



NAMASTÉ

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

PAULA ANDREA CHAVEZ

LAURA VALENTINA RINCÓN

Asesor:

JUAN CARLOS CORREDOR

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C

Mayo 2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
LOGO	4
SLOGAN	4
MISIÓN	4
VISIÓN	4
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	5
MARCO REFERENCIAL.....	5
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO	12
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR.....	14
CAPITULO III: CANALES.....	16
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES	21
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVE	23
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES	25
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	26
CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO.....	30
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	32
Bibliografía.....	32



INTRODUCCIÓN

NAMASTÉ, es una empresa dedicada a prestar servicios enfocados en programas de salud mental y responsabilidad social desde la construcción de cuerpo y mente como agentes de sabiduría y autocuidado, entendiendo la importancia de visualizar al cuerpo como el templo del espíritu haciendo énfasis especial en la proyección de nuestros sentimientos y pensamientos a través del cuidado y los hábitos de nuestra vida cotidiana.

Existen cifras alarmantes sobre altos niveles de depresión y obesidad en las instituciones educativas, a lo que las áreas de psicología y educación física responden, más, sin embargo, desde la Cultura Física se quiere complementar y orientar el acompañamiento en esos procesos, brindando espacios de introducción a la meditación, clases de los diversos tipos de yoga y taichí desde el fitness y el acondicionamiento físico como clases extracurriculares o complementarias al pensum educativo.

Desde la facultad de Cultura Física Deporte y Recreación, a lo largo de los semestres se fueron brindando herramientas valiosas respecto al equilibrio entre cuerpo y mente, fundamentando su quehacer en la salud física y mental. Es por esto que existen diversas materias del pensum que nos brindaron información esencial para la construcción de la empresa, entre ellas están las siguientes: Expresión corporal y artística, aprendizaje y desarrollo motor, deportes de combate, psicología deportiva, artes dancísticas, psicomotricidad y pedagogía de la cultura física.



LOGO



SLOGAN

“Respira bienestar”

MISIÓN

La misión de la empresa NAMASTÉ es brindar un aprendizaje significativo en las instituciones educativas, sobre el autocuidado y la sabiduría corporal a través de clases extracurriculares de yoga, meditación y taichí dando lugar al fitness y al acondicionamiento físico para el desarrollo oportuno de las habilidades individuales de cada estudiante.

VISIÓN

La visión de la empresa NAMASTÉ consiste en lograr hábitos de vida saludable en la población estudiantil del grado sexto a once de la ciudad de Bogotá, disminuyendo los niveles de depresión y obesidad a través de diversas estrategias, que pretenden concientizar a los estudiantes sobre el autocuidado y la importancia de potenciar la dualidad de mente y cuerpo para hallar un equilibrio en las actividades diarias.



FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Recordar las raíces del ser humano, es una función que nos atañe a todos y no es solo volverlo un proceso más de una sociedad que da prioridad a las maquinas, sino trabajar por crear islas de resistencia, es decir, grupos de personas que sean capaces de explorar su cuerpo y su mente dentro de un equilibrio armónico para así hallar respuestas a las demandas de la vida cotidiana dentro de la ciudad.

El afán, el estrés y la depresión, no son más que los crueles resultados de una sociedad que no sabe respirar conscientemente, que no sabe valorar el poder del ahora como único tiempo existente, es una sociedad que toma a la ligera problemas que son de magnitud épica, como por ejemplo el cuidado del cuerpo desde los mínimos hábitos de salud o el trabajo que se debe realizar constantemente con la mente humana para encontrar un equilibrio que dé lugar a un universo donde el respeto por nosotros mismo incentivará el respeto por los demás seres vivos.

La empresa NAMASTÉ lucha precisamente por enseñar prácticas saludables a niños y niñas que van a empezar a vivir en un mundo creado por maquinas, en un mundo donde el valor del cuerpo queda obsoleto y sobretodo, un mundo que cada vez se consume más y arrastra todo lo que va a su paso. La importancia del ser humano es fundamental para empezar a compartir la grandeza de la existencia con nuestros iguales, start busca precisamente eso, personas que quieran buscarse y trabajar por encontrarse.

MARCO REFERENCIAL

La ley que acoge a la empresa NAMASTÉ es la LEY 181 DE 1995 Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.



Apoyándose en el TITULO II De la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación extraescolar

Artículo 5º.- Se entiende que:

La recreación. Es un proceso de acción participativa y dinámica, que facilita entender la vida como una vivencia de disfrute, creación y libertad, en el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano para su realización y mejoramiento de la calidad de vida individual y social, mediante la práctica de actividades físicas o intelectuales de esparcimiento.

El aprovechamiento del tiempo libre. Es el uso constructivo que el ser humano hace de él, en beneficio de su enriquecimiento personal y del disfrute de la vida en forma individual o colectiva. Tiene como funciones básicas el descanso, la diversión, el complemento de la formación, la socialización, la creatividad, el desarrollo personal, la liberación en el trabajo y la recuperación sicobiológica.

