

**Casas Trascender**

Juan Pablo Cruz Montaña

Universidad Icesi  
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas  
Maestría en Administración de Empresas  
Ana Lucia Alzate Alvarado

Cali, Colombia  
23 de Junio de 2023

## Tabla de Contenidos

1. Análisis del Mercado.....	8
2. Análisis Técnico.....	36
3. Análisis Administrativo.....	53
4. Análisis Legal, Social y Ambiental.....	56
4.1 Normatividad Técnica .....	56
4.1.1 Análisis Legal .....	58
4.1.2 Análisis Social .....	58
4.1.3 Análisis Ambiental.....	59
5. Análisis Económico.....	62
6. Análisis Financiero.....	67
7. Road Map.....	72
7.1 Road Map .....	72
7.2 Periodo de Arranque.....	74
7.3 Período Improductivo.....	74
7.4 Implementación .....	75
8. Conclusiones .....	77
9. Referencias.....	79
10. Anexos.....	80

**Índice de Ilustraciones**

<b>Figura 1</b> - <i>Publicación Dane – Distribución geográfica</i>	<i>Pág. 8</i>
<b>Figura 2</b> - <i>Publicación Dane – Total de personas mayores de 60 años</i>	<i>Pág. 8</i>
<b>Figura 3</b> - <i>Publicación Dane – Proporción porcentual de adulto mayor por departamento</i>	<i>Pág. 22</i>
<b>Figura 4</b> - <i>Publicación El Cafecito – Diagrama de Proceso Atención Servicio</i>	<i>Pág. 36</i>
<b>Figura 5</b> - <i>Distribución Planta ejemplo Casas Trascender</i>	<i>Pág. 49</i>
<b>Figura 6</b> – <i>Imagen Logo</i>	<i>Pág. 53</i>
<b>Figura 7</b> - <i>Estructura Cargos requeridos para la operación</i>	<i>Pág. 56</i>

**Índice de tablas**

Tabla 1 Tabulación Entrevistas	15
Tabla 2 Análisis de Competidores	19
Tabla 3 Mercado Segmentado año 2031	22
Tabla 4 Volumen de Ventas	31
Tabla 5 Condiciones Comerciales	32
Tabla 6 Precios	35
Tabla 7 Recursos por servicio	42
Tabla 8 Presupuesto Inversiones años cero 2024 y 2da sede 2025	62
Tabla 9 Presupuesto Inversiones 3ra sede 2026 y 4ta sede 2027	63
Tabla 10 Presupuesto Personal	63
Tabla 11 - Ingresos Totales	64
Tabla 12 - Gastos pre Operativos	65
Tabla 13 - Gastos de Operación	66
Tabla 14 - Gastos de Administración y Ventas	66
Tabla 15 - Análisis de Costos	67
Tabla 16 - Punto de Equilibrio	67
Tabla 17 - Balance General	68
Tabla 18 - Estado de Resultados	68
Tabla 19 - Flujo de Caja	69

## Resumen

Casas Trascender será un centro de atención y servicios para adultos mayores de 60 años, ubicado en ocho sedes (una por año), en las ciudades de Cali, Bogotá, Medellín, Armenia, Pereira, Manizales, Ibagué y Tunja en Colombia. El objetivo es proporcionar un espacio seguro, cómodo y enriquecedor para que los adultos mayores disfruten de actividades de acompañamiento, entretenimiento y bienestar.

El mercado objetivo se centra en adultos mayores, estratos 4, 5 y 6, con estabilidad económica y buena salud. Se estima una población de 843,480 en esta categoría en el período de 2024 a 2031.

El portafolio de servicios incluye actividades como Spa y relajación, excursiones culturales, actividades al aire libre, clases de cocina, talleres de bienestar, actividades sociales y recreativas, así como servicios personales. Se ofrecen opciones de pasadía, paquetes de servicio, servicios personalizados y membresías para adaptarse a las preferencias y necesidades individuales de los clientes.

Se implementarán estrategias de mercadeo enfocadas en la promoción de los servicios a través de canales de venta apropiados, como publicidad en línea, redes sociales, colaboraciones con organizaciones afines y alianzas estratégicas. Se establecerán precios competitivos basados en análisis del mercado.

La tecnología dará apoyo para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, incluye desarrollo de un sitio web y aplicación móvil que brinden información y permitan la reserva de servicios.

El plan de implementación incluye etapas como planificación y diseño, adquisición de recursos, contratación y capacitación del personal, implementación de procesos y protocolos, y gestión de riesgos.

Para abordar estos riesgos, se desarrollarán estrategias como el monitoreo continuo, la mejora de la oferta de servicios, la diversificación de los mercados y la gestión adecuada de los recursos financieros.

### **Abstract**

Casas Trascender will be a care and service center for adults over 60, located in eight locations (one per year), in the cities of Cali, Bogotá, Medellín, Armenia, Pereira, Manizales, Ibagué and Tunja in Colombia. The goal is to provide a safe, comfortable, and enriching space for older adults to enjoy support, entertainment, and wellness activities.

The target market is focused on older adults, strata 4, 5 and 6, with economic stability and good health. A population of 843,480 is estimated in this category in the period from 2024 to 2031.

The portfolio of services includes activities such as Spa and relaxation, cultural excursions, outdoor activities, cooking classes, wellness workshops, social and recreational activities, as well as personal services. Day-trip options, service packages, personalized services and memberships are offered to suit individual client preferences and needs.

Marketing strategies focused on the promotion of services will be implemented through appropriate sales channels, such as online advertising, social networks, collaborations with related organizations and strategic alliances. Competitive prices will be established based on market analysis.

The technology will support to improve the customer experience and operational efficiency, including development of a website and mobile application that provide information and allow the reservation of services.

The implementation plan includes stages such as planning and design, acquisition of resources, hiring and training of personnel, implementation of processes and protocols, and risk management.

To address these risks, strategies will be developed such as continuous monitoring, improvement of the service offer, market diversification and proper management of financial resources.

### **Síntesis del Documento**

En la actualidad existen adultos mayores con síntomas de depresión por ausencia de compañía y actividades que les permitan mantenerse activos. El objetivo es brindar un espacio seguro y enriquecedor para que disfruten de actividades de acompañamiento, entretenimiento y bienestar.

El mercado objetivo son adultos mayores de los estratos 4, 5 y 6 que estén pensionados, tengan estabilidad económica y buena salud. Se estima una población de 843,480 adultos mayores en esta categoría.

Este emprendimiento, está liderado por el Ingeniero Industrial Juan Pablo Cruz Montaña de 50 años de edad, quien cuenta con estudios de especialización en Sistemas Gerenciales de Ingeniería, experiencia profesional de 27 años en el sector público y algunos emprendimientos personales realizados como restaurante bar, droguería, papelería, comercialización de servicios TIC y empresa de servicios públicos para suministro de gas GLP por redes.

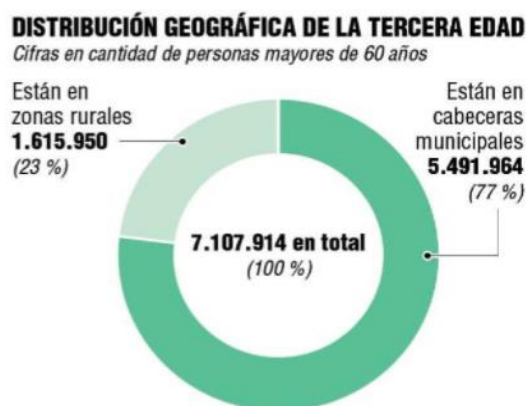
Las metas de ingreso para Casas Trascender se estiman superen los mil millones al tercer año de operación. Se abrirán ocho sedes (una por año) en diferentes ciudades con mayor índice de adulto mayor estrato 4, 5 y 6, el plan de implementación incluye planificación, adquisición de recursos, contratación y capacitación del personal, implementación de procesos y gestión de riesgos. Se estima una inversión de 57 millones inicialmente, incluyendo 25 millones promedio de inversión en activos. Como resultados relevantes, teniendo un escenario muy conservador de ventas, se logra superar el 100% del punto de equilibrio al segundo año, se supera la TIR al 22,7% y se logra un EBITDA superior a 100 millones desde el segundo año.

## 1. Análisis del Mercado

Según el DANE, la distribución geográfica de la tercera edad (mayores de 60 años), se distribuye en Colombia en zona rural en un 23% (1.165.950 personas) y en zona urbana 77% (5.491.964 personas), para un total de 7.107.914 personas.

### Figura 1

*Publicación Dane – Distribución Geográfica*



Igualmente, el DANE menciona que el 29,2% de las personas adultas mayores residen en hogares de dos (2) personas, el 14,2% de las personas mayores viven solas. Este porcentaje es de 43,4% en el total de la población.

### Figura 2

*Publicación Dane – Total de personas mayores de 60 años*

Total personas en el hogar	Total personas de 60 años o más	Porcentaje (%)
Una (1) persona	827.860	14,2
Dos (2) personas	1.700.608	29,2
Tres (3) personas	1.273.907	21,9
Cuatro (4) personas	877.257	15,1
Cinco (5) personas	552.366	9,5
Seis o más	589.961	10,1
<b>Total</b>	<b>5.821.959</b>	<b>100,0</b>



Sumado a lo anterior, se conoce según datos del DANE, que en 471 municipios de Colombia, tiene al menos un centro de protección y atención al adulto mayor (con alojamiento), mientras que 773 municipios (65 % del total) no reporta ninguno. Y adicional hay cerca de 20.000 cuidadores remunerados de personas mayores y/o con alguna discapacidad; de éstos, 18.000 son mujeres, lo que lleva a concluir que, por cada trabajador remunerado que se dedica a la asistencia de esta población, hay en promedio 163 personas con necesidades de cuidado.

### **1.1 Definición del Problema**

Los adultos mayores de los estratos 4, 5 y 6 en Colombia pueden enfrentar el siguiente problema relacionado con el acompañamiento, como la soledad y aislamiento social. Muchos adultos mayores en estos estratos pueden experimentar sentimientos de soledad y aislamiento debido a diversas razones, como la falta de familiares cercanos o la pérdida de amigos y seres queridos. Esto puede afectar su bienestar emocional y mental.

### **1.2 Definición de Producto y/o Servicios**

Casas Trascender es un centro integral dedicado a brindar servicios y actividades para adultos mayores de los estratos 4, 5 y 6, con el objetivo de promover un estilo de vida activo, saludable y socialmente enriquecedor, brindándoles un ambiente seguro y acogedor donde puedan disfrutar de una vida activa y plena.

#### **1.2.1 Oferta de Productos y Servicios**

Casas Trascender como centro de acompañamiento, recreativo y social, proporciona un espacio físico acogedor y seguro donde los adultos mayores puedan participar en diversas actividades recreativas, como yoga, baile, aeróbicos suaves, clases de pintura y manualidades. Además, ofrece áreas comunes para socializar, leer o disfrutar de juegos de mesa.

A través de actividades de acompañamiento, físicas y recreativas, se proporciona un amplio abanico de actividades físicas adecuadas para las necesidades y capacidades de los adultos mayores, como spa, cocina, actividades de bajo impacto y al aire libre. También se organizan excursiones grupales a lugares de interés cultural y turístico.

Casas Trascender a través de sus servicios, establece mecanismos de construcción de tejido social para ayudar y apoyar a las familias y comunidades con acompañamiento y presencialidad consciente, prioriza a la familia y los amigos, con el fin de reír, compartir y descubrir nuevos intereses, priorizando su bienestar, salud mental, física y emocional.

Los servicios podrán pagarse de acuerdo con la necesidad, conveniencia y disponibilidad del cliente. Todos los servicios se prefieren con reserva previa,

#### **1.2.1.1 Servicios**

- Spa y relajación: Servicios de spa que incluyen masajes terapéuticos, faciales, baños de hidromasaje y terapias de relajación. Estas actividades promueven la relajación, el bienestar físico y mental.
- Excursiones culturales: Salidas a museos, galerías de arte, teatros y exposiciones culturales. Los adultos mayores podrán disfrutar de la cultura y el arte, enriqueciendo sus conocimientos y estimulando su mente.
- Actividades al aire libre: Actividades al aire libre como caminatas, paseos en bicicleta, visitas a parques naturales o jardines botánicos. Estas experiencias permiten a los adultos mayores disfrutar de la naturaleza, mantenerse activos y promover una vida saludable.
- Clases de cocina: Clases de cocina donde los adultos mayores pueden aprender nuevas recetas y técnicas culinarias. Esto fomenta la creatividad, el aprendizaje y el disfrute de la comida saludable.

- Talleres de bienestar: Talleres que abordan temas relacionados con la salud y el bienestar, como técnicas de relajación, meditación, yoga o mindfulness. Estas actividades promueven el equilibrio emocional y la calidad de vida.
- Actividades sociales y recreativas: Eventos sociales como bailes, juegos de mesa, concursos o fiestas temáticas. Estas actividades brindan oportunidades de socialización, diversión y entretenimiento.
- Actividades y servicios personales: Celebraciones de fechas especiales, gestión de actividades específicas para cada cliente, como programar y coordinar sus vacaciones, gestionar compromisos personales, hacer reservas, pedir citas médicas, pago de servicios, localizar artículos, así como comprar y entregar regalos, domicilios de sus diligencias, entre otros. El atender lo que el tiempo, la movilidad, seguridad y los años no prefieren hacer los clientes directamente, es uno de los valores agregados, recordación y fidelización de Casas Trascender.

### **1.3 Clientes**

Los adultos mayores en los estratos 4, 5 y 6 generalmente tienen un mayor poder adquisitivo en comparación con los estratos inferiores. Esto les brinda la capacidad de acceder a servicios y productos de mayor calidad y valor, así como a opciones de estilo de vida más amplias.

El comportamiento de los adultos mayores en Colombia puede variar según diversos factores, como su nivel socioeconómico, educación, entorno familiar y cultural. Sin embargo, hay algunas características comunes que se observan en muchos adultos mayores en el país:

- Respeto por la familia y la tradición: Los adultos mayores en Colombia suelen tener una fuerte conexión con la familia y valoran las tradiciones culturales. La familia desempeña un papel importante en su vida y es común que vivan cerca de sus hijos o nietos.

- **Importancia de la religión:** La religión juega un papel significativo en la vida de muchos adultos mayores en Colombia. La mayoría de ellos son católicos y participan activamente en prácticas religiosas, como asistir a misa y rezar.
- **Solidaridad y apoyo comunitario:** Los adultos mayores en Colombia tienden a tener una mentalidad solidaria y comunitaria. Participan en actividades sociales y comunitarias, como grupos de voluntariado o clubes de la tercera edad, donde pueden interactuar con personas de su misma edad y compartir experiencias.
- **Importancia de la educación:** Muchos adultos mayores en Colombia valoran la educación y el conocimiento. Buscan oportunidades de aprendizaje continuo y participar en programas educativos para adultos mayores, talleres o actividades culturales.
- **Cuidado de la salud:** Los adultos mayores en Colombia generalmente son conscientes de la importancia de cuidar su salud. Pueden realizar visitas regulares al médico, seguir las indicaciones médicas y adoptar un estilo de vida saludable. Sin embargo, es importante destacar que la atención médica y los recursos disponibles pueden variar según la región y el acceso a los servicios de salud.
- **Interés en la política y los temas sociales:** Muchos adultos mayores en Colombia están interesados en la política y los asuntos sociales. Participan en debates y discusiones sobre temas relevantes para el país y pueden involucrarse en actividades políticas o comunitarias.

### **1.3.1 Entrevistas**

Se realizaron 19 entrevistas en la ciudad de Cali a personas indicadas en los estratos objetivos 4, 5 y 6. Tomamos una de las entrevistas de muestra:

- Entrevistador: Buenos días/tardes, gracias por aceptar participar en esta entrevista. Nos gustaría conocer sus opiniones y necesidades en cuanto a servicios de acompañamiento y entretenimiento para adultos mayores. ¿Estás listo/a para empezar?
- Entrevistado: ¡Claro, adelante!
- Entrevistador: Perfecto. Para empezar, nos gustaría saber cuáles creen que son las principales necesidades de los adultos mayores en términos de acompañamiento y entretenimiento. ¿Podrías compartir tus ideas al respecto?
- Entrevistado: Desde mi perspectiva, considero que el principal desafío para los adultos mayores es el tema de la soledad y el aislamiento social. Muchos de nosotros, a pesar de tener una estabilidad económica, nos encontramos con menos oportunidades de interactuar y socializar, especialmente si no tenemos una red familiar cercana. Por lo tanto, creo que los servicios de acompañamiento que fomentan la interacción y el contacto social son fundamentales. Además, es importante contar con opciones de entretenimiento que se adapten a nuestras preferencias y capacidades físicas.
- Entrevistador: Entiendo. ¿Podría mencionar algunos servicios específicos que considere útiles para abordar esas necesidades?
- Entrevistado: Claro, hay varias opciones que podrían ser beneficiosas. Por ejemplo, actividades grupales como excursiones a lugares de interés cultural, visitas a museos o paseos al aire libre. Estas actividades nos permiten socializar, aprender y disfrutar de experiencias enriquecedoras. También sería fantástico contar con talleres y cursos donde podamos aprender nuevas habilidades, como manualidades, cocina, música o tecnología, adaptadas a nuestras capacidades y preferencias. Además, servicios de transporte accesible

y seguro son fundamentales para que podamos asistir a estas actividades sin preocupaciones.

