

## **Proyecto de emprendimiento Club Vida plena**

Johana Milena Jiménez Guerrero

Yeimy Tatiana Vela Bermúdez

Asesor

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de negocios ECACEN

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

2025

## Tabla de Contenido

Introducción .....	7
Objetivos .....	8
Objetivo General .....	8
Objetivos Específicos .....	8
Planteamiento del Problema u Oportunidad Club Vida Plena .....	9
Necesidades o Desafíos para Satisfacer .....	10
Objetivo.....	11
Impacto Esperado .....	11
Impacto Social y Económico.....	11
Innovación Social (Desing Thinking) .....	13
Estrategias de Mercadeo.....	26
Necesidades del Mercado:.....	26
Análisis de Aliados Potenciales .....	28
Entidades Gubernamentales: .....	28
Organizaciones sin Ánimo de Lucro:.....	28
Sector Educativo: .....	29
Empresas Privadas.....	29
Medios de Comunicación Locales: .....	29
Tendencias del Mercado – Club Vida Plena .....	29
Factores Sociales: .....	29
Factores Tecnológicos: .....	30

Factores Económicos:.....	30
Factores Regulatorios: .....	30
A Corto Plazo (Primeros 6 a 12 Meses):.....	31
A largo Plazo (2 a 5 Años).....	31
Estrategias de Marketing Servicio Club Vida Plena .....	32
Estrategia de Precios .....	33
Estrategias de Distribución y Promoción .....	34
Presupuesto de Marketing .....	35
Falta de Financiamiento Inicial o Insuficiencia de Recursos .....	36
Baja Captación de Participantes Adultos Mayores .....	37
Cambios en Normativas o Regulaciones Gubernamentales .....	37
Problemas de Sostenibilidad Operativa a Largo Plazo.....	37
Problemas de Salud de los Participantes .....	37
Modelo de Negocio .....	38
Socios Clave.....	39
Estrategias Clave.....	39
Herramientas Clave.....	40
Propuesta de Valor .....	40
Relación con los Clientes .....	41
Medios.....	42
Segmentos de Mercado .....	42
Estructura de Costes .....	44
Fuentes de Ingreso.....	44

Proyección Operativa y Financiera .....	46
Tamaño del Proyecto:.....	46
Ficha Técnica del Servicio .....	46
Proyecciones de Ingresos .....	52
Proyecciones Ingresos por Ventas.....	55
Valor Total de la Inversión.....	57
Fuentes de Financiamiento .....	59
Conclusiones .....	60
Referencias Bibliográficas.....	61

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Presupuesto de Marketing</i> .....	36
<b>Tabla 2</b> <i>Capacidad Instalada</i> .....	46
<b>Tabla 3</b> <i>Descripción de Maquinaria y Elemento Operativos</i> .....	48
<b>Tabla 4</b> <i>Descripción de Equipos de Oficina</i> .....	49
<b>Tabla 5</b> <i>Conformación del Equipo de Trabajo</i> .....	50
<b>Tabla 6</b> <i>Costos</i> .....	51
<b>Tabla 7</b> <i>Cronograma de Actividades</i> .....	52
<b>Tabla 8</b> <i>Calculo de la Demanda</i> .....	53
<b>Tabla 9</b> <i>Proyecciones de Ventas</i> .....	54
<b>Tabla 10</b> <i>Punto de Equilibrio</i> .....	55
<b>Tabla 11</b> <i>Proyecciones de Ingresos por Ventas Mensual</i> .....	56
<b>Tabla 12</b> <i>Proyecciones de Ingresos por Ventas</i> .....	57
<b>Tabla 13</b> <i>Inversión Total</i> .....	58

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Empatía - Matriz Dofa</i> .....	14
<b>Figura 2</b> <i>Definición – Diagrama de Porter</i> .....	17
<b>Figura 3</b> <i>Ideación – Lluvia de Ideas</i> .....	20
<b>Figura 4</b> <i>Prototipado - Poster</i> .....	22
<b>Figura 5</b> <i>Testeo – Apuntes de Testeo</i> .....	24
<b>Figura 6</b> <i>Modelo de Negocio</i> .....	38

## **Introducción**

Club vida plena es un proyecto diseñado para atender integralmente las necesidades de los adultos mayores, brindándoles bienestar físico, mental y emocional a través de una oferta de actividades recreativas, educativas y sociales. su estructura organizativa, operativa y financiera ha sido diseñada para garantizar una gestión eficiente, sostenible y con alto impacto comunitario.

La descripción detallada de la maquinaria y elementos operativos refleja la inversión en recursos lúdicos, pedagógicos y terapéuticos necesarios para ofrecer una experiencia integral a los usuarios del club. A su vez la conformación del equipo de trabajo responde a un enfoque interdisciplinario que garantiza calidad de atención distribución eficiente de responsabilidades y cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Para garantizar el adecuado funcionamiento del club, se ha proyectado una inversión inicial la cual cubre activos fijos como maquinaria, mobiliario y equipos de oficina, la adecuación del espacio físico y el capital de trabajo necesario para cubrir costos iniciales como marketing, arriendo, sueldos y aspectos legales.

En conjunto club vida plena se presenta como una propuesta sostenible, con enfoque social y visión empresarial, que busca mejorar la calidad de vida de los adultos mayores a través de un espacio seguro, activo y acogedor.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Elaborar y presentar un proyecto productivo de emprendimiento integral, donde se contemple la planificación operativa, administrativa y financiera del club vida plena, con el fin de promover el bienestar físico y emocional de nuestra comunidad objetivo, garantizando así la viabilidad y sostenibilidad del proyecto de emprendimiento.

### **Objetivos Específicos**

Diseñar y estructurar cada uno de los componentes del plan de negocios del club vida plena, incluyendo la propuesta de valor, estudio de mercado, estructura de costos, proyección financiera y plan operativo, para sustentar la viabilidad del emprendimiento.

Integrar y presentar la información recolectada y desarrollada en un documento final coherente, completo y sustentado, que sirva como base para la implementación real del proyecto y para su socialización ante posibles aliados o fuentes de financiamiento.

Desarrollar un documento final estructurado y coherente que integre todos los componentes del proyecto club vida plena, incluyendo el análisis del entorno, modelo de negocio, proyecciones financieras, estrategias de marketing y plan de viabilidad.

Presentar de manera clara y argumentada la viabilidad del proyecto sustentado con datos reales, análisis técnicos y financieros, la posibilidad de implementación exitosa del club vida plena como una alternativa innovadora para el bienestar de los adultos mayores.

## **Planteamiento del Problema u Oportunidad Club Vida Plena**

Es un club diseñado para adultos mayores que deseen mantenerse activos mientras contribuyen al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, en la cual vamos a combinar la actividad física con actividades recreativas y de ocio, esto con el compromiso social y ambiental que promueve un estilo de vida sostenible y solidario.

Esta idea nació a partir de ver el programa para adultos mayores que manejaba la alcaldía donde realizaban diferentes tipos de actividades recreativas y manualidades, la cual hace más de 2 años dieron por terminado el programa, donde ellos extrañan este tipo de actividades y emplear su tiempo libre en un ambiente armonioso para ellos.

La vereda de pabellón se encuentra en el municipio de Ramiriquí del departamento de Boyacá, en su economía predomina los cultivos de papa, maíz frijol y ganadería la cual también es relevante en su economía, el municipio ha invertido en infraestructura y campañas de salud, nutrición y saneamiento.

Características de la vereda: se estima que cuenta con una población de familias dedicadas a la agricultura y ganadería, existen limitaciones en infraestructura y acceso a servicios básicos, entre ellos educación y salud, en cuanto a la nutrición se presenta deficiencias nutricionales debido a dietas basadas en carbohidratos y una baja ingesta de proteínas y nutrientes, esta situación es observada en las áreas rurales.

De esta manera presentamos nuestro club vida plena como una solución a la necesidad de compartir, recrearse y generar una vejez armoniosa, donde cada uno de los integrantes puedan asistir a nuestro club disfrutar de las diferentes actividades y servicios que ofrecemos con precios exequibles y garantizando un ambiente acogedor.

## **Necesidades o Desafíos para Satisfacer**

Ofrecemos acceso a actividades físicas adaptadas como son la gimnasia suave, yoga, caminatas cortas, terapias físicas saludables donde demos un manejo al estrés, relajamiento del cuerpo y mejora de su estado de ánimo. El club proporcionara espacios para desarrollar las actividades de ocio que prefieran y sean de su gusto, con espacios de encuentro para evitar la soledad y aislamiento fomentando así la creación de amistades y redes de apoyo, con ayuda de talleres de formación en artesanías donde el aprendizaje sea continuo para la estimulación de la mente generando así opciones de emprendimientos y generación de ingresos, donde fortalezcamos la autoestima e independencia de cada uno de ellos ofreciéndoles instalaciones cómodas y bien equipadas.

Adaptar actividades a diferentes niveles de movilidad y de salud donde motivemos la participación constante en las diferentes actividades físicas inclusivas para los diferentes intereses y personalidades, donde va a ser importante desarrollar un modelo de negocio que garantice la viabilidad económica de nuestro club a largo plazo.

Llegar a nuestro público objetivo puede ser desafiante y es fundamental que se utilicen estrategias de marketing que sean efectivas y aseguren la enseñanza de la actividad para los adultos mayores.

El éxito de nuestro club vida plena dependerá de la calidad de su atención a cada una de las necesidades y que superemos los desafíos mediante una amplia oferta de actividades y que sean asequibles y bien organizadas.