La educación extraescolar. Es la que utiliza el tiempo libre, la recreación y el deporte como instrumentos fundamentales para la formación integral de la niñez y de los jóvenes y para la transformación del mundo juvenil con el propósito de que éste incorpore sus ideas, valores y su propio dinamismo interno al proceso de desarrollo de la Nación. Esta educación complementa la brindada por la familia y la escuela y se realiza por medio de organizaciones, asociaciones o movimientos para la niñez o de la juventud e instituciones sin ánimo de lucro que tengan como objetivo prestar este servicio a las nuevas generaciones.

Artículo 6º.- Es función obligatoria de todas las instituciones públicas y privadas de carácter social, patrocinar, promover, ejecutar, dirigir y controlar actividades de recreación, para lo cual elaborarán programas de desarrollo y estímulo de esta actividad, de conformidad con el Plan Nacional de Recreación. La mayor



responsabilidad en el campo de la recreación le corresponde al Estado y a las Cajas de Compensación Familiar. Igualmente, con el apoyo de Coldeportes impulsarán y desarrollarán la recreación, las organizaciones populares de recreación y las corporaciones de recreación popular.

Artículo 7º.- Los entes deportivos departamentales y municipales coordinarán y promoverán la ejecución de programas recreativos para la comunidad, en asocio con entidades públicas o privadas que adelanten esta clase de programas en su respectiva jurisdicción.

Artículo 8º.- Los organismos deportivos municipales ejecutarán los programas de recreación con sus comunidades, aplicando principios de participación comunitaria. Para el efecto, crearán un Comité de Recreación con participación interinstitucional y le asignarán recursos específicos.

Artículo 9º.- El Ministerio de Educación Nacional, Coldeportes y los entes territoriales propiciarán el desarrollo de la educación extraescolar de la niñez y de la juventud. Para este efecto:

1. Fomentarán la formación de educadores en el campo extraescolar y la formación de líderes juveniles que promuevan la creación de asociaciones y movimientos de niños y jóvenes que mediante la utilización constructiva del tiempo libre sirvan a la comunidad y a su propia formación.
2. Dotarán a las comunidades de espacios pedagógicos apropiados para el desarrollo de la educación extraescolar en el medio ambiente o sitios diferentes de los familiares y escolares, tales como casas de la juventud, centros culturales especializados para jóvenes, o centros de promoción social, además, de las instalaciones deportivas y recreativas.
3. Las instituciones públicas realizarán, directamente o por medio de entidades privadas sin ánimo de lucro, programas de educación extraescolar. Para este



efecto se celebrarán contratos que podrán financiarse por medio de los dineros destinados a los fines de que trata la presente Ley.

INVESTIGACIÓN

Factores que influyen en la motivación de los estudiantes de la media secundaria del colegio Minuto de Dios en las clases de educación física

Investigar sobre los factores que influyen en la motivación de los estudiantes con respecto a la clase es conveniente ya que a partir de los resultados que arroje este proyecto, los docentes podrán implementar nuevas estrategias basándose en teorías que han sido estudiadas para trabajar la motivación, con base en los retos y logros que esta produce en los niños y niñas que desafían sus habilidades personales resaltando el valor de la competencia deportiva.

Los beneficios a largo plazo que promete la investigación es comprender la incidencia que tiene la motivación a temprana edad por actividades deportivas para el sano crecimiento de los niños y niñas de las instituciones educativas.

Es importante investigar la motivación en la educación física ya que, aporta una ampliación del conocimiento en torno a las concepciones docentes y estudiantiles de esta área, en este sentido, la educación física en los niveles preescolar y primaria deben ser atendidos como prioridad, pues de ella se generan relaciones, que al tener como medio el movimiento corporal y el juego proporcionan alternativas para experiencias pedagógicas con las diferentes áreas escolares.



El aporte teórico del estudio se basa en el desarrollo del conocimiento a nivel profesional entendiendo la importancia de investigar sobre la educación física en el contexto de la cultura física, ya que si no se tiene en cuenta la motivación de los estudiantes en el desarrollo de las clases, muy seguramente los métodos de enseñanza-aprendizaje no cumplirán con los objetivos que proponen debido a la diversidad de actitudes y concepciones previas.

RESUMEN

La evidencia que se mostró anteriormente demuestra que, los estudiantes de grado sexto de la institución educativa Minuto de Dios, presentan un comportamiento positivo en el momento de las clases de educación física, dejando claro que es un espacio de interacción diferente a lo cotidiano en donde pueden obtener un poco de diversión a través de la exploración de sus habilidades motrices, sociales y sentimientos de competencia con sus pares.

Queda claro que, la mayoría de los estudiantes piden tener más horas a la semana y esto permite inferir que la motivación es bastante alta, que todos los factores que influyen en las clases, conducen a los estudiantes a querer repetir este espacio académico. Sin embargo, no todos trabajan al mismo ritmo y con los mismos objetivos, lo que impide en algunas ocasiones el aprendizaje significativo de todos los estudiantes por igual, ya que unos pueden dedicar toda la clase a la práctica específica según las instrucciones del docente y otros prefieren aprovechar este



espacio como un lugar de esparcimiento fuera de las reglas comportamentales que se exigen dentro de un salón, y que en el aire libre se omiten, es decir, los estudiantes se sienten en el derecho de generar desorden debido a la carga académica que imponen dentro de las otras materias, y como necesidad propia de los niños de esas edad ellos deben liberar toda su energía.