- Entrevistador: Excelentes sugerencias. En cuanto al acompañamiento personalizado, ¿qué tipo de servicios se consideran valiosos?
- Entrevistado: Para aquellos que necesitan compañía o asistencia personalizada, sería maravilloso contar con servicios de cuidadores o asistentes que estén capacitados para brindar atención individualizada. Esto incluye ayudarnos con tareas diarias, como compras, trámites o visitas médicas, así como estar disponibles para conversar y brindar apoyo emocional. También sería útil tener acceso a servicios de salud preventiva, como chequeos médicos regulares o asesoramiento en temas relacionados con el bienestar físico y mental.
- Entrevistador: Muy interesante. Por último, ¿te gustaría agregar alguna otra necesidad o sugerencia que consideres importante mencionar?
- Entrevistado: Sí, me gustaría destacar la importancia de la flexibilidad y variedad en los servicios ofrecidos. Los adultos mayores somos diversos en cuanto a intereses y capacidades, por lo que contar con opciones adaptadas a nuestras preferencias individuales es fundamental. También, es importante que estos servicios sean accesibles en términos de costos y ubicación, ya que eso facilita su utilización.
- Entrevistador: Gracias por compartir tus perspectivas y necesidades con nosotros. Tus aportes son valiosos para entender mejor cómo podemos mejorar los servicios de acompañamiento y entretenimiento para los adultos mayores de los estratos 4, 5 y 6. Agradecemos tu participación.

A continuación, se presenta una tabulación de las respuestas recopiladas en las 19 entrevistas realizadas a adultos mayores de 60 años de los estratos 4, 5 y 6:

**Tabla 1**

*Tabulación entrevistas*

Necesidad	Cantidad	Porcentaje
Soledad y aislamiento social	19	100%
Interacción y contacto social	17	89%
Oportunidades de socializar	18	0.5%
Actividades grupales	16	84%
Aprender y disfrutar de experiencias enriquecedoras	15	78%
Talleres y cursos adaptados a sus capacidades	14	73%
Excursiones a lugares culturales	16	84%
Paseos al aire libre	12	63%
Transporte accesible y seguro	11	57%
Aprender nuevas habilidades	10	52%
Servicios de cuidadores/as o asistentes personalizados	19	100%
Ayuda con tareas diarias	16	84%
Compañía y apoyo emocional	17	89%
Servicios de salud preventiva	13	68%
Chequeos médicos regulares	10	52%
Asesoramiento en bienestar físico y mental	12	63%
Flexibilidad en los servicios ofrecidos	18	94%
Variedad de opciones adaptadas a sus preferencias	16	84%
Accesibilidad en términos de costos y ubicación	14	73%

Se brinda una visión general de las necesidades y preferencias comunes identificadas en las 19 entrevistas realizadas.

### 1.3.2 Buyer Persona De Casas Trascender

- Nombre: María
- Edad: 65 años
- Ubicación: Cali, Colombia

#### Datos demográficos:

- Género: Femenino
- Estado civil: Viuda
- Nivel socioeconómico: Clase media-alta
- Educación: Bachillerato completo
- Ocupación: Pensionada

#### Comportamientos más comunes:

- Actividades físicas: María participa en actividades físicas moderadas, como caminatas, yoga o natación para mantenerse activa y en forma.
- Uso de tecnología: Aunque no es experta en tecnología, María utiliza un teléfono inteligente y una computadora para comunicarse con su familia y amigos, leer noticias, ver vídeos y acceder a información relevante.
- Vida social: María es activa en su comunidad y participa en grupos de interés común, como clubes de lectura, grupos de teatro o de voluntariado.
- Cuidado de la salud: María se preocupa por su bienestar y realiza visitas regulares al médico. Además, sigue las indicaciones médicas, toma medicamentos según lo prescrito y lleva un estilo de vida saludable.



- Consumo de medios: María consume medios tradicionales como la televisión y la radio, pero también utiliza plataformas digitales para estar informada sobre las últimas noticias y tendencias.

#### Necesidades:

- Salud y bienestar: María busca opciones de atención médica de calidad, programas de ejercicio adaptados a su edad y productos y servicios que promuevan su bienestar general.
- Comunidad y conexión social: Dado que María vive sola, valora las oportunidades para conectarse con otras personas de su edad, participar en actividades sociales y encontrar apoyo emocional.
- Accesibilidad: María necesita que los productos y servicios estén diseñados pensando en sus necesidades específicas, como la facilidad de uso de dispositivos tecnológicos, letras grandes en envases y etiquetas, y servicios de transporte adaptados.

#### Gustos e intereses:

- Cultura y entretenimiento: María disfruta de la música, el teatro, el cine y las exposiciones artísticas. Le gusta asistir a conciertos y obras de teatro, así como visitar museos y galerías de arte.
- Lectura: María es una ávida lectora y disfruta de diferentes géneros literarios. Le gusta estar al tanto de las novedades literarias y participar en clubes de lectura para compartir sus impresiones con otros lectores.
- Viajes: María disfruta explorar nuevas ciudades y lugares. Le gusta planificar viajes cortos, ya sea en Colombia o al extranjero, y disfrutar de la cultura, la gastronomía y los paisajes.

- Aprendizaje continuo: María está interesada en seguir aprendiendo y adquiriendo nuevas habilidades. Le gustaría tener acceso a programas educativos para adultos mayores y talleres sobre diferentes temas de interés.

Es importante considerar las personas que están presentes en la vida de los adultos mayores, normalmente son sus hijos y familiares, que como influenciadores inciden en la toma de decisiones y apoyan su llegada y participación en Casas Trascender. Para estos influenciadores se tiene la oportunidad en la entrega de información y total apertura, a través de internet y presencial, siempre son bienvenidos para hacer acompañamientos y fomentar encuentros con sus familiares.

#### **1.4 Análisis de los Competidores**

El análisis de competidores en Colombia para centros de acompañamiento de adultos mayores de 60 años en los estratos 4, 5 y 6, se realiza una investigación actualizada utilizando fuentes locales, directorios comerciales y consulta con organizaciones y entidades relevantes en Colombia que se especializan en servicios para adultos mayores. Estas fuentes proporcionaron una lista actualizada de los centros de acompañamiento disponibles en los estratos 4, 5 y 6 en el área de interés.

- Clubes del Adulto Mayor: Son centros recreativos y sociales que ofrecen actividades y servicios para adultos mayores. Algunos ejemplos son el Club del Adulto Mayor Santa María en Bogotá y el Club del Adulto Mayor de Cali.
- Centros de Día para el Adulto Mayor: Estos centros ofrecen actividades recreativas, talleres, atención médica y otros servicios durante el día. Algunos ejemplos son el Centro de Día para el Adulto Mayor La Candelaria en Bogotá y el Centro de Día para el Adulto Mayor Arboleda en Medellín.
- Hogares Geriátricos: Son establecimientos residenciales que brindan atención y cuidado a los adultos mayores. Algunos hogares geriátricos de alta calidad pueden encontrarse en

los estratos 4, 5 y 6, como el Hogar Geriátrico Residencias Santa María en Bogotá y el Hogar Geriátrico La Arboleda en Medellín.

A continuación, se proporcionan algunos centros de atención para adultos mayores en los estratos 4, 5 y 6 en Colombia:

**Tabla 2**

*Análisis de Competidores*

<b>Nombre</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Servicios</b>	<b>Logística</b>	<b>Web</b>	<b>Horario</b>
Seniors Club	Varias	Actividades en Casa	Club Conjunto	<a href="https://seniorsclub.co/">https://seniorsclub.co/</a>	Hospedaje y Pasadía
Mansión Dorada	Medellín	Actividades en Sede	Casa Barrio	<a href="https://mansiondorada.com.co/">https://mansiondorada.com.co/</a>	Hospedaje y Pasadía
Golden Club House	Bogotá	Actividades en sede	Casa Barrio	<a href="https://goldenclubhouse.co/">https://goldenclubhouse.co/</a>	Hospedaje y pasadía
Plenitud Hogar	Medellín	Actividades en Sede	Casa Barrio	<a href="https://www.plenitudhogar.com/">https://www.plenitudhogar.com/</a>	Hospedaje y Pasadía
Abuelitos	Cali	Actividades en Casa	Campestre	<a href="https://abuelitoscali.com/">https://abuelitoscali.com/</a>	Hospedaje y Pasadía

- Seniors Club, Apartasuites diseñados con los más altos estándares, pensados para su comodidad y estilo de vida. Senior's Club tiene a su disposición cómodas instalaciones y una gran variedad de servicios que solo ofrece un exclusivo club. Mediante una serie de actividades y eventos que se ajustan a los gustos y preferencias de toda la comunidad, incentivan la socialización y recreación con el objetivo de atender todas las dimensiones del bienestar personal. Almorzar con amigos, realizar diferentes actividades físicas, disfrutar de unos buenos tragos y buena música, desafiar el intelecto con talleres y cursos

enriquecedores, soñar con mundos inimaginables que solo la lectura nos puede brindar, trabajar en su espiritualidad, son una muestra de las ventajas de ser parte de Senior's Club.

- Mansión Dorada, es un hogar donde cada uno participa, comparte nuevamente y nacen amistades que serán la razón de ser, amistades que ayudan a formar una gran familia, donde se respeta, se escucha, se valora y se comparte. Servicios; Gerontología, enfermeras 24 horas, fisioterapeuta, auxiliares de gerontología, personal de recreación, nutricionista.
- Los servicios de Golden Club House se han diseñado para atender huéspedes de larga estadía, también cuentan con el servicio Club Día – de 9:30 AM a 4:30 PM sin hospedaje, es una alternativa flexible y fácil para que los Adultos Mayores puedan romper la rutina y alternar con otras personas en un entorno profesional y seguro. A través de las actividades terapéuticas, sociales y culturales diseñadas por profesionales buscamos que los Huéspedes Esmeralda puedan tener acceso a los beneficios de programas para el mantenimiento físico, mental y social.
- En Plenitud Hogar Geriátrico servicio diariamente, con experiencia lo más parecida a un hogar familiar, servicios son amplios según la necesidad: Residencia Permanente en instalaciones confortables adaptadas para las personas adultas mayores, cuidado médico 24/7 por parte de un equipo de profesionales de la salud, visita médica particular con distintos profesionales de la salud, administración de medicamentos, alimentación balanceada con menús adaptados a los requerimientos nutricionales de cada residente, actividades físicas, lúdicas y ocupacionales, plan de atención individual.
- Abuelitos, ofrece además del hospedaje, un servicio socio terapéutico y de apoyo a la familia durante la jornada diurna de a 9: am a 5: 00 pm, de lunes a viernes, en secciones

desde 1 hora hasta 8 horas con el fin de prestar una atención a las necesidades básicas, terapéuticas y sociales de la persona mayor promoviendo su autonomía y una permanencia adecuada a su entorno habitual, sus actividades están centradas en mantener orientada a la persona y en trabajar la memoria, la capacidad de atención y concentración, el cálculo y el lenguaje. Estas actividades estimulan la interacción entre los residentes y los entrenan en técnicas de planificación y resolución de problemas. Mejoran la capacidad de expresión: Revisión de noticias, Grupos de Conversación, Cálculo, Reminiscencias, Musicoterapia, Taller De Escritura, Taller de Lectura.

De acuerdo con lo anterior se encuentra que Casas Trascender tiene la combinación de todos los servicios que tienen los competidores. Dentro de los convenios con aliados estratégicos a realizar puede cubrir el alcance en cursos, pasa días turísticos y demás actividades por demanda, coordinadas con preinscripción. Los servicios personalizados generan valor con Casas Trascender, los competidores mencionados no cuentan con ese servicio. Se identifica una gran oportunidad en la medida que el servicio de Casas Trascender es escalable y flexible, permite mayor acercamiento y puede ampliar su alcance hasta donde el usuario lo requiera.

### **1.5 Tamaño del Mercado y Fracción del Mercado**

El estudio Consumer Insights Q4 reveló que en Colombia, el 11% de los ciudadanos pertenece al estrato 4 y el 7% de los ciudadanos pertenecen a los estratos 5 y 6.

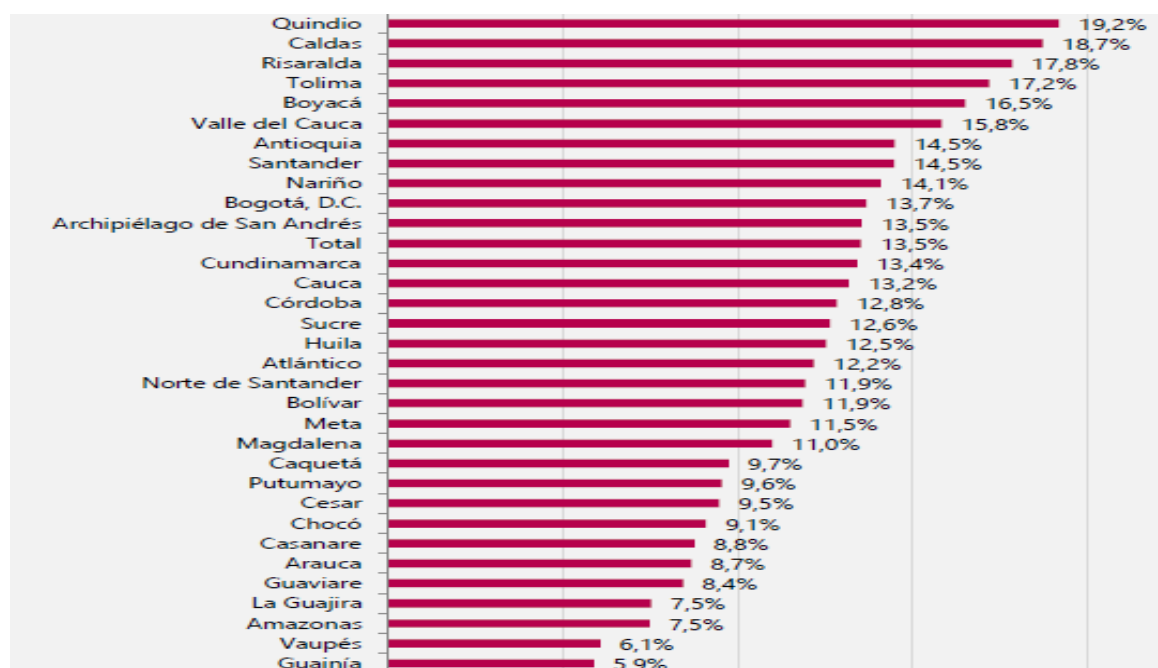
En cuanto a su representatividad dentro de la población de cada entidad territorial, las personas mayores prevalecen además de Cali, Bogotá y Medellín, especialmente en Quindío (19,2%), Caldas (18,7%), Risaralda (17,8%), Tolima (17,2%) y Boyacá (16,5%).

Se considera que de acuerdo con la tendencia y datos estadísticos del DANE, para el 2031, habrá en Colombia 10.012.815 personas mayores de 60 años, por lo cual la tendencia creciente y

constante del mercado, apoya de manera significativa la existencia de Casas Trascender, de los cuales para el 2031, teniendo en cuenta que el 53.2% de colombianos está afiliado al régimen subsidiado según DANE, se tendría entonces un mercado proyectado de 868.171 personas mayores de 60 años, aplicando las variables que segmentan los clientes para Casas Trascender.

**Figura 3**

*Proporción porcentual de adulto mayor por departamento*



VARIABLES DE SEGMENTACIÓN:

**Tabla 3**

*Mercado Segmentado año 2031*

<b>Total Adulto Mayor</b>	2031	
10.012.815	100%	
<b>Aseguramiento</b>	%	<b>Cantidad Adulto Mayor</b>
Régimen Subsidiado	53%	5.326.817
Privado	47%	4.685.997
<b>Estrato</b>		
4	11%	515.460

5 Y 6	7%	328.020
Total Mercado		843.480
<b>Dpto./Ciudad</b>		
Bogotá	12,0%	101.218
Antioquia	11,0%	92.783
Valle Del Cauca	7,0%	59.044
Quindío	15,0%	126.522
Caldas	14,0%	118.087
Risaralda	14,0%	118.087
Tolima	14,0%	118.087
Boyacá	13,0%	109.652
Total Mercado Estimado Al 2031	100,0%	<b>843.480</b>

El mercado estimado podrá en parte ser atendido en la capacidad instalada proyectada para el 2031 de Casas Trascender en sus 8 sedes inicialmente consideradas desde el 2024 al 2031, una por año de manera escalable, en las ciudades de Cali en 2024, Bogotá 2025, Medellín 2026, Armenia 2027, Pereira 2028, Manizales 2029, Ibagué 2030 y Tunja 2031.