Generar un impacto positivo en el entorno a través de iniciativas de actividad física y recreativas, creando un espacio seguro y acogedor donde los adultos mayores puedan socializar,

interactuar y formar nuevas amistades, organizando actividades grupales que fomenten la participación y el sentido de pertenencia.

### **Objetivo**

Ideas de modelo de emprendimiento con enfoque integral para el club vida plena, ofrecer un espacio donde los adultos mayores de la verdea pabellón y veredas aledañas puedan pasar un día, participando de actividades sociales y recreativas y que sean de bienestar para cada uno de los adultos que asistan combinando servicios de cafetería y entretenimiento como juego de boli rana, mini tejo, parques, ajedrez. Domino. Servicios de cuidado personal como, terapia física, actividad física y talleres que generen ingresos futuros para el club y ellos

Adultos mayores en edades entre 60 en adelante que buscan un rato de esparcimiento y compartir conocimientos y experiencias vividas, nuestro club vida plena se proyecta a iniciar con un mínimo de 15 personas e ir expandiéndonos a más veredas para llegar a un estimado de 60 integrantes.

### **Impacto Esperado**

El impacto esperado de nuestro club vida plena no solo es mejorar la calidad de vida de cada uno de los adultos mayores, sino que también impactemos positivamente en nuestros adultos, con cada una de las actividades que tenemos para ellos, el éxito de este va a depender de la planificación de las actividades e inclusión de los aliados estratégicos como la alcaldía y que tengamos una participación de los miembros.

### **Impacto Social y Económico**

Red de apoyo: El club busca la creación de un espacio de convivencia y amistad donde reduzcamos el aislamiento social, combatiendo así la soledad ya que es un problema común en la tercera edad, donde ayudemos a mejorar el bienestar emocional.

Promoción del envejecimiento activo: A través de actividades físicas, cognitivas y recreativas donde en el club estimulemos un estilo de vida activo y saludable.

El club creara un ambiente inclusivo y acogedor donde los adultos mayores se sientan valorados y que se sientan parte de una comunidad.

Oportunidad de emprendimiento: Buscamos la creación de espacios donde ellos adultos mayores puedan realizar sus actividades físicas, terapias y actividades de ocio y puedan así generar también un pequeño ingreso por medio de los talleres.

Generación de empleo: El club creara puestos de trabajo para profesionales en áreas como la recreación y la administración.

El club ofrecerá actividades como talleres, donde vamos a atraer clientes y generar así la demanda de los demás servicios.

### **Innovación Social (Desing Thinking)**





La matriz dofa es una herramienta estratégica y ampliamente utilizada para evaluar proyectos y organizaciones, permitiendo identificar tanto aspectos internos como externos que influyen en su desarrollo. En el caso de Club Vida Plena está enfocado en mejorar la calidad de vida de los adultos mayores a través de actividades de salud, educación, cultura y emprendimiento, el análisis dofa fue fundamental para estructurar un plan estratégico integral que asegure su sostenibilidad y éxito a largo plazo considerando su evaluación interna en la cual se analizaron las capacidades, recursos y ventajas competitivas del club, así como sus limitaciones y áreas de mejora. Del mismo modo su evaluación externa en la cual se examinaron las tendencias demográficas, sociales y económicas que impactan el envejecimiento activo, así como los retos externos que podrían influir en la operación del club. El desarrollo de estrategias a partir del cruce de las variables, se definieron las estrategias que aprovechan las fortalezas y oportunidades minimizando las debilidades y contrarrestando las amenazas.

Los resultados y hallazgos del análisis dofa nos revela aspectos clave para el éxito del club vida plena.

**Fortalezas y Oportunidades:** la disponibilidad de actividades enfocadas en el bienestar, el aprendizaje y la integración social se identifica como una ventaja competitiva que responde a la creciente demanda de servicios para adultos mayores.

**Debilidades y amenazas:** la sostenibilidad financiera inicial, la resistencia al cambio del algunos adultos mayores y la necesidad de personal especializado representan desafíos, sin embargo, estrategias como alianzas programas de sensibilización y modelos de negocios autosostenibles permiten afrontarlas con eficiencia.

**Figura 1***Empatía - Matriz Dofa*

<p> <b>Fortalezas</b> Características y habilidades favorables propias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepto innovador de bienestar integral para adultos mayores.</li> <li>- Actividades diversificadas como la actividad física, actividades de ocio terapia física y talleres.</li> <li>- Posibilidad de aliados para generar rentabilidad.</li> <li>- Espacios adecuados los cuales pueden generar un sentido de comunidad.</li> <li>- Fomentar la inclusión, participación activa y envejecimiento saludable.</li> </ul>	<p> <b>Oportunidades</b> Factores externos favorables.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El envejecimiento en la población aumenta la demanda para espacios para adultos mayores.</li> <li>- posibles convenios con gobiernos.</li> <li>- Tendencia global hacia el bienestar y la inclusión de adultos mayores.</li> <li>- potenciar la diversidad de actividades para atraer mas miembros y generar impacto en la comunidad.</li> </ul>
<p> <b>Debilidades</b> Carencias y limitaciones propias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de financiamiento inicial para infraestructura y actividades.</li> <li>-Dificultad para adaptar las actividades a distintos niveles de movilidad.</li> <li>- Dependencia de voluntarios o personal capacitado con disponibilidad limitada.</li> <li>- puede ser difícil atraer miembros e la etapa inicial por desconocimiento del proyecto.</li> </ul>	<p> <b>Amenazas</b> Factores externos desfavorables.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de interés o resistencia al cambio en algunos adultos mayores.</li> <li>- Competencia con otros centros o clubes.</li> <li>- Falta de conciencia en la sociedad sobre la importancia de estos espacios.</li> <li>- Dependencia de financiamiento externo o subsidiado.</li> </ul> <p>Activar Windows Ve a Configuración para activar Windows</p>

*Fuente. Autoría Propia*

### Estrategias Basadas en Análisis dofa

#### Estrategias (Fortalezas + Oportunidades)

Aprovechar alianzas con entidades de salud y bienestar para ofrecer más programas de calidad.

Potenciar la diversidad de actividades para traer más miembros y generar así un impacto positivo.

Implementar programas de sensibilización sobre la importancia del envejecimiento activo.

#### Estrategias (Fortalezas + Amenazas)

Promover campañas de concienciación para así de esta manera combatir la resistencia al cambio.

Desarrollar estrategias de marketing para diferenciarse de las posibles competencias.

Buscar patrocinios y apoyo financiero para reducir de esta manera la dependencia de subsidios.

#### Estrategias (Debilidades + Oportunidades)

Capacitar voluntarios y personal en enseñanza adaptada para adultos mayores.

Gestionar financiamiento mediante los artículos creados en los talleres de artesanía.

Implementar la idea de negocio como modelo de negocio autosostenible.

#### Estrategia (Debilidades + Amenazas)

Mejorar la accesibilidad de las instalaciones para así evitar la exclusión de las personas de la tercera edad.

Diseñar programas atractivos para generar mayor interés y compromiso de los participantes.

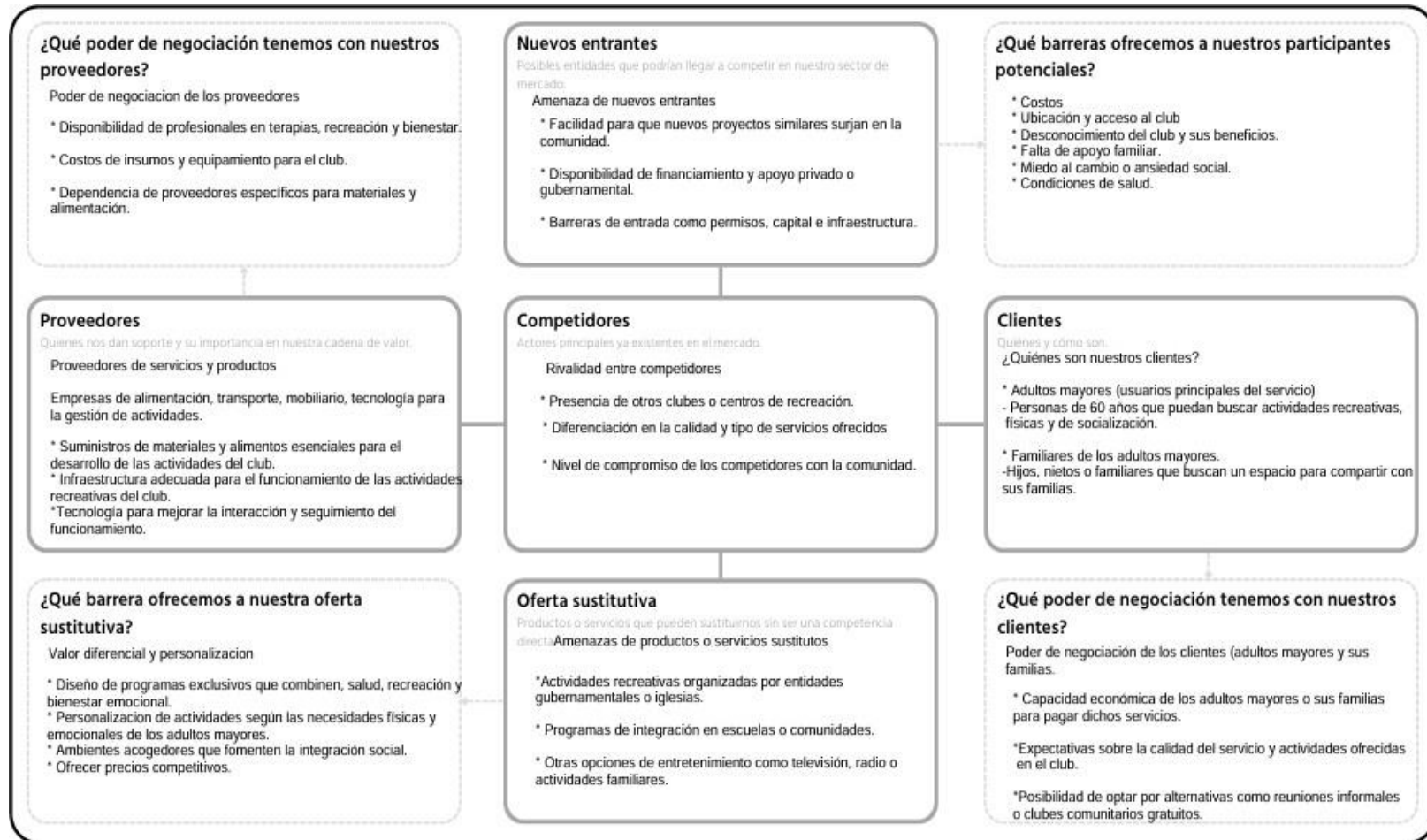
Evaluar continuamente las necesidades de los miembros para ajustar de esta manera la oferta del club.

