

Título: PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

**Plan de negocios para la creación del Centro Integral “LA CASA DE MAMÁ” en el
D.T.C.H de Santa Marta**

Adriana Milena Echavez Rodríguez

Daniela López Martínez

Sandra Eliset Oduber Montero

Katty Elena Pallares Rodríguez

Universidad Jorge Tadeo Lozano

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Nota de los autores: Adriana Milena Echavez Rodríguez, Daniela López Martínez, Sandra Eliset Oduber Montero y Katty Elena Pallares Rodríguez. Los comentarios a este documento enviarlos a sandrae.oduberm@utadeo.edu.co

Director Escuela de Administración: Dr. Fernando Locano Botero

Directora: Mg. Luz Mery Sánchez S.

Santa Marta D.T.C.H., febrero 2018

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Contenido

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Capítulo 1	9
Diseño de Teórico	9
Título del trabajo	9
Problema de investigación	9
Justificación	10
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Capítulo 2	12
Marco de Referencia	12
Capítulo 3	14
Diseño Metodológico	14
Tipo de investigación	14
Técnicas e instrumentos	14
Capítulo 4	15
Desarrollo de objetivos	15
Descripción del servicio	15
Nombre del servicio	17
Segmento del mercado	22
Estudio técnico	29
Utilización de salones	31
Estudio organizacional	35

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Índices de gestión	37
Evaluación financiera	45
<i>Capítulo 5</i>	46
<i>Conclusiones</i>	46
<i>Capítulo 6</i>	47

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Lista de tablas

Tabla 1 Matriz de evaluación de factores internos	21
Tabla 2 Matriz de competidores	24
Tabla 3 Matriz de perfil competitivo	25
Tabla 4 Análisis Micro- localización	29
Tabla 5 Análisis Micro-localización	29
Tabla 6 Salón 1	31
Tabla 7 Salón 2	32
Tabla 8 Salón 3	33
Tabla 9 Salón 4	34
Tabla 10 Matriz de Competencias	38
Tabla 11 Presupuesto de ventas	40
Tabla 12 Equipo de cómputo y comunicación	40
Tabla 13 Presupuesto de maquinaria y equipo	40
Tabla 14 Presupuesto de muebles y enseres	41
Tabla 15 Personal administrativo	41
Tabla 16 Personal del servicio	41
Tabla 17 Gastos Administrativos	42
Tabla 18 Obligaciones Financieras	42
Tabla 19 Estado de Resultados	43
Tabla 20 Análisis vertical del Estado de Resultados	43
Tabla 21 Balance General	44
Tabla 22 Flujo de Caja Libre	45

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Lista de Ilustraciones

<i>Ilustración 1 Logo de la empresa.....</i>	<i>15</i>
<i>Ilustración 2 Customer Journey Map</i>	<i>16</i>
<i>Ilustración 3 El triángulo del servicio</i>	<i>16</i>
<i>Ilustración 4Esquema del servicio</i>	<i>17</i>
<i>Ilustración 5 Esquema del servicio</i>	<i>17</i>
<i>Ilustración 6 Redes Sociales.....</i>	<i>26</i>
<i>Ilustración 7 Presentación del proyecto</i>	<i>27</i>
<i>Ilustración 8 Pautas publicitarias</i>	<i>27</i>
<i>Ilustración 9: Plano de la Institución</i>	<i>30</i>

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Resumen

La noticia de la llegada de un bebé genera en forma general felicidad en las mujeres. Sin embargo, ello conlleva a cambios físicos y hormonales que pueden generar afectaciones psicológicas, expresadas en los cambios de ánimo, problemas conyugales, depresión post-parto, con consecuencias en su entorno familiar y laboral.

Con base en la premisa expuesta, se infiere la necesidad de atender a madres y bebés con trastornos psicológicos generados por el embarazo o el parto, a través de la creación del Centro Integral “La casa de mamá”. El servicio es integral debido a que se hará alusión al ofrecimiento de salud, amor y confianza por medio de experiencias lúdicas que fortalezcan el lazo entre mamá, papá e hijo. Para ello se ofertará los servicios de pilates, yoga, fit-ball, danzas, masajes, natación, entre otros.

Para definir su viabilidad, se realizan los análisis de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, con base en las temáticas de las áreas de Ciencias Económicas y Administrativas.

Finalmente, el proyecto es viable a nivel financiero, en un horizonte de 5 años, genera un Valor Presente Neto de \$92.946.850.

Palabras clave: Plan de negocios, mercadeo, madres gestantes.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Abstract

The news of the arrival of a baby generally generates happiness in women. However, this leads to physical and hormonal changes that can generate psychological affectations, expressed in changes of mood, conjugal problems, post-partum depression, with consequences in their family and work environment.

Based on the premise exposed, the need to care for mothers and babies with psychological disorders generated by pregnancy or childbirth is inferred, through the creation of the Integral Center "La casa de mamá". The service is integral because it will refer to the offer of health, love and trust through playful experiences that strengthen the bond between mom, dad and son. For this, the services of pilates, yoga, fit-ball, dances, massages, swimming, among others, will be offered.

In order to define its viability, the market, technical, organizational, legal and financial analyzes are carried out, based on the themes of the Economic and Administrative Sciences areas.

Finally, the project is viable at the financial level, over a 5-year horizon, generates a Net Present Value of \$ 92,946,850.

Keywords: Business plan, marketing, pregnant mothers.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Introducción

Con el modelo de servicio que se desea establecer en el Centro Integral “LA CASA DE MAMÁ”, en donde se generará bienestar emocional, físico y momentos de confort a las personas que establezcan la experiencia, puesto que en ella encontrarán acondicionamiento físico y emocional en el proceso de preparación del cuerpo ante la programada gestación, el cual pasa por un sin número de cambios tanto físicos, hormonales y emocionales.

En el Centro se les ayudará a las futuras clientes, a restablecer el equilibrio entre mente y cuerpo, para que el rumbo de su vida continúe de forma amigable con su entorno y con la nueva experiencia de ser madre. Igualmente encontrarán en el establecimiento una experiencia única al vincular al menor en el proceso de estimulación temprana en donde desarrollará rápidamente habilidades motrices que los harán no tanto al menor sino al grupo familiar una experiencia de alegría de descubrir emociones incalculables de bienestar y crecimiento en cada uno de los integrantes del hogar.

La idea de negocio relatada, fue analizada en los estudios de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero. Para ello se acudieron a fuentes secundarias y primarias como la observación directa y encuestas.

Finalmente, el proyecto es viable a nivel financiero, con un Valor Presente Neto de \$92.946.850, a una tasa de oportunidad del 14% y Tasa Interna de Retorno del 40%, en un horizonte de 5 años.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Capítulo 1

Diseño de Teórico

Título del trabajo

Plan de negocios para la creación del Centro Integral “LA CASA DE MAMÁ” en el D.T.C.H de Santa Marta

Problema de investigación

Si bien el nacimiento de un bebé para una mujer debe ser una de las mejores noticias en su vida y que socialmente es un acto muy importante y gratificante, pero se ha encontrado en algunos casos se presentan trastornos psicológicos en la etapa de embarazo, en el parto o en el postparto que deben ser tratados rápidamente para mejorar la salud de la madre.

Estudios clínicos confirman que el embarazo puede generar en una mujer afectaciones a nivel psicológico por la fuerte carga emocional que puede llegar a soportar, además de los fuertes cambios a los que se ve sometida en su esfera personal, física, profesional, familiar, entre otras.

Especialmente, en la etapa de embarazo, una mujer se ve enfrentada a muchos cambios y aún su proyecto de vida se ve afectado fuertemente, y debe reconsiderar muchos temas a futuro que impactan sus emociones, a nivel físico vivencia muchos cambios en lo hormonal y bioquímico que alteran su cuerpo y a nivel social y familiar se desencadenan grandes presiones por su futuro. Lo anterior genera en algunas mujeres embarazadas “trastornos adaptativos, del estado de ánimo, duelo, abuso de drogas y problemas conyugales, entre otros” (López, Calva, & Bravo, 2006, pág. 28).

Por otra parte, el parto para algunas mujeres puede ser una situación muy traumática que genere algunas afectaciones psicológicas; por ejemplo, el Síndrome de Estrés Post Traumático (SEPT), que fue considerado se podía presentar en:

(...) cualquier parto en el que haya habido una amenaza de muerte o graves secuelas físicas para madre y/o bebé y donde la madre haya vivido la amenaza con miedo extremo, indefensión u horror puede desencadenar un síndrome de estrés postraumático (Fernández, 2010).