El mercado objetivo abarca a 843.480 adultos mayores de los estratos 4, 5 y 6 en Colombia, y se planea establecer 8 sedes para atender este segmento de la población, se estima dividiendo el mercado total entre las sedes, se obtiene un tamaño del mercado por sede:  $843.480 \text{ adultos mayores} / 8 \text{ sedes} = 105.435 \text{ adultos mayores por sede}$ .

Es importante tener en cuenta que esta estimación depende de la demanda real, que puede variar en función de factores como competencia en cada ciudad, disponibilidad de servicios similares en la zona y las preferencias y necesidades específicas de los adultos mayores en cada sede.

## 1.6 Estrategias de Mercadeo

La estrategia de marketing para promocionar y aumentar la demanda de los servicios relacionados con los adultos mayores:

- **Segmentación de mercado:** El mercado objetivo se divide en segmentos más específicos en función de sus necesidades, preferencias y características demográficas. Se segmenta por edad, intereses, ubicación geográfica o nivel socioeconómico (estratos 4, 5 y 6).
- **Branding y posicionamiento:** Se crea una identidad de marca sólida y distintiva que resuene con los adultos mayores. Casas Trascender, destaca los beneficios únicos de los servicios y comunica la propuesta de valor de manera clara y efectiva. Casas Trascender es un proveedor confiable y especializado en el cuidado y bienestar de los adultos mayores.
- **Marketing de contenidos:** Se crea y comparte contenido relevante y útil para los adultos mayores a través de blogs, artículos, videos o infografías. Se proporciona información sobre temas relacionados con la salud, el bienestar, el envejecimiento activo, consejos prácticos, recetas saludables, entre otros. Esto ayuda a establecer autoridad y atraer público objetivo.
- **Alianzas estratégicas:** Se establecen colaboraciones con organizaciones o entidades relacionadas con el cuidado de adultos mayores, como centros de salud, residencias para adultos mayores, asociaciones de jubilados u otras empresas complementarias. Esto permitirá ampliar el alcance y acceder a nuevas redes de clientes potenciales.
- **Publicidad local:** Se utilizan diferentes canales de publicidad local, como periódicos locales, radio, vallas publicitarias y anuncios en línea, para promocionar los servicios en



cada ciudad objetivo. Se asegura destacar los beneficios y características específicas de los servicios para adultos mayores de estratos 4, 5 y 6.

- Programas de referidos: Se implementa un programa de referidos para fomentar a los clientes actuales a recomendar los servicios a sus amigos, familiares y conocidos. Se ofrecen incentivos, descuentos o recompensas a quienes refieran nuevos clientes.
- Participación en eventos y ferias: Se asiste a ferias, exposiciones o eventos relacionados con el cuidado de adultos mayores en cada ciudad objetivo. Esto brindará la oportunidad de interactuar directamente con el mercado objetivo, ofrecer muestras de los servicios y establecer conexiones personales.
- Presencia en medios digitales: Utilizar las redes sociales, blogs y otras plataformas digitales para promocionar los servicios y mantener una comunicación activa con la audiencia. Se publica contenido relevante, compartir testimonios de clientes satisfechos, organizar concursos o sorteos y responder a las consultas y comentarios de manera oportuna.

## **1.7 Plan de Ventas**

Plan de ventas incluye objetivos claros, estrategias de captación de adultos mayores, acciones de seguimiento y medición de resultados. Establece un equipo de ventas capacitado y enfocado en brindar una atención personalizada a los adultos mayores y sus familias, destacando los beneficios y el valor de los servicios.

- Investigación de mercado y análisis de la demanda: Se realiza una investigación exhaustiva del mercado en cada ciudad objetivo para comprender las necesidades y preferencias de los adultos mayores. Se analiza la competencia existente, identifica oportunidades y se define la propuesta de valor única.

- Establecimiento de metas y objetivos: Se definen metas y objetivos claros y alcanzables para cada sede, considerando aspectos como el número de clientes, los ingresos esperados y la tasa de crecimiento anual.
- Desarrollo de estrategias de marketing y promoción: Se diseñan estrategias de marketing efectivas para cada sede, utilizando tácticas como publicidad en medios locales, marketing digital, relaciones públicas y colaboraciones con organizaciones relevantes. Se promocionan los beneficios y características distintivas de los servicios para atraer a los adultos mayores de cada ciudad.
- Implementación de acciones de ventas: Se crea un equipo de ventas dedicado y capacitado para promover los servicios, generar clientes potenciales y cerrar ventas. Se utilizan técnicas de venta consultiva, enfocado en las necesidades y deseos de los adultos mayores, y destacar los beneficios y resultados que pueden obtener al elegir los servicios.
- Establecimiento de alianzas estratégicas: Se identifican oportunidades de colaboración con organizaciones relacionadas con el cuidado de adultos mayores, como centros de salud, comunidades de jubilados y asociaciones de personas mayores, fondos de empleados, cooperativas entre otras. Se establecen alianzas estratégicas para generar referencias y aumentar la visibilidad del negocio.
- Monitoreo y análisis de resultados: Se realiza seguimiento regular de las métricas clave, como el número de clientes, los ingresos generados y la satisfacción del cliente. Se analizan los resultados y realizan ajustes en el plan de ventas según sea necesario para optimizar los resultados y garantizar un crecimiento escalable y sostenible.
- Flexibilidad y adaptación: Mantener flexible y dispuesto y adaptar el plan de ventas a medida que evolucione el mercado y surjan nuevas oportunidades. Mantener una

mentalidad abierta para explorar nuevas estrategias y enfoques, y realizar ajustes a medida que obtengan retroalimentación de los clientes y del equipo de ventas.

Se proporciona un análisis de cada ciudad y su mercado objetivo de adultos mayores, teniendo en cuenta cuatro de las ocho sedes mencionadas:

- Cali
  - Características demográficas: Cali es la tercera ciudad más poblada de Colombia y cuenta con una gran cantidad de adultos mayores. Presenta una diversidad étnica y cultural significativa.
  - Características socioeconómicas: Cali cuenta con una economía diversa, con sectores como comercio, servicios y turismo. El estrato socioeconómico predominante en la ciudad es el estrato 4, 5 y 6.
  - Preferencias de consumo: Los adultos mayores en Cali pueden estar interesados en servicios de acompañamiento, actividades recreativas, atención médica y programas de bienestar.
  - Competencia local: Existen centros de atención para adultos mayores en la ciudad, por lo que es importante identificar los servicios ofrecidos por la competencia y buscar oportunidades de diferenciación.
- Bogotá
  - Características demográficas: Bogotá es una de las ciudades más grandes del país. Cuenta con una gran población de adultos mayores.
  - Características socioeconómicas: Bogotá es una ciudad económicamente activa, con diversos sectores como servicios, comercio y turismo. Los estratos 4, 5 y 6 están representados en diferentes zonas de la ciudad.

- Preferencias de consumo: Los adultos mayores en Bogotá pueden estar interesados en servicios de acompañamiento, actividades culturales y recreativas, cuidado de la salud y programas de bienestar.
- Competencia local: En Bogotá hay una variedad de centros de atención para adultos mayores, así como iniciativas comunitarias y programas gubernamentales. Es importante identificar a los competidores y ofrecer propuestas de valor únicas.
- Medellín:
  - Características demográficas: Medellín es la segunda ciudad más poblada de Colombia y ha experimentado un desarrollo significativo en los últimos años. Cuenta con una población de adultos mayores considerable.
  - Características socioeconómicas: Medellín tiene una economía diversa, con énfasis en los sectores de servicios, industria y turismo. Los estratos 4, 5 y 6 están representados en diferentes áreas de la ciudad.
  - Preferencias de consumo: Los adultos mayores en Medellín pueden estar interesados en servicios de acompañamiento, actividades recreativas al aire libre, cuidado de la salud y programas de bienestar.
  - Competencia local: Medellín cuenta con una variedad de centros de atención para adultos mayores, así como iniciativas comunitarias y programas gubernamentales. Es importante identificar a los competidores y destacar los aspectos diferenciadores de los servicios.

- Armenia
  - Características demográficas: Armenia es una ciudad de tamaño medio en la región del Eje Cafetero. Si bien su población total es menor en comparación con las ciudades anteriores, aún hay una cantidad significativa de adultos mayores.
  - Características socioeconómicas: La economía de Armenia se basa principalmente en la agricultura y el turismo. Los estratos 4, 5 y 6 pueden estar representados en diferentes áreas de la ciudad.
  - Preferencias de consumo: Los adultos mayores en Armenia pueden estar interesados en servicios.

### **1.7.1 Condiciones Comerciales para los Servicios**

- Servicios Spa y relajación
  - Duración de los tratamientos: Variedad de tratamientos de spa con diferentes duraciones, como masajes de 60, 90 o 120 minutos.
  - Precios: Precios competitivos basados en la duración y el tipo de tratamiento ofrecido. Se consideran opciones de paquetes o descuentos por membresía.
  - Promociones: Se implementan promociones especiales, como descuentos por la primera visita, tarjetas de regalo o programas de fidelidad.
  - Personal: Se asegura contar con terapeutas profesionales y capacitados en técnicas de relajación y bienestar.
- Excursiones culturales
  - Destinos y actividades: Excursiones a lugares culturales y turísticos de interés en cada sede, como museos, sitios históricos o eventos culturales.

- Transporte: El transporte de los adultos mayores desde y hacia las sedes, considerando comodidad y seguridad.
- Guías turísticos: Se contratan guías turísticos que estén bien informados sobre los destinos y puedan proporcionar información cultural relevante durante las excursiones.
- Actividades al aire libre:
  - Selección de actividades: Se planifican actividades al aire libre adaptadas a las características de cada sede, como caminatas, paseos en parques naturales o visitas a jardines botánicos.
  - Seguridad: Se asegura de contar con personal capacitado para garantizar la seguridad de los adultos mayores durante las actividades al aire libre.
  - Equipamiento: Se proporciona el equipamiento necesario, como bastones de senderismo, sombrillas o sillas portátiles, para garantizar la comodidad de los participantes.
- Clases de cocina:
  - Temáticas: Se ofrecen clases de cocina con diferentes temáticas, como cocina saludable, cocina internacional o repostería.
  - Infraestructura: Se cuenta con una cocina adecuada y espacios cómodos para la realización de las clases.
  - Ingredientes: Los ingredientes necesarios se suministran para las clases, con productos frescos y de calidad.
  - Profesores: Se contratan chefs o instructores de cocina experimentados para impartir las clases y proporcionar una experiencia educativa y entretenida.

- Talleres de bienestar:
  - Temáticas: Se organizan talleres sobre bienestar físico y mental, como yoga, meditación, técnicas de relajación, manejo del estrés o ejercicios de respiración.
  - Espacio: Se cuenta con espacios tranquilos y adecuados para la realización de los talleres, como salas amplias o áreas al aire libre.
  - Material: El material necesario se proporciona para los talleres, como esterillas de yoga, cojines de meditación o elementos para ejercicios de relajación.
- Actividades sociales y recreativas:
  - Variedad de actividades: Celebración de fechas especiales, noches de karaoke, tardes de bolero, entre otras, juegos de mesa y maratón de películas.

### 1.7.2 Volúmenes y su Frecuencia de Compra

La información específica sobre los volúmenes y frecuencia de compra de los servicios en cada sede depende de diversos factores, como la demanda local, las características de los servicios ofrecidos y las preferencias de los adultos mayores en cada área. Se proporciona una estimación general prudente, sobre los volúmenes y frecuencia de compra de los servicios en las sedes:

**Tabla 4**

*Volumen de Ventas*

<b>MERCADO Y VENTAS</b>				
	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
<b>ITEM</b>	<b>2.024</b>	<b>2.025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Volumen Estimado de Ventas	3.224	6.448	7.738	9.285
Spa y relajación (2 personas)	264	528	634	760
Excursiones culturales (15 personas)	405	810	972	1.166
Actividades al aire libre (15 personas)	405	810	972	1.166
Clases de cocina (10 personas)	300	600	720	864
Talleres de bienestar (15 personas)	405	810	972	1.166
Actividades sociales y recreativas (15 personas)	405	810	972	1.166
Servicios personales (Valor por servicio)	304	608	730	876
Tarifas por pasadía Medio día	184	368	442	530
Tarifas por pasadía día Completo	184	368	442	530
Paquete básico - incluye actividades al aire libre, taller	184	368	442	530
Paquete premium - incluye actividades al aire libre, cl	184	368	442	530

En la práctica, se debe considerar factores específicos como la competencia local, las características demográficas y socioeconómicas, y las preferencias de consumo de los adultos mayores en cada sede.

**Tabla 5**

*Condiciones Comerciales*

CLIENTE	
Prestación servicio	Jornada diaria: lunes a sábado Horario: 8 am - 8 pm = 12 horas
Sitio de compra	Casa Urbana Casas zona rural/campestre
Forma de pago	Efectivo, tarjeta débito, crédito, transferencias
Requisitos post-venta	Seguimiento por medio de encuesta a los usuarios para obtener su retroalimentación y mejorar la experiencia
Garantías	Alianzas comerciales con aliados estratégicos Convenios con empresas y entidades Contratos con proveedores, clientes Acompañamiento personalizado en caso de dificultades o inconvenientes con el servicio
Margen de comercialización	Con diversidad de servicios, productos y actividades con precios cómodos para el segmento objetivo

### 1.7.3 Canales de Ventas

Los servicios dirigidos al nicho de mercado de adultos mayores, se consideran importantes en las preferencias y características específicas de este grupo demográfico. Opciones de canales de venta:

- Sitio web y marketing digital: Sitio web atractivo y fácil de navegar donde se promocionan los servicios y permitir que los adultos mayores obtengan información detallada sobre ellos. Optimizar el sitio web para que sea accesible y compatible con dispositivos móviles. Utilizar estrategias de marketing digital, como publicidad en línea, optimización de motores de búsqueda (SEO) y marketing por correo electrónico, para atraer y mantener a la audiencia.



- **Redes sociales:** Plataformas de redes sociales populares entre los adultos mayores, como Facebook, Instagram y YouTube, para promocionar los servicios y establecer una comunidad en línea. Compartir contenido relevante, testimonios de clientes satisfechos y anuncios de eventos o promociones especiales. Fomentar la interacción y el compromiso de los adultos mayores a través de comentarios, mensajes directos, entrevistas y encuestas.
- **Alianzas con organizaciones y entidades:** Establecer alianzas estratégicas con organizaciones y entidades relevantes que se especializan en servicios para adultos mayores, como residencias, centros de salud, asociaciones de jubilados y programas gubernamentales. Estas colaboraciones pueden ayudar a acceder a un público objetivo específico y aumentar la visibilidad de los servicios.
- **Referencias y recomendaciones:** Fomentar la satisfacción de los clientes actuales para que le recomienden a otros adultos mayores Casas Trascender. Implementar programas de referidos que brinden incentivos a los clientes por recomendar los servicios a sus amigos, familiares y conocidos. Proporcionar una excelente atención al cliente y solicitar testimonios y reseñas para respaldar la calidad de los servicios.
- **Participar en ferias y eventos:** Asistir a ferias, exposiciones y eventos relacionados con el cuidado y bienestar de los adultos mayores. Estos eventos brindan la oportunidad de presentar los servicios, interactuar directamente con el público objetivo y generar contactos potenciales. Asegurar el tener material promocional impreso, como folletos y tarjetas de presentación, para entregar a los asistentes.
- **Contacto directo y personalizado:** Establecer un sistema de atención al cliente que brinde un trato personalizado a los adultos mayores interesados en los servicios. Ofrecer la

posibilidad de programar citas o consultas personalizadas, ya sea en persona o a través de llamadas telefónicas. Proporcionar información clara y detallada sobre los servicios y responder a todas las preguntas o inquietudes que puedan tener.