El Club Vida Plena tiene un alto potencial de éxito, pero requiere de una planificación estratégica para superar los desafíos financieros, atraer miembros y consolidar alianzas que garanticen su sostenibilidad.

En el desarrollo del proyecto de emprendimiento del Club Vida plena está orientado a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores a través de actividades recreativas, terapéuticas, y de integración social, para el cual se llevó el proceso de testeo para poder evaluar el impacto y la viabilidad de las estrategias implementadas a través de esta fase, donde se identificó los aspectos que funcionan como la terapia física , la socialización y los talleres de manualidades, así como también las oportunidades de mejora en la variedad de actividades flexibilidad horaria y comunicación con los beneficiarios , además se exploraron las inquietudes recurrentes entre los participantes y se recopilaron propuestas innovadoras, como la creación de un huerto comunitario , la organización de excursiones y la implementación de un programa de voluntariado , estos hallazgos permiten fortalecer y optimizar el proyecto, asegurando su alineación con las necesidades y expectativas de la comunidad.

Figura 2

Definición - Diagrama de Porter



Fuente. Autoría Propia

Poder de negociación de los proveedores: Existe una dependencia de los proveedores específicos especialmente en áreas como alimentación, transporte y servicios de bienestar, lo que nos puede afectar los costos y disponibilidad de recursos, estrategias como la diversificación de proveedores y la negociación de acuerdos a largo plazo nos puede ayudar a mitigar este riesgo.

Amenaza de nuevos entrantes: La facilidad para la creación de nuevos proyectos similares en la comunidad representa un reto, sin embargo, el respaldo gubernamental y las alianzas estratégicas que podamos lograr va a fortalecer la competitividad del club y diferenciarlo así de otras iniciativas emergentes.

Poder de negociación de los clientes: Los adultos mayores y sus familias tiene un alto poder de decisión, ya que pueden optar por brindar a sus familiares estos espacios que se ofrecen en el club para esto es clave ofrecer un servicio diferenciado, accesible y con valor agregado en términos de bienestar y socialización.

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Actividades organizadas por familias, iglesias, o programas comunitarios gratuitos pueden llegar a representar una alternativa al club, para contrarrestarlo se debe destacar los beneficios únicos del club, brindando una infraestructura adecuada y programas estructurados de actividades y servicios.

Rivalidad entre competidores: La presencia de otros clubes y centros recreativos en la comunidad nos exigirá diferenciación en calidad y tipo de servicios, el nivel de compromiso y cercana con la comunidad será un factor clave para el club Vida plena para mantener la preferencia de los usuarios.

La lluvia de ideas presentada es una herramienta fundamental para la generación creativa de soluciones que respondan a las necesidades e intereses de los adultos mayores en el contexto

del club vida plena. Este proceso de ideación nos permite explorar y proponer actividades, servicios y estrategias que fomenten el bienestar integral, la inclusión social, el desarrollo personal y el envejecimiento activo de cada uno de los miembros del club.

La aplicabilidad de esta herramienta al proyecto radica en su capacidad para identificar oportunidades innovadoras y relevantes que enriquezcan la oferta del club. Cada una de las ideas se enfocan en aspectos esenciales como la salud, la recreación, el aprendizaje continuo, el emprendimiento y la integración comunitaria, alineándose con los objetivos del club vida plena con el fin de mejorar la calidad de vida de los adultos mayores y del mismo modo fortalecer su rol activo dentro de la sociedad.

Este ejercicio también facilita priorizar y estructurar las actividades según su impacto, viabilidad y sostenibilidad, permitiendo así desarrollar un plan de acción integral que responda de manera efectiva a las expectativas y necesidades del público objetivo.

Figura 3

## Ideación - Lluvia de Ideas



Fuente. Autoría Propia

Cada una de estas ideas puede implementarse de manera independiente o combinarse para crear un club integral con impacto positivo en la comunidad. Estas 23 ideas de emprendimiento presentadas para el Club Vida Plena se agrupan en cinco categorías principales las cuales son salud y bienestar, educación, tecnología, arte y cultura, economía, emprendimiento y comunidad voluntariado.

Para garantizar su sostenibilidad se tienen presente las siguientes recomendaciones. promover la participación activa para evitar la deserción y así poder fomentar el sentido de la comunidad.

Iniciar con actividades de alta viabilidad y bajo costo, como lo son los talleres de arte, actividad física, caminatas ecológicas, incentivos para la cafetería entre otras.


La clave está en equilibrar el impacto social con rentabilidad económica, asegurando que el club no solo beneficie a sus miembros, sino que también pueda mantenerse y crecer a largo plazo.

Figura 4

Prototipado - Poster

# CLUB VIDA PLENA


Bienestar, Aprendizaje y comunidad  
para una Vida Activa



Club Vida Plena representa un espacio vibrante y acogedor para adultos mayores, destacando actividades como bienestar, educación, cultura y emprendimiento.

Sus Beneficios: Integración social, desarrollo personal, autonomía y recreación.

CORREO: [jmjimenezg@unadvirtual.edu.co](mailto:jmjimenezg@unadvirtual.edu.co) / [ytvelab@unadvirtual.edu.co](mailto:ytvelab@unadvirtual.edu.co)  
 CELULAR: 3134514401 / 3112778376







Fuente. Autoría Propia

Por medio del poster representamos lo que queremos para nuestro Club Vida Plena trabajar con adultos mayores participando en las diferentes actividades como lo es actividad física, manualidades, talleres, actividades ocio, terapia física entre otras en un ambiente apropiado donde la comunidad tenga acceso, Con esto queremos transmitir de manera clara y atractiva la esencia de nuestro emprendimiento.

Le incorporamos un código QR para facilitar el acceso a más información, este poster tiene una gran diferenciación mediante elementos únicos con actividades innovadoras y con beneficios exclusivos, esta herramienta es muy efectiva para poder promocionar el club vida Plena y así atraer nuevos miembros.

Figura 5

## Testeo - Apuntes de Testeo

<p> <b>¿Qué funciona?</b></p> <p><b>Actividades recreativas y físicas:</b> Los adultos mayores podrán disfrutar de sesiones de terapia física, destacando así un impacto positivo en la salud física y sus estados de ánimo.</p> <p><b>Ambiente de socialización:</b> Los asistentes a nuestro club disfrutarán de un espacio donde se van a sentir acompañados y van a tener la oportunidad de compartir con otras personas.</p> <p><b>Talleres de manualidades:</b> Estas actividades estarán enfocadas a la generación de ingresos tanto como para el club, como para las personas que deseen inscribirse a los talleres que el club desea implementar.</p> <p><b>Organización y atención del equipo:</b> La amabilidad y el acompañamiento del personal serán aspectos a destacar por parte de las personas asistentes a nuestro club.</p> <p><b>Accesibilidad en los espacios:</b> Ofreceremos instalaciones cómodas y seguras para nuestros asistentes.</p>	<p> <b>¿Qué se puede mejorar?</b></p> <p><b>Mayor variedad de actividades:</b> Se evaluará incluir más opciones como expandir los juegos de ocio a medida que el negocio vaya creciendo y nos vayan dando ideas los mismos asistentes.</p> <p><b>Horarios más flexibles:</b> Estudiaremos el tema de los horarios de atención para ajustarnos así a las rutinas que cada persona vaya eligiendo.</p> <p><b>Mejor comunicación:</b> Sobre las dudas de como inscribirse y de los beneficios que ofrecera el club, se sugiere mejorar la informacion a traves de volantes, grupos de whatsapp y redes sociales</p> <p><b>Facilidades de transporte:</b> Algunos adultos mayores de veredas retiradas tendran dificultades de transporte, por parte del club se gestionara conseguir un transporte del cual los asistentes se haran cargo del pago.</p> <p><b>Mayor participacion de familiares:</b> se sugerira actividades donde se incluyan los familiares de los adultos mayores que quieran integrarsen y compartir con sus familias.</p>
<p> <b>¿Qué preguntas nos hacen?</b></p> <p><b>¿Como puedo inscribirme oficialmente en el club?</b> Se explicará mejor el proceso mediante folletos y redes sociales.</p> <p><b>¿El club tiene algún costo?</b> Aclarar que no tendremos costos de inscripción para ingresar al club y tendremos actividades que si tendrán algún costo.</p> <p><b>¿Puedo traer a un amigo?</b> Cabe aclarar que al no tener costo de inscripción ni ingreso podrán asistir todas las personas que quieran compartir con sus adultos mayores.</p> <p><b>¿El club ofrecerá atención medica?</b> Se analizará la posibilidad de contar con personal en salud en ciertas actividades que se realicen.</p> <p><b>¿Hay algún requisito de edad para participar?</b> Será mayormente dirigido a mayores de 60 años, pero podrán asistir con sus familiares.</p>	<p> <b>¿Qué ideas nos proponen?</b></p> <p><b>Crear un huerto comunitario:</b> Donde los adultos mayores puedan sembrar y cosechar ciertos tipos de plantas.</p> <p><b>Hacer excursiones:</b> Se puede evaluar la opción de realizar salidas pedagógicas para salir de la rutina y explorar así nuevas experiencias.</p> <p><b>Tener un programa de voluntariado:</b> tener jóvenes que este realizando sus horas sociales donde nos puedan apoyar en las actividades que desarrolle el club.</p>

Fuente. Autoría Propia

Con la realización del testeo podemos confirmar el potencial que tiene nuestro club para adultos mayores vida plena, también podemos ver los ajustes necesarios que debemos realizar para que podamos garantizar su éxito y accesibilidad, implementando más actividades y comunicación logística esto nos permitirá optimizar la experiencia en cada uno de los adultos mayores y sus familias y así poder ampliar el alcance del club en la comunidad.

