padre lleva al menor socio a la casa club o este se acerca.
- Se acercan a la recepción y se registran mostrando el carnet de afiliación.
- La recepcionista verifica en la base de datos si está activo como socio.
- La recepcionista autoriza el ingreso del socio
- El socio ingresa a las instalaciones y empieza a disfrutar de lo que tiene y ofrece el club en sus zonas.
- Una vez que el socio se quiera retirar se acerca a la recepción y registra su salida.



*Necesidades y requerimientos*

*Características de la tecnología.*

El Club Social y Académico Infantil “LOS ROBLES” contará con la mejor tecnología que está actualmente en el mercado.

Esta tecnología se dividió en:

*Tecnología Dura:*

- Computadores
- Impresoras
- Scanner
- Fotocopias
- Teléfonos

*Tecnología Blanda:*

- Internet
- Intranet
- Página Web
- Asesoría En Línea

*Materias primas y suministros*

*Políticas de Compra y Manejo de Inventarios*

La política de compras de la empresa será buscar y localizar proveedores de productos o servicios ideales para el desarrollo de las actividades de la empresa, negociando precios y términos de la compra-venta con el fin de obtener un trato justo, ideal y de ganancia; obteniendo con ello un producto bajo un competente esquema de atractivas garantías, tanto en la forma de pago como en los tiempos y

condiciones de entrega, para de esta forma mantener el continuo y seguro abastecimiento de los productos que se necesiten, logrando con esto que la empresa saque provecho de las transacciones realizadas.

Los inventarios de la empresa se manejaran con un modelo de reaprovisionamiento no programado que dependerá exclusivamente de la gestión de operaciones de la empresa, y se realizará una revisión continua. Se realiza un pedido cuando los inventarios decrecen hasta una cierta magnitud o punto de pedido. La cantidad a pedir será el lote económico o lote óptimo ya que por tratarse de una empresa prestadora de servicios los insumos son de carácter no perecedero y teniendo en cuenta que son productos de fácil consecución en el mercado, se observará en primer lugar que demanda se tiene para aprovisionarse de los elementos necesarios.

*Descripción del Inventario*

TABLA N° 29

## INVENTARIO

| ITEM         | DESCRIPCIÓN                                       | CANT       | VALOR UNITARIO    | VALOR TOTAL       |
|--------------|---|------------|-------------------|-------------------|
| 1            | Cancha de deporte                                 | 1          | 10.000.000        | 10.000.000        |
| 2            | Juegos de mesa                                    | 60         | 50.000            | 3.000.000         |
| 3            | Mesa de pipón                                     | 1          | 500.000           | 500.000           |
| 4            | Xbox  | 3          | 600.000           | 1.800.000         |
| 5            | Piscina de pelotas                                | 1          | 3.000.000         | 3.000.000         |
| 6            | Multijuegos                                       | 1          | 2.000.000         | 2.000.000         |
| 7            | Libros para biblioteca                            | 1          | 5.000.000         | 5.000.000         |
| 8            | Comedores (fuente de soda)                        | 5          | 200.000           | 1.000.000         |
| 9            | Cubiertos, platos y pocillos                      | 1          | 1.000.000         | 1.000.000         |
| 10           | Video Beam  | 3          | 1.200.000         | 3.600.000         |
| 11           | Computador  | 25         | 970.000           | 24.250.000        |
| 12           | Tableros acrílicos                                | 6          | 50.000            | 300.000           |
| 13           | Mini billar                                       | 3          | 300.000           | 900.000           |
| 14           | Mesas escolares                                   | 60         | 44.000            | 2.640.000         |
| 15           | Sillas  | 100        | 12.300            | 1.230.000         |
| 16           | Televisor LCD 42" (sala de cine)                  | 1          | 1.500.000         | 1.500.000         |
| 17           | Televisor LCD 32" (sala de cine y fuente de soda) | 2          | 800.000           | 1.600.000         |
| 18           | Televisor LCD 20" (para Xbox)                     | 3          | 500.000           | 1.500.000         |
| 19           | Comedores (Fuente de soda)                        | 5          | 100.000           | 500.000           |
| <b>TOTAL</b> |   | <b>282</b> | <b>27.826.300</b> | <b>65.020.000</b> |

### Localización

La ubicación macro geográfica de la institución es la localidad de Usaquén, la cual se encuentra ubicada en el extremo Nororiental de Bogotá, Limita por el occidente con la autopista norte, por el sur con la calle 100 y por el norte y oriente con el perímetro urbano del Distrito Capital. Ocupa 6534 hectáreas aprox. comprendidas entre las localidades de chapinero (al sur) y suba (al occidente) y los Municipios de La Calera (al oriente) y Chía (al norte).

## Plan de producción

La capacidad de producción de nuestros servicios estará determinada por el número de horas que mantengamos en operación la empresa a diario. El horario de servicio será de 10.a.m a 7:30 p.m. de lunes a domingo, aunque de estas horas cinco tendrán mayor asistencia.

La mano de obra tendrá dos variantes:

- Los funcionarios de planta que son los coordinadores de las áreas, la recepcionista, la gerente y el personal de servicios generales.
- Los asesores académicos y psicopedagógicos; por endes laboraran por horas académicas dictadas, es decir que el padre de familia inscribe a su hijo para tomar asesoría pedagógica o psicológica una vez realizado por lo cual el club llamará al asesor especializado en el área académica para que genere la asesoría. Ej.: si el niño necesita asesoría en matemáticas se llamará al profesional especializado en matemáticas para niños para que desarrolle la asesoría.

## Procesamiento de órdenes y control de inventarios

El procesamiento de las órdenes de compra y el control de inventario, una vez se genere el contrato con los proveedores elegidos, se les abrirá dentro de la base de datos e información de la empresa un ítem con su nombre, con debido a se podrá llevar un seguimiento de los insumos solicitados a cada proveedor y recepcionado

por la empresa, una vez dichos productos estén en las instalaciones del Club, se les distribuirá a cada área acorde a las solicitudes hechas. Las cantidades entregadas y solicitadas se descargarán por zona en la base de datos de inventarios.

Cada coordinador de área cada vez que se les termine un insumo deberá diligenciar un formato con la cantidad y las características del producto requerido, el cual a su vez se guardara en un archivo de solicitudes de insumos.

### Escalabilidad de operaciones

Las operaciones comienzan desde el mismo momento en que el afiliado entra al club y su paso a paso es el siguiente:

- ❖ La Recepcionista recibe al beneficiario
- ❖ Comprueba que su afiliación este al día, insertando el código de afiliación que está impreso en el carnet de afiliación
- ❖ Una vez comprobado la activación del afiliado, le permite el acceso a las instalaciones del club para que se dirija a cualquier zona y disfrute de los servicios que ofrece cada una.

Ahora si el beneficiario solicito asesoría, nivelación y/u orientación académica y psicopedagógica será así:

- ❖ La Recepcionista recibe al beneficiario
- ❖ Comprueba que su afiliación este al día, insertando el código de afiliación que está impreso en el carnet de afiliación
- ❖ Una vez comprobado la activación del afiliado, llama internamente al asesor académico para informarle la llegada del asesorado.
- ❖ Deja ingresar al infante para que se dirija a la zona académica y al salón asignado para que tome la clase.

### Capacidad de producción

#### *Capacidad Instalada*

El club tendrá la capacidad de tener un promedio entre 20 y 30 socios entre aquellos que estarán toda la jornada y los flotantes que solo estarán un tiempo dentro de las instalaciones.

#### *Modelo de Gestión Integral del Proceso Productivo*

El modelo de gestión productivo integrado, abarcará tanto la parte administrativa, logística y productiva. Es decir que la producción estará condicionada a la capacidad que tiene las instalaciones para recibir usuarios, claro está que también se tendría en cuenta la rotación de debido a, teniendo en cuenta que aunque las instalaciones tengan una capacidad de 20 a 30 usuarios entre aquellos que estarán toda la jornada

o los que solo van por un momento y ya; logrando con por lo tanto atender un promedio entre 640 y 700 socios mensuales

Abarcando desde el momento en que los padres de familia inscriben al menor en el club y conocen las instalaciones y el personal.

En la parte pedagógica la empresa emplea las últimas tendencias pedagógicas utilizadas en el mundo. Por otro lado el niño que solicite el servicio psicopedagógico se le maneja como un individuo no como una parte de una colectividad.

#### Planes de control de calidad

##### *Políticas de Aseguramiento de la Calidad y Estrategia de Control de Calidad sobre El Producto o Servicio:*

Para garantizar la calidad en el servicio que se ofrece se hace necesario contar con un coordinador que brinde apoyo y facilite el mejoramiento continuo del servicio, ayudando a todos los demás integrantes del equipo a hacerlo. Su trabajo será la de facilitador. Una de las funciones principales será la del manejo de las quejas y estar monitoreando las áreas donde se está fallando o donde el alumno experimenta una mala atención.

Dentro del plan de control de calidad esta que este se realizará mensualmente con el propósito de saber cómo está la institución en materia de calidad en la prestación de los servicios, de la infraestructura, de personal que labora, de atención al socio.

Cada zona tendrá su propio desarrolló en este ítem, que será evaluada en conjunto por todos los funcionarios de la casa club con la premisa que entre todos encontrar la solución, aportando ideas y posibles soluciones.

#### *Enfoque de La Política de Salud Ocupacional*

Se mantendrán políticas de higiene a nivel general y personal de cada funcionario de la siguiente manera:

Mantenimiento y aseo de las instalaciones de la oficina.

- ❖ Cada empleado deberá mantener las 5S en su puesto de trabajo de tal forma que tanto el cómo los compañeros se sienta a gusto trabajando entre sí.
- ❖ Buena iluminación y ambientación del área de trabajo para mejorar la calidad de la producción.
- ❖ Pautas activas que liberen al empleado del estrés y la monótona de sus funciones.