#### **1.7.4 Formas de Pago y Monetización de los Servicios**

Las formas de monetización de los servicios para adultos mayores, es importante considerar diversos factores, como los costos operativos, la demanda del mercado, la calidad de los servicios y el valor percibido por los clientes. Se presentan formas de monetización y consideraciones sobre los precios para los servicios:

- **Tarifa por pasadía:** Se establece un precio fijo por cada pasadía que incluya una variedad de actividades y servicios. Este precio se basa en el tiempo de estadía, por ejemplo, medio día o día completo. Se consideran los costos operativos, como personal, alimentación, actividades y otros gastos relacionados, para determinar una tarifa promedio competitiva pero rentable. Se tienen en cuenta en el valor promedio, los posibles precios diferenciados para días de semana y fines de semana.
- **Paquetes de servicios:** Se crean paquetes de servicios que incluyen diferentes actividades y opciones para los adultos mayores. Por ejemplo, se ofrece un paquete que incluya un día de spa y relajación, una excursión cultural y una clase de cocina. Estos paquetes pueden tener precios más altos pero también ofrecer un mayor valor agregado para los clientes. Se calcula adecuadamente los costos y se considera ofrecer descuentos por la compra de paquetes múltiples o por la lealtad de los clientes.
- **Servicios adicionales y personalizados:** Se ofrecen servicios adicionales que los adultos mayores pueden solicitar por separado, como servicios personales (peluquería, masajes, tratamientos de belleza) o clases individuales (clases de música, terapia ocupacional,

entrenamiento personal). Estos servicios pueden tener precios específicos y adaptarse a las necesidades y preferencias de cada cliente.

- **Membresías y suscripciones:** Se considera la opción de ofrecer membresías o suscripciones mensuales o anuales a los servicios. Esto puede brindar a los adultos mayores beneficios exclusivos, descuentos especiales y acceso preferencial a actividades y eventos. Establece diferentes niveles de membresía con precios acordes a los beneficios ofrecidos.
- **Formas de pago:** Se ofrecen diferentes formas de pago para facilitar la accesibilidad a los servicios. Se acepta efectivo, tarjetas de crédito o débito, transferencias bancarias y pagos móviles. También se considera la posibilidad de implementar planes de pago a plazos para aquellos adultos mayores que prefieran pagar en cuotas.

**Tabla 6**

*Precios*

PRECIOS	Precio de Venta por Persona
Spa y relajación (2 personas)	90.000
Excursiones culturales (15 personas)	110.000
Actividades al aire libre (15 personas)	85.000
Clases de cocina (10 personas)	80.000
Talleres de bienestar (15 personas)	120.000
Actividades sociales y recreativas (15 pers)	80.000
Servicios personales (Valor por servicio)	45.000
Tarifas por pasadía Medio día	150.000
Tarifas por pasadía día Completo	170.000
Paquete básico - incluye actividades al aire	235.000
Paquete premium - incluye actividades al ai	410.000
Servicio de Transporte Personal (Individual)	35.000

- **Tarifas por pasadía:**
  - Medio día (4-6 horas): entre 80.000 y 120.000 pesos colombianos.
  - Día completo (8-10 horas): entre 140.000 y 180.000 pesos colombianos.

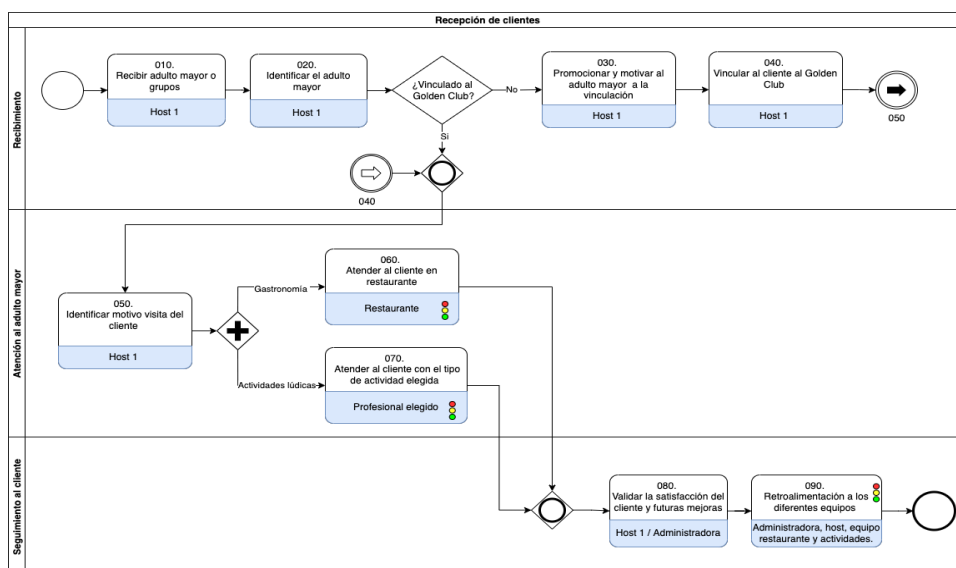
- Paquetes de servicio:
  - Paquete básico (incluye actividades al aire libre, talleres de bienestar y actividades sociales): entre 200.000 y 250.000 pesos colombianos.
  - Paquete Premium (incluye actividades al aire libre, clases de cocina, excursiones culturales y servicios de spa y relajación): entre 350.000 y 450.000 pesos colombianos.
- Servicios personalizados:
  - Servicios de spa y relajación: entre 80.000 y 120.000 pesos colombianos por sesión.
  - Clases de cocina personalizadas: entre 60.000 y 90.000 pesos colombianos por sesión.
  - Servicios personales (peluquería, masajes, tratamientos de belleza): entre 50.000 y 100.000 pesos colombianos por servicio.

## 2. Análisis Técnico

### 2.1 Procesos de Prestación del Servicio

**Figura 4**

*Publicación El Cafecito – Diagrama de Proceso Atención Servicio*



### **2.1.1 Actividades Realizadas en Sede**

Descripción general del proceso productivo y de prestación de servicio para actividades realizadas en sede:

- **Recepción y programación de citas:**
  - Los clientes contactan a Casas Trascender para solicitar citas y reservas al servicio deseado.
  - El personal de recepción registra la información del cliente, incluyendo nombre, contacto, servicios deseados y fecha y hora preferidas.
  - Se asigna una cita al cliente y se le confirma.
- **Bienvenida y consulta:**
  - Al llegar a la sede, los clientes son recibidos por el personal de recepción y se les brinda una cálida bienvenida.
  - Se les guía a una sala de espera cómoda y se les ofrece información adicional sobre los servicios disponibles, promociones o productos.
  - Se realiza una consulta inicial para comprender las necesidades y preferencias del cliente, así como cualquier condición médica relevante o alergias.
- **Preparación del espacio y suministros:**
  - Antes de cada cita, se preparan los espacios indicados para los servicios, asegurando la limpieza, la privacidad y el ambiente.
  - Se verifican y se preparan los suministros, elementos y accesorios necesarios para el desarrollo del servicio, según el caso.

- Ejecución:
  - El instructor o responsable del servicio, guía al cliente al espacio indicado y le proporciona información.
  - Se lleva a cabo el servicio específico según las necesidades del cliente.
  - Se garantiza la comodidad y la seguridad del cliente durante todo el proceso, brindando atención personalizada y ajustando según sea necesario.
- Finalización y seguimiento:
  - Una vez finalizado el servicio, se permite al cliente relajarse y disfrutar del tiempo adicional compartiendo y socializando en la sede, si así lo desea.
  - Se ofrece agua, té u otros refrescos para hidratar al cliente.
  - Se brinda orientación post-servicio, se proporcionan recomendaciones y se ofrecen productos o servicios adicionales, paquetes y pasadías correspondientes.
- Pago y retroalimentación:
  - Al finalizar la experiencia, se presenta al cliente la factura o el resumen de servicios junto con las opciones de pago.
  - Se recopila la retroalimentación del cliente sobre su experiencia y se toman en cuenta sus comentarios para mejorar los servicios y la atención al cliente.

### **2.1.2 Servicios Realizados en Exteriores Fuera de Sede**

- Identificación y selección del destino o lugar:
  - Investigar y seleccionar destinos y lugares culturales atractivos y relevantes para adultos mayores de 60 años, estratos 4,5 y 6.
  - Considerar factores como la historia, patrimonio cultural, eventos especiales y atractivos turísticos.

- Diseño y planificación del servicio fuera de sede:
  - Definir la duración del servicio y las actividades culturales que se realizarán.
  - Establecer un itinerario detallado que incluya visitas a museos, galerías, sitios históricos, espectáculos o eventos culturales.
  - Coordinar con proveedores locales y obtener cotizaciones para servicios de transporte, guías turísticos y entradas a lugares de interés.
- Promoción y reservas:
  - Crear materiales promocionales atractivos que destaquen los aspectos culturales y el valor del servicio.
  - Utilizar diferentes canales de marketing para llegar a los adultos mayores de 60 años, estratos 4,5 y 6, referidos, fondos de empleados, convenios y alianzas, redes sociales, anuncios en línea y colaboraciones con agencias de viajes.
  - Establecer un sistema de reservas y pagos que permita a los clientes reservar su lugar en el servicio y realizar los pagos correspondientes.
- Recepción y preparación de los participantes:
  - Comunicarse con los participantes antes del servicio, proporcionando información sobre el punto de encuentro, horarios y recomendaciones.
  - Organizar la logística de transporte para recoger a los participantes en un lugar conveniente y cómodo.
  - Proporcionar una introducción detallada sobre el programa de la excursión y las medidas de seguridad a tener en cuenta.
- Desarrollo del servicio:

- Asegurar que los participantes estén acompañados por las personas encargadas, capacitadas y conocedoras de los destinos.
  - Realizar los servicios en los sitios programados, brindando información histórica y cultural relevante.
  - Facilitar la participación activa de los adultos mayores en actividades interactivas, como talleres o demostraciones relacionadas con la cultura local.
- Atención al cliente y seguimiento:
    - Proporcionar una atención personalizada y amigable a los participantes durante todo el servicio.
    - Resolver cualquier inquietud o problema que pueda surgir durante la experiencia.
    - Al finalizar el servicio, se solicita la retroalimentación de los participantes y tomar en cuenta sus comentarios para mejorar futuras experiencias.

Es importante considerar factores como la seguridad de los adultos mayores, su ergonomía, la contratación de proveedores confiables y la adaptación del itinerario a sus necesidades.

### **2.1.3 Plan de Recursos**

Plan de recursos para los servicios a prestar a los adultos mayores en Casas Trascender. Recursos necesarios para ofrecer servicios de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.

- Recursos humanos:
  - Equipo de personal capacitado y comprometido que cuente con experiencia en el cuidado y atención de adultos mayores. La mayoría será a través de prácticas profesionales, orientadas y guiadas por profesionales expertos de cada una de sus instituciones educativas y los Directores de Casas Trascender.



- Roles y responsabilidades de cada miembro del equipo, incluyendo terapeutas, guías turísticos, chefs, personal de recepción y atención al cliente, entre otros.
- Personal adicional para cubrir períodos de alta demanda o ausencias.
- Infraestructura y equipamiento:
  - Instalaciones necesarias para brindar los servicios, como salones de spa, áreas de relajación, cocinas equipadas, salones de actividades y espacios al aire libre.
  - Instalaciones cumplan con los requisitos de accesibilidad y seguridad para adultos mayores.
  - Cada área con los elementos necesarios, como camillas de masaje, equipos de cocina, utensilios, mobiliario cómodo y adecuado, equipos de seguridad, etc.
- Suministros y productos:
  - Suministros necesarios para cada servicio, como productos de spa, ingredientes para las clases de cocina, materiales para talleres y actividades recreativas.
  - Proveedores confiables y se buscan opciones de compra al por mayor para optimizar los costos.
- Tecnología y sistemas:
  - Sistemas de gestión que permitan administrar eficientemente las reservas, programación de citas, facturación y seguimiento de clientes.
  - Tecnología que mejore la experiencia del cliente, como sistemas de reserva en línea, herramientas de comunicación y marketing digital.
- Alianzas y colaboraciones:
  - Con proveedores locales, como spas, agencias de viajes, restaurantes y otros negocios complementarios.

- Con expertos en diferentes áreas, como nutricionistas, terapeutas, artistas, para enriquecer la oferta de servicios, en caso de requerir especializados, personalizados.
- Capacitación y desarrollo del personal:
  - Capacitación continua al personal para mejorar sus habilidades y conocimientos en el acompañamiento, manejo y atención de adultos mayores.
  - Ambiente de aprendizaje y desarrollo profesional para que el equipo se mantenga actualizado en las mejores prácticas y tendencias del sector.

**Tabla 7***Recursos por servicio*

Servicio	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad Practicantes	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Spa y relajación	1.5 hora	Terapeutas	1	Cama de masajes. - Aceites para masajes. Velas decorativas y velas de olor. - Material de uso diario. - Muebles de almacenamiento. Aceites esenciales. - Difusor de aceites. Herramientas para tratamientos faciales
Excursiones culturales	8 horas	Prestador de Servicios	1	Los asume el prestador del servicio
Actividades al aire libre	2 horas		1	Colchonetas - Hidratación - Bloqueador - Capas para lluvia - Bastones de Apoyo - Otras dependiendo de la actividad y lugar Se desarrolla según guía Unicef aplicado a adulto mayor ( <a href="https://drive.google.com/file/d/1lvq1GRkwwpTNVqOu3wY_OisfPZHN_OYv/view?usp=share_link">https://drive.google.com/file/d/1lvq1GRkwwpTNVqOu3wY_OisfPZHN_OYv/view?usp=share_link</a> ).
Talleres de bienestar	4 horas	Coaching	1	Se desarrolla según Guía Unicef pero aplicado y ajustado a adulto mayor <a href="https://drive.google.com/file/d/1Wj2RUEXeUiKW_0TmLVcM_BebSpLALl3X/view?usp=share_link">https://drive.google.com/file/d/1Wj2RUEXeUiKW_0TmLVcM_BebSpLALl3X/view?usp=share_link</a>
Actividades sociales y recreativas	4 horas	Licenciado en Arte y Cultura	1	Video Beam / Sonido / Material según el caso (Guía de Actividades <a href="https://docs.google.com/document/d/">https://docs.google.com/document/d/</a>

				<a href="https://www.google.com/search?q=1Ax11Q66t3Dn34LbmQgG0J4HjhTTg1jHz/edit?usp=share_link&amp;oid=103278544868646256730&amp;rtpof=true&amp;sd=true">1Ax11Q66t3Dn34LbmQgG0J4HjhTTg1jHz/edit?usp=share_link&amp;oid=103278544868646256730&amp;rtpof=true&amp;sd=true</a> ).
Actividades y servicios personales	1 hora	Ing. Industrial	1	Información / Encuestas / Entrevistas / Requerimientos / Video Beam / Sonido / Material

## 2.2 Requerimientos y Proveedores de Equipos, Muebles, Tecnología y Suministros

Considerando las necesidades y requerimientos de ley que tienen y aseguran el bienestar de los adultos mayores, se dará prioridad al cumplimiento de estos requisitos, como rampas, logística, accesos, ergonomía, seguridad ocupacional, ambientación, pasamanos.

Lista de los posibles requerimientos y proveedores de equipos, muebles, materias primas, tecnología y suministros que se pueden necesitar para prestar servicios a adultos mayores de 60 años en los estratos 4, 5 y 6:

- Equipos y accesorios para adulto mayor
  - <https://queridoabuelo.com/>
- Equipos y muebles:
  - Camillas de masaje y spa
  - Equipos de cocina (estufas, hornos, utensilios de cocina, etc.)
  - Sillas y mesas para áreas de descanso y actividades
  - Mobiliario ergonómico y accesible para adultos mayores
  - Equipos de seguridad y emergencia (extintores, botiquín de primeros auxilios, etc.)
- Proveedores considerados:
  - Proveedores de equipos de spa y masajes (<https://minegocio.fabricaroyal.com/>): Fabrica Royal - Dirección: Carrera 43A No. 50 Sur 101, Sabaneta – Antioquia PBX: (604) 448 70 66.