## **Estrategias de Mercadeo**

**Servicio:** El club Vida plena ofrece un espacio integral de bienestar dirigido principalmente a adultos mayores, con el propósito de promover un envejecimiento activo, saludable y socialmente enriquecedor, A través de diferentes actividades físicas y recreativas y de desarrollo personal, dentro de nuestro club ofreceremos sesiones de terapia física adaptadas a las necesidades de los asistentes, talleres de manualidades que estimulen la creatividad y que potenciaran la generación de ingresos, así como espacios de socialización diseñados para combatir la soledad y fomentar la convivencia, a diferencia de otros club de la zona nosotros nos enfocaremos en los adultos mayores donde ofreceremos servicios diseñados para ellos.

**Mercado objetivo:** El mercado objetivo del nuestro Club Vida plena estará conformado principalmente por adultos mayores de 60 años residentes inicialmente en la vereda pabellón y zonas cercanas del municipio de Ramiriquí, también se incluye sus familiares directos que busquen opciones de bienestar, acompañamiento y actividades de unión familiar para ellos y sus seres queridos.

### **Necesidades del Mercado:**

Mejorar la salud física y mental de muchos adultos mayores que requieren de espacios donde puedan tener un rato de esparcimiento y que puedan también realizar ejercicios adaptados a su condición física y que sea una ayuda también para prevenir enfermedades, mejorar su movilidad o simplemente mantener un buen estado emocional.

Existe en el mundo actual una necesidad por combatir la soledad y el aislamiento, para ello ofreceremos espacios seguros donde puedan compartir, interactuar y construir así nuevas amistades, los adultos mayores buscan talleres, cursos o simplemente actividades que les

permitan aprender, crear y sentirse útiles, estas son las necesidades que nuestro club vida plena quieren suplir a estos adultos mayores.

Comportamientos del mercado: Alta valoración del acompañamiento familiar muchos adultos mayores prefieren participar en actividades donde puedan asistir acompañados por sus familias, que haya un interés por nuestras actividades como los talleres, las terapias físicas y los diferentes juegos que les aporte a mantenerse siempre activos.

Ofrecer una comunicación tradicional, aunque algunos adultos mayores no estén muy familiarizados con la tecnología, siguen prefiriendo la información recibida a través de volantes, llamadas telefónicas o mensajes, más que por una red social.

Nuestro club vida plena responde a estas características y necesidades, donde ofreceremos un servicio integral adaptado y cercano a su realidad, promoviendo un estilo de vida saludable y activo.

Competencia: Actualmente en la vereda de pabellón y en el municipio de Ramiriquí la oferta de un servicio similar al que ofreceremos en nuestro club es muy limitado ya que son clubes que no ofrecen el servicio más exclusivamente al adulto mayor.

Competencia directa: Programas de bienestar ofrecidos por entidades públicas, como alcaldías, centro de atención primaria en salud que ocasionalmente organizan actividades de recreación, jornadas de salud o programas de ejercicios para adultos mayores, aunque estas actividades suelen ser esporádicas y de corta duración y no se enfocan en un acompañamiento constante ni en la creación de comunidad.

Competencia indirecta: Programas de recreación para la población en general, existen clubes deportivos enfocados más a la rama del deporte en zonas cercanas, pero no están dirigidos específicamente a adultos mayores.

Análisis de aliados potenciales: Para fortalecer el impacto y sostenibilidad de nuestro Club Vida Plena, es fundamental establecer alianzas estratégicas con organizaciones y entidades que compartan el objetivo de promover bienestar a los adultos mayores.

### **Análisis de Aliados Potenciales**

#### **Entidades Gubernamentales:**

Alcaldía municipal Ramiriquí: Nos podrían apoyar con recursos, logística, espacios físicos y además podrían integrarse el club dentro de sus políticas de bienestar social y adulto mayor.

Secretaría de salud municipal o departamental: Podría ser una aliada para ofrecer talleres de promoción en salud, chequeos médicos básicos y asesorías en programas de un envejecimiento activo.

Institución colombiana de bienestar familiar: Aunque el enfoque de estas instituciones principalmente son la niñez y adolescencia, nos pueden apoyar en proyectos intergeneracionales y de fortalecimiento comunitario.

Gobernación de Boyacá: Puede incluir el proyecto en programas departamentales de envejecimiento activo y saludable.

#### **Organizaciones sin Ánimo de Lucro:**

Fundaciones enfocadas en adultos mayores: fundaciones como Saldarriaga concha, fundación Acción familiar que son organizaciones que financian proyectos de inclusión social, salud y recreación para adultos mayores.

**Sector Educativo:**

Universidades y colegios locales: Facultades de fisioterapia, trabajo social, psicología o educación física, que podrían enviar estudiantes para realizar prácticas o voluntariados, aportando conocimientos y dinamizando las actividades.

**Empresas Privadas**

Transportadoras locales: podrían ser aliados ofreciendo tarifas preferenciales para el traslado de adultos mayores a las actividades del club.

**Medios de Comunicación Locales:**

Emisoras comunitarias y periódicos regionales: Pueden colaborarnos difundiendo las actividades del club vida Plena y apoyando en campañas de sensibilización sobre el envejecimiento activo.

Formar alianzas con estas entidades no solo nos facilitaría recursos económicos y logísticos, sino que además nos ayudarían a consolidar la imagen de nuestro club Vida Plena como un proyecto sólido y comprometido con el bienestar comunitario.

**Tendencias del Mercado – Club Vida Plena*****Factores Sociales***

Envejecimiento de la población: La población adulta mayor en Colombia está creciendo de manera acelerada, esto se incrementa debido a la demanda de servicios enfocados en su bienestar, salud, recreación y participación social.

Cambio de mentalidad sobre el envejecimiento: Cada vez se reconoce más la importancia de un envejecimiento activo saludable, por lo que las familias buscan espacio de calidad donde sus adultos mayores se mantengan física y emocionalmente activos.

Mayor conciencia sobre la salud mental: Después de la pandemia se ha incrementado la atención sobre la necesidad de acompañamiento emocional y social para las personas mayores, reforzando así la importancia de los clubes como el nuestro, Vida Plena.

### **Factores Tecnológicos**

Uso creciente de la tecnología en adultos mayores: Aunque con ciertas limitaciones cada vez más adultos mayores utilizan celulares y aplicaciones básicas como WhatsApp, esto abre oportunidades para integrar comunicaciones digitales sencillas.

Acceso a plataformas de bienestar: Existen múltiples recursos en línea para diseñar rutinas de ejercicio, talleres de manualidades o sesiones de relajación que el club podrán adaptar fácilmente a sus actividades.

### **Factores Económicos**

Limitaciones de ingreso en población rural: Muchos adultos mayores del área rural pueden tener ingresos limitados, para lo cual se esencial que los servicios que ofrecemos sean a un bajo costo que podamos buscar así alianzas para que aseguremos el éxito a la accesibilidad de nuestro Club Vida Plena.

Disponibilidad de fondos para proyectos sociales: Existen programas de financiamiento nacional destinados a emprendimientos sociales, bienestar comunitario y envejecimiento activo que el club podrá aprovechar.

### **Factores Regulatorios**

Políticas públicas sobre envejecimiento y vejez: Colombia cuenta con normativas como la política de envejecimiento y vejez que promueve la creación de espacios de participación y bienestar para adultos mayores, lo que respalda y legitima proyectos como nuestro Club Vida Plena.

Regulación sanitaria: Si nuestro club va a ofrecer actividades físicas o terapias, debemos garantizar que esta cumpla con las normas básicas de salud y seguridad, como contar con un personal que este capacitado para cumplir con este tipo de servicio.

El club vida plena se encuentra en un momento ideal para su desarrollo ya que las tendencias sociales y regulatorias apoyan su propuesta de valor, es clave adaptarse al contexto económico rural, aprovechar la tecnología de forma simple y buscar aliados que ayuden a mantener la sostenibilidad financiera del proyecto.

### **Objetivos de Marketing: Objetivos a Corto y Largo Plazo**

#### ***A Corto Plazo (Primeros 6 a 12 Meses)***

Dar a conocer el proyecto en la vereda pabellón y zonas cercanas, organizando eventos de lanzamiento y jornadas de puertas abiertas, utilizar medios locales como emisoras, redes sociales y afiches físicos.

Captar mínimo 30 adultos mayores activos inscritos, realizando campañas de sensibilización en el corregimiento, escuelas, iglesias y centros de salud.