- ❖ Se intentara manejar las horas laborales para que las hornadas no se extiendan las de las 8 horas diarias reglamentarias de trabajo.
- ❖ Se realizará revisión de todas las instalaciones tanto de cableado como en general de la oficina para que no genere ningún riesgo ocupacional de inseguridad en la oficina.
- ❖ Se mantendrán en puntos estratégicos implementos de salud para la seguridad de cada uno.

*Políticas y Estrategias de Gestión Ambiental:*

La institución, diseñará un plan organizacional y de distribución de tal forma que:

- ❖ El 90% de la papelería que se maneje en el desarrolló de nuestra actividad productiva es papel reciclado, conseguido a través de otras empresas por cesión del mismo.
- ❖ Los niños aprendan a cuidar el medio ambiente.
- ❖ Cada tutor utilizará papel y útiles escolares reciclados, con el fin de concienciar a los niños la importancia que tiene la naturaleza, así mismo habrá canecas de basuras marcadas con los colores respectivos (papel, vidrio, plástico) para que ellos aprendan a reciclar también la basura, siguiendo la regla de las cuatro erres: reducir, reutilizar, reciclar y recuperar, reduciendo de esta manera la cantidad de basura, reutilizando envases y bolsas, reciclando materiales como el plástico, y recuperando materiales para volver a utilizarlos.

## Procesos de investigación y desarrollo

En el caso del club social y académico “LOS ROBLES”, el proceso de investigación se generó al buscar si la idea de negocio tal como se plantea ya alguien la había elaborado.

Una vez se evidenció que no es así se pasó a desarrollar el plan de negocio para la constitución de la empresa

Para el caso del club social y académico infantil “LOS ROBLES”

El ítem a seguir son:

- ❖ Tamaño de la Empresa: La empresa tendrá en personal un tamaño de 7 funcionarios. En área donde estará la empresa es de 450 m2.
- ❖ El Sector de la Actividad en la que se desenvuelve la empresa: El sector es el de servicios.
- ❖ Potencial comercial de la empresa: El potencial comercial es aproximadamente del 70%, esto se fundamenta en los resultados arrojados en la tabulación de las encuestas realizadas al grupo objetivo y a los beneficiarios.
- ❖ La duración de la empresa: La empresa tendrá una durabilidad inicial de 5 años, una vez se cumpla ese tiempo y analizando el estado financiero de la

misma que haya suplido las expectativas se tomará la decisión de extender el tiempo a otros cinco años.

- ❖ Lo que hace la Competencia: Teniendo en cuenta que el club no solo ofrecerá el servicio de entretenimiento y distracción para niños y niñas entre los 6 y los 12 años, sino que ofrecerá el servicio de asesoría, nivelación y orientación psicopedagógica, se podría decir que no hay una competencia directa, solamente indirecta como son: los clubes temáticos y los clubes de las cajas de compensación en el aspecto de entretenimiento y esparcimiento; en el caso de la parte lúdica hay personas que ofrecen el servicio de asesoría y nivelación académica mas no psicológica y si se quiere encontrar un profesional que ofrezca el servicio de psicología este no ofrece lo académico, aunque están los psicopedagogos pero estos no ofrecen entretenimiento y esparcimiento. Con todo esto se puede decir que un lugar que ofrezca las tres cosas en un solo paquete, el club sería por ahora el primero.

Aunque la idea de negocio así como se plantea es diferente a lo que se ofrece en el mercado, tiene buenas posibilidades de éxito, como se mencionó con antelación esto se fundamenta en los resultados de las encuestas.

El costo para poder desarrollar esta idea de negocio se podrá evidenciar en el cuadro de inversión inicial

## Plan de compras

El plan de compras que tendrá el club será:

- ❖ Selección del stock de proveedores que van a suministrar los insumos al club, los cuales se les llevara un control a través de la base de datos de proveedores y pedidos. En dicha base se clasificara por nombre, elementos pedidos, fecha en que se les hace el pedido y fecha de recepción del mismo.
- ❖ Las cantidades de insumos pedidos, se generará a través de las requisiciones que cada uno de los coordinadores tramiten ante la administración.
- ❖ La calidad de los insumos que requiere la empresa para su óptimo funcionamiento tendrá que ser de la más alta calidad
- ❖ Los costes de la materia prima se podrán evidenciar en el capítulo financiero.
- ❖ Las fechas de entrega y recepción se acordaran con cada uno de los proveedores.

## Costos de producción

Los costos de producción para el primer año serían de \$ 289.500.456

## TABLA N° 30

### GASTOS OPERACIONALES

|                      |                |
|----------------------|----------------|
| Gastos de personal   | \$ 165.060.456 |
| papelería            | \$ 7.000.000   |
| servicios            | \$ 3.800.000   |
| depreciación activos | \$ 31.640.000  |
| Mantenimiento        | \$ 12.000.000  |
| publicidad           | \$ 70.000.000  |
|                      | \$ 289.500.456 |

### Infraestructura

La infraestructura estará adecuada muy acorde a la edad de nuestro grupo objetivo, claro sin perder la esencia de club. La forma como funcionara es a través de una afiliación o membresía con costo mensual que los padres o acudientes costearán para que sus hijos o protegidos y así estos podrán disfrutar de los servicios y beneficios que ofrece la casa club.

La distribución en forma de zonas será así:



## Zonas

### *Zona de Inscripción:*

Esta zona queda en el primer bloque allí se encontrara la recepción que es el sitio donde llega el afiliado con su acudiente en primera instancia para realizar el proceso de inscripción a la casa club. Allí se invitara a estos a un recorrido por las instalaciones de la casa club académico, lúdico y social. Una vez realizada esta visita el acudiente junto con el afiliado potencial tomará la decisión de afiliación.

Una vez inscrito el menor se le asignara un número de afiliación y un carnet que acredita al menos como afiliado de la casa club académico, lúdico y social



<http://libroabiertosueosencontrados.blogspot.com/>

La recepción estará encargada por una persona que al igual que todo el personal de la casa club está capacitado en el trato de menores de edad. Esta funcionaria está encargada de recibir las llamadas y transmitir las a cualquier otro empleado de la

casa club o a la dirección, tomar los datos para los procesos de inscripción de los socios, verificar y cotejar que los afiliados una vez deseen ingresar a la casa club estén inscritos y/o al día, para así permitir el ingreso a las instalaciones.

Además allí se encontrara la parte administrativa en pleno (Gerencia, Contabilidad, RR.HH).

#### *Zona Académica:*

En esta zona habrá 5 bloques, cada uno compuesto por tres salones en los cuales se les proporcionará asesoría a grupos de 15 niños que estén en el mismo nivel o que tengan la misma asignatura.

Dicha zona no tendrá ningún coordinador o personal dispuesto para esta área ya que solo la compone módulos donde se prestará el servicio de la asesoría académica en la realización de los deberes escolares de los niños socios y la coordinación de estas ayudas se hará desde la recepción.



<sup>1</sup> <http://elblogdeanatolia.blogspot.com/>

### *Zona Lúdica:*

La zona lúdica si tendrá un coordinador o anfitrión

Coordinador o anfitrión: tendrá la labor de darle la bienvenida al niño socio a la zona, presentarlo ante los otros socios que estén en la zona, preguntarle en que actividad lúdica le gustaría participar si de salón o de campo y estar pendiente de que el socio se sienta a gusto en la zona.



<sup>1</sup> kids.club.jpg

Este funcionario debe ser una profesional con experiencia en recreación y lúdica para niños.

#### *Zona Social:*

Aquí en esta zona hay una división.

- La Fuente de Soda o bar infantil, que será atendido por dos funcionarios atenderá tienda a los socios sirviendo bebidas como malteadas, sodas; helados en copa, comidas rápidas, confitería, etc. Estas personas deben tener muy buen manejo de niños y un poco de psicología infantil para estar pendiente cuando un niño este deprimido o que necesite de alguien que lo escuche y le ayude a encontrar una solución a algún problema que tenga.

- La sala audiovisual y de lectura es un espacio donde el niño podrá encontrar una biblioteca con variedad de libros y literatura del gusto de ellos, un televisor LCD con los canales de su predilección y especiales para niños, una filmoteca con películas de su predilección.



<http://abrirunrestaurante.com/el-concepto-de-la-fuente-de-sodas/>

En esta zona se tendrá a cargo una persona con la capacidad y el conocimiento en literatura infantil, la música, los programas de TV., las películas que esta generación escucha y ve.

Por otro lado esta persona deberá tener un sentido de improvisación y narrativa, el cual deberá al igual que en la zona lúdica darle la bienvenida a la zona, interrelacionarlo con los otros socios que estén en el área, preguntarle que le gustaría hacer o por que llego allí, complacerlo y hacer que durante la estancia de este dentro de la zona se sienta a gusto.

## Mano de obra requerida

La mano de obra requerida seria de:

PARTE ADMINISTRATIVA: 3 personas

SERVICIOS GENERALES: 1 persona

ZONA ACADEMICA: 5 profesores y un coordinador altamente capacitados en pedagogía infantil.

ZONA LÚDICA: 1 Re creacionista.

ZONA SOCIAL: Se divide en dos partes, Sala de Audiovisuales y lectura 1 Asesor de Lectura, y en la fuente de soda un persona especializada en atender fuentes de soda para niños y un Coordinador de la Zona.

## CAPITULO TRES - ASPECTOS ORGANIZACIONALES

### Análisis estratégico

#### *Misión*

Ser una empresa con un enfoque lúdico, social y psicopedagógico para infantes, cuyo propósito es satisfacer las necesidades de nuestros clientes internos y externos, proporcionando unos servicios de alta calidad, Con un personal cien por ciento capacitado para dar soluciones concretas y acertadas basadas en los valores y compromiso corporativos.

#### *Visión*

En el 2025 llegar ser una organización empresarial reconocida a nivel nacional como la primera y líder en la constitución de clubes sociales y académicos infantiles, con uno o dos clubes en cada uno de los departamentos del país.