- Proveedores de equipos de cocina y utensilios (<https://inventtogroup.com/>): números +57 3182107050, +57 3102359028.
- Fabricantes de mobiliario especializado (<https://diaquin.com/>): Diaquin - Cra 111 (Av Corpas) # 157A – 77 Interior 2 – Bogotá.
- Materias primas y suministros:
  - Productos de spa (aceites esenciales, lociones, cremas, etc.)
  - Ingredientes para clases de cocina y talleres (alimentos frescos, especias, utensilios de cocina, etc.)
  - Materiales para actividades recreativas (papel, lápices, juegos de mesa, etc.)
- Proveedores considerados:
  - Proveedores de productos de belleza y cuidado personal (<https://www.krika.co/>): Aventura plaza - 15a-61 Cra. 100 #15a-61, Cali, Valle del Cauca
  - Proveedores de alimentos y productos frescos: Carulla <https://www.carulla.com/> - 305 261 44 67
  - Tiendas de artículos de manualidades y juegos recreativos: Manualidades - <https://www.lamina.com.co>, Arte - <http://www.jberlyart.com/>
- Suministros y productos de limpieza e higiene:
  - Productos de limpieza para mantener las instalaciones limpias y desinfectadas
  - Artículos de higiene personal (jabón, papel higiénico, toallas de papel, etc.)
- Proveedores considerados:
  - Proveedores de productos de limpieza y desinfección: <https://klaxen.com/> - 317 6482478  
<https://www.casalimpia.com/> - 3005464640

- Proveedores de productos de higiene personal: <https://tienda.familiaainstitucional.com/> - 311 3456488
- Tecnología y sistemas:
  - Software de gestión de reservas y citas
  - Dispositivos móviles o tablets para el personal
  - Equipos de comunicación (teléfonos, intercomunicadores, etc.)
  - Sistemas de seguridad y videovigilancia
- Proveedores considerados:
  - Proveedores de software de gestión empresarial: Automatización de procesos - <http://coldetec.com>
  - Proveedores de dispositivos electrónicos y comunicación: Conectados - 3112855101
  - Proveedores de sistemas de seguridad y videovigilancia:
    - Meca house – 3187754230

### **2.2.1 Tecnología**

Incorporar tecnología en los servicios de las diferentes sedes con enfoque en la transformación digital puede brindar numerosos beneficios para los adultos mayores en Casas Trascender. A continuación, se relacionan algunas formas en las que la tecnología puede apoyar los servicios:

- Plataforma en línea: Plataforma en línea donde los adultos mayores puedan acceder a información sobre los servicios que se ofrecen, realizar reservas y programar citas. Esta plataforma puede incluir opciones de pago en línea y la posibilidad de enviar recordatorios automáticos a los clientes sobre sus citas. Igualmente la oportunidad para que los familiares a través de la plataforma hagan seguimiento a los avances de los

objetivos del adulto mayor que tenga algún plan específico, y acompañen de manera remota a través de cámaras, las actividades que desarrolla su ser querido en tiempo real.

- **Aplicación móvil:** Aplicación móvil fácil de usar para que los adultos mayores puedan acceder a los servicios, recibir notificaciones y actualizaciones, interactuar con otros usuarios y acceder a recursos adicionales relacionados con el bienestar y el envejecimiento saludable.
- **Tele asistencia:** Servicios de tele asistencia, donde los adultos mayores puedan comunicarse con profesionales de la salud o recibir orientación a través de video llamadas. Esto les permitirá recibir apoyo y asesoramiento médico sin tener que desplazarse físicamente a las sedes.
- **Monitoreo de salud:** Dispositivos de monitoreo de salud, como relojes inteligentes o sensores de actividad, para ayudar a los adultos mayores a mantener un seguimiento de su actividad física, signos vitales y calidad del sueño. Esto puede proporcionar información valiosa para personalizar los servicios y promover un estilo de vida saludable.
- **Programas de ejercicios en línea:** Clases de ejercicios en línea a través de videos o transmisiones en vivo. Esto permitirá a los adultos mayores acceder a rutinas de ejercicio desde la comodidad de sus hogares y adaptarlas a sus necesidades y capacidades.
- **Comunicación y redes sociales:** Redes sociales y otras plataformas de comunicación en línea para mantener una interacción constante con los adultos mayores, compartir información relevante, promocionar eventos y generar una comunidad virtual donde puedan conectarse con otros usuarios.

La tecnología atiende a las necesidades y capacidades de los adultos mayores, Casas Trascender se asegura de brindar capacitación y soporte para que puedan utilizarla de manera efectiva. Además, se mantiene un enfoque en la accesibilidad y la usabilidad de las soluciones tecnológicas, garantizando que sean intuitivas y estén diseñadas pensando en las necesidades de este grupo demográfico.

### **2.3 Distribución de Planta/Oficinas y de Equipos**

La distribución de planta y espacios en una sede de Casas Trascender, para la prestación de servicios a adultos mayores de 60 años en los estratos 4, 5 y 6 puede variar según las necesidades específicas de cada servicio y las características del local disponible. A continuación se presenta la distribución general considerada:

- Recepción y área de espera:
  - Recepción acogedora y funcional donde el personal pueda recibir a los visitantes, atender llamadas telefónicas y gestionar el flujo de clientes.
  - Área de espera cómoda con asientos y mesas, donde los adultos mayores puedan esperar su turno de atención.
- Áreas de servicios y actividades:
  - Spa y relajación: Espacio para masajes, tratamientos faciales, terapias de relajación y belleza. Cuenta con salas privadas, camillas adecuadas y equipos de spa necesarios.
  - Cocina y clases de cocina: Área equipada con mesas, utensilios de cocina y electrodomésticos necesarios para impartir las clases de cocina y realizar actividades relacionadas.
  - Salones de actividades: Salones amplios y versátiles donde se puedan llevar a cabo actividades como talleres, ejercicios, bailes y eventos sociales.

- Espacios al aire libre: Áreas al aire libre como jardines, terrazas o patios para realizar actividades al aire libre y disfrutar de momentos de relajación.
- Oficinas y áreas administrativas:
  - Área para la administración y gestión del negocio, donde se puedan realizar tareas como atención al cliente, reservas, facturación y contabilidad.
  - Espacio para la dirección y reuniones internas.
  - Sala de descanso y comedor para el personal.
- Áreas de descanso y bienestar:
  - Áreas de descanso para los adultos mayores, con mobiliario cómodo, música suave, iluminación adecuada y elementos de relajación como fuentes o plantas.
  - Baños adaptados y accesibles para adultos mayores, así como áreas para el cuidado personal.
- Almacenamiento y suministros:
  - Áreas de almacenamiento para productos de spa, utensilios de cocina, materiales de actividades, suministros de limpieza y otros suministros necesarios.

Es importante considerar la normativa y regulaciones locales en términos de accesibilidad, seguridad y zonificación al diseñar la distribución de sede. Se contará con asesoramiento de profesionales en diseño de interiores y arquitectura para optimizar los espacios y asegurar una experiencia satisfactoria para los adultos mayores.



**Figura 5**

*Distribución Planta ejemplo Casas Trascender*



### 2.3.1 Espacios Distribuidos en las Instalaciones

Casas Trascender contarán con diferentes espacios distribuidos en las instalaciones, como salón de presentaciones y reuniones; patio con zona blanda para el desarrollo de talleres para la actividad física como yoga, terapias de relajación y estiramiento; cuarto de materiales, elementos y accesorios insumo para talleres; corredores con espacios para la promoción y exposición de trabajos; cocina para aprender las mejores recetas en grupos pequeños casi personalizada; salón social y punto de encuentro para la demostración musical y karaoke; salones para formación; la naturaleza estará siempre presente en los espacios que así lo permitan; salón de juegos de mesa, sapo y televisión.

La distribución de los espacios mencionados, equipos y mobiliario para permitir la prestación de servicios a adultos mayores tendrán en cuenta ciertos aspectos específicos relacionados con su seguridad, comodidad y accesibilidad:

- Espacios amplios y accesibles: Espacios amplios y que permitan una fácil circulación de los adultos mayores. Se asegura tener pasillos y áreas comunes lo suficientemente amplias para permitir el movimiento de sillas de ruedas u otros dispositivos de movilidad.

También es importante garantizar la accesibilidad en términos de rampas, ascensores, puertas de fácil apertura y baños adaptados.

- Zonas de descanso y confort: Áreas de descanso cómodas y acogedoras, equipadas con sillas, sofás y mesas adecuadas. Se consideran la inclusión de elementos como almohadones o cojines para mayor comodidad. Proporcionar una buena iluminación natural y artificial, así como una adecuada ventilación en todos los espacios.
- Equipamiento adaptado: Equipos y mobiliario adecuados para adultos mayores. Por ejemplo, sillas con apoyabrazos y respaldos ergonómicos, mesas de altura ajustable, camas con barandas y colchones adecuados para evitar problemas de presión, entre otros.
- Espacios seguros: Medidas de seguridad en todas las áreas, como pasamanos en pasillos y escaleras, superficies antideslizantes en pisos, y protección en enchufes y cables eléctricos para evitar accidentes. También se considera la instalación de alarmas de emergencia y sistemas de monitoreo para garantizar la seguridad de los adultos mayores.
- Salas especializadas: Espacios para actividades específicas. Por ejemplo, una sala de terapia ocupacional, una sala de ejercicios o un salón de belleza adaptado para adultos mayores. El equipamiento de estas salas cuenta con los elementos necesarios para brindar los servicios correspondientes.
- Espacios al aire libre: Áreas al aire libre para que los adultos mayores disfruten de estas actividades y de la naturaleza. Tendrán jardines adaptados, áreas de descanso al aire libre y caminos accesibles para paseos y ejercicio (sede en zona rural).

### **2.3.2 Boceto Gráfico de Website + App Móvil**

Se proporciona una descripción de cómo será el website y la App móvil para los servicios dirigidos a adultos mayores de 60 años en los estratos 4, 5 y 6.

## Website:

- **Página de inicio:** Una página acogedora y amigable que muestre una introducción a los servicios ofrecidos, destacando los beneficios para los adultos mayores. Con imágenes representativas y llamadas a la acción claras para dirigir a los usuarios a otras secciones del sitio.
- **Información de servicios:** Secciones dedicadas a cada uno de los servicios ofrecidos, como Spa y relajación, excursiones culturales, actividades al aire libre, clases de cocina, talleres de bienestar, etc. Cada sección proporciona detalles sobre el servicio, sus beneficios y los precios.
- **Reservas y citas:** Una función de reserva en línea donde los usuarios pueden seleccionar el servicio deseado, la fecha y la hora de su preferencia. Tendrá un formulario sencillo de completar y un sistema de confirmación automática por correo electrónico.
- **Información sobre sedes:** Una página dedicada a describir cada una de las 8 sedes en las ciudades correspondientes. Incluir detalles sobre la ubicación, instalaciones, servicios disponibles y horarios de atención.
- **Testimonios y reseñas:** Un apartado donde los clientes anteriores puedan compartir sus experiencias y opiniones sobre los servicios. Esto ayudará a generar confianza y credibilidad entre los visitantes del sitio.
- **Blog o sección de noticias:** Un espacio donde se publican artículos y contenido relevante para los adultos mayores, como consejos de bienestar, noticias relacionadas con la salud, recetas saludables, etc.

### App móvil:

- Inicio y navegación: Una pantalla de inicio con un diseño limpio y sencillo que permita una navegación intuitiva por las diferentes secciones de la app.
- Reservas y citas: Una función para realizar reservas y citas en línea de manera fácil y rápida. Los usuarios deben poder seleccionar el servicio, la fecha y la hora deseada, y recibir confirmación de su reserva.
- Perfil de usuario: Cada usuario debe tener un perfil donde puedan guardar su información personal, ver su historial de reservas, recibir notificaciones y mensajes personalizados.
- Calendario de actividades: Un calendario que muestre las actividades y eventos planificados, tanto en las sedes como en otras ubicaciones, para que los usuarios puedan explorar y participar en ellos.
- Notificaciones: Un sistema de notificaciones que envíe recordatorios de reservas, actualizaciones de eventos y promociones especiales.
- Acceso a información: Una sección que proporcione información detallada sobre los servicios ofrecidos, precios, horarios de atención, ubicación de las sedes, etc.

La implementación real del diseño y funcionalidad dependerá de los recursos y la experiencia en desarrollo de aplicaciones móviles y diseño web. Casas Trascender tendrá profesionales en diseño gráfico y desarrollo de aplicaciones para crear bocetos gráficos y llevar a cabo la implementación adecuada del website y la app móvil.

### Otras consideraciones tenidas en cuenta:

- Ya se cuenta con el dominio adquirido ([www.casastrascender.com](http://www.casastrascender.com))
- Eslogan: Casas Trascender somos la extensión de tu hogar, somos parte de tu familia.
- Logos iniciales:

## Figura 6

*Imagen Logo*



### 3. Análisis Administrativo

#### 3.1 Perfil del Equipo Empresarial y del Personal que la Empresa Exige

El perfil del equipo empresarial y del personal que se requiere, se presenta de manera general:

Equipo empresarial:

- Director o Gerente General: Con experiencia en la gestión de empresas de servicios, preferiblemente con conocimientos en el sector de adultos mayores y un enfoque en el bienestar y la atención personalizada.
- Equipo de gestión: Incluye profesionales de áreas: Director de alianzas y convenios; Director de Actividades; Director Financiero y Administrativo; Auxiliar General Oficina. Deben tener experiencia relevante en su campo y ser capaces de trabajar en conjunto para garantizar el funcionamiento eficiente y rentable de Casas Trascender.
- Especialista en bienestar y actividades: Es recomendable contar con un profesional en el campo del bienestar, la recreación o la gerontología que pueda diseñar y coordinar actividades específicas para adultos mayores, promoviendo su salud y bienestar integral.

Personal por convenio de práctica profesional:

- Personal de atención al cliente: Personas amables y empáticas que se encargan de recibir a los clientes, responder consultas, gestionar reservas y brindar un excelente servicio al

cliente. Deben tener habilidades de comunicación efectiva y paciencia para interactuar con los adultos mayores.

- **Terapeutas y especialistas:** Se ofrecen servicios de spa, terapias de relajación, recreación, entretenimiento, clases de cocina u otros servicios especializados, es necesario contar con profesionales practicantes capacitados en esas áreas. Estos individuos deben tener las habilidades necesarias para brindar servicios de calidad y adaptados a las necesidades de los adultos mayores.
- **Personal de apoyo:** Personal de limpieza, mantenimiento, seguridad y administración. Estos roles son fundamentales para mantener un entorno limpio, seguro y organizado.

Dentro de los enfoques de la Gestión en Casas Trascender, podemos considerar:

- **Casas Trascender** tendrá alianza con entidades como el SENA, fondos de empleados, cooperativas, grupos de tercera edad, entidades de formación e instituciones educativas, para apalancar actividades como prácticas profesionales.
- **Sistemas de Incentivos:** Programa con avance de transformación creciente positivo, lo que indica logros, metas y objetivos alcanzables y medibles, lo que corresponderá a obtener beneficios adicionales y complementarios por el logro de los resultados.
- **Universidad Corporativa:** Dentro de la prosperidad colaborativa y del conocimiento se encuentra la formación en competencias para los miembros del equipo por sí mismos, entre ellos y a través de aliados.
- **Acumulación de Atributos:** En Casas Trascender, todos ponen, con la calidad y funcionalidad de integrar generando valor a la experiencia en cada servicio, producto y actividades.

- Adición de Funciones: La oferta de la competencia será mejorada y enriquecida con experiencia.
- Conservación: En Casas Trascender la conservación y uso del tiempo con calidad, de manera productiva, a conciencia y con sentido, en pro de conservar y disfrutar la vida que está por delante, es una de las premisas en la prestación de los servicios.
- Centro de Experiencias: Casas Trascender es centro de experiencias, todas las actividades buscan recordación y se enfoca en Trascender (atravesar y hacer crecer), transformando de manera positiva a las comunidades y personas donde y a quien Casas Trascender hace presencia y presta sus servicios.
- Servicio Superior: Una de las ventajas competitivas y de generar valor agregado en Casas Trascender, es el “caminar la última milla”, hacer lo extra ordinario, para que los clientes exclamen el woow!, como expresión de sorpresa, perplejidad y entusiasmo ante un buen servicio.
- Servicio Suplementario: El complemento y el encadenamiento en los servicios y productos, se da antes de cerrar el ciclo de vida del mismo, es decir se busca el enlace con otros servicios y generar más demanda en complemento y adición, como estrategia comercial, fidelización y recurrencia.
- Valor Agregado: Siempre la sensación de recibir más, de superar sus expectativas será una constante en la experiencia del cliente en Casas Trascender.

### **3.2 Estructura Organizacional**

Dentro de las características de la estructura:

**Figura 7**

*Estructura Cargos requeridos para la operación*



### 3.3 Socios Clave

Se definen las organizaciones que apoyan el desarrollo de la empresa, ya sea para el cumplimiento de la deseabilidad, la factibilidad y viabilidad:

- Cooperativas, asociaciones y fondo de empleados, de gran impacto por tener beneficios en este sentido para su personal.
- Las empresas en el desarrollo de sus programas sociales, pueden dar sostenibilidad y estabilidad a mediano y largo plazo, a través de su presupuesto de responsabilidad social empresarial pueden generar aportes y financiación para la empresa.
- Grupos de la tercera edad en los estratos 4,5 y 6, pueden generar mercado creando tejido social.
- Universidades, escuelas e instituciones educativas, de donde se eligen los futuros profesionales a fin de desarrollar sus prácticas en Casas Trascender.