Crear alianzas estratégicas con al menos 3 entidades locales, estableciendo convenios de colaboración con la alcaldía, centros médicos o empresas de la región.

Establecer una imagen de marca sólida, diseñando un logo, eslogan, identidad visual y redes sociales del proyecto.

#### ***A largo Plazo (2 a 5 Años)***

Consolidar al club vida plena como referente local de bienestar para adultos mayores y ser reconocidos en el municipio de Ramiriquí como el principal centro de actividades saludables para la tercera edad.

Ampliar la cobertura del proyecto a más veredas y municipios vecinos implementado nuevas sedes o jornadas móviles en zonas rurales cercanas.

Incrementar en un 50% el número de miembros activos y aumentar el número de usuarios mediante programas de referidos, beneficios familiares y eventos de fidelización.

Desarrollar nuevas líneas de servicios complementarios, incluyendo talleres productivos (manualidades, huerta comunitaria) jornadas de salud entre otros.

Lograr autosostenibilidad financiera obteniendo ingresos suficientes por talleres, por ventas de la cafetería, por la prestación del servicio de terapias.

### **Estrategias de Marketing Servicio Club Vida Plena**

Características del servicio del club vida plena el cual ofrece un servicio integral y personalizado dirigido a adultos mayores, con actividades centradas en el bienestar físico, mental emocional y social. En estas características podemos destacar el enfoque multidisciplinario en la cual resaltamos las actividades físicas, las actividades de ocio, emprendimiento y recreación esto con una adaptación de horarios, espacios seguros y con transporte accesible. Se idealiza la participación de los adultos mayores y además la creación como mentores talleristas o promotores mostrándoles un acompañamiento y un apoyo emocional con un espacio agradable para compartir vivencias y así poder fortalecer su autoestima.

Como aporte de valor social promovemos la inclusión social y combatimos el aislamiento, fomentando un envejecimiento activo y digno para cada uno de los integrantes generando oportunidades de emprendimiento y transmisión de saberes.

Para lograr un impacto más efectivo podemos crear microemprendimientos gestionados por los propios adultos mayores como ventas de productos, talleres pagos, ferias, rifas las cuales nos generarían ingresos y un sentido de pertenencia. Adicional incluir encuestas, foros y espacios

de retroalimentación para adaptar continuamente el servicio a las preferencias de los usuarios y porque no generar una red de alianzas estratégicas con la alcaldía del municipio, instituciones de salud, cultura y universidades para así de esta manera poder fortalecer la calidad y diversidad de las actividades. En si con estas estrategias se busca que el club vida plena no solo sea un espacio de encuentro, sino una plataforma de transformación social, donde los adultos mayores vivan con propósito, autonomía y reconocimiento.

### **Estrategia de Precios**

El club vida plena busca ser un servicio accesible para los adultos mayores de los diferentes contextos económicos, priorizando la inclusión y participación activa sin que el costo sea una barrera. La estrategia de precios se diseña teniendo en cuenta la realidad económica de los adultos mayores, ya que muchos de ellos viven con pensiones limitadas o sin ingresos fijos.

Para establecer precios justos y sostenibles debemos tener en cuenta los siguientes criterios.

Costo real de operación: en el cual encontramos el personal, materiales, alquiler de espacio, servicios entre otros.

Valor percibido: acá podremos ver que tan valoran los adultos mayores las actividades ofrecidas.

Análisis del entorno: identificaremos por medio de comparaciones de otros clubes similares, centros culturales y centros de servicios de adultos mayores en la comunidad.

Capacidad de pago del público objetivo: en este se tiene como objetivo realizar encuestas o entrevistas para poder conocer cuanto estarían dispuestos a pagar.

Modelo de precios escalonados

Tarifa completa: esta va dirigido para quienes pueden pagar el valor del servicio.

Tarifa reducida: en este plan va dirigido para los adultos con ingresos limitados la cual se validará con documentos básicos.

Acceso gratuito o con donaciones voluntarias este es para casos especiales, con apoyo de donaciones, patrocinios o voluntariado.

Bonos solidarios: el cual estaría apoyado por miembros o aliados que puedan donar mensualidades a los adultos de escasos recursos.

Descuentos por voluntariado: acá incluiríamos los adultos mayores que colaboren en talleres o actividades, recibirían un descuento sobre el valor a pagar por mes.

Maximizar el impacto social con donaciones y alianzas por medio de campañas de donaciones para así de esta manera poder financiar cupos sociales, del mismo modo podemos establecer convenios con entidades públicas como lo es la alcaldía o empresas con responsabilidad social que aporten al financiamiento de las actividades, adicional se podría implementar un fondo solidario que cuente con aportes voluntarios de participantes, familiares o aliados que quieran ser partícipes de este lindo club.

Club vida plena busca ofrecer precios inclusivos y sostenibles mediante una estrategia combinada que garantice el acceso a quienes más lo necesitan, sin comprometer la viabilidad del proyecto. Esto con el fin de ampliar el alcance del impacto social y así fomentar una comunidad más equitativa y solidaria.

### **Estrategias de Distribución y Promoción**

Para que el club vida plena logre impactar positivamente a la población adulta de la tercera edad es fundamental diseñar una estrategia de distribución la cual asegure el acceso, visibilidad y cercanía. Tenemos como canales y métodos clave para poder llegar al público objetivo los canales presenciales como lo son centros comunitarios y espacios públicos ya que

podemos ofrecer nuestros servicios y realizar jornadas de inscripción en las diferentes sedes comunales, adicional podríamos participar en eventos organizados por la alcaldía, hospital y otras entidades sociales, instalando módulos informativos del club con actividades gratuitas como muestra. Por otro lado, podemos implementar los canales digitales como lo son las redes sociales Facebook, WhatsApp, Instagram y YouTube con contenido adaptados para adultos mayores y sus familias, con estas redes podemos compartir testimonios, actividades y tutoriales gratuitos para atraer y fidelizar a nuestro público objetivo. Podemos aprovechar los medios tradicionales aún muy consumidos por las personas mayores como los son la radio local y el perifoneo comunitario.

La estrategia de distribución del club vida plena combina canales tradicionales y digitales, presenciales y virtuales comunitarios e institucionales para así poder garantizar un acceso amplio, inclusivo y constante al servicio, de esta manera fortaleceremos la presencia del club en el territorio y se facilitara su crecimiento sostenible y socialmente transformador.

### **Presupuesto de Marketing**

Se presenta una estimación del presupuesto de marketing para la promoción del club vida plena, disfrutando de estrategias clave que combinan medios digitales, tradicionales y comunitarios. El presupuesto está pensado para un periodo inicial de 6 meses.

**Tabla 1***Presupuesto de Marketing*

Presupuesto de Marketing		
Campañas publicitarias Digitales	Diseño gráfico para redes sociales (banners, flyers digitales)	400.000
	Publicidad en Facebook, WhatsApp, Instagram, you tube	60.000
	Creación y mantenimiento de página web básica	600.000
	Subtotal	1.060.000
Publicidad tradicional y Comunitaria	Impresión de volantes y afiches para el club	500.000
	Perifoneo comunitario (3 campañas)	
	Spots radiales en emisoras locales (2 meses)	300.000
	Subtotal	600.000
		1.400.000
Eventos y actividades presenciales	Organización de evento de lanzamiento (alquiler de espacio, refrigerios, logística)	1.000.000
	Muestras gratuitas en ferias o centros de adultos mayores (materiales, transporte)	
	Subtotal	600.000
		1.600.000
Alianzas y promoción institucional	Diseño y envío de propuestas (alcaldía)	
	Promoción de kits de presentación (informes, carpetas, tarjetas)	200.000
	Subtotal	300.000
		500.000
Total	Total, estimado del presupuesto de marketing de 6 meses es:	4.560.000

*Nota.* Desglosa los costos estimados para las diferentes estrategias de marketing

**Falta de Financiamiento Inicial o Insuficiencia de Recursos**

Riesgo, dificultad para sostener las actividades y adquirir materiales o pagar profesionales. Plan de contingencia, buscar convocatorias públicas y privadas de financiamiento social, implementar campañas de recaudación de fondos comunitarios (rifas, eventos, donaciones), crear alianzas con empresas locales que ofrezcan patrocinios.

### **Baja Captación de Participantes Adultos Mayores**

Riesgo, poca asistencia o interés en el club por desconocimiento o desconfianza. Plan de contingencia, realizar campañas informativas puerta a puerta con líderes comunitarios, organizar actividades de muestra donde los miembros puedan invitar conocidos, involucrar a las familias de los adultos mayores para promover su participación, adaptar actividades a los intereses reales de los adultos mayores tras encuestas o grupos focales.

### **Cambios en Normativas o Regulaciones Gubernamentales**

Riesgo, nuevas normas de salud o funcionamiento podrían limitar las actividades o exigir tramites adicionales, Plan de contingencia mantener una vigilancia activa de la normatividad vigente relacionada con actividades para adultos mayores, establecer contacto permanente con la alcaldía o secretaria de salud para estar actualizados, capacitar a los líderes de club sobre protocolos básicos de primeros auxilios y atención comunitaria.

### **Problemas de Sostenibilidad Operativa a Largo Plazo**

Riesgo, Dependencia excesiva de voluntarios o falta de un modelo económico claro para el club. Plan de contingencia, desarrollar talleres y actividades autofinanciables, buscar alianzas permanentes con instituciones educativas que ofrezcan voluntarios recurrentes, crear un fondo de emergencia para imprevistos.

### **Problemas de Salud de los Participantes**

Riesgo emergencias médicas durante actividades físicas o recreativas, Plan de contingencia contar siempre con un botiquín de primeros auxilios básico, tener un plan de emergencia claro y visible para traslado rápido a centros médicos, firmar consentimientos informados sobre la participación en actividades.