## Análisis D.O.FA

### *Matriz D.O.F.A*

Tabla 31

| Debilidades   | Oportunidades  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="272 972 870 1119">1. Que por ser una idea de negocio como club social y académico infantil, no tiene antecedente en el país por ahora.</li><li data-bbox="272 1150 870 1297">2. Que la infraestructura, no suplan las aspiraciones y deseos tanto de los padres como de los infantes socios.</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="943 972 1490 1245">1. Poder llegar ser un club social y académico infantil que tenga todas las condiciones logísticas y de infraestructura de los mejores club sociales en el país, claro enfocado al ámbito infantil</li><li data-bbox="943 1276 1490 1486">2. Poder expandirse en todo el país e internacionalmente y así lograr ser una multinacional en clubs sociales y académicos infantiles.</li><li data-bbox="943 1518 1490 1854">3. En el factor económico que el crecimiento y la inversión de capital extranjero permiten que la economía se mantenga y que este mismo propósito haga que el desarrolló de las diferentes actividades sea una manera de desarrolló.</li></ol> |

|  |   |
|--|---|
|  | <ol style="list-style-type: none"><li>4. A nivel tecnológico aplicar constantemente las nuevas tecnologías en elementos de distracción y esparcimiento para niños, además de adquirir y poner en práctica los nuevos conceptos de información con nuevos métodos de enseñanza que hayan salido al mercado.</li><li>5. Política y legalmente que permita llegar a ser un sitio que en el momento que haya competencia, pueda hacerlo con calidad, excelencia, eficiencia, eficacia y argumentos psicopedagógicos.</li><li>6. El poder vender franquicias en otros países para que en otros países existan sedes del club social y académico los robles.</li><li>7. Que por ser una idea rentable e única en el país por el momento, inversionistas extranjeros quieran colocar su dinero en esta idea.</li><li>8. La particularidad de hacer de esta clase de flagelo la oportunidad de crear la necesidad de consumo.</li></ol> |
|--|---|

|  |  |
|--|--|
|  | <p>9. El contar con entidades que apoyan, asesoran, incentivan a los nuevos empresarios</p>  |
| <p><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ser el primer club social y académico infantil abierto en el país; es decir que será un sitio donde el infante podrá encontrar esparcimiento, distracción, independencia, interacción social, desarrolló lúdico acorde a las últimas tendencias existentes en el mercado y además podrá encontrar asesoría, orientación y nivelación psicopedagógica.</li> <li>2. Por ser algo que hasta ahora no se conoce y que además es trae beneficios , tendrá una alta aceptación dentro del grupo objetivo al que se quiere llegar, puesto que los individuos pertenecientes a este, son asiduas a todo lo que sea diferente, original y novedoso.</li> <li>3. Que por más que en un futuro se abran otros clubes que presten iguales o similares servicios que la empresa, esta será la primera y a favor estaría la tradición.</li> </ol> | <p><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. que no tenga la acogida esperada por parte de nuestro grupo objetivo.</li> <li>2. Que las instalaciones y los servicios no suplan las necesidades del G.O.</li> <li>3. Que el costo de la afiliación no pueda ser cubierto por los padres de familia.</li> <li>4. Económicamente que se llegase a presentar una crisis económica en el país, la fundamentación y participación de la pequeña y mediana empresa no lograría su propósito.</li> <li>5. A nivel tecnológico el desear ser innovadores tecnológicamente, podría acarrear que los costos se suban.</li> <li>6. A nivel político y contable esta que la sostenibilidad de los activos de la empresa no se den.</li> <li>7. Que ocurra un cambio político en el país que no permita que sitios como el que se quiere instaurar no puedan funcionar.</li> </ol> |

## Estructura organizacional

Para comenzar con este punto de este trabajo, hay que tener en cuenta que la empresa está constituida por 3 socios capitalistas pero uno solo de ellos será la Gerente de este club.

Por otro lado se contará con 2 personas en la parte administrativa, 3 personas de servicios generales, 4 profesores altamente capacitados en pedagogía infantil enfocada a niños de 6 a 12 años, una psicopedagoga, 7 funcionarios operativos que laborarán en las zonas y 6 vendedores que laborarán solo en época de temporada.

La empresa se guía de ser una empresa de estructura horizontal lo que quiere el Equipo de trabajo tiene la capacidad de formular sus opiniones y estas debatidas por todos, favoreciendo de esta manera a la empresa.

### *Perfiles y funciones*

#### *Director.*

En este punto el o la funcionario(a) que ocuparía el cargo de director debe ser un profesional en administración de empresas o ingeniería industrial con experiencia en administración de clubes o centros sociales y que este actualizado en todo lo relacionado a las necesidades y gustos de los niños.

Es el responsable de la buena marcha de la empresa, además se encarga de planificar, dirigir todas y cada una de las actividades que se desarrollen en la empresa apoyándose constantemente de sus directivas.

- ❖ Deberes Responsabilidades
- ❖ Formula y ejecuta los objetivos trazados por la empresa.
- ❖ Planifica y supervisa las actividades administrativas,
- ❖ Prepara presupuestos.
- ❖ Evalúa la actuación en comparación con las metas fijadas y pone en mejoras si es necesario.
- ❖ También coordina la parte comercial.
- ❖ Desarrolla nuevos proyectos.

*Contador.*

Este profesional no será de planta. Dentro de sus labores está el mantener al día y correctamente los estados financieros y contables de la empresa.

*Jefe de Recursos Humanos.*

El jefe de Recursos Humanos es el encargado de la contratación del personal y estar pendientes que estos hagan bien su trabajo. Además de estar atento a que las

condiciones laborales sean las más óptimas para beneficio de los funcionarios y que en estos nazca un sentido de pertenencia con la empresa.

*Recepcionista:*

En la recepción debe estar una persona que tenga carisma con los niños y más con aquellos que están dentro de nuestro grupo objetivo, que tenga buenas relaciones públicas y facilidad para interactuar con niños.

La recepcionista será una joven del SENA, que se encargará de contestar todas las llamadas, apoyando de esta manera la estrategia de ventas, y por estar en la recepción de la institución orientará a las personas externas e internas en dudas que tengan.

*Personal Zonas del Club:*

Zona Académica.

Esta zona no tendrá ningún coordinador o personal dispuesto para, ya que solo la compone módulos donde se prestará el servicio de la asesoría académica en la realización de los deberes escolares de los niños socios y la coordinación de estas ayudas se hará desde la recepción.

Se contratara por hora cátedra a profesionales pedagogos en las diversas áreas académicas.

También en esta área se contara con un psicopedagogo que atenderá las necesidades psicológicas de los socios cuando estos lo requieran, este profesional también se contratara por horas.

### *Zona Lúdica.*

Coordinador: tendrá la misión de darle la bienvenida al niño socio a la zona, presentarlo con los otros socios que estén en la zona, preguntarle en que actividad lúdica le gustaría participar si de salón o de campo y estar pendiente de que el socio se sienta a gusto en la zona.

Este funcionario debe ser una profesional con experiencia en recreación y lúdica para niños.

### *Zona Social: Aquí en esta zona hay una división.*

La Fuente de Soda o bar infantil. Esta división estará atendida por dos funcionarios los cuales tendrán la función de sirviendo bebidas como malteadas, sodas; helados en copa, comidas rápidas, confitería, etc. Estas personas deben tener muy buen manejo de niños y un poco de psicología infantil para estar pendiente cuando un niño este deprimido o que necesite de alguien que lo escuche y le ayude a encontrar una solución a algún problema que tenga.

La sala audiovisual y de lectura es un espacio donde el niño podrá encontrar una biblioteca con variedad de libros y literatura del gusto de ellos, un televisor LCD con los canales de su predilección y especiales para niños, una filmoteca con películas de su predilección.

En esta zona se tendrá a cargo una persona con la capacidad y el conocimiento en literatura infantil, la música, los programas de TV, las películas que esta generación escucha y ve. También esta persona debe tener sentido de improvisación y narrativa, el cual deberá al igual que en la zona lúdica darle la bienvenida a la zona, interrelacionarlo con los otros socios que estén en el área, preguntarle que le gustaría hacer o por que llego allí, complacerlo y hacer que durante la estancia de este dentro de la zona se sienta a gusto.

#### *Servicios Generales.*

Se contratará a una persona para que haga las labores de Aseo.