## 4. Análisis Legal, Social y Ambiental

### 4.1 Normatividad Técnica

- Ley 9 de enero de 1979. Establece las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar o mejorar las



condiciones necesarias en lo que se relaciona a la salud humana y los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente. (Ministerio de Salud, 1979)

- Resolución 5109 de 2005. Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. (Ministerio de Salud, 2005)
- Resolución 2674 de 2013. Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones. En el artículo antes citado, se establece que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional, requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección social. En esta resolución se indican los requisitos sanitarios y estos requisitos son auditados por un inspector que realiza una visita y otorga el permiso sanitario. (Ministerio de Salud, 2013)
- Ley 1850 de 2017, las personas adultas mayores tienen derecho a los alimentos y demás medios para su mantenimiento físico, psicológico, espiritual, moral, cultural y social. Serán proporcionados por quienes se encuentren obligados de acuerdo con la ley y su capacidad económica.
- Toda entidad que atienda a personas adultas mayores debe cumplir las directrices de calidad emitidas por el Ministerio de Salud y Protección Social.

### **4.1.1 Análisis Legal**

- **Cumplimiento normativo:** Las sedes deben cumplir con todas las leyes y regulaciones locales, regionales y nacionales aplicables. Esto incluye requisitos de zonificación, permisos de construcción, licencias comerciales, regulaciones de seguridad y salud, entre otros.
- **Contratos y acuerdos:** Los contratos claros y completos con proveedores, arrendadores u otros socios comerciales. Estos contratos deben abordar aspectos legales importantes, como responsabilidades, términos de pago, confidencialidad y cualquier otro aspecto relevante.
- **Protección de datos personales:** La información personal de los clientes, es necesario cumplir con las leyes de protección de datos personales. Esto implica obtener el consentimiento adecuado para recopilar y utilizar la información, así como implementar medidas de seguridad para protegerla.
- **Derechos laborales:** Cumplir con las leyes laborales y garantizar condiciones justas y seguras para el personal. Esto incluye el cumplimiento de la normativa sobre salarios, horarios de trabajo, beneficios laborales y condiciones de trabajo adecuadas.

### **4.1.2 Análisis Social**

- **Demanda y necesidades de los adultos mayores:** Comprender las necesidades y preferencias de los adultos mayores en las áreas donde se ubican las sedes. Esto puede incluir aspectos como la demanda de servicios, preferencias culturales, disponibilidad de servicios de apoyo y otros factores que pueden influir en la aceptación de los servicios.
- **Percepción de la comunidad:** Evaluar la receptividad de la comunidad hacia los servicios para adultos mayores. Esto puede implicar considerar factores como la actitud de la

comunidad hacia el envejecimiento, la conciencia sobre los servicios disponibles y cualquier percepción negativa o estigma asociado.

- **Responsabilidad social:** Considerar el impacto en la comunidad de las sedes y buscar formas de contribuir positivamente. Esto puede incluir programas de responsabilidad social corporativa, colaboraciones con organizaciones locales, donaciones o actividades de voluntariado.

#### **4.1.3 Análisis Ambiental**

- **Sostenibilidad ambiental:** Evaluar el impacto ambiental de las sedes y buscar formas de minimizarlo. Esto puede incluir la implementación de prácticas sostenibles en el manejo de residuos, el consumo de energía y agua, así como la promoción de la conciencia ambiental entre los empleados y clientes.
- **Accesibilidad:** Las sedes deben ser accesibles para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades físicas o movilidad reducida. Esto implica garantizar la accesibilidad arquitectónica, como rampas, ascensores, baños adaptados, así como capacitación al personal para brindar una atención inclusiva.
- **Espacios al aire libre:** Si las sedes cuentan con áreas al aire libre, es importante considerar la integración de espacios verdes y áreas de recreación que promuevan la conexión con la naturaleza y el bienestar ambiental.
- El análisis legal, social y ambiental debe adaptarse a las circunstancias específicas de cada sede y ubicación.

## 4.2 Normatividad Tributaria

- La Ley 30490 de 2017 en Colombia, es la ley de la persona Adulta Mayor, que consiste en la deducción de 50 UIT de la base imponible del Impuesto Predial, lo que implica que los contribuyentes tengan una gran reducción en el monto a pagar.
- La reforma tributaria, Ley 2277 de 2022, modificó ampliamente el artículo 240 del Estatuto Tributario, que contiene las tarifas con las que las personas jurídicas del régimen ordinario que se encuentran por fuera de las zonas francas tienen que calcular su impuesto de renta. Aunque la tarifa general continúa siendo del 35 %, en los párrafos de este artículo se enmarcan las tarifas especiales, como la tarifa del 9 % para las personas jurídicas que construyeron sitios dedicados a la alimentación, enfermería, alojamiento, fisioterapia recuperación y demás servicios asistenciales.
- Teniendo en cuenta la ubicación en la ciudad de Cali, se causa a favor del municipio en el cual se realice la actividad gravada el Impuesto de Industria y Comercio, que corresponde a un tributo de carácter municipal que grava la realización de actividades industriales, comerciales y/o la prestación de servicios dentro de la jurisdicción del Distrito de Santiago de Cali. (Alcaldía de Cali, 2024).

## 4.3 Normatividad Laboral

La normatividad laboral se debe cumplir en las sedes para la prestación de servicios, incluye, pero no se limita a:

- Contratación: Cumplir con las leyes laborales relacionadas con la contratación de empleados, lo cual implica tener contratos de trabajo por escrito que incluya información detallada sobre las condiciones laborales, salarios, beneficios, horarios de trabajo y demás aspectos relevantes.

- Salario mínimo: Pagar a los empleados el salario establecido. Es importante revisar y mantener actualizados los montos de aumento del salario mínimo, para hacer los ajustes año a año.
- Jornada laboral: Respetar las normas sobre la duración máxima de la jornada laboral, los descansos obligatorios y el pago de horas extras en caso de que los empleados trabajen más allá de las horas establecidas.
- Seguridad social: Cumplir con las obligaciones relacionadas con la seguridad social, incluyendo el pago de cotizaciones a entidades como el Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS), el Sistema General de Pensiones (SGP) y el Sistema General de Riesgos Laborales (SGRL).
- Prestaciones sociales: Cumplir con las obligaciones legales relacionadas con las prestaciones sociales, tales como el pago de cesantías, primas de servicio, vacaciones y aportes a los fondos de cesantías y de pensiones.
- Normas de seguridad y salud en el trabajo: Proporcionar un entorno laboral seguro y saludable para el personal. Esto implica cumplir con las normas de seguridad y salud en el trabajo establecidas por la legislación colombiana, realizar evaluaciones de riesgos laborales, implementar medidas preventivas y capacitar a los empleados en materia de seguridad y salud.
- Protección contra el acoso laboral y sexual: Establecer políticas y procedimientos para prevenir y abordar el acoso laboral y sexual en el lugar de trabajo, garantizando un ambiente laboral seguro y respetuoso para todos.

Se trabajará con proveedor externo como Simplifica, para atender las gestiones y trámites en asuntos laborales.

## 5. Análisis Económico

### 5.1 Necesidades de Inversión en Activos Fijos y en Capital de Trabajo

La inversión de dinero que se realizará por el negocio para llevar a efectos la gestión económica y financiera a corto plazo, se enfoca en los activos corrientes y pasivos corrientes Capital de trabajo = activos corrientes – pasivos corrientes. Con respecto a la inversión en activos se toma el valor de compra de los activos y se resta el valor de rescate (precio que se podría obtener una vez que llegue al fin de su vida útil). Ese resultado se divide por la vida útil del activo (valor en unidad de tiempo), que puede ser calculada en base a expectativas.

**Tabla 8**

*Presupuesto de Inversiones años cero 2024 y segunda sede 2025*

Presupuesto de inversiones	AÑO 0			2.025		
	CANT	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Inversión depreciable</b>						
Colchonetas Garantía6m Profesionales Gy	15	39.000	585.000	15	40.170	602.550
Teléfono Celular XIAOMI Redmi Note 12 1	1	837.000	837.000	1	862.110	862.110
<b>Total activos depreciables a 1 año</b>			<b>1.422.000</b>			<b>1.464.660</b>
Aire acondicionado 18000 btu	1	2.930.000	2.930.000	1	3.017.900	3.017.900
Computador Portátil LENOVO 14" Pulgada	1	1.499.000	1.499.000	1	1.543.970	1.543.970
Video Beam Videoprojector Epson PL E2	1	2.450.000	2.450.000	1	2.523.500	2.523.500
Sonido bañe-activo-de-abs-15-con-bluetoc	1	595.000	595.000	1	612.850	612.850
Software Microsoft-365	1	1.599.000	1.599.000	1	1.646.970	1.646.970
Mesa Plegable Tipo Maletín Banquetera 1	1	247.000	247.000	1	254.410	254.410
Tablero De Borrado En Seco Móvil Pizarr	1	933.000	933.000	1	960.990	960.990
TV SAMSUNG 43" Pulgadas 109.22 cm 4	1	1.600.000	1.600.000	1	1.648.000	1.648.000
<b>Total activos depreciables a 3 años</b>			<b>11.853.000</b>			<b>12.208.590</b>
Sillas rimax con brazos Silla Plástica con B	20	33.000	660.000	20	33.990	679.800
Carpa Toldo 3x4,5 Plegable Reforzado Im	1	368.000	368.000	1	379.040	379.040
Nevera SAMSUNG No Frost Congelador	1	2.179.000	2.179.000	1	2.244.370	2.244.370
Estufa Cubierta CHALLENGER 30cms 2 P	1	599.000	599.000	1	616.970	616.970
Horno Microondas SAMSUNG 0.8 AGE83	1	480.000	480.000	1	494.400	494.400
Licudora OSTER Clásica BLST4655 Plat	1	359.000	359.000	1	369.770	369.770
Báscula Electrónica Multifuncional 29966	1	201.000	201.000	1	207.030	207.030
Batería 10 Piezas Antiadherente Gris Taler	1	199.000	199.000	1	204.970	204.970
<b>Total activos depreciables a 5 años</b>			<b>5.045.000</b>			<b>5.196.350</b>
Mueble Cajones comoda-santino-rovere-	3	363.000	1.089.000	3	373.890	1.121.670
Escritorio Atenas 135.8x74.5x113/46.5 Te	4	519.900	2.079.600	4	535.497	2.141.988
Piso En Caucho Fitness Gym	40	70.000	2.800.000	40	72.100	2.884.000
<b>Total activos depreciables a 10 años</b>			<b>5.968.600</b>			<b>6.147.658</b>
<b>Total inversión en activos</b>			<b>24.288.600</b>			<b>25.017.258</b>

Tabla 9

Presupuesto Inversiones 3ra sede 2026 y 4ta sede 2027

Presupuesto de inversiones	2.026			2.027		
	CANT	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL	CANT	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
Colchonetas Garantía6m Profesionales Gy	15	41.375	620.627	15	42.616	639.245
Teléfono Celular XIAOMI Redmi Note 12 1	1	887.973	887.973	1	914.612	914.612
<b>Total activos depreciables a 1 año</b>			<b>1.508.600</b>			<b>1.553.858</b>
Aire acondicionado 18000 btu	1	3.108.437	3.108.437	1	3.201.690	3.201.690
Computador Portátil LENOVO 14" Pulgada	1	1.590.289	1.590.289	1	1.637.998	1.637.998
Video Beam Videoprojector Epson PL E2	1	2.599.205	2.599.205	1	2.677.181	2.677.181
Sonido bafe-activo-de-abs-15-con-bluetod	1	631.236	631.236	1	650.173	650.173
Software Microsoft-365	1	1.696.379	1.696.379	1	1.747.270	1.747.270
Mesa Plegable Tipo Maletin Banquetera 1	1	262.042	262.042	1	269.904	269.904
Tablero De Borrado En Seco Móvil Pizarr	1	989.820	989.820	1	1.019.514	1.019.514
TV SAMSUNG 43" Pulgadas 109.22 cm 4	1	1.697.440	1.697.440	1	1.748.363	1.748.363
<b>Total activos depreciables a 3 años</b>			<b>12.574.848</b>			<b>12.952.093</b>
Sillas rimax con brazos Silla Plástica con B	20	35.010	700.194	20	36.060	721.200
Carpa Toldo 3x4,5 Plegable Reforzado Im	1	390.411	390.411	1	402.124	402.124
Nevera SAMSUNG No Frost Congelador	1	2.311.701	2.311.701	1	2.381.052	2.381.052
Estufa Cubierta CHALLENGER 30cms 2 P	1	635.479	635.479	1	654.543	654.543
Horno Microondas SAMSUNG 0.8 AGE83	1	509.232	509.232	1	524.509	524.509
Licadora OSTER Clásica BLST4655 Plat	1	380.863	380.863	1	392.289	392.289
Báscula Electrónica Multifuncional 29966	1	213.241	213.241	1	219.638	219.638
Batería 10 Piezas Antiadherente Gris Taler	1	211.119	211.119	1	217.453	217.453
<b>Total activos depreciables a 5 años</b>			<b>5.352.241</b>			<b>5.512.808</b>
Mueble Cajones comoda-santino-rovere-	3	385.107	1.155.320	3	396.660	1.189.980
Escritorio Atenas 135.8x74.5x113/46.5 Te	4	551.562	2.206.248	4	568.109	2.272.435
Piso En Caucho Fitness Gym	40	74.263	2.970.520	40	76.491	3.059.636
<b>Total activos depreciables a 10 años</b>			<b>6.332.088</b>			<b>6.522.050</b>
<b>Total inversión en activos</b>			<b>25.767.776</b>			<b>26.540.809</b>

Dentro de la ampliación de cada año, se proyecta un factor importante para el éxito de Casas Trascender, y es el factor humano, de acuerdo con lo proyectado en la estructura y planta de cargos.

Tabla 10

Presupuesto Personal

PRESUPUESTO DE NOMINA				
CARGOS Y CONCEPTOS	2.024	2.025	2.026	2.027
<b>Total salarios mensuales</b>	9.250.606	9.990.654	11.189.533	12.979.858
Total Auxilios de transporte	10.123.632	10.393.596	11.640.827	13.503.359
Total salarios anuales	111.007.272	119.887.854	134.274.396	155.758.300
Total prestaciones sociales	26.446.914	28.444.783	31.858.157	36.955.462
Total aportes parafiscales	4.440.291	4.795.514	5.370.976	6.230.332
Total seguridad social	23.335.949	25.202.825	28.227.164	32.743.510
Total carga prestacional	54.223.154	58.443.122	65.456.296	75.929.304
Total costo de la nómina	175.354.058	188.724.571	211.371.520	245.190.963
Prima Junio	0	4.995.327	5.594.767	6.489.929
Prima Diciembre	4.625.303	4.995.327	5.594.767	6.489.929
Vacaciones diciembre	4.625.303	4.995.327	5.594.767	6.489.929
Cesantías Febrero	9.250.606	9.990.654	11.189.533	12.979.858
Interes cesantías febrero	1.110.073	1.198.879	1.342.744	1.557.583
Pagos otros meses	155.742.773	162.549.056	182.054.943	211.183.734
Pago fijo mensual	38.935.693	13.545.755	15.171.245	17.598.645

## 5.2 Ingresos, Costos y Gastos

### 5.2.1 Ingresos Totales

Tabla 11

#### Ingresos Totales

MERCADO Y VENTAS	Total	Total	Total	Total
ITEM	2024	2025	2026	2027
Volumen estimado de ventas				
Spa y relajación (2 personas)	23.760.000	48.945.600	60.496.762	74.773.997
Excursiones culturales (15 personas)	44.550.000	91.773.000	113.431.428	140.201.245
Actividades al aire libre (15 personas)	34.425.000	70.915.500	87.651.558	108.337.326
Clases de cocina (10 personas)	24.000.000	49.440.000	61.107.840	75.529.290
Talleres de bienestar (15 personas)	48.600.000	100.116.000	123.743.376	152.946.813
Actividades sociales y recreativas (15 personas)	32.400.000	66.744.000	82.495.584	101.964.542
Servicios personales (Valor por servicio)	13.680.000	28.180.800	34.831.469	43.051.695
Tarifas por pasadía Medio día	27.600.000	56.856.000	70.274.016	86.858.684
Tarifas por pasadía día Completo	31.280.000	64.436.800	79.643.885	98.439.842
Paquete básico - incluye actividades al aire libre, ta	43.240.000	89.074.400	110.095.958	136.078.605
Paquete premium - incluye actividades al aire libre	75.440.000	155.406.400	192.082.310	237.413.736
Valor total de ventas (\$)	398.975.000	821.888.500	1.015.854.186	1.255.595.774
IVA o Impuesto al Consumo	75.805.250	156.158.815	193.012.295	238.563.197
Anticipo Retefuente	23.938.500	49.313.310	60.951.251	75.335.746
<b>Total ventas con IVA</b>	<b>474.780.250</b>	<b>978.047.315</b>	<b>1.208.866.481</b>	<b>1.494.158.971</b>
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	398.975.000	821.888.500	1.015.854.186	1.255.595.774
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	0	0	0	0
Ingresos por ventas de Contado	450.841.750	928.734.005	1.147.915.230	1.418.823.225
Recuperación de Cartera	0	0	0	0
Ingresos Efectivos	450.841.750	928.734.005	1.147.915.230	1.418.823.225
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0

### 5.2.2 Costos y Gastos

Los costos variables o unitarios de las actividades pueden variar según varios factores, como la ubicación geográfica, el tipo de servicios ofrecidos, la calidad de los productos utilizados y la duración de los tratamientos. Se proporciona una lista de costos variables o unitarios asociados a las actividades:

- **Productos y suministros:** Incluye el costo de los productos utilizados, ejemplo en los tratamientos de spa, como aceites esenciales, lociones, cremas, exfoliantes, mascarillas faciales, toallas, batas, etc.
- **Personal:** Considera los costos salariales y de beneficios del personal, ejemplo en spa, que pueden incluir masajistas, esteticistas, terapeutas, recepcionistas, entre otros.