## Modelo de Negocio

El club vida plena nace como una iniciativa de emprendimiento social orientada a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores de la vereda pabellón y sus alrededores. A través de un modelo innovador de bienestar integral, donde buscamos ofrecer espacios de socialización, actividad física, recreación, ocio y aprendizaje, que respondan a las necesidades emocionales, físicas y sociales de esta población.

**Figura 6**

### Modelo de Negocio



*Fuente. Autoría Propia*

## **Socios Clave**

Los socios clave de club vida plena son organizaciones e instituciones que permiten desarrollar el proyecto, aportando valor social y asegurar su sostenibilidad en las cuales se destacan las entidades gubernamentales como las alcaldías, secretarías de salud y cultura, apoyo institucional, espacios físicos y su debida divulgación. ONG y fundaciones enfocadas en personas mayores que generen alianzas para este tipo de proyecto social y sus actividades conjuntas. Empresas con responsabilidad social en los que se destacan los patrocinadores y donantes. Hospitales creando talleres de bienestar y chequeos médicos.

Los proveedores de club vida plena son quienes ofrecen productos o servicios necesarios para poder operar con el club entre ellos tenemos a Proveedores de materiales recreativos y pedagógicos, empresas de alimentación saludable, proveedores de mobiliario adaptado, equipos de sonido e implementos de ejercicios, diseñadores gráficos y servicios de impresión, plataformas tecnológicas.

Tanto los socios como proveedores cumplen funciones clave para el funcionamiento del club vida plena facilitando sus recursos económicos, físicos y humanos, ofreciendo sus servicios especializados y aportando experiencias y respaldo en temas sociales y de un envejecimiento activo, de igual manera proporcionando insumos y herramientas necesarias para desarrollar las diferentes actividades para poder mantener una operación diaria fortaleciendo de esta manera la credibilidad e impacto del club.

## **Estrategias Clave**

Participación comunitaria desde el inicio involucrando a líderes veredales, familias y adultos mayores en la planeación y toma de decisiones del club, llevando un modelo de

acompañamiento personalizado y un registro de seguimiento físico, emocional y social de cada participante, dando un asesoramiento individual según sus necesidades.

### **Herramientas Clave**

Enfoque integral ya que no solo se promueve la actividad física, sino que también el bienestar emocional, la participación social y la conexión con otras personas de su edad, realizando actividades diseñadas para reforzar los vínculos familiares y comunitarios, adaptación al entorno rural, el club entiende las costumbres tiempos y necesidades del contexto veredal, donde aprovechará y hará uso de los espacios naturales, y se hará un acompañamiento cercano y personalizado a cada participante ya que cada uno será visto como una persona integral con historias, capacidades y necesidades únicas, donde se realizará un seguimiento continuo al estado físico y emocional.

### **Propuesta de Valor**

El club vida plena se enfoca en resolver varios desafíos que enfrentan los adultos mayores, entre ellos está la soledad y aislamiento social, la falta de espacios inclusivos para el desarrollo personal, las pocas oportunidades que tienen para el ejercicio físico y mental adaptado y la escasez de actividades que reconozcan su experiencia y valor, finalmente la dificultad que tienen para acceder a servicios de recreación, formación y salud.

las necesidades que cubren nuestro servicio son las necesidades de pertenencia, como la amistad, comunidad, mantenerse activos física y mentalmente, necesidad de reconocimiento, propósito y autoestima, y de aprender cosas nuevas compartiendo saberes, brindándose un apoyo emocional y acompañamiento, con un acceso digno a actividades culturales, recreativas y de bienestar.

Se ofrecen:

Actividades de ocio, (boli rana, canchas de tejo, juegos de mesa)

Apoyo emocional y acompañamiento permanente.

Talleres de manualidades memoria y recreación

Clases de actividad física suave y baile

Terapias físicas

Servicio de cafetería

### **Relación con los Clientes**

Boca a boca con respaldo comunitario aliándonos con líderes veredales, promotores de salud, docentes, juntas de acción comunal, visitas casa a casa con folletos e invitaciones personales, llegando a cada adulto mayor a que asistan a nuestro club y animarlos para que lleve un amigo o familiar, mediante eventos demostrativos gratuitos donde organizaremos jornada abiertas con actividades llamativas, música, baile y juegos tradicionales para que así podamos presentar lo que ofrecemos en nuestro club, dando campañas de sensibilización y salud emocional es importante promover el mensaje de que no es un lugar para ancianos, si no un espacio de vida, entretenimiento y relajamiento, se hará difusión local colocando afiches en tiendas, escuelas, iglesias, puestos de salud y paraderos, realizando un perifoneo con invitaciones en lenguaje claro y cercano y haciendo uso de grupos de WhatsApp veredales para enviar imágenes o videos cortos de las actividades.

Creando un ambiente cálido y familiar donde se dé un trato cercano, respetuoso y alegre. Donde podrán celebrar cumpleaños y fechas importantes y que cada persona se sienta escuchada y valorada, se ofrecerá variedad y dinamismo en las actividades con diferentes programas para evitar la monotonía, donde incluyamos actividades según los intereses de los participantes como

música, cocina, juegos, paseos, etc. Involucrar a la familia invitando a los hijos, nietos a algunas actividades o eventos especiales, donde podamos mostrar avances de sus familiares mayores y así podamos fortalecer su orgullo y apoyo.

## **Medios**

Las propuestas del club vida plena llegan a los adultos mayores y sus familias a través de diferentes canales pensados para maximizar el alcance, teniendo en cuenta sus hábitos de comunicación y movilidad, como lo son las visitas informativas a barrios y veredas del municipio y así mismo las recomendaciones del voz a voz entre vecinos, familias y cuidadores otro gran aliado son las redes sociales como lo son WhatsApp, Facebook, Instagram entre otras, finalmente tenemos aliados estratégico en los cuales se encuentran la alcaldía y el hospital.

Los medios más efectivos para llegar al público objetivo son

Facebook y WhatsApp: por su uso frecuente entre adultos mayores y sus familias.

Volantes, afiches y perifoneo comunitario: este funciona muy bien en barrios, ferias y centros de salud.

Promotores comunitarios: personas de confianza que explican el proyecto directamente.

Radio local: especialmente útil en zonas rurales o con acceso limitado a internet.

Referidos familiares: cuando los hijos o cuidadores inscriben o recomiendan el club.

Actividades gratuitas de muestra: la cual permitirá vivir la experiencia antes de comprometerse.

## **Segmentos de Mercado**

Su perfil, Adultos mayores de la vereda pabellón y zonas cercanas, personas mayores de 50 años principalmente, jubilados, campesinos y personas en situación de vulnerabilidad social y emocional, Hijos, nietos o cuidadores que vivan con ellos o se encarguen de su bienestar,

adicional tengan la necesidad de acompañamiento, recreación, sentirse útiles, tener una salud física y emocional activa con una conexión social llena de apoyo para el cuidado del adulto mayor, con espacios de respiro, tranquilidad y seguridad sobre su atención, mejorando así su comportamiento con conocidos cercanos a su hogar, de este modo valoran la atención cálida y personalizada. Con todo esto se buscan brindar un servicio confiable, con actividades que mantengan activos a sus seres queridos y reduzcan su aislamiento.

Nos dirigimos a adultos mayores rurales, principalmente de la vereda pabellón, que buscan mejorar su calidad de vida mediante actividades físicas, recreativas, sociales y productivas, en un entorno que promueve la dignidad, el respeto y la participación.

Los clientes más importantes para el club vida plena son aquellos adultos mayores que quieran participar directamente en las actividades y también en aquellas personas que influyan en sus permanencia y sostenibilidad, adultos mayores, ya que ellos son el corazón del proyecto y van a recibir directamente los beneficios del club, bienestar físico, emocional y social, su asistencia y satisfacción con nuestro club son clave para el éxito de emprendimiento, familiares influyen en la decisión de participación del adulto mayor brindando así un apoyo emocional, logístico y algunos casos apoyo económico y su respaldo es clave para la fidelización de los asistentes, entidades aliadas o colaboradoras como la alcaldía, centros de salud escuelas o fundaciones, aunque no son usuarios directos, aportan recursos, infraestructura, voluntariado o visibilidad al proyecto y son fundamentales para las sostenibilidad y crecimiento del club.

Valoran el trato respetuoso y humano, disfrutan tener una rutina diferente con actividades que le den alegría y sentido ya que se sienten parte de una comunidad que los cuida y reconoce, aprecian que el club ayude a mejorar su estado de ánimo y la salud del adulto mayor, sienten confianza en el equipo del club y ven en nuestro proyecto un aliado en el cuidado diario.

Alegría Por compartir con otros, participar en actividades y romper la rutina, a su vez con el acompañamiento Se sienten menos solos y más escuchados y con un valor personal el cual hace que se sientan que aún tiene mucho que aportar, que son útiles y tomados en cuenta lo que los motiva por aprender, moverse y así tener un propósito cada semana.

### **Estructura de Costes**

Herramientas más costosas: tenemos equipamiento y mobiliario adaptado en la cual tenemos sillas ergonómicas, materiales de terapia, implementos para actividades físicas adaptadas. Tecnología y plataformas digitales en la cual están las páginas web, mantenimiento de redes y material pedagógico y recreativo en los que se encuentran los insumos para talleres artísticos, culturales y recreativos.

Estrategias más costosas: en las cuales se encuentran los eventos presenciales y activaciones comunitarias, las campañas publicitarias digitales y tradicionales.