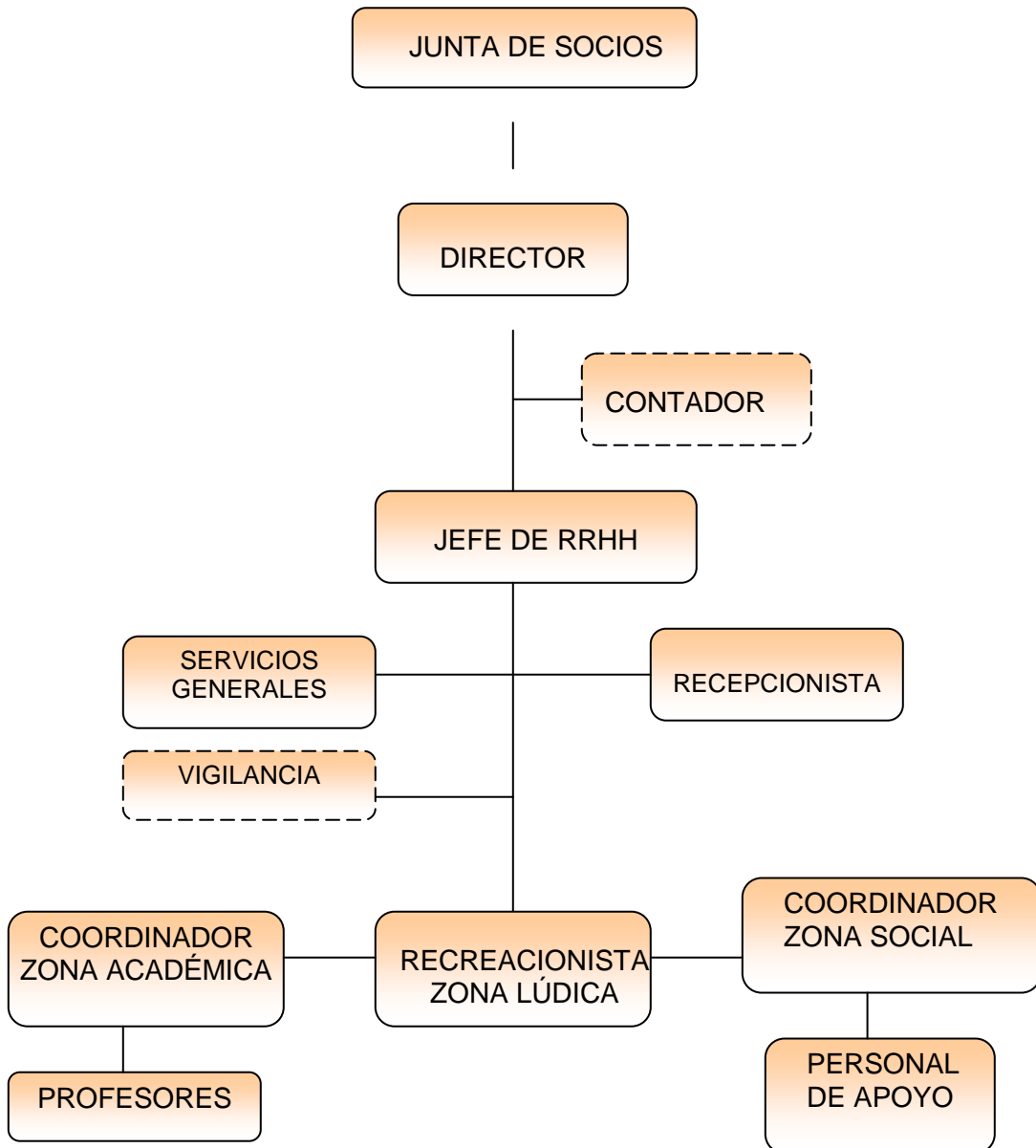
#### *Vigilancia.*

En esta área habrá 2 personas que harán las labores vigilancia, este servicio será contratado a través de un outsourcing.

## Organigrama

A continuación se muestra la estructura organizacional de la institución, teniendo en cuenta que este representa en forma esquemática la posición de las áreas que la integran, su nivel jerárquico, líneas de autoridad y de asesoría.

La presentación que se tomó es la de tipo vertical, ya que representa las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en donde las líneas punteadas representan aquellos cargos que serán contratados por medio de un outsourcing.



### *Factores claves de la gestión del talento humano*

:

Dentro de los factores claves dentro de la gestión de talento humano de la empresa esta.

1. Todos los funcionarios serán profesionales o tecnólogos en pedagogía, psicopedagogía o con facilidad de interacción con menores.
2. El personal será seleccionado bajo los mayores estándares de calidad y capacidad a través de pruebas prácticas y psicológicas.
3. A los profesionales seleccionados se les capacitará como es el procedimiento de trabajo dentro de la empresa.
4. Cada funcionario será responsable de la labor que le fue encomendada.
5. A cada funcionario se le darán los implementos necesarios para el desarrollo de sus labores.
6. En el contexto del ambiente laboral, este deberá ser cordial, de cooperación mutua entre ellos.
7. La empresa tendrá un ambiente acorde a los usuarios, sin llegar a Subvalorarlos.

#### Esquema de contratación y remuneración:

El esquema de contratación y remuneración se generará bajo el esquema de nomina tradicional, con prestaciones sociales y parafiscales, establecidos por la Ley vigente,

exceptuando la recepcionista que se hará un convenio con universidades para que los estudiantes puedan hacer sus prácticas en la empresa.

#### Esquema de gobierno corporativo:

Se puede decir que el esquema de gobierno corporativo no es más que la definición de roles dentro de la empresa, quien manda y quien obedece. (2001, <http://gc.caf.com>)

Teniendo en cuenta el organigrama anteriormente graficado, el sistema de gobierno es Jerárquico lineal, donde la Directora será quien estará a la dirección de todas y cada una de las acciones a tomar dentro del club.

## CAPITULO CUATRO - ASPECTOS LEGALES

### Estructura jurídica y tipo de sociedad

Para constituir una empresa hay que tener las siguientes consideraciones:

Disponibilidad de nombre (homonimia).

Lo primero que se debe hacer es verificar que el nombre que se le a va vamos a colocar a la sociedad o a la empresa no lo tenga otra compañía o sociedad. Para cotejar esto se debe dirigir a cualquier sede de la cámara de comercio de Bogotá

El control nacional de homonimia permite que el registro de nombres de sociedades y establecimientos de comercio sea controlado no solo en la jurisdicción en la cual se realiza la inscripción del mismo sino también a nivel nacional. (RUE, 2009)

Las cámaras ejercen el denominado control de homonimia, previsto en el

Artículo 35 del Código de Comercio: "Las cámaras de comercio se abstendrán de matricular a una comerciante o establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito, mientras este no sea cancelado por orden de autoridad competente o a solicitud de quien haya obtenido la matrícula".

*Determinación de la actividad de la empresa.*

Emprendedor debe determinar la o las actividades que pretende desarrollar, ya sea como persona natural, o como persona jurídica, igualmente, así mismo es importante conocer el código de su actividad, la cual se categoriza de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), el cual tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categoría, que para el caso de la Cámara de Comercio de Bogotá están conformadas por una letra y seis (6) dígitos numéricos, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de la información para el análisis estadístico y económico empresarial.(emprende, 2010)

Con el fin de determinar de manera precisa el código de la actividad empresarial, el Emprendedor podrá ingresar a la página institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá.

*Verificación del uso del suelo.*

No se puede establecer un negocio en ningún sitio prohibido, primero se debe Consultar, previamente en la Curaduría Urbana de la localidad, quién expedirá un Certificado sobre el uso del suelo

*Proceso de formalización o legalización de su actividad mercantil o empresarial.*

Elaboración del documento privado de constitución o escritura pública, si es el caso. Según la normativa 1014 del 2006, más conocida como Ley de Emprendimiento, las nuevas sociedades podrán llevar a cabo su constitución a través de documento privado de constitución cuando quiera que cumplan una de las siguientes condiciones.

Contar con activos inferiores a quinientos (500) salarios mínimos mensuales vigentes, y tener una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores de planta.

*Número de personas que pueden conformar la empresa.*

Una vez se haya identificado y definido la actividad económica a desarrollar el empresario deberá definir el número de personas involucradas en la creación de la compañía, de tal forma que tendrá dos opciones frente.

De manera individual tendrá tres posibilidades, ejercer su actividad empresarial como persona natural comerciante debidamente registrada ante la cámara, como empresa unipersonal, o como fundación sin ánimo de lucro.

Por el contrario, si el Emprendedor ha decidido afrontar la puesta en marcha de su empresa con dos o más personas, a través de alguna de las principales formas de asociación, tendrá en tal evento la oportunidad de escoger entre alguna de las sociedades comerciales; una empresa asociativa de trabajo, una sociedad agraria de transformación o una entidad sin ánimo de lucro. (bogota, 2010)

#### *Figura jurídica y mercantil de la empresa.*

La empresa será constituida bajo la figura jurídica y mercantil de:

##### *Sociedad Limitada.*

Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios.

Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un director, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos.

*Constitución de una Sociedad Anónima o Limitada.*

*Paso 1 - Documentos requeridos:*

1. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte.
2. Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.
3. Definir los estatutos de la sociedad que va a ser constituida.

*Pasó 2 - Protocolizar el contrato en escritura pública:*

*Estatutos de la Sociedad:*

1. Nombre y domicilio de los accionistas o socios.
2. Clase de sociedad que se constituye y su nombre.
3. Domicilio de la sociedad y de las sucursales si hubiere.
4. Objeto social.
5. Capital de la sociedad y valor nominal de las acciones/cuotas.
6. Nombre del representante legal de la sociedad y su suplente, incluyendo sus atribuciones y limitaciones. Cuando la sociedad tenga por objeto explotar, dirigir o administrar un servicio público o una actividad declarada por el Estado como de interés para la seguridad nacional, el representante legal deberá ser ciudadano colombiano.

7. Nombre de los miembros de la junta directiva (al menos tres) y sus suplentes, incluyendo sus obligaciones.

8. Nombre del revisor fiscal y un suplente. La ley autoriza que se nombre a una firma

Auditora la cual deberá designar a la persona que ejercerá el cargo de revisor fiscal y su suplente.

9. Término de duración de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma.

10. La época y forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, así como la manera de deliberar y decidir sobre los asuntos de su competencia.

11. Las fechas en que se deben preparar los estados financieros.

12. La forma en que se deben distribuir los beneficios sociales con indicación de las reservas que deben hacerse.

13. La forma de hacer la liquidación de la sociedad, una vez disuelta.

14. La forma en que los asociados y los administradores sociales, resolverán sus eventuales diferencias.

La firma de la escritura pública de constitución genera el pago de derechos notariales que oscilan entre 2,5% y 3% del valor del capital aportado.

*Pasó 3 - Obtención del NIT o RUT para los accionistas extranjeros:*

1. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso

de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte.

1. Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.

Una vez que los estatutos de la empresa de constitución se formalizaron mediante escritura pública, es necesario registrar la empresa ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). El documento resultante de este registro se conoce como un "PRE-RUT". Este documento se solicita a través de Internet, mediante el siguiente procedimiento:

1. Inicie la sesión en la página Web de la DIAN ([www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)).
2. Ir a la petición de enlace RUT: "Solicitud de RUT".
3. Ir a la inscripción de RUT-nuevos comerciantes enlace ("inscripción RUT – Nuevos comerciantes") para las empresas que todavía no tienen un NIT y que requieren un registro de empresas.
4. Complete la información requerida por el formulario.
5. Imprima dos formas: Una vez impresas las dos formas, deben firmarse por el representante legal de la empresa. El representante legal debe presentarse personalmente a comparecer ante un Notario Público.