La motivación de los estudiantes dentro de las clases de educación física, se basa en como los pensamientos de los niños y niñas gobiernan sus conductas, es decir, sus imaginarios relacionan la clase con diversión y por tal motivo su conducta enfatiza en conseguir el mayor nivel de plenitud a través de las actividades, las cuales cada estudiante direccionaba hacia un objetivo personal, algunos de ellos querían conseguir el mayor grado de ejecución en las pruebas de voleibol y así obtener la nota que querían, mientras que otros solo lo hacían con la intención de adquirir nuevos conocimientos.

Dentro de las respuestas que algunos de ellos dieron en la entrevista que se les realizó se llegó a la conclusión que es la clase que más disfrutan, que existen los materiales necesarios pero que se motivarían más si tal vez hubiera objetos como camas elásticas o balones en mejor estado. Respecto a los climas motivacionales queda claro que los padres apoyan el espacio de educación física como un medio por el cual se pueden obtener beneficios en cuanto a la salud de sus hijos, y así combatir la obesidad y el aburrimiento. En cuanto a los espacios como canchas y



zonas verdes, se encuentran siempre llenos, impidiendo tener control sobre las actividades, dificultando el aprendizaje propicio de los estudiantes.

Los sistemas de recompensas, son aquellos premios que se pueden llegar a obtener según el comportamiento de los estudiantes y su cumplimiento con las tareas propuestas por el profesor, es decir, un sistema de beneficios a corto plazo si se cumple con el objetivo de la clase, a lo que los estudiantes se veían muy entusiasmados, ya que el profesor les permitía tiempo libre al finalizar sus labores como recompensa por su esfuerzo.

En conclusión, la motivación es de suma importancia para el desarrollo proactivo de las clases de educación física, partiendo desde los padres de familia, hasta los espacios en que esta se realiza, los estudiantes son el centro de la educación y deben ser tratados no como un medio para alcanzar progreso dentro de las sociedades, sino como el fin último dentro de la cadena de la vida y la felicidad, ellos son quienes al finalizar sus ciclos escolares direccionaran todos esos sentimientos vividos hacia la evolución y el progreso y es por esto que hay que aprovechar sus ganas de aprender a través de dinámicas incluyentes, a través de actividades que estimulen sus ganas de vivir y experimentar sensaciones sanas a través de actividades al aire libre, como el deporte y el ejercicio físico, para obtener beneficios en cuanto a la salud y prevenir enfermedades más recurrentes en la infancia. La educación física debe ser tratada como un espacio importante dentro de los colegios, y dentro de esta debe haber situaciones que impulsen a los estudiantes a



querer cuidar su cuerpo, ser amables con todos y lograr aprender habilidades motrices direccionando esto a objetivos personales. La motivación al final de todo este estudio, se conseguirá con la ayuda de todos los agentes implicados, si queremos niños felices en el futuro, debemos brindar una educación de calidad que priorice espacios de esparcimiento saludable, e incentive a todos a participar de forma activa dentro de los contextos de logro.

CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

GEOGRÁFICO	País	Colombia
	Ciudad	Bogotá D.C
	Áreas de distribución del servicio	Instituciones educativas
	Localidades	• Usaquen • Chapinero • Engativá • Teusaquillo • La candelaria
DEMOGRÁFICO	Sexo	Femenino y masculino
	Edad	11 y 19 años
	Nivel educativo	Educación de básica secundaria (6,7,8,9) y educación media (10, 11)



	Estrato socioeconómico	3-6
PSICOLOGICOS	Estudiantes con características psicológicas de agresividad, trastornos de personalidad, trastornos depresivos, trastornos de déficit de atención, trastornos de estrés y estudiantes en condiciones psicológicas normales.	
ESTILO DE VIDA	Estudiantes con antecedentes de consumo de sustancias tóxicas: tabaco, alcohol y otras drogas, sedentarismo, falta de ejercicio, insomnio, estrés, dieta desbalanceada, falta de higiene, no realizar actividades de ocio o aficiones, falta de relaciones interpersonales. Estudiantes físicamente activos y con estilo de vida saludable.	
USO DEL SERVICIO	Frecuencia de uso	Usuarios regulares y de primera vez
	Motivos de adquisición del servicio	ofrecer a los alumnos alternativas de vida saludable, debido a condiciones que existen en el ámbito escolar
BENEFICIOS DEL SERVICIO	Rendimiento esperado	Alto
	Necesidades cubiertas por el servicio	Concientizar a los estudiantes sobre el autocuidado y la importancia de potenciar el equilibrio entre mente y cuerpo para llevar una mejor calidad de vida, un desempeño escolar óptimo y ofrecer una opción para el aprovechamiento del tiempo libre de una manera en que los estudiantes se beneficien física y mentalmente.



CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

NOVEDAD	NAMASTÉ, es una empresa dedicada a prestar servicios enfocados en programas de salud mental y responsabilidad social desde la construcción de cuerpo y mente desde la práctica de varios tipos de yoga y taichí, ofreciendo así clases extracurriculares, llevando un registro del progreso de su comportamiento frente a las clases y en la mejora de su calidad de vida de cada alumno por medio de una APP que recibirá cada colegio
PERSONALIZACIÓN	Se llevará un proceso de acompañamiento psicológico luego de aplicar test de calidad de vida a los alumnos que así lo requieran para dar un apoyo extra a las clases de yoga.
FACILITAR EL TRABAJO	NAMASTÉ, pretende contribuir al bienestar y crecimiento de los alumnos de las instituciones educativas, transformando una vida a la vez mediante la práctica y enseñanza del yoga, obteniendo así resultados positivos en la calidad de vida que cada alumna que practique esta modalidad y ver reflejado el bienestar y mejora de cada alumno en las clases magistrales de la institución, mejorando así el rendimiento académico y posicionamiento de la institución a nivel académico.



ACCESIBILIDAD	CATEGORIAS PRINCIPIANTES: estudiante que no tengas experiencia con la práctica del yoga y su con características psicológicas de agresividad, trastornos de personalidad, trastornos depresivos, trastornos de déficit de atención, trastornos de estrés y estudiantes en condiciones psicológicas normales. INTERMEDIO: Estudiantes que tengan hayan practicado yoga en algún momento, y sus características psicologías sean estables y no requieran de acompañamiento psicológico. AVANZADO: Estudiantes que hayan practicado yoga constantemente y no tengan ninguna situación comportamental que no requiera de acompañamiento psicológico.
REDUCCIÓN DE COSTOS	La reducción de costos que se ofrecerá será dependiendo del estrato socioeconómico de la institución y el estudio económico de cada alumno donde se podrán ofrecer descuentos especiales y becas para aquellos que desean el servicio pero no cuentan con el dinero.



CAPITULO III: CANALES

La empresa Namasté, tiene como objetivo fundamental generar una comunicación efectiva con sus clientes, haciéndoles entender a estos la importancia de la salud mental y física en sus hijos dentro de las instituciones educativas. Es por esto que la empresa enfoca sus energías en elevar la percepción respecto al servicio brindado; ayudar a evaluar la proposición de valor; permitir la compra fácil y segura del servicio y proveer soporte post-compra por parte de los clientes para que así, estos sientan que son parte fundamental de la labor que estamos realizando.

La combinación que provee el tipo de canal propio directo ya que se ajusta a las necesidades de la empresa y genera la percepción independiente que se busca en el momento de llevar la proposición de valor a nuestros clientes. Dependiendo de los contratos y el manejo de la información que promueva cada institución educativa, se podría llegar a considerar en algún momento, la divulgación de nuestro servicio a través de su página institucional, esto llegaría a considerarse como un canal asociado indirecto.

Las fases del canal principal de la empresa se dividen en 5 puntos clave que permiten una visualización más amplia sobre el fenómeno de nuestro servicio en concordancia con las necesidades de nuestros clientes tanto de primera línea como de segunda, entendiendo esto en la medida en que consiguiendo el aval promotor de los colegios, estos nos darían paso a entrar en contacto con nuestros segundos clientes que serían en nuestro caso los padres de familia de los colegios.



FASES DEL CANAL “Propio directo”	
Percepción	Entendiendo la percepción como el primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos, podemos decir que respecto a esta fase es fundamental buscar elevar la percepción de nuestros clientes hacia nuestro servicio, a través de la conexión que se realizará exponiendo de modo crucial en la vida de sus hijos el equilibrio que debe haber entre sus salud física y mental, para así agrupar mensajes clave que permitan distinguir a la empresa como un agente valioso de cambio entre los estudiantes y una camino para encontrarse a sí mismos mediante una autoexploración dirigida por profesionales. Se mostraran cifras de las mejorías que se apoyaran en investigaciones que se empiecen a hacer en los primeros colegios para así basarnos en resultados demostrables.
Evaluación	Al ofrecer un servicio es de vital importancia brindar un espacio en donde los clientes tomen la vocería de comentar de forma crítica y organizada



	sus opiniones que nos permitan realizar una evaluación sobre el servicio ofrecido. Esta evaluación se manejará a través de la metodología de educación experiencial, en donde mensualmente los padres y directivos de la institución se reunirán con los encargados del programa y guiarán una sesión con el objetivo de hacer retroalimentación a través de dinámicas y actividades recreativas y así al final llevar a cabo una retroalimentación asertiva del servicio ofrecido. De igual forma una persona se hará cargo de manejar un chat personal para aclarar en todo momento y de forma inmediata las dudas y opiniones de los padres de familia a través de la página web.
Compra	En primer lugar, se organizará una reunión para exponer nuestra idea de negocio directamente con los directivos de las instituciones educativas, ya que consiguiendo el aval de ellos para la promoción secundaria hacia los padres de familia, se podrá obtener el objetivo deseado que consiste en que ellos puedan comprender la importancia y la



	esencialidad del servicio en la vida diaria de sus hijos. Es decir que las instituciones educativas tendrán la opción de adquirir los programas que ofrece la empresa y hacer de esto un espacio obligatorio para los estudiantes dentro de su currículo escolar o dar la opción de compra a los padres de familia.
Entrega	La entrega del servicio se realizará dentro de las instalaciones respectivas de cada institución con el fin de hacer válida la supervisión permanente por parte de los padres o la psicóloga si así lo desea el colegio.
Post-venta	A través de la página de internet o la app, se asignará un espacio para brindar un soporte en donde los clientes puedan adquirir productos que faciliten la práctica del yoga, clases privadas fuera del contrato con el colegio ya sea para amigos o familiares.



CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES ANOTAR

Es fundamental, para la empresa Namasté hacer que sus clientes sientan que son realmente importantes para nosotros y que por eso mismo ofrecemos espacios de relación personal con ellos para resolver sus dudas y acompañarlos durante el proceso. Las motivaciones iniciales están basada en adquirir consumidores, a través de ofertas en el costo inicial y brindar garantías a largo plazo tanto para los directivos y padres como para los estudiantes, para que así al tener un número importante de instituciones educativas vinculadas con Namasté, se procederá a la retención de consumidores, para que estos quieran seguir vinculados y aprovechando los programas que se ofrecen y finalmente empujar las ventas, ofreciendo más programas y proyectos que les permita a todos los participantes, ser parte de la empresa y aportar de forma activa dentro de los procesos que se llevan a cabo.

Las categorías que nos interesa manejar en la empresa, son la asistencia personal ya que la interacción humana en procesos de integralidad y equilibrio emocional y físico son vitales, es por esto que se tendrá un representante general para manejar situaciones macro de la empresa en cuanto al servicio ofrecido y los acontecimientos posteriores a la compra, la segunda categoría a manejar es asistencia personal dedicada que hace énfasis en asignar un representante personal para casos más específicos del proceso, para dar la atmosfera de una representación por parte de la empresa más íntima y personalizada para cada una de las necesidades de los clientes. A modo de posibles vinculaciones de relaciones a través de comunidades se puede plantear en forma de envolverse con clientes actuales y potenciales y facilitar la conexión entre los miembros para generar una fuerza de grupo que permita la adquisición de nuevas vías de adquisición de conocimientos y experiencias que quieran ser compartidas y divulgadas.

Por instructor, se asignaran de 20 a 30 niños dependiendo de la cantidad de inscripciones por categoría que se logren realizar por colegio, es fundamental entender que según el curso en el que se encuentren y según la evaluación psicológica que se realice para las necesidades personales de cada uno de los estudiantes se irán manejando temas específicos haciendo énfasis en algunos temas más que en otros, lo cual permitirá la mejora constante y la personalización dentro de las clases grupales.



CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Físicos	• Edificios: propios no, ya que las actividades se llevarán a cabo en las instalaciones de los colegios que contraten el servicio. • Vehículos: debido a que no se lleva mercancía ni ninguna clase de producto este recurso no es netamente necesario, solo a modo de transporte de los profesionales a cargo. • Maquinaria: a modo de manejo de la información se llegarán a utilizar computadores.
Intelectual	• Bases de datos: son necesarias para el manejo privado de la información obtenida para la mejora de los programas a ofrecer. • Licencias: es pertinente adquirir un programa que permita el acompañamiento constante y la evaluación del progreso de los estudiantes, para esto se tienen dos opciones, Microsoft Excel o Microsoft Access.
Humano	Perfil profesional. 1. Profesionales de Cultura Física Deporte y Recreación: debe ser competente para realizar intervenciones biometodológicas y biopedagógicas a través de la actividad física, que permiten a la persona interactuar con su contexto



	para la construcción permanente de alternativas de bienestar para generar calidad de vida. En cuanto a su formación administrativa, su acción será de facilitación, gestión y creación de empresas dedicadas al ofrecimiento de programas para la Cultura Física, ya sean de carácter oficial, privado u ONG. 2. Psicólogos: el psicólogo educativo es el profesional que posee los conocimientos psicológicos, habilidades y valores para planear, prevenir, diagnosticar, intervenir, evaluar e investigar, en el ámbito del comportamiento y la educación, a fin de contribuir al bienestar de individuos y grupos, con juicio crítico y compromiso social. 3. Nutricionistas: debe poseer formación básica y especializada en atención nutricional, educación alimentario nutricional, intervención comunitaria participativa, planificación, organización, control y evaluación de servicios de alimentación colectiva y programas de salud; que le permite desempeñar funciones en atención dietética y dieta terapéutica, promover estilos de vida saludables en el contexto de la salud familiar, evaluar acciones individuales y colectivas de mejoramiento alimentario nutricional y aplicar herramientas de gestión en los diferentes ámbitos de su quehacer profesional.
--	---



Financiero	La inversión inicial está destinada a la compra de materiales, necesarios para la realización efectiva y propicia de las clases, como lo son: colchonetas, mancuernas, bandas elásticas y balones de gimnasia más conocidos como fitballs, lo que arroja una inversión inicial de 3'225.000.

CAPITULO V: INGRESOS

Primas por suscripción: esta fuente de ingresos se genera por vender acceso continuo a un servicio, como en el caso de Namasté en donde los estudiantes obtendrán un servicio semestral de yoga por suscribirse directamente con nuestros programas y acogerse a las políticas.