Canales más costosos: en este canal tenemos las redes sociales administradas profesionalmente en las que se encuentran diseño gráfico, publicidad pagada, tenemos la radio y medios tradicionales las cuales se encargan de la producción y emisión de cuñas radiales o notas en prensa local.

### **Fuentes de Ingreso**

El club vida plena puede generar ingresos a través de diferentes fuentes que equilibran sostenibilidad económica e impacto social mediante cuotas mensuales accesibles de cada uno de los participantes en este caso los adultos mayores, eventos especiales con costos simbólicos como lo son los talleres, ferias o encuentros temáticos, adicional tenemos las donaciones voluntarias de familias, empresas o comunidad en general. Por otro lado, tenemos las alianzas con entidades públicas y las ventas de los productos hechos por cada uno de los participantes.

Dado el enfoque social del proyecto, el valor percibido y la capacidad económica de los adultos mayores, se puede estimar con una cuota mensual entre \$50.000 y \$70.000 esto va dependiendo del acceso, tipo de actividades. Eventos o talleres especiales desde \$20.000 hasta los \$50.000 con descuentos por inscripción anticipada o para grupos.

## Proyección Operativa y Financiera

### Tamaño del Proyecto

El club vida plena contará con una capacidad instalada para atender inicialmente a 100 adultos mayores de manera simultánea, con proyección de crecimiento al segundo año, el servicio se prestará en un espacio físico de aproximadamente 2000 metros cuadrados, adecuado para actividades recreativas, deportivas, de socialización y talleres.

**Tabla 2**

#### *Capacidad Instalada*

Conceptos	Unidad de medida
Áreas comunes, (salones y cafetería)	1600 m <sup>2</sup>
Espacio al aire libre, (cancha de tejo)	400 m <sup>2</sup>
Total	100%

*Nota.* Presenta el espacio físico disponible para el funcionamiento del proyecto

### Ficha Técnica del Servicio

La tecnología empleada incluirá equipos básicos de ejercicio físico, audiovisuales para talleres y actividades culturales y un sistema de gestión de usuarios para la administración y la programación de las actividades.

El club vida plena ofrecerá: talleres de manualidades memoria y recreación, clases de actividad física suave y baile, espacios de socialización y acompañamiento emocional, actividades de ocio (boli rana, canchas de tejo, juegos de mesa), terapias físicas.

Infraestructura requerida: se contará con una finca que se encuentra ubicada en la vereda pabellón la cual cuenta con un espacio al aire libre donde se ubicaran las 3 canchas de tejo, un

salón para las 6 boli ranas, 1 salón para los juegos de mesa, (ajedrez, parques y domino), un salón para desarrollar la actividad física y adicional para las terapias físicas se contara con un área de bar y cafetería.

La siguiente tabla detalla los equipos y elementos operativos necesarios para la puesta en marcha y funcionamiento óptimo del club vida plena, estos recursos han sido seleccionados cuidadosamente para ofrecer actividades recreativas, terapéuticas y de integración social, dirigidas especialmente a la población objetivo del club. La lista incluye tanto maquinaria básica como mobiliario y materiales didácticos esenciales para el desarrollo de programas de bienestar, salud física y mental, asegurando un ambiente adecuado, seguro y estimulante para todos los participantes. Además, se especifican las cantidades requeridas, el valor unitario y el costo total estimado de cada ítem, lo cual permite dimensionar la inversión inicial necesaria para este componente operativo del proyecto.

**Tabla 3***Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Boli ranas	6	450.000	2.700.000
Cancha de tejo	3	250.000	750.000
Proyector	1	900.000	900.000
Multimedia			
Mesas y sillas	20	180.000	3.600.000
Equipo de sonido	1	900.000	900.000
Juegos de mesa (parques, ajedrez, domino.	9	95.000	285.000
Material didáctico	10	25.000	250.000
Camilla terapeuta	1	400.000	400.000
Total			9.785.000

*Nota.* Se detalla el inventario necesario para operar el proyecto

Para el adecuado funcionamiento administrativo del proyecto club vida plena, se ha definido una dotación básica de equipos de oficina que permitirán garantizar la eficiencia operativa, organización documental y óptimas condiciones laborales para el personal. La selección de estos elementos responde tanto a criterios de funcionalidad como a la relación costo beneficio, buscando cubrir las necesidades iniciales del emprendimiento sin comprometer su sostenibilidad financiera, la dotación incluye lo siguiente.

**Tabla 4***Descripción Equipos de Oficina*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	1	1.800.000	1.800.000
Impresora	1	800.000	800.000
Escritorio	2	420.000	840.000
Silla ergonómica	2	250.000	500.000
Archivador	1	300.000	300.000
<b>Total</b>			<b>4.240.000</b>

*Nota.* Inventario de equipos necesarios para el funcionamiento de la oficina

El éxito del club vida plena depende en gran medida de la calidad y compromiso del equipo humano que lidera y ejecuta sus actividades. La siguiente tabla presenta la estructura organizativa prevista, especificando los cargos, funciones principales, así como los costos asociados a su contratación, el equipo está conformado por profesionales y personal de apoyo clave para garantizar la operación eficiente del club, cubriendo áreas de coordinación general, instrucción física, terapia, administración y servicios generales. Además, se detalla el salario básico, las prestaciones sociales y el costo total por cada miembro, lo cual permite proyectar de manera clara el presupuesto destinado al recurso humano.

**Tabla 5***Conformación del Equipo de Trabajo*

Cargo	Descripción	Sueldo básico	Prestaciones sociales	Total, con prestaciones
Coordinador general	Responsable de la dirección general, supervisión de actividades, coordinación del equipo y gestión administrativa y operativa del club	\$1.240.000	\$380.000	\$1.620.000
Instructor actividad física	Encargado de planear y ejecutar las sesiones de actividad seguimiento al proceso de los participantes y fomentar buenos hábitos.	\$ 1.200.000	\$360.000	\$ 1.560.000
Terapeuta medio tiempo	Brindar atención de terapia física	\$1.000.000	\$ 300.000	\$ 1.300.000
Asistente administrativo	Apoya en la gestión de atención al cliente, control de agenda y soporte logístico-administrativo del club.	\$ 1.200.000	\$ 360.000	\$ 1.560.000
Auxiliar servicios generales	Responsable de la limpieza mantenimiento de las instalaciones y apoyo logístico en eventos y actividades del club.	\$ 1.000.000	\$ 300.000	\$ 1,300.000
Total		7.340.000		

*Nota.* Detalla los cargos, funciones y costos del personal del proyecto

La sostenibilidad financiera del club vida plena requiere una clara identificación y control de los diferentes tipos de costos asociados a su funcionamiento mensual, la siguiente tabla detalla los costos fijos variables, indirectos y directos, proporcionando un panorama completo de las obligaciones económicas que implica la operación del club. Este análisis permite planificar adecuadamente los recursos necesarios y asegurar la viabilidad del proyecto a mediano y largo plazo, se destacan los costos administrativos, de arrendamiento, insumos, servicios públicos y

remuneraciones del personal operativo, que en conjunto conforman el total de los gastos mensuales proyectados.

**Tabla 6**

*Costos*

Tipo de costo	Descripción	Monto mensual
Costos fijos	Sueldos administrativos	3.180.000
	Arriendos	1.200.000
Costos variables	Materiales, insumos	500.000
Costos indirectos	Servicios públicos, internet	300.000
Costos directos	Sueldos instructores, mantenimiento	4.160.000
Total, costos		9.340.000

*Nota.* Resume los costos mensuales del proyecto

Para asegurar una puesta en marcha ordenada y eficiente del proyecto club vida plena, se ha diseñado un cronograma detallado de actividades con sus respectivas fechas de inicio y finalización, responsables asignados y metas alcanzables. Este cronograma contempla desde los aspectos legales y administrativos iniciales, hasta la evaluación operativa posterior al lanzamiento.

Las actividades estas organizadas de manera secuencial e incluyen el registró legal de la empresa, la adecuación de las instalaciones, la compra de equipos y materiales, la contratación y capacitación del personal, el diseño e implementación del plan de marketing, y finalmente el

lanzamiento oficial y la evaluación de operaciones. Cada una de estas etapas está liderada por responsables claramente definidos, lo que facilita el seguimiento y control de los avances, garantizando que el proyecto inicie de forma estructurada y cumpla con los objetivos propuestos.

**Tabla 7***Cronograma de Actividades*

Actividad	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Meta alcanzable
Registro legal de la empresa	Coordinador general	01/06/2025	10/06/2025	Empresa registrada legalmente
Adecuación de las instalaciones	Coordinador general	05/06/2025	20/06/2025	Espacio físico adecuado y funcional
Compra de equipos y materiales	Asistente administrativo	10/06/2025	25/06/2025	Equipos listos para operar
contratación de personal	Coordinador general	15/06/2025	30/06/2025	Personal completo Contratado
Diseño e implementación de plan de marketing	Coordinador general	20/06/2025	05/07/2025	Estrategias de promoción implementada
Capacitación del personal	Coordinador general	01/07/2025	10/07/2025	Personal Capacitado
Lanzamiento y apertura oficial	Todo el equipo	15/07/2025	15/07/2025	Club inaugurado y en funcionamiento
Evaluación inicial de operaciones	Coordinador general	01/08/2025	05/08/2025	Informe de ajustes operativos iniciales

*Nota.* Presenta las actividades principales para la puesta en marcha del proyecto

**Proyecciones de Ingresos**

Para estimar los ingresos esperados del proyecto club vida plena, se realizó un análisis de la demanda basado en una población objetiva de 100 personas. Se proyecta que cada usuario adquiera al menos una membresía mensual, lo que representa un consumo promedio constante.