El original de este documento "PRE-RUT", firmado personalmente ante un Notario Público por el representante legal de la empresa o apoderado, deberá adjuntarse a la documentación que debe presentarse para el registro de la

empresa en la Cámara de Comercio de la ciudad donde la empresa se establezca.

*Pasó 4* - Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sociedad o sucursal:

Deberán obtenerse cartas de aceptación al cargo de las personas nombradas en los estatutos de la compañía, como es el caso del representante legal y su suplente, los miembros principales y suplentes de la junta directiva y el revisor fiscal y su suplente, cuando haya lugar a cada nombramiento. Dichas cartas deben incluir el nombre completo de la persona que acepta el cargo, el cargo, el tipo documento y número de identificación de la persona y su firma.

*Paso 5* – Inscripción en la Cámara de Comercio.

Inversionistas extranjeros, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT y NIT si es el caso) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la compañía. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil. Dicha entidad expedirá un certificado de existencia y representación legal de la compañía.

La inscripción en la Cámara de Comercio está sujeta al pago del impuesto de registro equivalente al 0,7% del monto del capital de la compañía, y al pago de derechos de matrícula mercantil por un valor de entre USD 13,5 y USD 669 dependiendo del capital.

Dicha inscripción debe renovarse anualmente ante la misma entidad, lo cual tiene un valor de entre USD 13,5 y USD 669 dependiendo del capital.

\*Tasa de Referencia: USD 1 = COP 2.000. Valores para 2012.

*Paso 6 - Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio.*

Toda sociedad deberá tener los libros corporativos y de contabilidad. Entre los libros que se deben registrar se encuentran los siguientes:

1. Libro de registro de accionistas.
2. Libro de actas de la asamblea general de accionistas o de la junta de socios.
3. Libro de actas de la junta directiva.
4. Libro diario.
5. Libro mayor de balance.
6. Libro de inventarios

*Paso 7 - Abrir una cuenta bancaria en la entidad de su elección.*

Toda compañía debe abrir una cuenta a su nombre en una entidad bancaria.

En esta cuenta se hará el depósito del capital por parte de los inversionistas.

(limitada, 2009)

## Regímenes especiales

La empresa no estará sujeta a ningún régimen especial, ya que no es ONG, sociedad sin ánimo de lucro extranjera.

## Costos administrativos

Los Costos administrativos están representados en:

TABLA N° 32

|                                  |                  |
|----------------------------------|------------------|
| PAPELERIA                        | \$ 7.000.000,00  |
| SERVICIOS DE AGUA LUZ Y TELEFONO | \$ 3.000.000,00  |
| TOTAL                            | \$ 10.000.000,00 |

Tabla N° 33

Gastos de personal

Los gastos de personal serían de \$ 165.060.456, detallados de la siguiente manera:

| CONCEPTO        | RECEPCIONISTA   |                  | ZONA ACADEMICA   |                  |                   | JEFE DE RECURSOS |                  |
|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|
|                 | ASEADORA (1)    | (1)              | ZONA LUDICA(1)   | ZONA SOCIAL (2)  | ( 6)              | DIRECTOR (1)     | HUMANOS(1)       |
| Salario Mensual | \$ 700.000,00   | \$ 900.000,00    | \$ 1.000.000,00  | \$ 1.600.000,00  | \$ 2.250.000,00   | \$ 5.000.000,00  | \$ 2.700.000,00  |
| TOTAL SALARIO   |                 |                  |                  |                  |                   |                  |                  |
| MENSUAL         | \$ 700.000,00   | \$ 900.000,00    | \$ 1.000.000,00  | \$ 3.200.000,00  | \$ 13.500.000,00  | \$ 5.000.000,00  | \$ 2.700.000,00  |
| SALIO ANUAL     |                 |                  |                  |                  |                   |                  |                  |
| POR             |                 |                  |                  |                  |                   |                  | \$               |
| FUNCIONARIO     | \$ 8.400.000,00 | \$ 10.800.000,00 | \$ 12.000.000,00 | \$ 19.200.000,00 | \$ 27.000.000,00  | 60.000.000,00    | \$ 2.700.000,00  |
|                 |                 |                  |                  |                  |                   |                  | \$               |
| TOTAL SALARIOS  | \$ 8.400.000,00 | \$ 10.800.000,00 | \$ 12.000.000,00 | \$ 38.400.000,00 | \$ 162.000.000,00 | 60.000.000,00    | \$ 32.400.000,00 |



Gastos de puesta en marcha

TABLA N° 34

| GASTOS DE INVERSIÓN |                                    |                       |
|---------------------|------------------------------------|-----------------------|
| ITEM                | DESCRIPCIÓN                        | VALOR DE LA INVERSIÓN |
| 1                   | CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN          | \$ 400.000.000        |
|                     | Cancha de Mini futbol              |                       |
|                     | Cancha de Mini Basketball          |                       |
|                     | Cancha de Mini tenis               |                       |
|                     | Salones                            |                       |
|                     | Gimnasio                           |                       |
|                     | Piscina de pelotas                 |                       |
|                     | Zona Académica                     |                       |
|                     | Zona Social                        |                       |
|                     | Zona Lúdica                        |                       |
| 2                   | EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN. | \$ 20.000.000         |
| 3                   | CIRCUITO CERRADO DE TELEVISIÓN.    | \$ 3.000.000          |
| 4                   | MUEBLES Y ENSERES.                 | \$ 30.000.000         |
|                     | Sillas                             |                       |
|                     | Tableros Acrílicos                 |                       |
|                     | Televisores                        |                       |
|                     | Equipos de sonido                  |                       |
|                     | Equipos Electrónicos               |                       |
|                     | Refrigerador                       |                       |
|                     | Cuadros                            |                       |

|       |                                  |                       |
|-------|----------------------------------|-----------------------|
| 5     | LIBROS Y MATERIAL DIDÀCTICO.     | \$ 10.000.000         |
| 6     | INVERSIÓN INICIAL.               | \$ 100.000.000        |
|       | Publicidad radial de lanzamiento |                       |
|       | Comercial de televisión          |                       |
|       | Volantes y plegables             |                       |
|       | Instalación redes de seguridad   |                       |
|       | Papelería para la empresa        |                       |
|       | Diseño página Web                |                       |
|       | Hosting(anual)                   |                       |
|       | Sitio Web                        |                       |
| 7     | SALARIOS.                        | \$ 27.000.000         |
|       | Fijos                            |                       |
|       | Outsourcing                      |                       |
| 8     | SERVICIOS PÚBLICOS.              | \$ 3.000.000          |
| TOTAL |                                  | <u>\$ 593.000.000</u> |

#### Gastos anuales de administración

- ❖ Gastos de papelería se mandaràn hacer de todos los formatos 1.000 unidades, lo que equivale a \$15.000.000, asumiendo que el primer año se gastará \$7.000.000, y a partir del segundo año \$3000.000, hay que tener en cuenta que en el año 2.013 se hace nuevamente una inversión de \$20.000.000.

- ❖ Los gastos por servicios son: agua y luz \$700.000, Internet y teléfono \$250.000, y seguridad \$200.000, mensualmente.
- ❖ Gastos de mantenimiento: Computadores \$500.000, redes e instalaciones \$200.000 y mantenimiento locativas \$300.000; mensuales.
- ❖ Publicidad y propaganda: se divide el primer año en 3 etapas; lanzamiento \$10.650.000, posicionamiento y sostenimiento \$7.350.000; para el segundo año el sostenimiento es de \$4.575.000; y un incremento a partir del 3er año del 5%.
- ❖ Gastos bancarios: el impuesto de timbre y la comisión de apertura para el primer año, y todos los años los intereses del préstamo.

## CAPITULO CINCO - ASPECTOS FINANCIEROS

Proyecciones Financieras:

*Balance General*

TABLA N° 35

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| ACTIVOS CORRIENTES DISPONIBLES  |            |
| Caja                            | 3000000    |
| Bancos                          | 112000000  |
| TOTAL DISPONIBLE                | 115000000  |
| INVENTARIO                      |            |
| Inventario                      | 40000000   |
| TOTAL INVENTARIOS               | 40000000   |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES        | 155000000  |
| PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO       |            |
| Terreno                         | 800000000  |
| Construcción y Edificaciones    | 400000000  |
| Muebles y enseres               | 30000000   |
| Equipos de Computo              | 20000000   |
| Depreciación Acumulada          | 27319000   |
| Pagina Web                      | 1600000    |
| TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | 1278919000 |
| TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES     | 1278919000 |
| PASIVO                          |            |
| PASIVO NO CORRIENTE             |            |
| Obligaciones Financieras        | 360000000  |
| Impuesto a la Renta             | 95000000   |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE          | 455000000  |
| TOTAL PASIVO                    | 455000000  |
| PATRIMONIO CAPITAL SOCIAL       |            |
| Aportes Sociales                | 505000000  |
| Reserva Legal                   | -          |
| Utilidades Acumuladas           | -          |
| Utilidades del Ejercicio        | 193759977  |
| TOTAL PATRIMONIO                | 698759977  |
| TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO     | 1153759977 |