También, luego del parto se pueden llegar a presentar trastornos psicológicos en la mujer, como depresión, disforia y psicosis, entre otras, que afectan gravemente la vida de la madre. En este sentido, (Orozco, 2013) afirma: La depresión postparto “es un trastorno

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

mental de alta prevalencia y que provoca alteraciones emocionales, cognitivas, comportamentales y físicas que se inician de manera insidiosa, durando incluso semanas después del parto” p.640.

Los hechos expuestos permiten inferir la necesidad de atender a mujeres con trastornos psicológicos generados por el embarazo o el parto, a través de la creación del Centro Integral “La casa de mamá” en articulación con lo expresado por (Kotler & Armstrong, 2008) quienes afirman “el mercadeo busca entender las necesidades y deseos del consumidor, determinando cuáles son los mercados meta que la organización puede atender mejor y desarrollando una propuesta de valor convincente” .

Justificación

Mediante la revisión de fuentes bibliográficas secundarias se identificaron aspectos económicos, políticos, tecnológicos y sociales, expresados en el crecimiento de la economía nacional y local, mejoramiento de las tasas de empleo, incremento en las tasas de natalidad, existencia de instituciones financiadoras de emprendimientos e importancia de la incursión de las Tecnologías de la información en las empresas, los cuales se constituyen en circunstancias que alientan y dan pertinencia a la constitución del Centro Integral “La casa de mamá”:

En este sentido, se resalta el crecimiento económico positivo de las nueve ramas de la actividad productiva del país en el primer trimestre de 2017. El reporte destacó el crecimiento de la agricultura, caza, silvicultura y pesca, sector que marcó el mejor desempeño con 7,7 %, seguido de establecimientos financieros con 4,4 %, servicios sociales, comunales y personales con 2,2 % e industria manufacturera con 0,3 %. (Jiménez, 2017). Este crecimiento tuvo impacto en la tasa en la ocupación laboral donde 489 mil personas más encontraron empleo (DANE, 2016). También la tasa de nacimientos es representativa. Según el DANE (2016), en la ciudad de Santa Marta se dio el nacimiento de 8.795 bebés de los cuales el 51% son hombres y el 49% mujeres.

En el ámbito político, instituciones como Innpulsa Colombia, el Fondo Emprender del Sena y Apps apoyan por medio de la financiación de recursos, emprendimientos en diferentes campos.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

En el nivel tecnológico es un reto para los profesionales aplicar las modernas técnicas diagnósticas en lo concerniente a lo investigativo. La tecnología facilita la comunicación por los medios electrónicos como los son los radios, las computadoras, la televisión, la telefonía y el uso de internet con el fin de mejorar el bienestar de los individuos. Las empresas obtienen grandes beneficios a través de la tecnología ya sea para la venta de un producto o un servicio (MINTIC, s.f.).

Así mismo, en lo local, el cuatrienio 2016-2019 Santa Marta vive enormes oportunidades de la mano de un proceso de reconstrucción progresiva a nivel de su desarrollo urbano, social y económico, pero especialmente de su conducción política y de gobierno que genera confianza y corresponsabilidad en su ciudadanía (Alcaldía de Santa Marta, 2017).

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la creación del Centro Integral “LA CASA DE MAMÁ” en el D.T.C.H de Santa Marta.

Objetivos específicos

Analizar la oferta y demanda de los servicios integrales de salud, dirigidos a las madres gestantes y sus bebés.

Definir el proceso de prestación del servicio, sus recursos físicos y humanos, que conlleven a los análisis técnico, organizacional y legal de la empresa.

Proyectar los estados financieros, con base en los datos identificados en los estudios de mercado, técnico, organizacional y legal de la entidad.

Evaluar la viabilidad financiera, mediante la identificación de la Tasa Interna de Retorno, el Valor Presente Neto y Tasa de Oportunidad del inversionista.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Capítulo 2

Marco de Referencia

Importancia del mercadeo

“El éxito organizacional depende de la medida en que una empresa estudia las necesidades y deseos de sus clientes y les suministra satisfactores mejores que los de la competencia” Kotler y Amstrong (citado por Hernández, 2001, p. 2). Es importante destacar el valor que las organizaciones dan a la transformación de las condiciones de vida de las comunidades, como componente fundamental de los resultados alcanzados por la organización, pues se evidencia de esta manera la posibilidad de armonizar los objetivos comerciales y corporativos de la organización, con el papel social que deben abanderar las organizaciones en pro del mejoramiento de las condiciones de vida (Aristizábal, Restrepo, & Arias, 2007).

Por su parte, los medios de comunicación o distintos instrumentos de marketing pueden incentivar en los clientes al consumo de cierto producto y/o servicio, el cual puede satisfacer una necesidad o bien sea un gusto o deseo, y es allí donde se puede contribuir a la creación de deseos y satisfacción del segmento del mercado al que va dirigido.

En análisis realizados por medio de múltiples disciplinas se puede observar que los comportamientos del ser humano se ven influenciados por campañas publicitarias, mensajes televisivos, redes sociales, entre otras; las disciplinas usadas para estos análisis son la psicología, sociología, antropología, estadística, y la economía entre otras, que permiten desarrollar un mensaje adecuado para los clientes.

Del mismo modo, el mercadeo se considera como una de las estrategias fundamentales del capitalismo en la economía de mercado. Se caracteriza por la generación de necesidades, la comercialización de productos y la búsqueda de una rentabilidad económica para las organizaciones, condiciones que para muchos son la muestra de mayor voracidad del modelo económico imperante (Aristizábal, Restrepo, & Arias, 2007).

Para estudiar los productos en mercadeo es necesario caracterizarlos, clasificarlos, organizarlos y de esas distintas clases derivar diversas estrategias comerciales. En términos generales todos los autores clásicos de mercadeo aceptan hoy la división fundamental del producto, así: Productos tangibles (bienes de consumo, bienes industriales o de negocio), productos intangibles (servicios). Se colige entonces que la

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

tendencia actual del mercadeo es que quien mercadea bienes, le incluya servicios y busque la oferta de un producto más integrado y que quien ofrezca servicios le anexe bienes y poder obtener un valor agregado (Vélez, 2005).

Sin embargo, ofrecer un valor superior es cada vez más difícil. Los adelantos tecnológicos y la lucha por la lealtad de los consumidores han creado productos que pueden satisfacer casi cualquier necesidad. Agregar servicios a los productos puede ser la nueva clave de las empresas exitosas. En el mercadeo tradicional ya no es suficiente. Es necesario revisar las tradicionales cuatro P del mercadeo - promoción, producto, precio y plaza e incluir tres P adicionales: personas (empleados y clientes), procesos y perceptibles (evidencia física) (Puente, 2000).

Como el comportamiento de los mercados es dinámico, los modelos que lo representan deben ser actualizados persistentemente. De allí la pertinencia de estar observando dichos mercados para replantear los ofrecimientos de valor que deben conformar la mezcla de mercadeo. El permanente cuestionamiento y actualización de tales modelos es de interés, tanto para practicantes como para académicos del mercadeo (Jaime, 2008).

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Capítulo 3

Diseño Metodológico

Tipo de investigación

El tipo de investigación de este plan de negocio es descriptiva y exploratoria por que consiste en conocer con mayor profundidad las necesidades prioritarias de las madres gestantes por medio de las costumbres y actitudes que predominan en ellas y analizar los resultados que determinen tendencias.

Técnicas e instrumentos

Las técnicas de recolección de la información primaria fue la observación directa y la encuesta aplicadas a mamás gestantes de estratos 4,5 y 6 en la ciudad de Santa Marta, las cuales fueron sometidas a un proceso de tabulación, análisis, interpretación y reflexión.

También se acudieron a fuentes de tipo secundarios, extraídas de artículos de investigación, libros e informes técnicos de organismos nacionales como el DANE, Min-Tic, entre otros.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Capítulo 4

Desarrollo de objetivos

Descripción del servicio



Ilustración 1 Logo de la empresa

Fuente: Elaboración propia

La imagen o logo significa la interacción de una madre con su hijo, ya que esto es lo que se quiere fortalecer en el servicio.

“Ejercicios con amor”

El amor es el sentimiento mas puro y real que existe y el mas importante en el vinculo familiar, por eso nuestro lema “ejercicios con amor”, es inyectarle lo mejor del mundo a nuestro trabajo.

LA CASA DE MAMÁ será un centro especializado en atención personalizada en la preparación física y educativa durante todo el proceso del embarazo, el post-parto y el primer año de crianza de los bebés.

La educación prenatal y el apoyo a los bebés en los primeros meses es fundamental debido a que es en este período cuando el cerebro se encuentra en formación, lo que permite estimular su desarrollo, formar su confianza, su seguridad, fortaleciendo el vínculo afectivo con los padres y favorecer su relación en un ambiente adecuado.