Considerando diferentes rangos de paquetes de servicio, con valores de \$50.000 el cual incluye ingreso a las mesas de juego. El paquete de \$70.000 incluye ingreso a canchas de tejo, participación de talleres de manualidades, juegos de mesa y el paquete de 120.000 incluye el ingreso a actividades de ocio (boli rana, canchas de tejo, juegos de mesa), apoyo emocional, talleres de manualidades, clases de actividad física, baile y terapias físicas. Todo esto con una

captación del 80% del mercado, en el cual se calcula una demanda potencial de 80 membresías mensuales.

Esta proyección proporciona una base sólida para estimar los ingresos mensuales del club y así poder evaluar su viabilidad financiera, permitiendo definir estrategias realistas y sostenibles en función del comportamiento esperado del mercado objetivo.

### **Tabla 8**

#### *Cálculo de la Demanda*

Población objetivo	100 personas
Consumo promedio (mensual o anual)	1 membresía mensual
Total, consumo	40.000
Paquetes	20 = 50.000 15 = 70.000 10 = 120.000
Total, consumo paquetes	3.250.000
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	80%
Total, demanda potencial	80 membresías

*Nota.* Se estima la demanda del servicio

Las proyecciones de ventas son fundamentales para estimar la viabilidad y el crecimiento económico del club vida plena, la siguiente tabla presenta las unidades proyectadas de membresías vendidas durante el primer año de operación, con un incremento progresivo que refleja tanto la consolidación del club en el mercado con la fidelización de sus usuarios, esta información permite prever los ingresos mensuales y facilita la toma de decisiones estratégicas en cuanto a inversiones, expansión y sostenibilidad financiera del proyecto.

**Tabla 9***Proyecciones de Ventas (Unidades)*

Año 1	Membresías	Paquetes
Enero	50	45
Febrero	55	45
Marzo	60	45
Abril	70	45
Mayo	75	45
Junio	75	45
Julio	70	45
Agosto	75	45
Septiembre	80	45
Noviembre	85	45
Diciembre	90	45
Total	785	540

*Nota.* Muestra las ventas estimadas mes a mes

La siguiente tabla nos detalla los principales componentes financieros, como costos fijos variables, precios de venta y margen de utilidad, concluyendo así que el club debe alcanzar la venta de 94 unidades para lograr el equilibrio económico en su primer año de operación, este dato es esencial para la planificación estratégica y la proyección de sostenibilidad del proyecto de emprendimiento.

**Tabla 10***Punto de Equilibrio*

	Año 1
Total, costos fijos	3.180.000
Total, costos variables	500.000
Número de unidades	80
Costo total promedio unitario	9.340.000
Costo promedio unitario	116.750
Costo variable unitario	6.250
Precio de venta sin IVA	40.000
Precio de venta con IVA	47.600
Margen de utilidad promedio	33.750
Punto de equilibrio en unidades	94 unidades

*Nota.* Calcula el punto de equilibrio para el primer año

**Proyecciones Ingresos por Ventas**

La presente tabla de proyecciones de ingresos por ventas refleja el comportamiento estimado de las membresías vendidas mensualmente durante un año, con un precio unitario de \$40.000 con el cual se proyecta una tendencia de crecimiento sostenido, iniciando con 50 membresías en enero y alcanzando las 90 en diciembre, lo cual representa un aumento gradual de la captación del mercado objetivo. Este análisis nos permite prever ingresos totales anuales por un valor de \$31.400.000 proporcionando una base sólida para la planeación financiera y la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

**Tabla 11***Proyecciones de Ingresos por Ventas (Mensual)*

	Ventas esperadas miles											
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Total, ventas	5.250	5.450	5.650	6.050	6.250	6.250	6,050	6.250	6.450	6.650	6.650	6.850
Descuentos por ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas netas	5.250	5.450	5.650	6.050	6.250	6.250	6,050	6.250	6.450	6.650	6.650	6.850
% de ventas a contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de ventas a crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

*Nota.* Muestra las proyecciones de ingresos por ventas de manera mensual para el primer año

La tabla de proyecciones de ingresos por ventas correspondientes al primer año presenta un panorama financiero claro y optimista para el proyecto. Se estima un total de ventas de \$70.400.000 sin aplicar descuentos, lo cual refleja ingresos netos equivalentes al total proyectado. Todas las ventas se realizaron bajo la modalidad de pago al contado (100%), eliminando riesgos asociados a créditos y mejorando el flujo de caja del emprendimiento. Esta proyección financiera establece una base sólida para la planificación estratégica y la sostenibilidad del negocio en su etapa inicial.

**Tabla 12***Proyecciones de Ingresos Total*

	Año 1
Total, ventas	70.400.000
Descuentos por ventas	0
Ventas netas	70.400.000
% de ventas a contado	100%
% de ventas a crédito	0

*Nota.* Presenta las proyecciones anuales para el primer año

**Valor Total de la Inversión**

Para puesta en marcha del proyecto, se ha estimado una inversión total de \$23.775.000 distribuida en tres grandes rubros los cuales son activos fijos, adecuación de instalaciones y capital de trabajo. Dentro de los activos fijos se contemplan adquisiciones esenciales como maquinaria, equipo de oficina y mobiliario con un valor conjunto de \$12.975.000 la adecuación del espacio físico de producción representa una inversión adicional de \$1.000.000 y finalmente el capital de trabajo incluye los gastos legales de constitución, estrategias de marketing, arriendo del local y sueldos iniciales, sumando un total de \$9.800.000 podemos ver que esta planificación financiera garantiza una base operativa sólida para el inicio del negocio, asegurando tanto los recursos físicos como humanos necesarios para su funcionamiento.

**Tabla 13***Inversión Total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	4.235.000
	Equipo de oficina	3.500.000
	Muebles y enseres	5.240.000
Instalaciones y puesta en marcha	Adecuación del local o espacio de producción	1.000.000
	Gastos legales de constitución	500.000
	Marketing	760.000
	Arriendo	1.200.000
	Sueldos	7.340.000
Capital de trabajo		23.775.000
Total		47.550.000

*Nota.* Se detallan los componentes de la inversión total necesaria

Para puesta en marcha del proyecto, se ha estimado una inversión total de \$23.775.000 distribuida en tres grandes rubros los cuales son activos fijos, adecuación de instalaciones y capital de trabajo. Dentro de los activos fijos se contemplan adquisiciones esenciales como maquinaria, equipo de oficina y mobiliario con un valor conjunto de \$12.975.000 la adecuación del espacio físico de producción representa una inversión adicional de \$1.000.000 y finalmente el capital de trabajo incluye los gastos legales de constitución, estrategias de marketing, arriendo del local y sueldos iniciales, sumando un total de \$9.800.000 podemos ver que esta planificación financiera garantiza una base operativa sólida para el inicio del negocio, asegurando tanto los recursos físicos como humanos necesarios para su funcionamiento.

**Fuentes de Financiamiento**

Las fuentes de financiamiento de inversión para iniciar el club vida plena será con recursos propios por partes iguales de las socias - fundadoras del proyecto de emprendimiento, que proviene de ahorros personales y para completar el proyecto nos apalancaremos de un crédito con una entidad financiera.

## Conclusiones

La elaboración del presente plan de negocios permitió consolidar una visión clara y estructurada del proyecto club vida plena, identificando sus fortalezas, oportunidades y requerimientos clave para su puesta en marcha, lo cual evidencia su viabilidad técnica, operativa y financiera en el contexto comunitario al que está dirigido.

La integración de los diferentes componentes del trabajo va desde el análisis de mercado hasta las proyecciones financieras que nos permitió no solo que presentáramos una propuesta coherente y fundamentada si no generar una herramienta que sea útil para la toma de decisiones estratégicas y la búsqueda de apoyo institucional y financiera.

La elaboración del proyecto club vida plena permitió consolidar una propuesta de negocio viable y estructurada, que responde a una necesidad real de la población adulta mayor, integrando estrategias de bienestar físico, emocional y social con un enfoque sostenible y rentable.

A través del análisis financiero, operativo y de mercado, se evidencio que el proyecto cuenta con los recursos, proyecciones y fundamentos necesarios para su implementación, respaldando así su viabilidad y potencial de impacto en la calidad de vida de los beneficiarios.

### Referencias Bibliográficas

- Camacho Rodríguez, L. D., & Rodríguez Riaño, A. P. (Eds.). (2024). El perfil emprendedor. Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/>
- Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. [Objeto\_virtual\_de\_Informacion\_OVI]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. (2023). <https://hdl.handle.net/20.500.14352/18702>
- Perdomo Paredes, S., Molina Peralta, I., Lanza, L. C., & Hurtatis Leal, M. (2023). Estrategias empresariales: un caso de economía solidaria. Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/9789586519083>
- Vega Guerrero, J. (2019). "Propuesta de un modelo de competitividad para el emprendimiento social" La competitividad: visiones desde la investigación científica en ciencias económicas y administrativas. En: Colombia ISBN: 978-958-651-633-4 ed: Sello Editorial UNAD, v. , p.131 - 151 ,2019. <https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/view/114/111/561>
- Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social: A training model for developing social entrepreneurship = Un model formatiu per al desenvolupament de l'emprenedoria social. *Educator*, 57(1), 97–116. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153>

Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). Marketing: una versión gráfica. Universidad del Norte. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006)

Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (Il.) & Vicente Díaz, M. (Coord.).

(2021). Marketing para abogados.. Wolters Kluwer España. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778)

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). Marketing en redes

sociales. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

Sánchez de Puerta, P. (2019). Fundamentos del plan de marketing en

marketing. COMM025PO. IC Editorial. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250)