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVE

Son todas aquellas acciones que la empresa debe realizar propiamente para poder ofrecer correctamente a sus clientes el servicio y que no pueden ser delegadas ni compradas para ser realizadas por terceros con el objetivo de mantener una alta calidad de servicio y que además llene las expectativas y satisfaga completamente las necesidades de los clientes.

Las actividades clave de la empresa NAMASTÉ serán de tipo de solución de problemas y de plataforma red las cuales se dividen de la siguiente manera:

Recursos /actividades clave	Logística interna	Operaciones	Marketing y ventas	Servicio post venta.
Servicio	Asignar horarios para	Realizar el diagnostica	Asignar a cada	



	los estudiantes y hacer formato de diagnóstico para categorías	para definir la categoría de los estudiantes	persona el paquete que debe implementar para la práctica de yoga	
Instalaciones	Identificar la ubicación estratégica dentro de las instituciones	Adecuar y equipar la sede con materiales.	Publicidad, carteles y obsequios	
Clientes	Creación de los planes de yoga para cada categoría.	Aplicación de los planes de yoga ya diseñados	Gestión de Asociaciones claves.	Aplicación de encuestas de satisfacción
Recursos físicos	Compra de materiales e implementos.	Adecuar implementos a las necesidades de las categorías.	Utilización de redes sociales y plataformas de atención al cliente.	Obsequios por avanzar de categoría
Recursos Económicos	Pagos a trabajadores y mantenimiento de software	Contabilidad de gastos y utilidades de la empresa.	Ofrecer el servicio a un costo menor si aumenta el número de clientes	
Recurso virtual	Crear páginas en las redes sociales	Pagar publicidad a las redes	Ofrecer el servicio por medio de las	



		para difundir la empresa	redes sociales	
Software	Instala el software en las instituciones que adquieren el servicio	Actualizar periódicamente la aplicación y capacitar a usuarios		

CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Se buscará trabajar de la mano de factores y entes externos a través de empresas asociadas que busquen aportar y a su vez recibir beneficios por parte NAMASTE en convenios de características gana-gana, generando así ciertos enlaces para que las dos partes tengan la posibilidad de generar más utilidades y recursos de tipo económicos, físicos, intelectuales o humanos.

Los tipos de asociaciones clave que se manejan están diseñados de la siguiente manera:

-Primer socio: EMPRESA DE PRODUCTOS HIDRATANTES GATORADE, la cual es muy importante ya que se buscará promocionar e incursionar en un intercambio de productos, donde Gatorade brindará hidratación sin ningún costo para los clientes NAMASTE y está en retribución estampa en el lugar sede donde entrenan el logotipo corporativo para hacerle una publicidad a Gatorade más visible y que genere en los deportistas ganas de comprar el producto y consumirlo.

- Segundo socio: EMPRESA NATURAL YOGA quién será la encargada de brindar cursos y capacitaciones mensuales a los papas de los estudiantes que adquieran el programa, aportando teóricamente y sustentando la importancia de la práctica y cómo contribuye a la estabilidad física y emocional de sus hijos, de igual manera serán nuestros aliados en cuanto a elegir los profesores más calificados para el puesto.



- Tercer socio: EMPRESA DE DEPORTE DECATHLON, el cual será nuestro distribuidor principal de materiales para cada una de las instituciones, desde colchonetas, yogamat, mancuernas y bandas elásticas.
- Cuarto socio: EMPRESA DE SEGUROS. Estas asociaciones dependerán de las asociaciones que tenga cada colegio con su empresa de seguros de preferencia, en donde nosotros estableceremos una conexión directa con ellos para acoger cobertura sobre su paquete de servicios de seguros infantiles escolares.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

1. Costos: hace referencia al momento en el que una empresa invierte dinero en la producción de un bien, servicio o producto. Para este fin se tiene en cuenta tres elementos: Materia prima, mano de obra y costos generales de producción. Tener el control de los costos de una empresa es primordial para el estado financiero de la misma, ya que permite tomar mejores resultados financieros del negocio. De igual forma, otro de los objetivos de controlar los costos en contabilidad, es poder identificar la cantidad invertida para la producción de un bien y de esta forma establecer el precio de venta del producto final, el margen de rentabilidad y la utilidad real.
2. Costos fijos: son aquellos que se mantienen iguales a pesar del volumen del producto o del servicio producido, por ejemplo: salarios, alquileres y plantas de manufactura.
3. Costos variables: los costos varían proporcionalmente con el volumen de bienes y servicios.