Estas son algunas de las bases metodológicas que sustentan el programa de desarrollo; es importante recordar que los pilares del centro son: su maduración biológica, su potencial cognitivo y el respeto por sus emociones. El programa está diseñado para empezar desde los primeros meses de nacido hasta la etapa en que se convierten en grandes caminadores y más allá, grandes aventureros, momento en el cual tienen confianza y se sienten seguros gracias a lo que sus padres han generado hasta el momento de ingreso al jardín.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

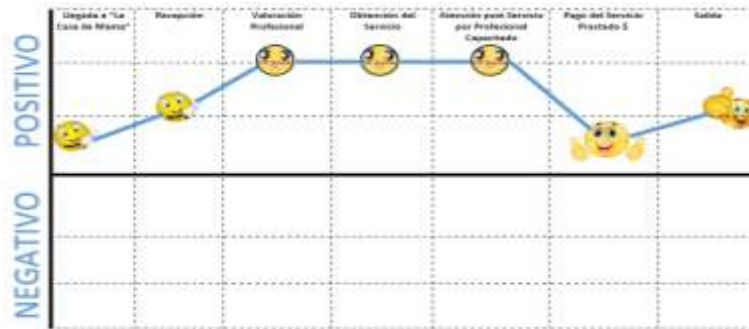


Ilustración 2 Customer Journey Map se observa la entrada a las instalaciones, los servicios ofrecidos, la valoración por el personal profesional, la cancelación y observaciones del servicio prestado.

Fuente: Elaboración propia

La experiencia de los clientes dentro de las instalaciones es un proceso único e invaluable en el cual se pretende quede grabado en su vida para siempre. Las futuras madres que buscan de la ayuda de la Institución podrán sentir un apoyo físico, psicológico, emocional y solventar sus dudas acerca de la llegada de su bebé y, a partir del maravilloso momento de su llegada, todo lo concerniente a la estimulación temprana del niño. Por eso en la “Casa de mamá” se busca brindar a los clientes la mejor experiencia que podrán vivir en el proceso de convertirse en madres y un acompañamiento constante en el desarrollo de su bebé en sus primeros 12 meses de vida.



Ilustración 3 El triángulo del servicio

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de servicio

La experiencia que se vivirá en “LA CASA DE MAMA” será gratificante ya que se apoya el núcleo familiar, abriéndole espacios de sensibilización a la pareja junto con su bebé. La organización será reconocida como líder en servicio en el área de recreación y

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

deporte. La promesa de valor será la confianza, tranquilidad, calidad, experiencia, salud y aprendizaje. Así mismo nuestros clientes disfrutarán la crianza de sus bebés.

Nombre del servicio

El servicio es integral debido a que se hará alusión al ofrecimiento de salud, amor y confianza por medio de experiencias lúdicas que fortalezcan el lazo entre mamá, papá e hijo. Es importante brindar apoyo, seguridad, familiaridad para que el bebé pueda enfrentar la etapa materna en plena confianza en sí mismo.

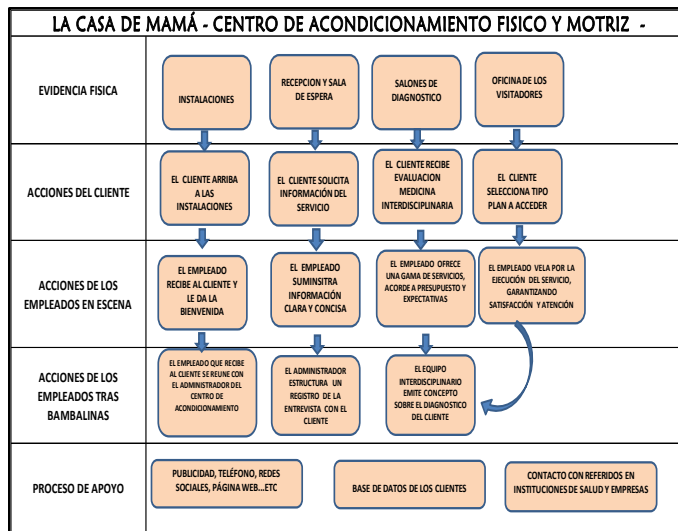


Ilustración 4 Esquema del servicio

Fuente: Elaboración propia

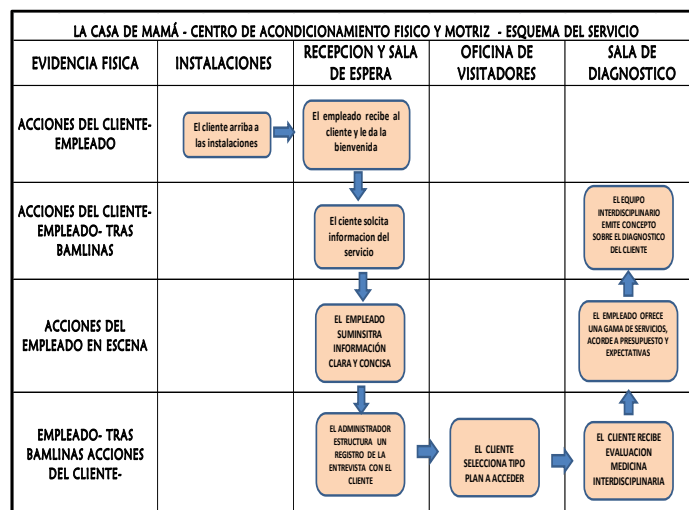


Ilustración 5 Esquema del servicio

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Servicios

Para mamás embarazadas y bebés

- Pilates, Yoga, Fit-ball y Natación prenatal
- Curso sicoprofiláctico
- Pilates, remo y danza (zumba, chair dance) post-parto
- Desarrollo sensorial para bebés en tierra
- Desarrollo de inteligencias múltiples para bebés en agua y en tierra
- Talleres para nanas o cuidadoras

Masajes

- Terapéuticos, de relajación y adelgazantes
- Masajes especiales prenatales para dolor y baño de abril antes del parto
- Masajes post- parto de cierre de caderas a la tercera semana de nacido
- Masajes para aliviar dolores
- Masajes de abril para antes del parto

Natación para niños

- Natación por niveles
- Matronatación
- Aquafiestas

Los clientes

La empresa se enfocará en los clientes brindándoles la mejor atención para que la prefieran, y refieran y así sea reconocida en la ciudad de Santa Marta. Siempre se buscará la forma de llegarle a ellos ya que son el motor que la llevará al camino del éxito.

Los sistemas

Se tendrá una buena organización en cuanto a los elementos físicos para la entrega de un buen servicio, también una infraestructura muy completa, buena distribución en los espacios y se contará con excelente tecnología para que los clientes y colaboradores se sientan cómodos.

El Servipanorama

“LA CASA DE MAMA” tendrá un ambiente agradable con una temperatura adecuada acorde al clima de la ciudad, con un aroma que de sensación de limpieza, la música de relajación para las mamás y sus bebés y los colores inspirarán ternura. Así mismo se tendrá

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

cada elemento y/o equipos en su respectivo lugar y las señalizaciones serán claras para una perfecta visualización.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

El personal

Se contratará personal alta mente calificado de acuerdo al cargo que vayan a desempeñar, con enfoque hacia el servicio, trabajo en equipo donde reflejen compromiso, los cuales deben ser personas que también quieran día a día capacitarse y así pongan en prácticas los nuevos conceptos adquiridos, con buena disposición tanto de tiempo como de actitud para responderle de una forma oportuna satisfaciendo las necesidades de los clientes:

- Fisioterapeutas
- Instructores para el área de Pilates
- Instructores para el área de natación
- Psicólogos
 - Especialistas en el área administrativa

Tabla 1 Matriz de evaluación de factores internos

Factores internos críticos		Empresa: LA CASA DE MAMA	
Fortalezas	Peso	Calificación	Total
Únicos en el mercado local	0,06	4	0,24
Posicionamiento	0,07	4	0,28
Agilidad en el servicio	0,07	4	0,28
Eficiencia en servicios ofrecidos	0,07	4	0,28
Diversidad de servicios	0,07	4	0,28
Infraestructura señalizada e iluminada	0,04	3	0,12
Cumplimiento en servicios ofrecidos a clientes	0,05	4	0,20
Publicidad en medios masivos	0,04	4	0,16
Comodidad en el servipanorama	0,04	3	0,12
Capacitación a los empleados	0,06	3	0,18
Importancia del cliente interno	0,06	3	0,18
Facilidades de pago	0,05	4	0,20
Personal capacitado y especializado en cada área	0,07	4	0,28
Contrato con EPS	0,02	2	0,04
Costos de servicios	0,06	2	0,12
Ausencia de servicios periféricos	0,03	1	0,03
Deficiencia en cubrimiento	0,05	1	0,05
Ausencia de servicios esperados por clientes	0,03	1	0,03
Costo en pago de empleados	0,06	1	0,06

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

1,00

3,13

Fuente: Elaboración propia

Segmento del mercado

En la ciudad de Santa Marta se reportó 9.746 mujeres en estado de gestación en el año 2016, del cual 3.216 pertenecen a estrato 4, 1.169 a estrato 5 y 828 al estrato 6. El grupo investigador define captar el 10%, lo que equivale a 521 mujeres mensual (DANE,2016).

