

RAE

1. Tipo de documento: trabajo de grado en la modalidad de plan de negocio.
2. Título: plan de negocio “*Optic Kids*”.
3. Autores: María Paula Arango Ramírez, Erika Paola Castro Aponte y Adriana Marcela Chisaba Rozo.
4. Lugar: Bogotá D.C.
5. Fecha: septiembre de 2016.
6. Palabras claves: óptica, optometría, oftalmología, salud visual infantil, monturas, lentes oftálmicos, lentes de contacto, diagnóstico, tratamiento, población vulnerable, innovación, emprendimiento, plan de negocio, viabilidad, análisis financiero, responsabilidad social, recurso humano, planeación estratégica.
7. Descripción del trabajo: el plan de negocio desarrollado en el presente trabajo consiste en la creación de una óptica en la ciudad de Bogotá, que contará con profesionales especializados, ofreciendo servicios enfocados hacia la salud visual infantil con todos los equipos necesarios y una ambientación adecuada que hará de todo el proceso de atención una experiencia única, agradable y satisfactoria tanto para el niño como para los padres. por ello, se presentarán los capítulos relacionados con: planeación estratégica, marco jurídico, plan de mercadeo, política de talento humano, plan financiero y responsabilidad social.
8. Línea de investigación: “gestión y control de las organizaciones” seleccionada acorde a las líneas de investigación de la facultad de ciencias jurídicas, políticas y económicas de la universidad de San Buenaventura.
9. Metodología de investigación: mixta, con un enfoque cualitativo y cuantitativo para analizar las diferentes variables internas y externas que puedan afectar el desarrollo de este proyecto.

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA

Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Económicas



Administración de Empresas

TRABAJO DE GRADO: OPTIC KIDS

Presentado por:

María Paula Arango Ramírez

Erika Paola Castro Aponte

Adriana Marcela Chisaba Roza

Bogotá, Colombia

2016

TRABAJO DE GRADO: OPTIC KIDS

Presentado por:

María Paula Arango Ramírez

Erika Paola Castro Aponte

Adriana Marcela Chisaba Rozo

ASESORA: Sandra Lorena Rosero Ordoñez

Doctora en ciencias económicas y administrativas



UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA
Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Económicas

Administración de Empresas

Bogotá, Colombia

2016

TABLA DE CONTENIDO

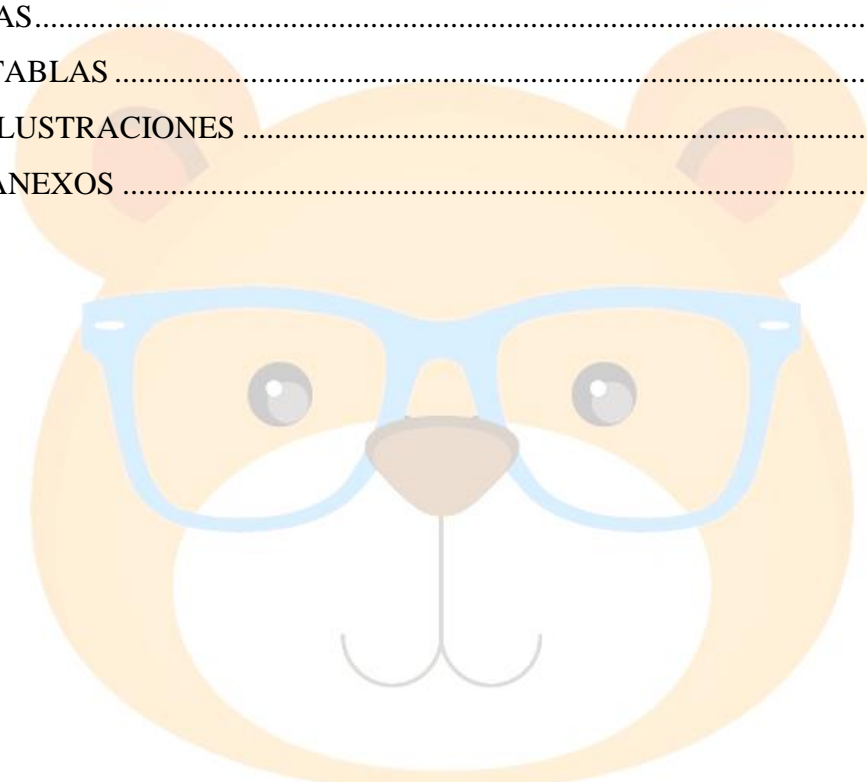
AGRADECIMIENTOS	9
1. CAPÍTULO I: FORMULACIÓN.....	10
1.1. Tema.....	10
1.1.1. Variables cualitativas.....	10
1.1.1.1. Marketing	10
1.1.1.2. Mercado	11
1.1.1.3. Calidad	11
1.1.1.4. Innovación	11
1.1.2. Variables cuantitativas.....	11
1.1.2.1. Ingresos	11
1.1.2.2. Flujo de caja proyectado	12
1.1.2.3. Inversión	12
1.1.2.4. TIR	12
1.1.2.5. Costo- beneficio	13
1.2. Título.....	13
1.3. Línea de investigación.....	13
1.4. Descripción del problema.....	13
1.4.1. Presentación de la empresa.....	14
1.4.2. Análisis del entorno.....	16
1.4.3. Análisis de la competencia.....	25
2. CAPÍTULO II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	28
2.1. Visión.....	28
2.2. Misión.....	28
2.3. Valores corporativos.....	28
2.4. Objetivos organizacionales.....	29
2.5. Objetivos estratégicos.....	30
2.5.1. Recurso humano.....	30
2.5.2. Mercadeo.....	30
2.5.3. Financiero.....	31