- Equipamiento y mobiliario: Incluye el costo de los equipos y mobiliario necesarios para las actividades, ejemplos en tratamientos de spa, como camillas, sillas de masaje, jacuzzis, saunas, duchas, equipos de estética, entre otros.
- Energía y suministros: Incluye los costos de electricidad, agua y otros suministros necesarios para el funcionamiento de los equipos y las instalaciones.
- Marketing y publicidad: Considera los gastos asociados a la promoción y publicidad de los servicios, como la creación de materiales promocionales, publicidad en medios locales, presencia en directorios especializados, etc.
- Limpieza y mantenimiento: Incluye los costos de limpieza y mantenimiento de las instalaciones al terminar las actividades, ejemplo de spa, como el lavado de toallas y batas.
- Otros gastos operativos: Considera otros gastos operativos, como seguros, licencias y permisos, software de gestión de citas y reservas, y otros gastos administrativos relacionados.

### 5.2.3 Gastos Pre Operativos

**Tabla 12**

*Gastos Pre Operativos*

<b>Gastos preoperativos (diferidos)</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>2.024</b>	<b>2.025</b>	<b>2.026</b>	<b>2.027</b>
Gastos de Constitución	2.000.000		2.060.000	2.121.800	2.185.454
Investigación y desarrollo	1.500.000		1.545.000	1.591.350	1.909.620
Desarrollo web	1.500.000		1.545.000	1.591.350	1.909.620
Adecuación oficina/local	24.000.000		24.720.000	25.461.600	50.923.200
Arrendamiento	3.500.000		3.605.000	3.713.150	3.713.150
Gastos preoperativos 6	0		0	0	0
Gastos preoperativos 7	0		0	0	0
Gastos preoperativos 8	0		0	0	0
Gastos preoperativos 9	0		0	0	0
Gastos preoperativos 10	0		0	0	0
<b>Total gastos preoperativos</b>	<b>32.500.000</b>		<b>33.475.000</b>	<b>34.479.250</b>	<b>60.641.044</b>
<b>Total inversión</b>	<b>56.788.600</b>	0	25.017.258	25.767.776	26.540.809

## 5.2.4 Gastos de Operación

Tabla 13

Gastos de Operación

GASTOS DE OPERACION	MES	2.024	2.025	2.026	2.027
Arriendo	2.300.000	27.600.000	59.616.000	92.736.000	128.064.000
Servicios Públicos	1.200.000	14.400.000	31.104.000	48.384.000	66.816.000
Plan Celular 40 GB	110.000	1.320.000	2.851.200	4.435.200	6.124.800
Internet 300MB +TV Avanzado +telefonía ilimitada +P	115.000	1.380.000	2.980.800	4.636.800	6.403.200
Gasto de Aseo	300.000	3.600.000	7.776.000	12.096.000	16.704.000
Gasto de operación Dirección de alianzas y convenios	1.000.000	12.000.000	25.920.000	40.320.000	55.680.000
Gasto de operación Dirección de Actividades	1.000.000	12.000.000	25.920.000	40.320.000	55.680.000
Gasto de operación Dirección Financiero y Administrativo	1.000.000	12.000.000	25.920.000	40.320.000	55.680.000
Gasto de operación Gerencia	1.200.000	14.400.000	31.104.000	48.384.000	66.816.000
Gasto de operación Logística y Seguridad	1.416.667	17.000.000	36.720.000	57.120.000	78.880.000
Gasto de operación Área Protegida y asistencia	600.000	7.200.000	15.552.000	24.192.000	33.408.000
Bomberos		35.000	72.100	108.150	144.200
Impuestos Locales	0	1.514.110	3.119.067	3.855.167	4.764.986
Gastos de Mantenimiento		797.950	1.643.777	2.031.708	2.511.192
Registro Mercantil	350.000	450.000	535.500	637.245	758.322
Depreciación Equipos	0	1.605.860	1.605.860	3.259.896	4.963.553
Amortización	0	0	0	0	0
<b>Total gastos de operación</b>		127.302.920	272.440.304	422.836.166	583.398.252
<b>Gastos de operación fijos</b>		124.540.860	267.141.960	416.312.046	575.363.753
<b>Gastos de operación variables</b>		2.762.060	5.298.344	6.524.120	8.034.499

## 5.2.5 Gastos de Administración y Ventas

Tabla 14

Gastos de Administración y Ventas

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	MES	2.024	2.025	2.026	2.027
Gastos de Publicidad		1.994.875	4.109.443	5.079.271	6.277.979
Gastos de Comisiones		7.979.500	16.437.770	20.317.084	25.111.915
Gastos de Capacitación		227.416	2.465.666	3.047.563	3.766.787
Asesoría Contable	450.000	5.400.000	5.832.000	6.531.840	7.576.934
Gastos de Representación	300.000	3.600.000	3.888.000	4.354.560	5.051.290
Gastos Transporte	260.000	3.120.000	3.369.600	3.773.952	4.377.784
Gastos Papelería	260.000	3.120.000	3.369.600	3.773.952	4.377.784
Gastos de administración y ventas Director de alianzas y convenios	500.000	6.000.000	6.480.000	7.257.600	8.418.816
Gastos de administración y ventas Director de Actividades	500.000	6.000.000	6.480.000	7.257.600	8.418.816
Gastos de administración y ventas Financiero y Administrativo	500.000	6.000.000	6.480.000	7.257.600	8.418.816
Gastos de administración y ventas Gerente	800.000	9.600.000	10.368.000	11.612.160	13.470.106
Gastos de administración y ventas 10	0	0	0	0	0
Depreciación Muebles y Enseres		5.373.000	3.951.000	9.485.190	9.769.746
<b>Total gastos de admon y vtas</b>		58.414.791	73.231.078	89.748.371	105.036.774
<b>Gastos de administrativos fijos</b>		48.213.000	50.218.200	61.304.454	69.880.092
<b>Gastos administrativos variables</b>		10.201.791	23.012.878	28.443.917	35.156.682

## 5.2.6 Análisis de Costos

**Tabla 15**

*Análisis de Costos*

<b>ANALISIS DE COSTOS</b>				
<b>Costos/Gastos Fijos</b>	<b>2.024</b>	<b>2.025</b>	<b>2.026</b>	<b>2.027</b>
Nómina	175.354.058	188.724.571	211.371.520	245.190.963
Gastos de operación	124.540.860	267.141.960	416.312.046	575.363.753
Gastos de Administración y ventas	48.213.000	50.218.200	61.304.454	69.880.092
Gastos preoperativos (Diferidos)	32.500.000	33.475.000	34.479.250	60.641.044
<b>Total Costos/Gastos fijos</b>	<b>380.607.918</b>	<b>539.559.731</b>	<b>723.467.269</b>	<b>951.075.851</b>
<b>Costos Variables</b>				
Costos variables (sin impuestos)	21.418.704	46.264.400	62.179.354	86.553.660
Gastos de Operación	2.762.060	5.298.344	6.524.120	8.034.499
Gastos de Administración	10.201.791	23.012.878	28.443.917	35.156.682
<b>Total costos variables</b>	<b>34.382.555</b>	<b>74.575.622</b>	<b>97.147.391</b>	<b>129.744.841</b>
<b>Costo total</b>	<b>414.990.472</b>	<b>614.135.353</b>	<b>820.614.660</b>	<b>1.080.820.692</b>
Numero productos o servicios	3.224	6.448	7.738	9.285

**Tabla 16**

*Punto de Equilibrio*

<b>ANALISIS DE COSTOS</b>	<b>2,024</b>	<b>2,025</b>	<b>2,026</b>	<b>2,027</b>
<b>ANALISIS DE COSTOS</b>				
Costo Promedio producto o servicio promedio	128,719	95,244	101,599	109,873
Costo variable unitario promedio	10,665	11,566	12,555	13,973
Precio Promedio Unitario (Sin Iva)	123,752	127,464	131,288	135,227
Margen Unitario Promedio	113,087	115,898	118,733	121,253
Punto de Equilibrio	3,366	4,656	5,803	7,344
<b>Cumplimiento del punto de equilibrio</b>	<b>96%</b>	<b>138%</b>	<b>133%</b>	<b>126%</b>
Colchon de Efectivo	31,717,326	44,963,311	57,415,668	74,202,901

## 6. Análisis Financiero

### 6.1 Estado de Resultados y Flujo de Caja

Balance General

Tabla 17

## Balance General

PASIVO + PATRIMONIO	Año 0	2,024	2,025	2,026	2,027
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>					
<b>PASIVO</b>					
Carga Prestacional por Pagar	0	10,360,679	11,189,533	12,532,277	14,537,441
Cuentas por pagar- Proveedores	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta	0	0	65,170,040	75,207,693	80,049,831
Impuestos locales por pagar	0	1,514,110	3,119,067	3,855,167	4,764,986
Iva por pagar	0	28,555,338	58,653,589	60,399,406	74,039,334
Obligaciones financieras	200,000,000	158,569,217	152,437,434	88,275,579	15,976,396
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>200,000,000</b>	<b>198,999,343</b>	<b>290,569,663</b>	<b>240,270,123</b>	<b>189,367,988</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000	100,000,000
Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0	-37,785,894	71,141,173	154,106,003
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	0	-37,785,894	108,927,067	125,704,288	133,797,575
Reserva Legal	0	0	12,103,007	26,070,151	40,936,548
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>100,000,000</b>	<b>62,214,106</b>	<b>183,244,181</b>	<b>322,915,612</b>	<b>428,840,126</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>300,000,000</b>	<b>261,213,449</b>	<b>473,813,844</b>	<b>563,185,734</b>	<b>618,208,114</b>
Prueba de balance	0	0	0	0	0

BALANCE GENERAL					
ACTIVO	Año 0	2,024	2,025	2,026	2,027
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Caja y Bancos	243,211,400	219,965,209	363,791,896	444,359,885	481,272,029
Cuentas por Cobrar- Clientes	0	0	0	0	0
Anticipo Impuesto de Renta (Retefuente)	0	23,938,500	73,251,810	69,033,021	75,335,746
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>243,211,400</b>	<b>243,903,709</b>	<b>437,043,706</b>	<b>513,392,906</b>	<b>556,607,775</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Activos depreciables	24,288,600	24,288,600	49,305,858	75,073,634	101,614,443
Depreciación acumulada	0	6,978,860	12,535,720	25,280,806	40,014,104
Activos amortizables	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0
Gastos diferibles	32,500,000	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>56,788,600</b>	<b>17,309,740</b>	<b>36,770,138</b>	<b>49,792,828</b>	<b>61,600,339</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>300,000,000</b>	<b>261,213,449</b>	<b>473,813,844</b>	<b>563,185,734</b>	<b>618,208,114</b>

## Estado de Resultados

Tabla 18

## Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
ITEM		2,024	2,025	2,026	2,027
Ventas netas		398,975,000	821,888,500	1,015,854,186	1,255,595,774
Costos variables		21,418,704	46,264,400	62,179,354	86,553,660
Costo nomina		175,354,058	188,724,571	211,371,520	245,190,963
Gastos de Operación		127,302,920	272,440,304	422,836,166	583,398,252
Gastos de Administración y Ventas		58,414,791	73,231,078	89,748,371	105,036,774
Gastos preoperativos		32,500,000	33,475,000	0	0
Gastos financieros		21,770,422	21,553,032	14,839,652	6,702,323
<b>Utilidad gravable</b>		<b>-37,785,894</b>	<b>186,200,115</b>	<b>214,879,124</b>	<b>228,713,803</b>
Impuesto de Renta		0	65,170,040	75,207,693	80,049,831
<b>Utilidad neta</b>		<b>-37,785,894</b>	<b>121,030,075</b>	<b>139,671,431</b>	<b>148,663,972</b>
Reserva legal		0	12,103,007	13,967,143	14,866,397
<b>Utilidad del periodo</b>		<b>-37,785,894</b>	<b>108,927,067</b>	<b>125,704,288</b>	<b>133,797,575</b>

## 6.2 Evaluación de Proyecto

Se define un aporte de socios de cien millones de pesos (\$100.000.000) y un préstamo por doscientos millones de pesos (\$200.000.000), para un total de inversión en el año cero (0) por trescientos millones de pesos (\$300.000.000). Para el 2025 un préstamo de cincuenta millones (\$50.000.000) y diez y seis millones (\$16.000.000), para apoyar la apertura de las nuevas sedes.

Es de resaltar que las probabilidades reales de acceso son del 70%, teniendo en cuenta la caja con las que cuentan los posibles socios inversionistas.

**Tabla 19**

*Flujo de Caja*

FLUJO DE CAJA NETO					
	Año 0	2,024	2,025	2,026	2,027
Utilidad Neta (Utilidad operativa)	0	-37,785,894	121,030,075	139,671,431	148,663,972
Total Depreciación	0	13,957,720	11,113,720	25,490,172	29,466,597
Pagos de capital		41,430,783	56,131,782	64,161,855	72,299,184
Total Amortización	0	0	0	0	0
EBITDA		-23,828,174	132,143,795	165,161,602	178,130,569
1. Flujo de fondos neto del periodo		-65,258,957	76,012,012	100,999,748	105,831,385
Inversiones de socios	100,000,000	0	0	0	0
Préstamo	200,000,000	0	16,525,000	0	0
2. Inversiones netas del periodo	300,000,000	0	16,525,000	0	0
3. Liquidación de la empresa					481,272,029
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	-300,000,000	-65,258,957	59,487,012	100,999,748	587,103,413
<b>Balance de proyecto</b>	<b>-300,000,000</b>	<b>-413,258,957</b>	<b>-419,893,378</b>	<b>-386,076,571</b>	<b>139,254,591</b>
Periodo de pago descontado	3.73				
Tasa interna de retorno	22.70%				
Valor presente neto	76,909,071				
Tasa mínima de retorno	16.00%				

La evaluación del proyecto se basa en los siguientes indicadores financieros:

Punto de equilibrio:

- Año 2024: 96% - Año 2025: 138% - Año 2026: 133% - Año 2027: 126%

Estos porcentajes indican el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y alcanzar el punto de equilibrio. Es importante destacar que un punto de equilibrio del 100% significa que los ingresos igualan exactamente los costos, por lo que un porcentaje superior al 100% indica una situación favorable.

Tasa interna de retorno (TIR): 20,27%

La tasa interna de retorno es una medida que indica la rentabilidad del proyecto. Un TIR del 22,70% indica que el proyecto es rentable y puede generar un retorno atractivo sobre la inversión.

EBITDA (Beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización):

- Año 2024: -23.828.174 - Año 2025: 132.143.795 - Año 2026: 165.161.602 - Año 2027: 178.130.569

El EBITDA refleja la capacidad de la empresa para generar beneficios antes de considerar el impacto de intereses, impuestos y depreciación/amortización. Un EBITDA positivo indica una situación favorable y un potencial para generar ganancias.

En general, los indicadores financieros muestran una tendencia positiva en la rentabilidad y viabilidad del proyecto a lo largo de los años. Es importante tener en cuenta que estos números son estimaciones y están sujetos a cambios en función de los supuestos y variables utilizados en el análisis financiero. Se hará un seguimiento constante de los indicadores y ajustar las estrategias en función de los resultados reales.

## **6.3 Riesgos**

### **6.3.1 Riesgos de Mercado**

- Cambios en la demanda: Existe el riesgo de que la demanda de servicios para adultos mayores pueda fluctuar debido a cambios demográficos, tendencias sociales o factores económicos. Para enfrentar este riesgo, se pueden implementar estrategias de diversificación de servicios, investigación de mercado constante y adaptación de la oferta a las necesidades cambiantes de los clientes.