Análisis de la demanda

Con base en las encuestas aplicadas se llegó a las siguientes conclusiones:

La mayoría de las mujeres coincidieron en que tenían un vínculo afectivo con su bebé desde el momento en que se enteraron que iban hacer madres hasta el día del nacimiento, fortaleciendo la relación familiar. Estos resultados coinciden con la filosofía moral de la empresa como es promover la unión familiar.

Así mismo, las mujeres gestantes resaltan la necesidad de preparar su cuerpo durante la etapa del embarazo, se preocupan por su bienestar físico y emocional, consideran que la estimulación temprana es importante porque fomenta el desarrollo psicomotor del bebé a través de actividades donde ellos se divierten y fortalecen su conocimiento. Estos resultados indican la pertinencia de la oferta de servicios del Centro Integral “la casa de mamá”, el cual las va a apoyar en todas las etapas de su gestación y parto.

También las encuestadas están dispuestas a pagar por los servicios personalizados y de calidad ofrecidos en el Centro Integral, debido a que lo perciben como un lugar de bienestar para sus hijos que les ayudará al desarrollo de las destrezas físicas en cada una de etapas de crecimiento. Los ejercicios destacados fueron el yoga, pilates, remo y zumba debido a que son los más asertivos para las madres gestantes, incentivando a que el parto sea más fácil para ellas.

El nombre del Centro Integral “La casa de mama” es bien aceptado por las madres encuestadas, el cual es asociado a los atributos de apoyo, comprensión, seguridad, orientación, respaldo, cuidado, seguridad, salud y la solución a todas las dudas y miedos que puedan surgir en su etapa de embarazo y post parto.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Estos resultados refuerzan la viabilidad del proyecto, donde la mujer samaria está dispuesta a acoger el servicio de una manera óptima, ya que es consciente del beneficio que este le puede brindar en su etapa de embarazo, post parto y la estimulación de su bebé.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 2 Matriz de competidores

Fuente: Elaboración propia

	La casa de mama	Gimnasios	Cursos psicoprofilacticos	Smart kids	Ukulala	La caja
Pilates en máquinas pre y post parto	x		x			x
Natación para madres embarazadas	x					
Natación en rehabilitación	x					
Natación neonatos (estimulación) y en niños	x				x	
Yoga pre y post parto	x		x			x
Fitball durante el embarazo	x					
Estimulación en agua y tierra	x			x	x	
Masajes prenatales	x					
Masajes drenajes, estimulación y reducción	x					
Cursos psicoprofilacticos	x		x			
Atención por psicólogos	x					
Atención por nutricionistas	x					
Atención por fisioterapeutas	x					
Atención por terapeutas ocupacionales	x					
Profesionales en áreas administrativas	x	x		x		x

El centro de atención integral en la ciudad de Santa Marta no tiene una competencia directa, es decir no existe un centro tal que ofrezca todos los servicios unificadamente como los ofrecerá “LA CASA DE MAMA”, pero existen sustitutos que ofrecen servicios parecidos en diferentes espacios, como los son los gimnasios, clases de yoga, parques infantiles, cursos psicoprofilacticos entre otros; los anteriormente mencionados operan con servicios individuales de acuerdo a su naturaleza, a diferencia de centro propuesto, que ofrecerá variedad de servicios unificados. De este modo “La casa de mamá” estará enfocada en el sector deportivo, de recreación y aprendizaje. Tiene varios sustitutos como lo son centros de entretenimientos para niños, gimnasios, spas, clínicas y parques recreativos los cuales tienen facilidad de acceso, los gimnasios con horarios libres en los 365 días del año. Así mismo los precios son más bajos de lo que la empresa está ofreciendo. No obstante, un punto favorable es la calidad del servicio ya que este será el factor diferenciador por su excelencia al igual que la tecnología la cual tendrá los mejores sistemas de información adecuada a las necesidades de los clientes.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 3 Matriz de perfil competitivo

Factores internos críticos	peso	La casa de mama		Smartkids		Ukulala		La caja	
		calificación	total	calificación	total	calificación	total	calificación	total
Únicos en el mercado local	0,06	4	0,24	3	0,18	3	0,18	4	0,24
Posicionamiento	0,07	4	0,28	2	0,14	2	0,14	4	0,28
Agilidad en el servicio	0,07	4	0,28	3	0,21	4	0,28	3	0,21
Eficiencia en servicios ofrecidos	0,07	4	0,28	4	0,28	4	0,28	3	0,21
Diversidad de servicios	0,07	4	0,28	3	0,21	2	0,14	4	0,28
Infraestructura señalizada e iluminada	0,04	3	0,12	4	0,16	4	0,16	4	0,16
Cumplimiento en servicios ofrecidos a clientes	0,05	4	0,20	4	0,20	3	0,15	3	0,15
Publicidad en medios masivos	0,04	4	0,16	2	0,08	2	0,08	1	0,04
Comodidad en el servipanorama	0,04	3	0,12	3	0,12	3	0,12	4	0,16
Capacitación a los empleados	0,06	3	0,18	3	0,18	2	0,12	2	0,12
Importancia del cliente interno	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Facilidades de pago	0,05	4	0,20	4	0,20	4	0,20	4	0,20
Personal capacitado y especializado en cada área	0,07	4	0,28	4	0,28	4	0,28	3	0,21
Contrato con e.p.s	0,02	2	0,04	1	0,02	1	0,02	1	0,02
Costos de servicios	0,06	2	0,12	4	0,24	1	0,06	1	0,06
Ausencia de servicios periféricos	0,03	1	0,03	2	0,06	2	0,06	2	0,06
Deficiencia en cubrimiento	0,05	1	0,05	2	0,10	1	0,05	1	0,05
Ausencia de servicios esperados por clientes	0,03	1	0,03	1	0,03	2	0,06	1	0,03
Costo en pago de empleados	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06
Total			3,13		2,93		2,62		2,72

Fuente: Elaboración propia

Con la identificación de los factores internos se realizó un análisis comparativo con los lugares sustitutos a la” CASA DE MAMÁ” identificados en la ciudad de Santa Marta, en donde se detectaron los factores críticos a tener en cuenta para lograr un buen posicionamiento en el mercado destacándonos por el ofrecimiento de un servicio superior, buscando con ello la preferencia del mercado objetivo, a través de la integralidad que se va a dar dentro de la empresa.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tarifas la casa de mamá

Los clientes definen sus paquetes con los servicios que deseen tener

- 30 Sesiones: \$1.125.000 vigencia de 5 Meses
- 20 Sesiones: \$828.000 vigencia de 3 1/2 Meses
- 10 Sesiones: \$495.000 vigencia de 2 Mese

Comunicaciones de marketing

Se utilizarán las siguientes formas de promoción y comunicación:

- Por medio de BTL en donde por medio de un espejo la persona se va a reflejar en estado de embarazo en las instalaciones de LA CASA DE MAMÁ.
- A través de las redes sociales dando a conocer los beneficios y servicios de LA CASA DE MAMÁ