*Balance Proyectado*

TABLA 36

|                                  | 2012                  | 2013                  | 2014                  | 2015                  | 2016               |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| <b>ACTIVOS</b>                   |                       |                       |                       |                       |                    |
| <b>CORRIENTES DISPONIBLES</b>    |                       |                       |                       |                       |                    |
|                                  |                       |                       |                       | \$                    |                    |
| Caja                             | \$ 3.000.000          | \$ 3.000.000          | \$ 3.000.000          | \$ 3.000.000          | 3.000.000          |
|                                  |                       |                       |                       | \$                    |                    |
| Bancos                           | \$ 112.000.000        | \$ 123.200.000        | \$ 135.520.000        | \$ 149.072.000        | 163.979.200        |
|                                  |                       |                       |                       | \$                    |                    |
| <b>TOTAL DISPONIBLE</b>          | <b>\$ 115.000.000</b> | <b>\$ 126.200.000</b> | <b>\$ 138.520.000</b> | <b>\$ 152.072.000</b> | <b>166.979.200</b> |
| <b>INVENTARIO</b>                |                       |                       |                       |                       |                    |
|                                  |                       |                       |                       | \$                    |                    |
| Inventario                       | \$ 40.000.000         | \$ 46.000.000         | \$ 52.900.000         | \$ 60.835.000         | 69.960.250         |
|                                  |                       |                       |                       | \$                    |                    |
| <b>TOTAL INVENTARIOS</b>         | <b>\$ 40.000.000</b>  | <b>\$ 46.000.000</b>  | <b>\$ 52.900.000</b>  | <b>\$ 60.835.000</b>  | <b>69.960.250</b>  |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>             | <b>\$</b>             |                       |                       | <b>\$</b>             |                    |
| <b>CORRIENTES</b>                | <b>155.000.000</b>    | <b>\$ 172.200.000</b> | <b>\$ 191.420.000</b> | <b>\$ 212.907.000</b> | <b>236.939.450</b> |
| <b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b> |                       |                       |                       |                       |                    |
| Terreno                          | \$ 800.000.000        |                       |                       |                       |                    |
| Construcción y                   |                       |                       |                       |                       | \$                 |
| Edificaciones                    | \$ 400.000.000        | \$ 800.000.000        | \$ 800.000.000        | \$ 800.000.000        | 800.000.000        |
|                                  |                       |                       |                       | \$                    |                    |
| Muebles y enseres                | \$ 30.000.000         | \$ 400.000.000        | \$ 400.000.000        | \$ 400.000.000        | 400.000.000        |

|                           |               |               |               |               |               |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                           |               |               |               |               | \$            |
| Equipos de Computo        | \$ 20.000.000 | \$ 8.250.000  | \$ 8.250.000  | \$ 8.250.000  | 8.250.000     |
| Depreciación              |               |               |               | \$            | \$            |
| Acumulada                 | \$ 27.319.000 | \$ 2.470.000  | \$ 32.470.000 | 32.470.000    | 32.470.000    |
|                           |               |               |               | \$            | \$            |
| Pagina Web                | \$ 1.600.000  | \$ 1.840.000  | \$ 2.116.000  | 2.433.400     | 2.798.410     |
| TOTAL PROPIEDAD           | \$            |               |               | \$            | \$            |
| PLANTA Y EQUIPO           | 1.278.919.000 | \$ 1.600.000  | \$ 1.600.000  | 1.600.000     | 1.600.000     |
| TOTAL ACTIVOS NO          | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| CORRIENTES                | 1.278.919.000 | 1.244.160.000 | 1.244.436.000 | 1.244.753.400 | 1.245.118.410 |
|                           |               | \$            | \$            | \$            | \$            |
| PASIVO                    |               | 1.210.903.150 | 1.206.190.623 | 1.200.771.216 | 1.194.538.898 |
| PASIVO NO CORRIENTE       |               |               |               |               |               |
| Obligaciones              | \$            |               |               |               |               |
| Financieras               | 360.000.000   |               |               |               |               |
|                           | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| Impuesto a la Renta       | 95.000.000    | 316.666.667   | 276.666.667   | 233.333.333   | 190.000.000   |
| TOTAL PASIVO              | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| CORRIENTE                 | 455.000.000   | 175.000.000   | 215.000.000   | 245.000.000   | 269.500.000   |
|                           | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| TOTAL PASIVO              | 455.000.000   | 491.666.667   | 491.666.667   | 478.333.333   | 459.500.000   |
|                           |               | \$            | \$            | \$            | \$            |
| PATRIMONIO CAPITAL SOCIAL |               | 491.666.667   | 491.666.667   | 478.333.333   | 459.500.000   |
| Aportes Sociales          | \$            |               |               |               |               |

|                  |               |               |               |               |               |             |
|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
|                  |               | 505.000.000   |               |               |               |             |
| Reserva Legal    | -             | 505.000.000   | 505.000.000   | 505.000.000   | 505.000.000   | 505.000.000 |
| Utilidades       |               | \$            | \$            | \$            | \$            | \$          |
| Acumuladas       | -             | 18.500.000    | 36.260.000    | 71.069.600    | 139.296.416   |             |
| Utilidades del   | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            | \$          |
| Ejercicio        | 193.759.977   | 758.200.000   | 996.902.000   | 1.077.127.800 | 1.164.402.960 |             |
|                  | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            | \$          |
| TOTAL PATRIMONIO | 698.759.977   | 331.861.347   | 364.823.905   | 401.579.381   | 460.555.362   |             |
| TOTAL PASIVO MAS | \$            |               |               |               |               |             |
| PATRIMONIO       | 1.153.759.977 | 1.613.561.347 | 1.902.985.905 | 2.054.776.781 | 2.269.254.738 |             |
| TOTAL PASIVO MAS | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            | \$          |
| PATRIMONIO       | 1.153.759.977 | 2.105.228.014 | 2.394.652.572 | 2.533.110.114 | 2.728.754.738 |             |

### Estado de resultados

TABLA 37

| ESTADO DE       |                   |                   |                   |                   |                   |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| RESULTADOS      |                   |                   |                   |                   |                   |
| PROYECTADOS     | 2012              | 2013              | 2014              | 2015              | 2016              |
| INGRESOS        |                   |                   |                   |                   |                   |
| OPERACIONALES   |                   |                   |                   |                   |                   |
| AFILIACIONES    | \$ 308.000.000    | \$ 338.800.000,00 | \$ 372.680.000,00 | \$ 409.948.000,00 | \$ 450.942.800,00 |
|                 | \$                | \$                | \$                | \$                | \$                |
| MENSUALIDADES   | 1.050.000.000,00  | 1.155.000.000,00  | 1.270.500.000,00  | 1.397.550.000,00  | 1.537.305.000,00  |
| TOTAL INGRESOS  | \$                | \$                | \$                | \$                | \$                |
| OPERACIONALES   | 1.358.000.000,00  | 1.493.800.000,00  | 1.643.180.000,00  | 1.807.498.000,00  | 1.988.247.800,00  |
| UTILIDAD BRUTA  | \$ 270.750.000,00 | \$ 297.825.000,00 | \$ 327.607.500,00 | \$ 360.368.250,00 | \$ 396.405.075,00 |
| MENOS GASTOS    |                   |                   |                   |                   |                   |
| OPERACIONALES   |                   |                   |                   |                   |                   |
| GASTOS DE       |                   |                   |                   |                   |                   |
| PERSONAL        | \$ 324.000.000,00 | \$ 340.200.000,00 | \$ 357.210.000,00 | \$ 375.070.500,00 | \$ 393.824.025,00 |
| PAPELERIA       | \$ 7.000.000,00   | \$ 3.000.000,00   | \$ 3.210.000,00   | \$ 3.434.700,00   | \$ 3.675.129,00   |
| SERVICIOS DE    |                   |                   |                   |                   |                   |
| AGUA LUZ Y      |                   |                   |                   |                   |                   |
| TELEFONO        | \$ 3.000.000,00   | \$ 3.450.000,00   | \$ 3.967.500,00   | \$ 4.562.625,00   | \$ 5.247.018,75   |
| DEPRECIACION DE |                   |                   |                   |                   |                   |
| LOS ACTIVOS     | \$ 32.000.000,00  | \$ 32.640.000,00  | \$ 33.292.800,00  | \$ 33.958.656,00  | \$ 34.637.829,12  |
| MANTENIMIENTO   | \$ 12.000.000,00  | \$ 12.600.000,00  | \$ 13.230.000,00  | \$ 13.891.500,00  | \$ 14.586.075,00  |
| De Ventas       |                   |                   |                   |                   |                   |
| Publicidad y    | \$ 30.000.000,00  | \$ 31.500.000,00  | \$ 33.075.000,00  | \$ 34.728.750,00  | \$ 36.465.187,50  |

promoción

TOTAL GASTOS

|               |                   |                   |                   |                   |                   |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| OPERACIONALES | \$ 408.000.000,00 | \$ 423.390.000,00 | \$ 443.985.300,00 | \$ 465.646.731,00 | \$ 488.435.264,37 |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|

UTILIDAD

|             |                   |                   |                   |                   |                  |
|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| OPERACIONAL | \$ 137.250.000,00 | \$ 125.565.000,00 | \$ 116.377.800,00 | \$ 105.278.481,00 | \$ 92.030.189,37 |
|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|

MENOS GASTOS

NO

OPERACIONALES

|                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gastos Bancarios | \$ 40.000.000,00 | \$ 44.000.000,00 | \$ 48.400.000,00 | \$ 53.240.000,00 | \$ 58.564.000,00 |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

UTILIDAD ANTES

|              |                   |                   |                   |                   |                   |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DE IMPUESTOS | \$ 177.250.000,00 | \$ 169.565.000,00 | \$ 164.777.800,00 | \$ 158.518.481,00 | \$ 150.594.189,37 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|

MENOS IMPUESTO

|             |                  |                  |                  |                  |                  |
|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DERENTA 33% | \$ 58.492.500,00 | \$ 55.956.450,00 | \$ 54.376.674,00 | \$ 52.311.098,73 | \$ 49.696.082,49 |
|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

UTILIDAD DESPUES

|              |                   |                   |                   |                   |                   |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DE IMPUESTOS | \$ 118.757.500,00 | \$ 113.608.550,00 | \$ 110.401.126,00 | \$ 106.207.382,27 | \$ 100.898.106,88 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|