1. Valor total del servicio.

Cargo	Vr. Sesión	Meses	N° Sesiones	Valor total
Psicologo	50.000	6	3	150.000
Nutricionista	50.000	6	3	150.000
Instructor de Yoga	40.000	6	72	2.880.000
Valor del servicio sin utilidad				3.180.000
Utilidad del 30%			25%	795.000
Valor despues de utilidad				3.975.000
VALOR TOTAL DEL SERVICIO				4.000.000

2. Nómina mensual



CARGO	SUELDO	AUX. TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSION	TOTAL DEDUCCIONES	NETO A PAGAR
Grente	1.500.000	88.211	1.588.211	60.000	60.000	120.000	1.468.211,00
Coordinador	1.500.000	88.211	1.588.211	60.000	60.000	120.000	1.468.211,00
Instructor Yoga	1.200.000	88.211	1.288.211	48.000	48.000	96.000	1.192.211,00
	4.200.000	264.633	4.464.633	168.000	168.000	336.000	\$ 4.128.633,00

PERSONAL POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS (Pago mensual)	
Contador Público	\$ 400.000,00
Nutricionista	\$ 700.000,00
Psicologo	\$ 500.000,00
Total	\$ 1.600.000,00

3. Inversión Inicial

EQUIPAMIENTO				
Material	Cantidad	Unidades	Vr. Unitario	Vr. Total
Colchonetas	30	Uni.	60.000	1.800.000
Mancuernas	10	Paq. X 6	60.000	600.000
Bandas elasticas	3	Paq. X 5	75.000	225.000
Fitballs	15	Uni.	40.000	600.000
Total Equipamento				3.225.000

4. Estructura de costos (Fijos y Variables)



COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES			
COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
Concepto	Valor	Concepto	Valor
Nómina	4.128.633	Prestadores servicio *	1.200.000
Prestadores servicio *	400.000	Papeleria	50.000
Arrendamiento	2.000.000	Publicidad pagina Web	150.000
Servicio telefónico	150.000		
Total Costos fijos	6.678.633	Total Costos fijos	1.400.000

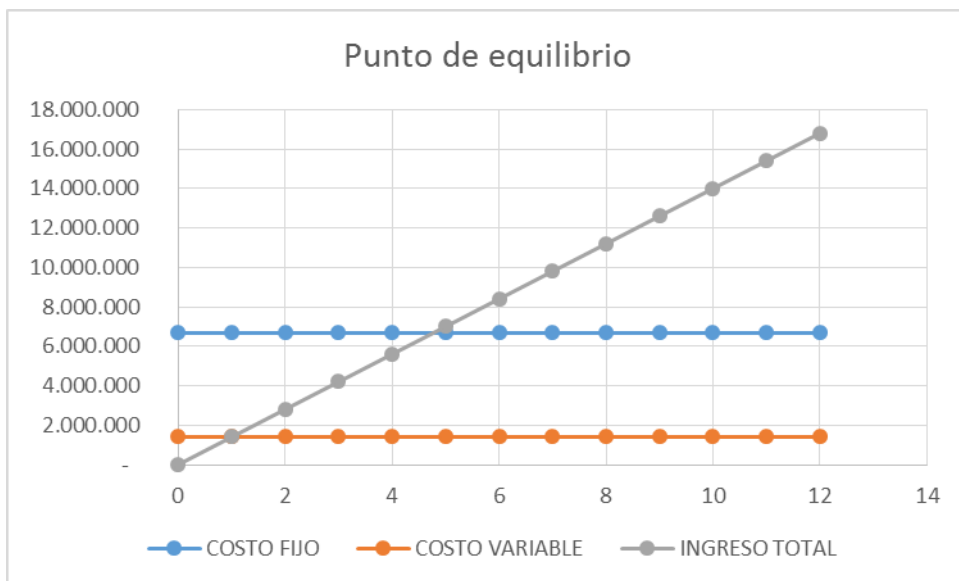
COSTOS VARIABLES UNITARIOS			
Costo Variable Mes 1		Costo Variable Mes 2	
Concepto	Valor	Concepto	Valor
Prestadores servicio *	1.200.000	Prestadores servicio *	-
Papeleria	50.000	Papeleria	30.000
Publicidad pagina Web	150.000	Publicidad pagina Web	-
Total Costos fijos	1.400.000	Total Costos fijos	30.000
Costo Variable Mes 3		Costo Variable Mes 4	
Concepto	Valor	Concepto	Valor
Prestadores servicio *	1.200.000	Prestadores servicio *	-
Papeleria	10.000	Papeleria	20.000
Publicidad pagina Web	-	Publicidad pagina Web	-
Total Costos fijos	1.210.000	Total Costos fijos	20.000
Costo Variable Mes 5		Costo Variable Mes 6	
Concepto	Valor	Concepto	Valor
Prestadores servicio *	-	Prestadores servicio *	1.200.000
Papeleria	10.000	Papeleria	20.000
Publicidad pagina Web	-	Publicidad pagina Web	-
Total Costos fijos	10.000	Total Costos fijos	1.220.000



5. Punto de Equilibrio

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL
0	6.678.633	1.400.000	8.078.633	-
1	6.678.633	1.400.000	8.078.633	1.400.000
2	6.678.633	1.400.000	8.078.633	2.800.000
3	6.678.633	1.400.000	8.078.633	4.200.000
4	6.678.633	1.400.000	8.078.633	5.600.000
5	6.678.633	1.400.000	8.078.633	7.000.000
6	6.678.633	1.400.000	8.078.633	8.400.000
7	6.678.633	1.400.000	8.078.633	9.800.000
8	6.678.633	1.400.000	8.078.633	11.200.000
9	6.678.633	1.400.000	8.078.633	12.600.000
10	6.678.633	1.400.000	8.078.633	14.000.000
11	6.678.633	1.400.000	8.078.633	15.400.000
12	6.678.633	1.400.000	8.078.633	16.800.000





CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

IMPACTO TECNOLÓGICO	NAMASTÉ implementará un Software de última tecnología en el cual se podrán llevar registros de todos los usuarios (alumnos) para medir y evaluar la calidad del servicio en cuanto al progreso de cada uno. Cada institución, específicamente el encargado del programa dentro de la misma tendrá acceso a los datos que la empresa registrará por medio de la plataforma, de igual manera los padres de familia también tendrán usuario para mirar el progreso de sus hijos. De esta manera NAMASTÉ presenta un impacto tecnológico ya que contribuye al mejoramiento y productividad del servicio haciendo que las instituciones tengan un seguimiento del servicio y verificación de los mismos.
IMPACTO SOCIAL	El yoga tiene un enorme impacto en el cuerpo y la salud de las personas que lo practican, aportando infinidad de beneficios físicos y mentales. Una práctica constante y disciplinada nos ayuda a enfrentar la realidad y los problemas y situaciones diarias de una manera tranquila y



	controlada. El yoga juega un papel muy importante, por lo tanto, en el campo de la salud física y mental. Muchas de sus técnicas resultan de gran eficacia para prevenir artritis, artrosis, miocardio, lumbago, asma, bronquitis, estreñimiento, ansiedad y diversos desórdenes psíquicos. Interviene también a nivel emocional, favoreciendo la armonía psíquica, y permitiéndonos resolver nuestros conflictos internos de manera tranquila y pacífica. De esta manera NAMASTÉ contribuye al rendimiento físico y mental dentro de la academia mejorando el rendimiento de los alumnos que lo practiquen.
IMPACTO AMBIENTAL	NAMASTÉ reconecta a sus usuarios con la naturaleza ya que ofrecemos, Clases y Talleres de Yoga en distintos ambientes, donde llevamos a cabo la práctica de asanas, ejercicios de respiración y meditación para lograr un beneficio físico, mental y emocional. Proponemos Excursiones y Fines de semana con Senderismo, o Viajes y Vacaciones con Retiros en la Naturaleza donde el Yoga es el eje de unión para vivir una experiencia integral, consciente y renovadora.
IMPACTO ECONOMICO	Para reflejar el impacto económico y financiero de las acciones de NAMASTÉ se utilizarán indicadores como la variación en las curvas de producción, los conflictos con los sectores económicos activos, los índices de rentabilidad financiera, el análisis de sensibilidad y los cambios previstos en los indicadores económicos y productivos dentro de la empresa.



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

LIENZO MODELO DE NEGOCIO		Estudiantes: Paula Chavez y Valentina Rincon Director: Juan Carlos Corredor Jurado: Alejandro Zabaleta	
NAMASTÉ "Respira Bienestar"			
Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con los Clientes
	Instalaciones Ubicación estratégica, equipar la sede con materiales. Creción personalizada para cada estudiante, promociones, obsequios y seguimiento de procesos. Recurso Virtual Divulgación por redes sociales y página de internet.	Novedad Es una empresa dedicada a prestar, servicios enfocados en: -Programas de salud mental -Responsabilidad social desde la construcción de cuerpo y mente desde la práctica de yoga y taichí. Acompañamiento psicológico se aplicarán una serie de pruebas a los estudiantes con el fin de obtener un diagnóstico en cuanto a los problemas o situaciones que impiden un bienestar completo de la persona.	1. Adquirir consumidores: ofertas en costo inicial y garantías a largo plazo. 2. Retener consumidores: vínculos durante el proceso. 3. Empujar ventas: motivar a todos los estudiantes a hacer parte de la empresa Namasté mostrando los resultados obtenidos.
Recursos Clave	Segmentos de Clientes	Canales	
1. Recursos Físicos: Instalaciones: desarrollo propio de las sesiones de yoga, taichi y meditación. 2. Recursos Físicos: Materiales: son indispensables para el cuidado del cuerpo y la obtención de los resultados esperados. 3. Bases de datos: Manejo privado y seguro de la información de cada estudiante.	Geográfico Ciudad: Bogotá Áreas de distribución: Colegios Localidades: Usaquén, Chapinero, Engativá, Teusaquillo y La Candelaria. Demográfico Sexo: femenino y masculino Edad: 11 a 19 años Nivel educativo: educación básica secundaria y educación media Estrato Socioeconómico: 3 a 6 Psicológico Estudiantes con características psicológicas de agresividad, trastornos de personalidad, trastornos depresivos, trastornos de déficit de atención, trastornos de estrés y estudiantes en condiciones psicológicas normales. Estilo de Vida Estudiantes con antecedentes de consumo de sustancias tóxicas: tabaco, alcohol y otras drogas, sedentarismo, falta de ejercicio, insomnio, estrés, dieta desbalanceada, falta de higiene, no realizar actividades de ocio o aficiones, falta de relaciones interpersonales. Estudiantes físicamente activos y con estilo de vida saludable.	a. elevar la percepción respecto al servicio brindado b. ayudar a evaluar la proposición de valor c. permitir la compra fácil y segura del servicio d. proveer soporte post-compra	

Bibliografía

OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. (2011). GENERACIÓN MODELOS DE NOGOCIO. BOGOTA.