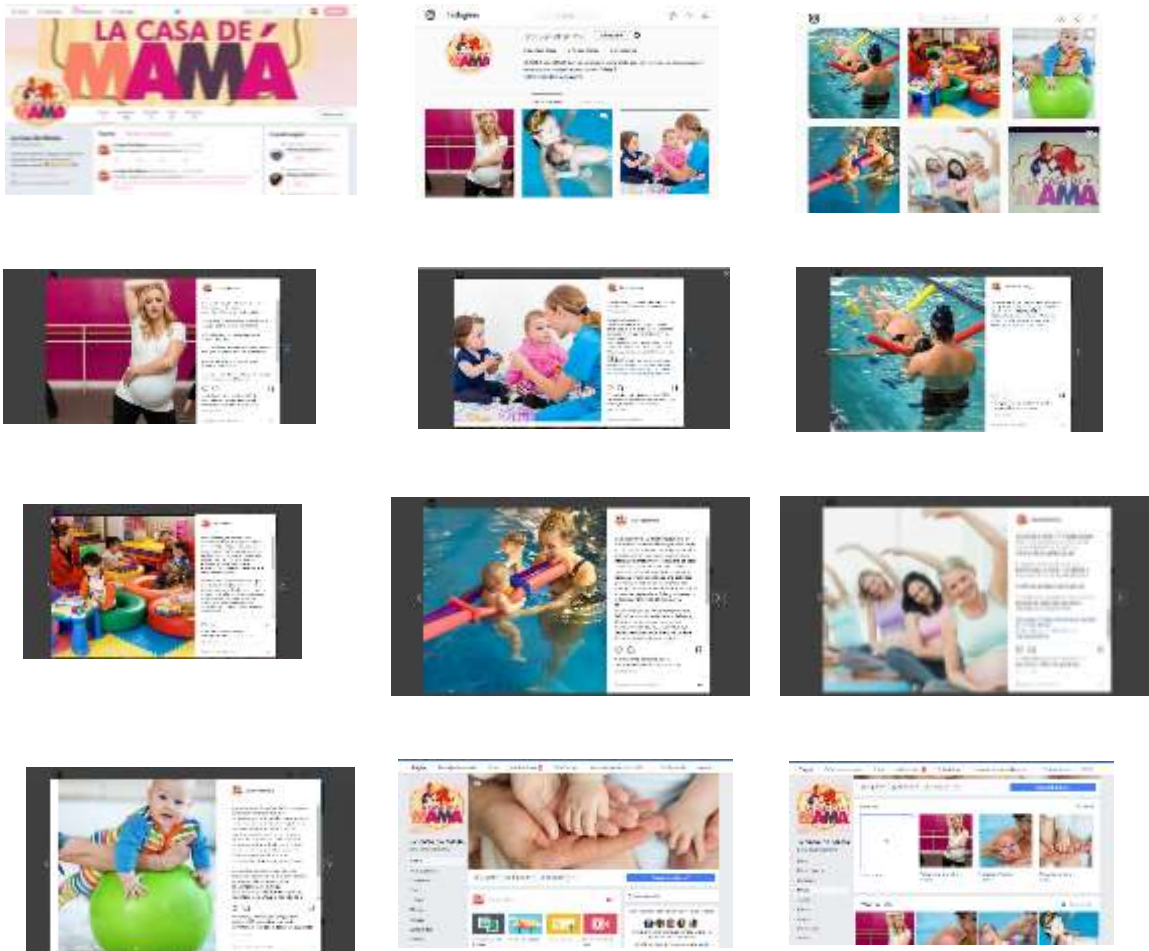


Ilustración 6 Redes Sociales

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

- Venta personalizada en donde por medio de visitas a las diferentes clínicas de la ciudad en que se dará a conocer los servicios y beneficios
- Vallas publicitarias en un punto estratégico de la ciudad.
- Revistas locales-pautas publicitarias en periódicos locales y departamentales



Ilustración 7 Presentación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

	PRORIDAD RELATIVA							
CONCIENCIA	10,0%							
CONOCIMIENTO	10,0%							
GUSTO	60,0%	3	7	3	8	9	2	8
PREFERENCIA	20,0%							
CONVICCIÓN								
OK		3	7	3	8	9	2	8
GASTO ÓPTIMO POR CANAL								
CONCIENCIA								
CONOCIMIENTO								
GUSTO		1,8	4,2	1,8	4,8	5,4	1,2	4,8
PREFERENCIA								
CONVICCIÓN								

Ilustración 8 Pautas publicitarias

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

En la distribución de prioridades o puntajes dados a las estrategias de comunicación y promoción o pautas publicitarias son las siguientes:

La elección de nuestro servicio las personas lo hacen por gusto, porque sencillamente es una opción elegir o no este servicio, no se convierte en una necesidad, solo un deseo para nuestros clientes y consumidores.

- Valla publicitaria: Puntaje 9

Es nuestra opción principal de divulgación debido que es una estrategia que ubicada correctamente dentro de la ciudad de Santa Marta puede dar a conocer la empresa al segmento elegido.

- BTL y Redes Sociales: Puntaje 8

Igual de importante a las vallas publicitarias, el segmento elegido son mujeres que son activas en la administración de herramientas tecnológicas y se interesan por investigar y conocer sobre nuestro servicio; el BTL genera vivencias, experiencias que se quedan grabadas en la mente de la mujer y la convierte en un posible cliente.

- Radio: Puntaje 7

Es un medio de difusión masivo, escuchado por todos en cualquier lugar.

- Televisión y Periódico: Puntaje 3

Esta es una de nuestras estrategias con puntaje menos opcionado, debido que la ciudad de Santa Marta no cuenta con un canal local de gran difusión en el cual una pauta televisiva no sería la más fructífera. Con respecto al periódico, aunque los existentes en la ciudad de Santa Marta son masivos dentro de la ciudad, la aceptación de estos en cuanto a publicidad no es la más acertada por la población samaria.

- Correo electrónico: Puntaje 2

Son muy pocas las mujeres que toman en serio los correos electrónicos promocionales y de difusión, por ende la opción no es la más indicada para dar a conocer nuestro servicio.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Estudio técnico

Tabla 4 Análisis Micro- localización

Macro-Localización	Sector Prado	Sector Bavaria	Sector Jardín
Facilidades de transporte	3	5	4
Disponibilidad y costo de la mano de obra	5	5	5
Localización del mercado	3	3	5
Costos de terreno	2	3	5
Comunicaciones	5	5	5
Actitud de la comunidad	3	2	5
Total	21	23	29

Fuente: Elaboración propia

La ubicación más ventajosa para el proyecto en el Sector Jardín.

Tabla 5 Análisis Micro-localización

Micro-Localización	Local Comercial	Casa
Transporte del personal	3	5
Tamaño del sitio	3	5
Forma del sitio	3	5
Localización del mercado	3	5
Costos de terreno	2	3
Cercanías al centro de la ciudad	5	5
Recolección de basura y residuos, restricción locales	3	2
Total	22	30

Fuente: Elaboración propia

La micro- localización seleccionada fue en una casa, ubicada cerca de las principales clínicas de la ciudad de estrato alto. Así mismo obtiene fácil acceso a las vías principales de la ciudad por el flujo de personal.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

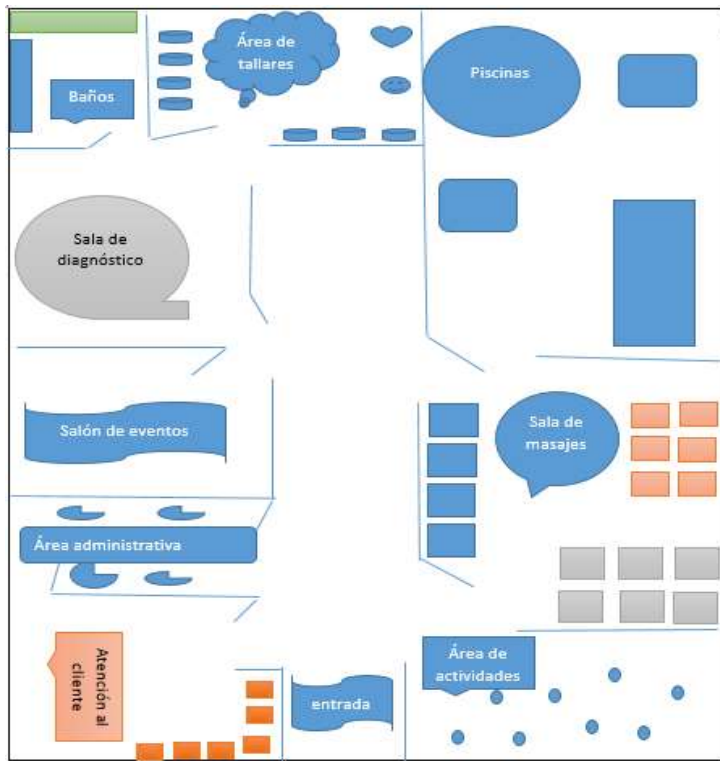


Ilustración 9: Plano de la Institución

Fuente: Elaboración propia

El Centro Integral “La Casa de Mama” contará con una sala de recepción donde la madre ingresa para admitirse o inscribirse a las actividades realizadas. Luego pasará al área de diagnóstico donde la enfermera le tomará la presión a la mujer gestante para verificar si está en condiciones de realizar el ejercicio. Después seguirá al respectivo salón para empezar la sesión. También contará con área de piscina, sala de masajes y baños donde las madres podrán acceder a cualquier de estos beneficios.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Utilización de salones