- **Competencia:** Existe el riesgo de competir con otros proveedores de servicios para adultos mayores en el mercado. Para enfrentar este riesgo, se pueden desarrollar estrategias de diferenciación, ofrecer servicios únicos o especializados, implementar programas de fidelización de clientes y mantener un monitoreo constante de la competencia para adaptar las estrategias comerciales.
- **Cambios normativos:** Los cambios en la normativa y regulaciones gubernamentales pueden impactar la operación de los servicios para adultos mayores. Para enfrentar este riesgo, es necesario estar al tanto de las actualizaciones legales, mantener una buena relación con las autoridades competentes y adaptar las operaciones para cumplir con los nuevos requisitos.

### **6.3.2 Riesgos Operativos**

- **Fallas en la prestación de servicios:** Existe el riesgo de interrupciones en la prestación de los servicios debido a problemas técnicos, falta de personal o contingencias imprevistas. Para enfrentar este riesgo, se deben establecer planes de contingencia, capacitar al personal de manera adecuada, implementar sistemas de gestión de calidad y contar con políticas y procedimientos claros para garantizar la continuidad del servicio.
- **Gestión del Talento:** El reclutamiento, retención y desarrollo del personal adecuado puede representar un desafío. Para enfrentar este riesgo, se deben implementar estrategias de atracción y retención de talento, ofrecer programas de capacitación y desarrollo, y crear un ambiente laboral favorable.

### **6.3.3 Riesgos Financieros**

- **Fluctuaciones económicas:** Las condiciones económicas pueden afectar la capacidad de los adultos mayores para pagar por los servicios, así como los costos operativos de la

empresa. Para enfrentar este riesgo, se pueden establecer políticas de precios flexibles, diversificar las fuentes de ingresos, realizar un monitoreo constante de los costos y mantener una gestión financiera sólida.

- **Gestión de costos:** El control de los costos operativos y administrativos es esencial para mantener la rentabilidad. Para enfrentar este riesgo, se pueden implementar estrategias de eficiencia y optimización de procesos, buscar proveedores y contratos favorables, y realizar una gestión financiera efectiva.

Para cada uno de estos riesgos, es importante realizar un análisis de sensibilidad identificando las variables más importantes que pueden afectarlos. Por ejemplo, la sensibilidad a los cambios en la demanda puede estar influenciada por factores demográficos, cambios en los ingresos disponibles, tendencias de envejecimiento de la población, entre otros. Mediante el análisis de sensibilidad, se pueden identificar escenarios y tomar acciones o estrategias específicas para mitigar los riesgos identificados y aprovechar las oportunidades que puedan surgir.

## **7. Road Map**

### **7.1 Road Map**

El Road Map del negocio es una planificación estratégica que establece la dirección y los pasos a seguir para alcanzar los objetivos y metas del negocio a lo largo del tiempo. A continuación, se presenta el Road Map planteado para Casas Trascender respecto a servicios para adultos mayores de 60 años en los estratos 4, 5 y 6:

- **Fase de Preparación (2023-2024):**
  - Realizar un estudio de mercado detallado para comprender las necesidades y preferencias de los adultos mayores en los estratos 4, 5 y 6.



- Establecer alianzas estratégicas con proveedores de servicios y proveedores de equipos y suministros.
- Definir la propuesta de valor única y los servicios a ofrecer en cada sede.
- Desarrollar el plan de marketing y promoción para generar conciencia y atraer a los clientes objetivo.
- Establecer el marco legal y regulatorio necesario para el funcionamiento del negocio.
- Fase de Lanzamiento y Expansión (2024-2027):
  - Abrir la primera sede en Cali en 2024 y establecer la operación.
  - Evaluar la satisfacción de los clientes y ajustar los servicios según sea necesario.
  - Ampliar la oferta de servicios en función de la demanda y las preferencias de los clientes.
  - Identificar oportunidades de expansión a otras ciudades como Bogotá, Medellín y Armenia, una sede por año.
  - Evaluar la viabilidad de abrir nuevas sedes basadas en el crecimiento del mercado y la rentabilidad.
- Fase de Consolidación y Optimización (2028-2031):
  - Continuar expandiendo las sedes a Pereira, Manizales, Ibagué y Tunja. Una sede por año.
  - Establecer un sistema de gestión eficiente y optimizado en todas las sedes.
  - Implementar tecnologías y soluciones digitales para mejorar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones.
  - Establecer programas de fidelización de clientes y generar referencias para aumentar la base de clientes.
  - Evaluar y ajustar constantemente los servicios, precios y estrategias de ventas en función de los resultados y las necesidades cambiantes del mercado.

Es importante destacar que este Road Map es general y los plazos y acciones específicas pueden variar según las circunstancias y las necesidades del negocio. Es recomendable revisar y ajustar el Road Map de manera periódica para adaptarse a los cambios en el mercado y garantizar el crecimiento sostenible del negocio.

## **7.2 Período de Arranque**

El período de arranque puede oscilar entre 3 y 6 meses. Durante este tiempo, se llevan a cabo actividades clave como la investigación de mercado, la planificación del negocio, la obtención de licencias y permisos necesarios, la contratación y capacitación del personal, la adquisición de equipos y suministros, y la preparación de las instalaciones.

Es importante considerar que el período de arranque de Casas Trascender puede extenderse si se requiere un mayor tiempo para realizar estudios de mercado exhaustivos, establecer relaciones con proveedores o cumplir con requisitos regulatorios específicos. También es posible acelerar el período de arranque si se cuenta con un equipo experimentado y recursos disponibles de manera oportuna.

Es fundamental dedicar suficiente tiempo y esfuerzo a la etapa de arranque para sentar las bases sólidas y asegurar que todas las áreas clave estén debidamente planificadas y ejecutadas antes de iniciar la operación completa.

## **7.3 Período Improductivo**

El período improductivo en el primer ciclo, en general, es común que exista un período inicial de ajuste y puesta en marcha que puede durar entre 1 y 3 meses.

Durante este período, se llevan a cabo actividades como la contratación y capacitación del personal, la configuración de los equipos y la preparación de las instalaciones. Además, se realizan

pruebas y ajustes en los procesos operativos para asegurar un funcionamiento eficiente y de alta calidad.

Es importante tener en cuenta que este período improductivo se considera necesario para establecer una base sólida y garantizar la calidad de los servicios desde el inicio. Aunque no se generen ingresos directos durante este tiempo, es una inversión a corto plazo para lograr una operación fluida y satisfacer las necesidades de los clientes.

Es recomendable planificar y tener en cuenta este período improductivo en el proceso de elaboración del plan de negocios y en la estimación de los recursos financieros necesarios para cubrir los costos durante este tiempo. También estableceremos estrategias de marketing y promoción adecuada para generar conciencia y anticipar la demanda de los servicios antes de que la operación esté completamente activa.

#### **7.4 Implementación**

El plan de implementación como hoja de ruta detallada, establece las actividades y los pasos a seguir para poner en marcha el proyecto y llevarlo a cabo de manera exitosa. A continuación, se presenta el plan de implementación para Casas Trascender con servicios para adultos mayores de 60 años en los estratos 4, 5 y 6, desde año 0:

- Investigación y Planificación (Mes 7):
  - Realizar un estudio de mercado detallado para comprender las necesidades y preferencias de los adultos mayores en los estratos 4, 5 y 6.
  - Definir la propuesta de valor única y los servicios a ofrecer en cada sede.
  - Establecer objetivos claros y medibles para el negocio.
  - Elaborar el plan de negocios y el plan de implementación detallado.
- Preparación de la Infraestructura (Mes 8):

- Identificar y asegurar las instalaciones adecuadas en cada una de las ciudades objetivo, según el caso y de acuerdo con el momento.
- Adquirir o arrendar los equipos y mobiliario necesarios para la prestación de los servicios.
- Realizar las adecuaciones y remodelaciones necesarias en las instalaciones según los requisitos específicos.
- Establecer los sistemas de seguridad y protección adecuados.
- **Contratación y Capacitación del Personal (Mes 9):**
  - Definir los perfiles requeridos para el equipo empresarial y el personal operativo.
  - Realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal cualificado.
  - Proporcionar capacitación adecuada a todo el personal sobre los servicios ofrecidos y las políticas y procedimientos internos.
  - Establecer un programa de inducción para familiarizar al personal con la visión, misión y valores del negocio.
- **Adquisición de Suministros y Proveedores (Mes 10-12):**
  - Identificar y establecer relaciones con proveedores confiables y de calidad para los equipos, materiales y suministros necesarios.
  - Negociar acuerdos y contratos con los proveedores para garantizar la continuidad y la calidad de los suministros.
  - Establecer sistemas de control y seguimiento de inventario para garantizar el abastecimiento adecuado.
- **Lanzamiento y Promoción (Mes 1 2024):**
  - Desarrollar una estrategia de marketing y promoción para generar conciencia y atraer a los clientes objetivo.

- Establecer una presencia en línea a través de un sitio web y presencia en redes sociales.
- Realizar eventos de lanzamiento y promociones especiales para generar interés y captar clientes potenciales.
- Establecer alianzas estratégicas con organizaciones y entidades relevantes para aumentar la visibilidad y el alcance del negocio.
- Monitoreo y Evaluación Continua (A partir del Mes 2 - 2024):
  - Implementar sistemas de seguimiento y evaluación para medir el desempeño del negocio y la satisfacción de los clientes.
  - Realizar revisiones periódicas del plan de implementación y realizar ajustes según sea necesario.
  - Establecer indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir el éxito y el crecimiento del negocio.
  - Realizar análisis de mercado y competencia para mantenerse al tanto de las tendencias y oportunidades en el sector.

Se establecen hitos y plazos claros para cada etapa del plan de implementación y se asignan los responsables y recursos adecuados para garantizar una ejecución efectiva y exitosa.

## **8. Conclusiones**

Tras realizar los análisis y planificaciones anteriores, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Existe un mercado potencial considerable: El número de adultos mayores en los estratos 4, 5 y 6 en Colombia es significativo, lo que representa una oportunidad para ofrecer servicios que satisfagan sus necesidades de acompañamiento, entretenimiento y bienestar.
- Alta demanda de servicios especializados: Los adultos mayores en estos estratos suelen tener estabilidad económica y buena salud, lo que les permite buscar experiencias de alta

calidad y personalizadas. Esto crea una demanda de servicios de pasadía, excursiones culturales, actividades al aire libre, clases de cocina, talleres de bienestar y actividades sociales y recreativas.

- **Competencia en el mercado:** Existen competidores en el mercado que también ofrecen servicios dirigidos a los adultos mayores en los estratos 4, 5 y 6. Es importante realizar un análisis exhaustivo de la competencia y desarrollar estrategias diferenciadoras para destacar en el mercado.
- **Necesidad de transformación digital:** La incorporación de tecnología en los servicios y la implementación de un sitio web y una aplicación móvil permitirán llegar a un público más amplio y ofrecer una experiencia de usuario mejorada.
- **Cumplimiento de normativas y regulaciones:** Es crucial tener en cuenta las normas legales, sociales y ambientales aplicables en cada sede para garantizar la operación legal y ética del negocio.
- **Riesgos identificados:** Algunos de los riesgos identificados incluyen la fluctuación de la demanda, la competencia en el mercado, la disponibilidad y calidad de los proveedores, y posibles cambios en las regulaciones y normativas gubernamentales. Estos riesgos deben ser monitoreados y gestionados de manera adecuada.

## 9. Referencias

Lista general de las fuentes de información:

- Entrevistas con adultos mayores de estratos 4, 5 y 6.
- Sitio web oficial del Ministerio de Salud de Colombia
- Sitio web oficial del DANE de Colombia
- Datos Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.DYN.LE00.IN>
- Directorios comerciales locales.
- Organizaciones y entidades especializadas en servicios para adultos mayores en Colombia.
- Informes y estudios de mercado sobre el sector de servicios para adultos mayores en Colombia.
- Información proporcionada por expertos en el campo de los servicios para adultos mayores en Colombia.
- Fuentes de datos demográficos y socioeconómicos relevantes para los estratos 4, 5 y 6 en Colombia.
- Publicaciones académicas y científicas relacionadas con el envejecimiento y los servicios para adultos mayores.
- Competencia
  - <https://seniorsclub.co/>
  - <https://mansiondorada.com.co/>
  - <https://goldenclubhouse.co/>
  - <https://www.plenitudhogar.com/>
  - <https://abuelitoscali.com/>

## 10. Anexos

- Nivel de participación en actividades sociales y recreativas de personas mayores

[https://drive.google.com/file/d/1Wp2sY4u6NkY-9sw-6IyRfe\\_zJx4VfQF8/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1Wp2sY4u6NkY-9sw-6IyRfe_zJx4VfQF8/view?usp=drive_link)

- Beneficios tributarios para la generación de empleo para grupos vulnerables

[https://drive.google.com/file/d/1IPIN1A3cgPXUGdtg8WWp5XpnRu\\_0AWU9/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1IPIN1A3cgPXUGdtg8WWp5XpnRu_0AWU9/view?usp=drive_link)

- Mercado del envejecimiento

[https://docs.google.com/document/d/1K6D523JB2fQoa33hLbVFfZnzjh2tgulERmavZRZou8c/edit?usp=drive\\_link](https://docs.google.com/document/d/1K6D523JB2fQoa33hLbVFfZnzjh2tgulERmavZRZou8c/edit?usp=drive_link)

- Economía de la tercera edad

[https://docs.google.com/document/d/1xq0G9g0K8cIhuaPisdxpLv5n8OQ58-oifPiD4y71zVE/edit?usp=drive\\_link](https://docs.google.com/document/d/1xq0G9g0K8cIhuaPisdxpLv5n8OQ58-oifPiD4y71zVE/edit?usp=drive_link)

- La actividad lúdica y su influencia en el adulto mayor en el hogar de ancianos

[https://drive.google.com/file/d/1Y0F-vmMJw3mYFXxYVhyahBnjj7x83WyL/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1Y0F-vmMJw3mYFXxYVhyahBnjj7x83WyL/view?usp=drive_link)

- Guía de talleres UNICEF

[https://drive.google.com/file/d/1Wj2RUExeUiKW\\_0TmLVcM\\_BebSpLAL13X/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1Wj2RUExeUiKW_0TmLVcM_BebSpLAL13X/view?usp=drive_link)

- Guía emprendedor IMPULSA

[https://drive.google.com/file/d/12TaH5e2GQS5waMEtwsnOgJXaTkOi8BSv/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/12TaH5e2GQS5waMEtwsnOgJXaTkOi8BSv/view?usp=drive_link)

- Los mayores de 60: un nicho cada vez más atractivo



[https://docs.google.com/document/d/1pGgHHewlP8lQvhGSBrTk5xiEIAQb5-HToiHU-BC7MO4/edit?usp=drive\\_link](https://docs.google.com/document/d/1pGgHHewlP8lQvhGSBrTk5xiEIAQb5-HToiHU-BC7MO4/edit?usp=drive_link)

- Juegos didácticos ajustables a adultos

[https://drive.google.com/file/d/1lvq1GRkwuwpTNVqOu3wY\\_OisfPZHNOYv/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1lvq1GRkwuwpTNVqOu3wY_OisfPZHNOYv/view?usp=drive_link)

- Boletines poblacionales adulto mayor de 60 años

[https://drive.google.com/file/d/1bNnk55pi1pqz0CYtump4nNF1BiaSxbJ6/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1bNnk55pi1pqz0CYtump4nNF1BiaSxbJ6/view?usp=drive_link)

- Cuidador institucional

[https://drive.google.com/file/d/1GRgH2QmijYLcHs7DkhZr5ROPDIfQ2E8u/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1GRgH2QmijYLcHs7DkhZr5ROPDIfQ2E8u/view?usp=drive_link)

- Ley 1315 de 2009

[https://drive.google.com/file/d/1GAV6eePWNjMjtKNkrBSMeT2mYS1kP\\_ks/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1GAV6eePWNjMjtKNkrBSMeT2mYS1kP_ks/view?usp=drive_link)

- Manual de cuidados generales

[https://drive.google.com/file/d/1RoX4mbqCbbjCkDIyf8xeYmjfXeij5c7J/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1RoX4mbqCbbjCkDIyf8xeYmjfXeij5c7J/view?usp=drive_link)

- Manual operativo Mi Familia

[https://drive.google.com/file/d/1CFZxeq6o-mcl6Smz6vFzOd711bvZGckO/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1CFZxeq6o-mcl6Smz6vFzOd711bvZGckO/view?usp=drive_link)

- Características generales del adulto mayor

[https://drive.google.com/file/d/106Z\\_5RWHzBbHrDjLIESzE4O1YK8b0DOh/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/106Z_5RWHzBbHrDjLIESzE4O1YK8b0DOh/view?usp=drive_link)