## Proyecciones de Afiliaciones

*Proyección del año 2012*

TABLA N° 38

| MES     | AFILIACIONE | MENSUALIDADE | TOTAL | TOTAL | VALOR      | VALOR      | VALOR TOTAL   | VALOR TOTAL   | VALOR TOTAL   |
|---------|-------------|--------------|-------|-------|------------|------------|---------------|---------------|---------------|
|         | S           | S            | S     | S     | S          | D          | COSTO         | COSTO         |               |
|         |             |              |       |       |            |            | AFILIACIONES  | MENSULIDADES  |               |
| ENERO   | 60          |              | 60    |       | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 48.000.000 |               | \$ 48.000.060 |
| FEBRERO | 30          | 120          | 30    | 120   | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 24.000.000 | \$ 42.000.000 | \$ 66.000.000 |
| MARZO   | 10          | 150          | 10    | 150   | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 8.000.000  | \$ 52.500.000 | \$ 60.500.000 |
| ABRIL   | 10          | 160          | 10    | 160   | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 8.000.000  | \$ 56.000.000 | \$ 64.000.000 |
| MAYO    | 25          | 170          | 25    | 170   | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 20.000.000 | \$ 59.500.000 | \$ 79.500.000 |
|         |             |              |       |       |            |            |               |               | \$            |
| JUNIO   | 70          | 195          | 70    | 195   | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 56.000.000 | \$ 68.250.000 | 124.250.000   |
|         |             |              |       |       |            |            |               |               | \$            |
| JULIO   | 50          | 265          | 50    | 265   | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 40.000.000 | \$ 92.750.000 | 132.750.000   |

|           |    |        |    |     |            |            |                |                  |              |    |
|-----------|----|--------|----|-----|------------|------------|----------------|------------------|--------------|----|
|           |    |        |    |     |            |            |                |                  |              | \$ |
| AGOSTO    | 35 | 315    | 35 | 315 | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 28.000.000  | \$ 110.250.000   | 138.250.000  | \$ |
| SEPTIEMBR |    |        |    |     |            |            |                |                  |              | \$ |
| E         | 60 | 350    | 60 | 350 | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 48.000.000  | \$ 122.500.000   | 170.500.000  | \$ |
| OCTUBRE   | 15 | 410    | 15 | 410 | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 12.000.000  | \$ 143.500.000   | 155.500.000  | \$ |
| NOVIEMBRE | 15 | 425    | 15 | 425 | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 12.000.000  | \$ 148.750.000   | 160.750.000  | \$ |
| DICIEMBRE | 5  | 440    | 5  | 440 | \$ 800.000 | \$ 350.000 | \$ 4.000.000   | \$ 154.000.000   | 158.000.000  | \$ |
|           |    |        |    |     |            |            | \$             | \$               | 1.358.000.06 | \$ |
|           |    | TOTAL  |    |     |            |            | 308.000.000,00 | 1.050.000.000,00 |              |    |
|           |    | SOCIOS |    | 445 |            | TOTAL      | 0              | 0                | 0            |    |

## Flujo de efectivo

### TABLA N° 40

#### FLUJO DE CAJA PROYECTADO

| DESCRIPCION               | 2012                | 2013                | 2014                | 2015                | 2016                |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SALDO INICIAL EN BANCOS Y |                     |                     |                     |                     |                     |
| CAJA                      | \$ 46.750.000,00    | \$ 504.700.000,00   | \$ 507.863.000,00   | \$ 727.007.430,00   | \$ 681.387.350,30   |
| ENTRADAS                  |                     |                     |                     |                     |                     |
| Afiliaciones              | \$ 308.000.000,00   | \$ 338.800.000,00   | \$ 372.680.000,00   | \$ 409.948.000,00   | \$ 450.942.800,00   |
| Mensualidad               | \$ 1.050.000.000,00 | \$ 1.155.000.000,00 | \$ 1.270.500.000,00 | \$ 1.397.550.000,00 | \$ 1.537.305.000,00 |
| TOTAL ENTRADAS            | \$ 1.358.000.000,00 | \$ 1.493.800.000,00 | \$ 1.643.180.000,00 | \$ 1.807.498.000,00 | \$ 1.988.247.800,00 |
| ENTRADAS MAS SALDO        | \$ 1.404.750.000,00 | \$ 1.998.500.000,00 |                     |                     |                     |
| MENOS SALIDAS             |                     |                     |                     |                     |                     |
| Gasto de Personal         | \$ 324.000.000,00   | \$ 336.960.000,00   | \$ 350.438.400,00   | \$ 364.455.936,00   | \$ 379.034.173,44   |
| Servicios Públicos        | \$ 3.000.000,00     | \$ 3.210.000,00     | \$ 3.563.100,00     | \$ 3.848.148,00     | \$ 4.155.999,84     |
| Compra de Papelería       | \$ 7.000.000,00     | \$ 7.350.000,00     | \$ 7.717.500,00     | \$ 8.103.375,00     | \$ 8.508.543,75     |

|                            |                   |                   |                   |                   |                   |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Timbre                     | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           |
| Comisión Bancaria          | \$ 7.200.000,00   | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           | \$ 0,00           |
| Pago de Intereses          | \$ 40.800.000,00  | -\$ 40.392.000,00 | \$ 39.988.080,00  | -\$ 39.588.199,20 | \$ 39.192.317,21  |
| Pago de Préstamo           | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  | \$ 43.200.000,00  |
| Gastos de Mantenimiento    | \$ 12.000.000,00  | \$ 13.200.000,00  | \$ 14.520.000,00  | \$ 15.972.000,00  | \$ 17.569.200,00  |
| Gastos de Publicidad       | \$ 30.000.000,00  | -\$ 28.500.000,00 | \$ 27.075.000,00  | -\$ 25.721.250,00 | \$ 24.435.187,50  |
| Compra de Materiales       |                   |                   |                   |                   |                   |
| Didácticos                 | \$ 10.000.000,00  | \$ 3.500.000,00   | -\$ 3.395.000,00  | \$ 3.293.150,00   | -\$ 3.194.355,50  |
| Pago de Impuesto de Renta  | \$ 0,00           | \$ 95.000.000,00  | \$ 175.000.000,00 | \$ 215.000.000,00 | \$ 245.000.000,00 |
| Otros                      | \$ 0,00           | \$ 18.000.000,00  | \$ 22.500.000,00  | \$ 28.125.000,00  | \$ 35.156.250,00  |
| TOTAL DE SALIDAS           | \$ 477.200.000,00 | \$ 451.528.000,00 | \$ 680.607.080,00 | \$ 616.688.159,80 | \$ 793.057.316,24 |
| Efectivo Necesario en caja | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   | \$ 2.000.000,00   |
| TOTAL SOBRANTE             | \$ 475.200.000,00 | \$ 449.528.000,00 | \$ 678.607.080,00 | \$ 614.688.159,80 | \$ 791.057.316,24 |

Punto de Equilibrio.

*Costos Fijos*

TABLA N° 41

COSTOS FIJOS

|            |                |
|------------|----------------|
| SUELDOS    | \$ 324.000.000 |
| SEGURIDAD  | \$ 8.000.000   |
| PUBLICIDAD | \$ 214.200.000 |
| INTERNET   | \$ 12.900.000  |
|            | \$ 559.100.000 |

*Costos Variables*

TABLA N° 42

COSTOS VARIABLES

|                                     |               |
|-------------------------------------|---------------|
| PAPELERIA                           | \$ 7.000.000  |
| MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE OFICINA | \$ 3.000.000  |
| MATERIAL DIDACTICO                  | \$ 10.000.000 |
| MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA         | \$ 2.500.000  |
|                                     | \$ 22.500.000 |

Ahora teniendo en cuenta que la ecuación para hallar el punto de equilibrio en ventas es:  $COSTOS\ FIJOS / 1 - [(COSTOS\ VARIABLES / VENTAS\ REALES)]$

Lo primero que se realizó fue despejar  $[(COSTOS\ VARIABLES / VENTAS\ REALES)] = [(22.500.000 / 1.317.250.000)] = 0.02$ , posteriormente se le restó el 1 y dio como resultado 0.98, ya con este resultado se tomaron los costos fijos \$ 559.100.000 y se dividió con 0.98 y el resultado es: \$ 568.815.968, lo cual se puede decir que el punto de equilibrio se daría entre el 4 y 5 mes.

### *El margen de contribución*

Para poder calcular el margen de contribución

Ventas: 1.317.250.000

Costos Variables: 22.500.000

Margen de Contribución: 1.294.750.000

### *Ingreso Operacional*

Margen de Contribución: 1.294.750.000

Costos fijos: 559.100.000

Ingreso Operacional: 735.650.000

## CALCULO DE LOS INDICADORES DE CASA CLUB SOCIAL Y ACADEMICO INFANTIL LOS ROBLES

El análisis del impacto financiero se basará en la información financiera previamente recolectada de la empresa CASA CLUB SOCIAL Y ACADEMICO INFANTIL LOS ROBLES, es decir los informes citados anteriormente a fin de medir el desempeño obtenido.

Para medir el desempeño del año 2.012 se eligieron los siguientes indicadores:

- Indicadores de liquidez y solvencia
- Indicadores de rentabilidad
- Indicadores de endeudamiento

### Indicadores de liquidez y solvencia

A través de los indicadores de liquidez se determina la capacidad que tiene la Empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo; en consecuencia más alto es el cociente, mayores serán las posibilidades de cancelar las deudas a corto plazo; lo que presta una gran utilidad ya que permite establecer un conocimiento como se encuentra la liquidez de esta, teniendo en cuenta la estructura

corriente, es decir; Mide la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo. (serfinco, [http:// www.serfinco.com.co](http://www.serfinco.com.co), 2010) Dentro de los indicadores de liquidez y solvencia tenemos:

*Razón corriente:*

$$\text{Razon corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

TABLA N° 43

INDICADOR

Razón Corriente

0,34

La razón corriente nos indica que la empresa en su inicio cuenta con \$ 0.34 disponible rápidamente para respaldar sus pasivos.