Tabla 6 Salón 1

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
8:00am	Pilates	Pilates	Yoga	Talleres	Fit-ball	Talleres para nanas
9:00am	Cursos psicoprofilactico	Pilates	Cursos psicoprofilacticos	Pilates	Yoga	Danza
10:00am	Yoga	Fit-ball	Pilates	Danza	Fit-ball	Curso psicoprofilactico
11:00am	Pilates	Danza	Yoga	Fit-ball	Pilates	Danza
2:00pm	Pilates	Fit-ball	Fit-ball	Pilates	Danza	
3:00pm	Fit-ball	Pilates	Pilates	Curso psicoprofilacticos	Yoga	
4:00pm	Yoga	Pilates	Yoga	Danza	Danza	
5:00pm	Talleres para nanas	Curso psicoprofilacticos	Talleres de nanas	Danza	Cursos psicoprofilacticos	

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 7 Salón 2

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
8:00am	Yoga	Danza	Pilates		Talleres para nanas	Danza
9:00am	Pilates	Talleres para nanas	Yoga	Fit-ball	Pilates	Pilates
10:00am	Fit-ball	Danza	Fit-ball	Pilates	Yoga	Taller para nana
11:00am	Yoga	Pilates	Pilates	Danza	Fit-ball	Taller para nana
2:00pm	Danza	Danza	Pilates	Fit-ball	Yoga	
3:00pm	Talleres de nanas	Danza	Danza	Pilates	Pilates	
4:00pm	Pilates	Fit-ball	Fit-ball	Pilates	Pilates	
5:00pm	Danza	Pilates	Talleres para nanas	Yoga	Pilates	

Fuente: Elaboración propia

Capacidad 10 personas

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 8 Salón 3

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
8:00am	Estimulación para bebés en piscinas	Matro natación	Natación prenatal	Natación prenatal	Matro natación	Natación prenatal
10:00am	Desarrollo de inteligencias para bebés en agua	Estimulación para bebés en piscinas	Natación prenatal	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	Natación prenatal	Desarrollo de inteligencia para bebés en agua
11:00am	Matro natación					
2:00pm	Desarrollo de inteligencias para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencias para bebés en tierra	
3:00pm	Desarrollo sensorial para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	Desarrollo de inteligencias para bebés en tierra	
4:00pm	Natación prenatal	Desarrollo sensorial para bebés en tierra	Natación prenatal	Natación prenatal	Natación prenatal	
5:00pm	Natación prenatal	Natación prenatal	Natación prenatal	Natación prenatal	Natación prenatal	

Fuente: Elaboración propia

Capacidad para 10 bebés con sus madres por sesiones

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 9 Salón 4

	Lunes	Marte	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
8:00am	Masajes terapéuticos de relajación (madre)	Masajes prenatal	Masajes prenatal	Masajes prenatal	Masajes terapéuticos de relajación	Masaje prenatal
10:00am	Masajes terapéuticos de relajación (madre)	Masajes prenatal	Masaje para aliviar dolor	Masaje para aliviar dolor	Masajes terapéuticos de relajación	Masaje prenatal
11:00am						
2:00pm	Masajes para aliviar dolor	Masajes prenatales	Masaje post- parto	Masaje post- parto	Masaje post-parto	
3:00pm	Masaje terapéutico de relajación	Masajes especiales prenatales	Masaje post- parto	Masaje para aliviar dolor	Masaje post-parto	
4:00pm	Masajes para aliviar dolor	Masajes post- parto	Masajes especiales prenatales	Masajes terapéuticos	Masajes terapéuticos	
5:00pm	Masajes post- parto	Masajes post- parto	Masajes especiales prenatales	Masajes terapéuticos	Masajes terapéuticos	

Fuente: Elaboración propia

Capacidad para 3 personas por sesiones

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Estudio organizacional

Misión de la empresa

En la casa de mamá le ayudaremos a restablecer el equilibrio entre mente y cuerpo a las mujeres en estado de embarazo y post-parto, para que el rumbo de su vida continúe de forma amigable con su entorno y con la nueva experiencia de ser madre. Igualmente encontrarán momentos inolvidables al vincular al menor en el proceso de estimulación temprana en donde desarrollará rápidamente habilidades motrices para su normal desarrollo y crecimiento.

Visión de la empresa

Convertirnos en uno de los mejores centros integrales de acompañamiento a las mujeres en estado de embarazo y estimulación temprana en niños de cero a doce meses de edad, por medio de un amplio personal altamente calificado del área de la salud, equipos de alta tecnología, brindando confort y confianza en las familias del caribe colombiano.

Objetivos corporativos

- Obtener un buen retorno de la inversión realizada por el servicio prestado.
- Crecer en clientes y en las instalaciones de la casa de mamá.
- Ofrecer un excelente servicio, bajo los mejores estándares de calidad, logrando con ello ser sostenible.
- Generar diferenciación asegurando la permanencia a través del tiempo.
- Brindar a los clientes experiencias y acompañamiento por medio de personal altamente calificado.
- Lograr generar recordación de marca.
- Contar con equipos de alta tecnología y actualizados que brinden seguridad y confianza en nuestros clientes.
- Ejercer políticas de responsabilidad social de la empresa logrando satisfacer las necesidades de la población a la cual estamos dirigidos, que carece de un servicio de salud eficiente y de calidad.

Filosofía de la empresa

Ser el primer centro integral de acompañamiento a las mujeres en estado de embarazo y estimulación temprana a los bebés de cero a doce meses en la ciudad de Santa Marta

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

logrando ocupar además el primer lugar a nivel regional en prestar este valioso servicio, por medio de principios y valores que regirán a nuestra empresa como lo son:

Principios

Cultura de calidad

Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.

Compromiso en el servicio

Destacarnos por el elevado nivel en el servicio prestado por la empresa.

Desarrollo y bienestar del recurso humano

Proporcionar una adecuada calidad de vida a nuestros colaboradores, promoviendo su crecimiento a través del desarrollo profesional.

Cultura de Innovación

Mantener los equipos y procesos actualizados con la tecnología más avanzada, para garantizar la prestación de un servicio de alta calidad.

Cultura de resultado

Obtener alta rentabilidad como garantía de crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa.

Valores

Creatividad

Buscar, en forma permanente, nuevas formas de hacer las cosas, de modo que ello sea beneficioso para el trabajador, la empresa, y la sociedad.

Honestidad

Obrar con transparencia y clara orientación cumpliendo con las responsabilidades asignadas en el uso de la información, de los recursos materiales y financieros. Mostrar una conducta ejemplar dentro y fuera de la empresa.

Respeto

Desarrollar una conducta adecuada con respecto al valor de los derechos fundamentales de nuestros semejantes y de nosotros mismos. Así mismo aceptar y cumplir las leyes, las normas sociales y las de la naturaleza.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Responsabilidad

Obrar de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la empresa y tomar acciones cuando sea necesario asumiendo las consecuencias de lo que se haga o deje de hacer.

Puntualidad

Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.

Índices de gestión

En “La Casa de Mama” se distinguirá por brindar salud, comodidad, experiencias de vida a todos sus clientes. Medir el resultado ofrecido se convertirá en el factor de éxito o mejora dentro de la empresa, teniendo en cuenta que siempre estará dispuesta a superar las expectativas generadas por el cliente mediante el mejoramiento continuo.

Los índices principales que tendría en cuenta para medir la gestión son los siguientes:

- La satisfacción del cliente
- Medición de la visión a corto plazo de la empresa
- Cumplimiento de objetivos
- La recordación positiva en los clientes
- Posicionamiento en el mercado
- Resultado en las utilidades
- Eficacia y eficiencia en el tiempo del servicio
- Disponibilidad en las instalaciones
- Optimización de procesos
- Satisfacción del personal (Cliente Interno)

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 10 Matriz de Competencias

Resultados	Finanzas	Accionistas	Crecimiento en el presupuesto por servicios	Capacidad de Endeudamiento
			Idea novedosa	Poca liquidez
			Crecimiento constante	Decrecimiento en ticket promedio de línea blanca y climatización: -6%
			Estabilidad financiera	Rentabilidad
			Respaldo Financiero	Apalancamiento financiero
			Posicionamiento	Gastos
				Costos
Ramas frutos	Mercadeo y ventas	Clientes	Únicos en el mercado	Cobertura local
			Segmentación de clientes	Precios Altos
			Servicio novedoso	No contratos con EPS
			Poca competencia	Zona de parqueo insuficiente
			Ofrecimiento de servicio a través de redes sociales	Instalaciones Pequeñas
			Recordación de marca	
			Asesoría especializada	
			Atención experta	
			Alianzas estratégicas	
			Dominio del mercado	
			Variedad de medios de pago	
Tronco	Operaciones	Procesos claves	Personal capacitado de acuerdo a las áreas	Ausencia de servicios periféricos
			Promoción por familias	Personal insuficiente para atender publico
			Cumplimiento de prácticas ambientales	
			Manejo de residuos normales y peligrosos	
			Mecanismo de financiación	
			Programación de citas de acuerdo a disponibilidad de clientes	
			Flexibilidad de horarios de atención al publico	
			Variedad de Servicios Ofrecidos	
			Inversión fuerte en publicidad	
			Servi panorama cómodo	
			Programas de fidelización a clientes	
Raíz	Talento humano e innovación	Innovación y aprendizaje	Planes de Carrera	Planes de capacitación y promoción a empleados
			Agilidad en la toma de decisiones	Similitud de servicios ofrecidos por sustitutos
			Servicio novedoso	Multiplicidad de indicadores de gestión

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Capacitación de los empleados	Escasez de personal
Pausas activas	Pocas salidas de emergencia
Documentación de todos los procesos	
Promoción de la cultura de innovación	
Búsqueda de nuevos servicios	
Gestión del conocimiento	
Amplia zona de esparcimiento	
Personal capacitado de acuerdo a las áreas	
Fuerza laboral joven y activa	
Creadores son accionistas y empleados	
Capacitación en servicio al cliente	

Fuente: Elaboración propia

Descripción de los artículos legales asociados directamente al proyecto:

Artículo 236. Descanso remunerado en la época del parto.

1. Toda trabajadora en estado de embarazo tiene derecho a una licencia de dieciocho (18) semanas en la época de parto, remunerada con el salario que devengue al entrar a disfrutar del descanso (Ministerio del Trabajo, 2017).

Artículo 43. La mujer y el hombre tienen iguales derechos y oportunidades. La mujer no podrá ser sometida a ninguna clase de discriminación. Durante el embarazo y después del parto gozará de especial asistencia y protección del Estado, y recibirá de éste subsidio alimentario si entonces estuviere desempleada o desamparada. El Estado apoyará de manera especial a la mujer cabeza de familia”. (Comisión Séptima del Senado, 2017)

Derecho al desarrollo integral en la primera infancia: Los niños de 0 a 6 años deben ser atendidos en servicios de nutrición, ser protegidos contra peligros físicos, y tener el esquema completo de vacunación. (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, 2017)

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Estudio financiero

Tabla 11 Presupuesto de ventas

Año1	Año2	Año3	Año 4	Año5
426.610.800	452.207.448	479.339.895	508.100.289	538.586.306

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Equipo de cómputo y comunicación

Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadores	4	1.600.000	6.400.000
Equipo de sonido	1	3.910.000	3.910.000
Impresora	3	200.000	600.000
Teléfono fijo	2	100.000	200.000
Televisor	1	1.250.000	1.250.000
Video Beam	1	1.384.800	1.384.800
Total			13.744.800

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 Presupuesto de maquinaria y equipo

Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Total
Balón	50	20.000	1.000.000
Balones	50	45.000	2.250.000
Banda	20	32.000	640.000
Caja de arena	1	100.000	100.000
Camillas	4	1.300.000	5.200.000
Caminadora	3	3.500.000	10.500.000
Colchoneta	50	54.000	2.700.000
Colchoneta	10	300.000	3.000.000
Ladrillo	30	26.000	780.000
Lente masajeador	3	40.000	120.000
Masajeador con infra	2	125.000	250.000
Masajeador de la cabeza	5	50.000	250.000
Masajeador de los pies	5	100.000	500.000
Motobomba	1	200.000	200.000
Piscinas de pelota	1	700.000	700.000
Ponendo	1	80.000	80.000
Set de piedras	5	250.000	1.250.000
Tensiómetro	2	16.000	32.000
Trampolín	1	172.000	172.000
			29.724.000

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 14 Presupuesto de muebles y enseres

Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Total
Abanicos	6	83.000	498.000
Aires Acondicionados	7	2.800.000	19.600.000
Archivador Grande	1	560.000	560.000
Archivador Mediano	3	110.000	330.000
Archivador Pequeño	3	300.000	900.000
Cafetera	1	100.000	100.000
Closet	2	389.000	778.000
Cocina Eléctrico	1	60.000	60.000
Dispensador De Agua	2	563.000	1.126.000
Escritorio	4	700.000	2.800.000
Espejos	2	100.000	200.000
Horno Microonda	1	225.000	225.000
Matera	1	60.000	60.000
Mesas	2	200.000	400.000
Mueble de cocina	1	500.000	500.000
Nevera	1	1.000.000	1.000.000
Persianas	2	150.000	300.000
Reloj	5	10.000	50.000
Sala De Estar	1	1.500.000	1.500.000
Sillas	4	180.000	720.000
Sillas Plásticas	30	17.900	537.000
Sistemas de sonidos	1	200.000	200.000
Total			32.444.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15 Personal administrativo

Cargo	Sueldo
Administrador	12.600.000
Contador	10.500.000
Gerente	15.400.000
Recepcionista	5.600.000
Servicios doméstico (2)	10.332.000
Total	54.432.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Personal del servicio

Enfermera (2)	26.917.520
Entrenador de Pilates (2)	23.856.000
Entrenador de Yoga (2)	23.856.000
Fisioterapeuta	13.349.420
Nutricionista	24.850.000

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Psicóloga	15.904.000
Total	128.732.940

Tabla 17 Gastos Administrativos

	Año1	Año2	Año3	Año 4	Año 5
Arrendamiento	36.000.000	37.260.000	38.564.100	39.913.844	41.310.828
Servicios públicos	15.000.000	15.525.000	16.068.375	16.630.768	17.212.845
Publicidad	20.000.000	20.700.000	21.424.500	22.174.358	22.950.460
Depreciación	15.089.200	15.089.200	8.216.800	8.216.800	8.216.800

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Obligaciones Financieras

Año	Obligación Financiera	Abono Capital	Gasto Intereses
1	51.000.000	10.200.000	8.160.000
2	40.800.000	10.200.000	6.528.000
3	30.600.000	10.200.000	4.896.000
4	20.400.000	10.200.000	3.264.000
5	10.200.000	10.200.000	1.632.000

Fuente: Elaboración propia

Los aportes de los socios son de \$46.000.000.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 19 Estado de Resultados

	Año1	Año 2	Año3	Año 4	Año5
Ventas	426.610.800	452.207.448	479.339.895	508.100.289	538.586.306
Menos Costo De Ventas	128.732.940	135.169.587	141.928.066	149.024.470	156.475.693
Utilidad Bruta	297.877.860	317.037.861	337.411.829	359.075.819	382.110.613
Menos Gastos Operacionales	176.640.678	182.269.604	181.223.143	187.252.990	193.493.882
Utilidad Operacional	121.237.182	134.768.257	156.188.685	171.822.829	188.616.731
Mas Otros Ingresos					
Menos Otros Egresos	8.160.000	6.528.000	4.896.000	3.264.000	1.632.000
Utilidad Neta Antes De Impuesto	113.077.182	128.240.257	151.292.685	168.558.829	186.984.731
Impuesto De Renta	38.446.242	43.601.687	51.439.513	55.624.413	61.704.961
Utilidad Del Ejercicio	74.630.940	84.638.569	99.853.172	112.934.415	125.279.770

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 Análisis vertical del Estado de Resultados

	Año1	Año 2	Año3	Año 4	Año5
Ventas	100%	100%	100%	100%	100%
Menos Costo De Ventas	30%	30%	30%	29%	29%
Utilidad Bruta	70%	70%	70%	71%	71%
Menos Gastos Operacionales	41%	40%	38%	37%	36%
Utilidad Operacional	28%	30%	33%	34%	35%
Menos Otros Egresos	2%	1%	1%	1%	0%
Utilidad Neta Antes De Impuesto	27%	28%	32%	33%	35%
Impuesto De Renta	9%	10%	11%	11%	11%
Utilidad Del Ejercicio	17%	19%	21%	22%	23%