Capital de trabajo:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

TABLA N° 44

INDICADOR

Capital de trabajo

\$ (300.000.000)

Como se puede observar en el cuadro anterior el capital de trabajo el cual es un indicador de vital importancia en el análisis del rendimiento de una empresa, se detecta que en el 2.012 la empresa CASA CLUB cuenta con un muy alto capital de trabajo el cual es de \$300.000.000, la cual indica que es una empresa con un gran respaldo financiero.

*Prueba acida:*

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$$

TABLA N° 45

INDICADOR

Prueba Acida

0,25

Al igual que se han analizado los indicadores de Capital de trabajo, como el de razón corriente, la prueba acida no es más que la capacidad de la empresa para responder por sus pasivos a corto plazo sin sus inventarios y encontramos que ella cuenta con mas de \$0.25 para responder por sus pasivos de forma inmediata, es decir con su activo disponible, por cada \$1 que debe tiene \$0.25 para responder.

## Solidez

Activo total / Pasivo total

TABLA N° 46

INDICADOR

Solidez

0,34

La solidez de la empresa CASA CLUB se establece en 0,34 lo que indica que, teniendo en cuenta que la empresa es nueva y que pretende proporcionar un servicio de excelsa calidad, la solidez se dará una vez se haya solventado la mayoría de los pasivos.

Indicadores de liquidez y solvencia casa club social y académico infantil los robles

## Indicadores de rentabilidad

Son aquellos indicadores financieros que sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera convertir ventas en utilidades. Los indicadores más utilizados son: margen bruto, margen operacional, margen neto y rendimiento de patrimonio. (businesscolcom, 2010)

Los indicadores de rentabilidad son:

*Rentabilidad del patrimonio:*

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

TABLA N° 47

INDICADOR

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| Responsabilidad del Patrimonio | 0,09 |
|--------------------------------|------|

Con las cifras del cuadro podemos observar que la empresa CASA CLUB para el término del año 2012 esta rentando su patrimonio en 8.75%.

*Rentabilidad sobre Activos*

$$\text{Rentabilidad sobre Activos} = \text{Utilidades Netas/Activos} * 100$$

TABLA N° 48

INDICADOR

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| Rentabilidad sobre Activos | 76,62 |
|----------------------------|-------|

*Rentabilidad de la Inversión*

Rentabilidad de inversión = Utilidades netas/ activos

TABLA N° 49

| INDICADOR                 |      |
|---------------------------|------|
| rentabilidad de inversión |      |
| =                         | 1,25 |

*Margen operacional de utilidad:*

$$\text{Margen Operacional de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}}$$

TABLA N° 50

| INDICADOR          |      |
|--------------------|------|
| Margen Operacional | 0,10 |

Como se observa en el cuadro anterior la rentabilidad operacional, es decir la utilidad bruta menos los gastos operacionales es de 10.11%, lo cual evidencia que el negocio esta dentro del promedio

*Gastos de administración y ventas netas:*

$$\text{G. de admon y ventas a ventas} = \frac{\text{Gastos de administracion \&ventas}}{\text{ventas netas}}$$

TABLA N° 52

INDICADORES

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| Gastos de Administración y Ventas | 0,25 |
|-----------------------------------|------|

Como se dijo en el análisis anterior, el cual es congruente con las cifras de este cuadro, la buena administración de los gastos se hace reflejar en mayor rentabilidad, la empresa CASA CLUB maneja los gastos por debajo del 50% del total de los ingresos generando una rentabilidad del 24.59%.

*Margen bruto de utilidad*

$$\text{Margen bruto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

TABLA N° 53

INDICADOR

|                          |      |
|--------------------------|------|
| Margen Bruto de Utilidad | 0,20 |
|--------------------------|------|

En este caso la cifra arrojada es especial ya que es del 19.94%, la razón es que no hay costos de ventas, por ende la utilidad bruta es igual a los ingresos netos de la empresa.

Margen neto de utilidad

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

TABLA N° 54

INDICADOR

|                         |      |
|-------------------------|------|
| Margen Neto de Utilidad | 0,09 |
|-------------------------|------|

Es decir, la empresa después de impuestos está rentando el 8.75%.

Margen operacional

|                    |                                     |
|--------------------|-------------------------------------|
| Margen operacional | Utilidad operacional / ventas netas |
|--------------------|-------------------------------------|

TABLA N° 55

indicador

|                    |      |
|--------------------|------|
| Margen Operacional | 0,10 |
|--------------------|------|

Con este dato se evidencia que el margen operacional de la empresa es de 10.42%, lo cual evidencia que es normal, para ser el primer año y ser una nueva empresa dentro del mercado.

Indicadores de rentabilidad casa club social y académico infantil los robles

#### Indicadores de endeudamiento

Los indicadores de endeudamiento tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurren tales acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa. financieros, 2008)

Los indicadores de endeudamiento podemos clasificarlos así:

#### Endeudamiento sobre activos totales

$$\text{Endeudamiento sobre activos totales} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total activo}} * 100\%$$

TABLA N° 56

| INDICADOR                   |      |
|-----------------------------|------|
| Endeudamiento sobre activos | 2,94 |

totales

El 2.94 nos indica que del total de los activos este porcentaje pertenece a los pasivos, es decir que la empresa cuenta con mas del 293.55% para responder por sus pasivos.

Apalancamiento total

$$\text{Apalancamiento total} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Patrimonio}} \text{ Veces}$$

TOTAL N° 57

INDICADOR

Apalancamiento 0,65

Los pasivos con respecto al patrimonio corresponden al 0.65, es decir que este valor pertenece a terceros, y el 70% a los socios.

Apalancamiento a corto plazo y Apalancamiento financiero

$$\text{Apalancamiento corto plazo} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Total patrimonio}}$$

TABLA N° 58

| INDICADOR                    |      |
|------------------------------|------|
| Apalancamiento a corto plazo | 0,65 |

$$\text{Apalancamiento financiero} = \frac{\text{Pasivo con entidades financieras}}{\text{Total patrimonio}}$$

TABLA N° 59

| INDICADOR                 |        |
|---------------------------|--------|
| Apalancamiento Financiero | 51,52% |

La empresa CASA CLUB cuenta con un apalancamiento a corto plazo del 51.52%, igual al apalancamiento total ya que no tiene deudas a largo plazo, y al apalancamiento financiero ya que su única deuda es con una entidad bancaria.

## Concentración de endeudamiento Corto y largo plazo

$$\text{Concentraci3n de endeudamiento a CP} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Total pasivo}}$$

TABLA N° 60

### INDICADOR

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| Concentraci3n de Endeudamiento CP | 100% |
|-----------------------------------|------|

El indicador resulta del 100% ya que la empresa solo cuenta con deudas de corto plazo.

## BIBLIOGRAFIA

<http://abrirunrestaurante.com/el-concepto-de-la-fuente-de-sodas/> consultado el 18 de junio de 2011

<http://www.am.com.mx/Nota.aspx?ID=437931> 2010/ consultado el 13 de junio de 2011 / crece el suicidio infantil

[http://www.bogotaemprende.com/documentos/3564\\_25\\_03\\_10\\_1doc\\_pasosccb.pdf/](http://www.bogotaemprende.com/documentos/3564_25_03_10_1doc_pasosccb.pdf/) consultado el 20 de julio de 2011

<http://bogowiki.org/colegios/> consultado el 15 de junio de 2011

<http://www.buenostratos.com/2009/08/> consultado el 15 de junio de 2011/ dibujo-infantil-y-depresion.html

[http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido\\_imprimir.aspx?conID=4232&catID=132/](http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido_imprimir.aspx?conID=4232&catID=132/) consultado el 21 de julio de 2011

<http://elblogdeanatolia.blogspot.com/> consultado el 17 de junio de 2011

<http://libroabiertosueosencontrados.blogspot.com/> consultado el 17 de junio de 2011

<http://www.fecode.edu.co/index.php/documentos/otros-documentos/1986->[consultado el 13 de Junio de 2011] [el-suicidio-en-menores-un-problema-social-que-crece-en-colombia.html](#)

<http://gc.caf.com/upload/pubs/>consultado el 18 de junio de 2011/[Lo\\_que\\_todo\\_empresario\\_debe\\_saber201.pdf](#)

Gómez, Sandalio (2004) La incorporación de la mujer al mercado laboral: Implicaciones personales, familiares y profesionales, y medidas estructurales de conciliación trabajo – familia. IESE. Abstract

<http://www.google.com.co/imgres?q=ni%C3%B1os+felices+estudiando>

<http://www.inviertaencolombia.com.co/>consultado el 22 de julio de 2011 / [como-invertir/pasos-para-instalarse/constituir-una-sociedad/sociedad-anonima-y-limitada.html](#)

[http://www.rue.com.co/RUE\\_WebSite/consultas/2009/](http://www.rue.com.co/RUE_WebSite/consultas/2009/) consultado el 20 de junio de 2011/ [RecomendacionesHomonimia.aspx](#)

## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo KAREN MARGARITA OSORIO MIER

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 32894308

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

CREACION DE UN CLUB INFANTIL ACADÉMICO Y SOCIAL

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

|  |                               |
|--|-------------------------------|
| NOMBRE COMPLETO: <u>KAREN OSORIO MIER</u>    | NOMBRE COMPLETO: _____        |
| FIRMA: <u><i>Karen Osorio Mier</i></u>       | FIRMA: _____                  |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>C.C. 32894308</u> | DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ |
| FACULTAD: <u>ESTUDIOS A DISTANCIA</u>        | FACULTAD: _____               |
| PROGRAMA ACADÉMICO: <u>ADM. DE EMPRESAS</u>  | PROGRAMA ACADÉMICO: _____     |

|                               |                               |
|-------------------------------|-------------------------------|
| NOMBRE COMPLETO: _____        | NOMBRE COMPLETO: _____        |
| FIRMA: _____                  | FIRMA: _____                  |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ | DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____ |
| FACULTAD: _____               | FACULTAD: _____               |
| PROGRAMA ACADÉMICO: _____     | PROGRAMA ACADÉMICO: _____     |

Fecha de firma: MAYO 18 2012