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Tabla 21 Balance General

	Año 0	Año1	Año 2	Año3	Año 4	Año5
Activos						
Activos						
Corrientes						
Efectivo	462.200	53.159.822	56.259.431	57.253.144	59.799.728	60.252.162
Gastos Pagados Por Anticipado	6.000.000	-	-	-	-	-
Cargos Diferidos	2.625.000	2.100.000	1.575.000	1.050.000	525.000	-
Total Activos Corrientes	9.087.200	55.259.822	57.834.431	58.303.144	60.324.728	60.252.162
Activos Fijos						
Terrenos		100.000.000	140.000.000	186.000.000	229.000.000	279.000.000
Adecuación Edificio	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Muebles Y Enseres	62.168.000	62.168.000	62.168.000	62.168.000	62.168.000	62.168.000
Equipo De Computo	13.744.800	13.744.800	13.744.800	13.744.800	13.744.800	13.744.800
Depreciación Acumulada		(15.089.200)	(30.178.400)	(38.395.200)	(46.612.000)	(54.828.800)
Total Activos Fijos	85.912.800	170.823.600	195.734.400	233.517.600	268.300.800	310.084.000
Otros Activos						
Intangibles (Marcas)	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Amortización Intangibles		(200.000)	(400.000)	(600.000)	(800.000)	(1.000.000)
Total Otros Activos	2.000.000	1.800.000	1.600.000	1.400.000	1.200.000	1.000.000
Total Activos	97.000.000	227.883.422	255.168.831	293.220.744	329.825.528	371.336.162
Pasivos						
Retenciones Y Aportes De Nomina		1.353.996	1.401.386	1.450.434	1.501.200	1.553.742
Iva Por Pagar	-	11.376.288	12.058.865	12.782.397	13.549.341	14.362.301
Obligaciones Laborales		15.275.956	15.971.659	16.699.765	17.461.808	18.259.401
Impuesto De Renta		38.446.242	43.601.687	51.439.513	55.624.413	61.704.961
Obligaciones Financieras	51.000.000	40.800.000	30.600.000	20.400.000	10.200.000	-
Total Pasivos	51.000.000	107.252.482	103.633.598	102.772.109	98.336.762	95.880.405
Patrimonio						
Capital	46.000.000	46.000.000	46.000.000	46.000.000	46.000.000	46.000.000
Utilidades Retenidas		-	13.433.569	28.668.512	46.642.083	66.970.278
Reserva Legal		-	7.463.094	15.926.951	25.912.268	37.205.710
Utilidad Del Ejercicio		74.630.940	84.638.569	99.853.172	112.934.415	125.279.770
Total Patrimonio	46.000.000	120.630.940	151.535.233	190.448.635	231.488.766	275.455.757
Total Pasivo Mas Patrimonio	97.000.000	227.883.422	255.168.831	293.220.744	329.825.528	371.336.162

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Fuente: Elaboración propia

Evaluación financiera

Tabla 22 Flujo de Caja Libre

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EBIT		121.237.182	134.768.257	156.188.685	171.822.829	188.616.731
Mas Depreciaciones, Amortizaciones, Provisiones		6.725.000	6.935.000	7.152.350	7.377.307	7.610.138
EBITDA		127.962.182	141.703.257	163.341.035	179.200.136	196.226.869
Menos Impuestos		40.008.270	44.473.525	51.542.266	56.701.533	62.243.521
Flujo De Caja Bruto		87.953.912	97.229.732	111.798.769	122.498.602	133.983.348
Menos Variación de Capital De Trabajo	9.087.200	(20.279.860)	(4.006.508)	(8.869.798)	(3.743.069)	(7.816.209)
Menos Variación de Activos Fijos	85.912.800	84.910.800	24.910.800	37.783.200	34.783.200	41.783.200
Flujo De Caja Libre (Proyecto)	(95.000.000)	23.322.972	76.325.440	82.885.367	91.458.471	100.016.357
Menos Abono a la Deuda		10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000
		8.160.000	6.528.000	4.896.000	3.264.000	1.632.000
Flujo De Caja Libre del Inversionista	(95.000.000)	4.962.972	59.597.440	67.789.367	77.994.471	88.184.357

Fuente: Elaboración propia

Se colige la viabilidad financiera del proyecto, con una inversión de \$95.000.000, genera un Valor Presente Neto de 93.946.850, a una Tasa de Oportunidad del 14%.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Capítulo 5 Conclusiones

A lo largo de la presente investigación se diseña un plan de negocios para la creación del Centro Integral “La casa de mamá” en el D.T.C.H de Santa Marta, en el que se logra demostrar la viabilidad en la ciudad de Santa Marta dirigido a la atención de las mujeres en estado de embarazo y a sus bebés durante el primer año de nacido.

En el análisis del mercado, se resalta que el nombre del Centro Integral “La casa de mamá” es bien aceptado, el cual es asociado a los atributos de apoyo, comprensión, seguridad, orientación, respaldo, cuidado, seguridad, salud y la solución a todas las dudas y miedos que puedan surgir en su etapa de embarazo y post parto. También se percibe como un lugar de bienestar para los hijos que les ayudará al desarrollo de las destrezas físicas en cada una de etapas de crecimiento. Los ejercicios destacados fueron el yoga, pilates, remo y zumba debido a que son los más asertivos para las madres gestantes, incentivando a que el parto sea más fácil para ellas. Se definieron las estrategias de comunicación, de BTL, Redes Social, Vallas Publicitarias.

En el análisis técnico se determinó la ubicación en una casa del Barrio el Jardín, por sus condiciones de ubicación y flujo de personas. También se diseña el plano de la Institución, se muestran la distribución de los servicios ofrecidos y se definen los recursos humanos y físicos para la adecuada operación de la entidad.

La empresa tiene como propósito ser el primer centro integral de la ciudad de Santa Marta, mediante la ejecución de la misión y visión propuestas. Del mismo modo, determinaron los principios de la cultura de calidad, compromiso en el servicio, desarrollo y bienestar del recurso humano, cultura de innovación, cultura de resultado y los valores de la creatividad, honestidad, respeto, responsabilidad y puntualidad.

Los datos recolectados a lo largo de cada uno de los análisis, se constituyeron en la base para la determinación de la viabilidad financiera del proyecto

Se colige la viabilidad financiera del proyecto en un horizonte de 5 años, con una inversión de \$95.000.000, genera un Valor Presente Neto de 93.946.850, a una Tasa de Oportunidad del 14%.

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

Capítulo 6

Referencias

- Alcaldía de Santa Marta. (2017). Economía Santa Marta. Recuperado el 05 de 12 de 2017, de www.santamarta.gov.co
- Aristizábal, C., Restrepo, M., & Arias, J. (2007). Impactos del mercadeo social en organizaciones de servicios. *Semestre Económico*.
- Comisión Séptima del Senado. (2017). *La mujer en la constitución*.
- DANE. (2017). *Nacimiento 2016*. Recuperado el 06 de 12 de 2017, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/nacimientos-y-defunciones/nacimientos/nacimientos-2016>
- Fernández, I. (2010). El trastorno de estrés postraumático como secuela obstétrica. *Cuadernos de medicina psicosomática y psiquiatría de enlace*(96), 35-41. Recuperado el 13 de 05 de 2017, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-22282009000200008&script=sci_arttext
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (13 de 05 de 2017). *Instituto Colombiano de Bienestar Familiar - ICBF*. Obtenido de <https://www.icbf.gov.co/>
- Jaime, B. L. (2008). Las P' de Mercadeo. 158.
- Jiménez, F. (19 de Mayo de 2017). Economía colombiana creció 1,1 % en el primer trimestre de 2017. *El Colombiano*.
- Jojoa, G. (2016). El Valor del Cuidado de Enfermería en un Proyecto de Vida. Recuperado el 03 de 05 de 2017, de <http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/libroseditorialunimar/article/view/1000>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de marketing*. Madrid: Pearson Educación.
- López, M., Calva, E. M., & Bravo, C. (2006). Alteraciones Psicológicas en la Mujer Embarazada Psychological Disturbances in Pregnant Women. (E. C. González, Ed.) *14*(2). Recuperado el 03 de 04 de 2017
- Ministerio del Trabajo. (2017). *Descanso remunerado en epoca del parto*. Recuperado el 10 de 05 de 2017, de <http://www.mintrabajo.gov.co/preguntas-frecuentes/maternidad.html>
- MINTIC. (s.f.). *MIN TIC GOBIERNO DE COLOMBIA*. Recuperado el 03 de 12 de 2017, de <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-channel.html>

PLAN DE NEGOCIOS CENTRO INTEGRAL LA CASA DE MAMÁ

- Orozco, W. (2013). Depresión postparto. *Revista médica de Costa Rica y Centroamérica*, 639-647. Recuperado el 18 de 05 de 2017
- Puente, R. (2000). Servicios: las nuevas armas del mercadeo. *Estudios Gerenciales*, núm. 75,.
- Vélez, T. (2005). *Revista Ciencias Estratégicas*, vol. 13,.