2.6.	JUSTIFICACIÓN.....	31
3.	CAPÍTULO III. MARCO LEGAL, JURÍDICO Y TRIBUTARIO	33
3.1.1.	DECRETO 1469 DE 2010 (abril 30).....	33
3.1.2.	Manejo de residuos	34
4.	CAPÍTULO IV. CONTROL INTERNO.....	38
4.1.	Ambiente de control	38
4.2.	Evaluación de riesgos.....	40
4.3.	Actividades de control.....	40
4.3.1.	Controles preventivos:	41
4.3.2.	Controles defectivos:	41
4.3.3.	Controles correctivos:	41
4.4.	Información y comunicación.....	41
4.5.	Supervisión.....	41
5.	CAPÍTULO V. MERCADOTECNIA.....	42
5.1.	Propuesta de valor (descripción inicial del producto/servicio).....	42
5.1.1.	Objetivos de ventas	42
5.1.2.	Objetivos de compra	42
5.1.3.	Especificaciones del producto o servicio.....	43
5.1.3.1.	Productos	43
5.1.3.1.1.	Monturas.....	43
5.1.3.1.1.1.	Monturas marca Oakley.....	43
5.1.3.1.1.2.	Monturas marca Nike	43
5.1.3.1.1.3.	Monturas marca Benetton.....	43
5.1.3.1.1.4.	Monturas marca Converse	43
5.1.3.1.1.5.	Montura de sol marca Hummer	43
5.1.3.1.1.6.	Montura de sol marca Ray-Ban	43
5.1.3.1.2.	Monturas marca Miraflex.....	44
5.1.3.1.2.1.	Línea flexible & segura	44
5.1.3.1.2.2.	Nylon	44
5.1.3.1.2.3.	Línea acetato.....	44
5.1.3.1.2.4.	Metálica	44

5.1.3.1.2.5. Monturas de sol	44
5.1.3.1.2.6. Línea sport	44
5.1.3.1.3. Lentes	45
5.1.4. Descripción del proceso de producción o prestación del servicio	46
5.1.4.1. ETAPAS DE TRATAMIENTO	50
5.2. Segmento de mercado	50
5.2.1. Demanda potencial.....	52
5.3. Canales	53
5.4. Relaciones con clientes.	55
5.5. Fuentes de ingresos.	55
5.6. Recursos claves.	57
5.6.1. Características de la tecnología.....	57
5.7. Actividades claves.....	64
5.8. Asociaciones Claves.....	65
5.8.1. Alianzas privadas	65
5.8.1.1. Proveedores	65
5.8.1.1.1. Servióptica.....	65
5.8.1.1.2. Miraflex.....	65
5.8.1.1.3. Empresas	65
5.8.2. Alianzas públicas	65
5.8.2.1.1. Secretaria de salud.....	65
5.8.2.1.2. Alcaldía de Suba.....	65
5.8.3. Alianzas público-privadas.....	66
5.8.3.1.1. Colegios y/o jardines infantiles del sector.....	66
5.8.4. Diagrama de Flujo del Proceso.....	68
5.9. Mercado meta.....	70
5.10. Consumo aparente	70
5.11. Segmentos de mercado (incluye el estudio de mercados).	70
5.11.1. Características del segmento de mercado.	70
5.11.2. Demanda potencial.....	72
5.12. Análisis de la competencia	75

5.13.	Análisis comparativo de posicionamiento.....	77
5.13.1.	<i>Calificación del servicio</i>	78
5.14.	Análisis global.....	78
6.	CAPÍTULO VI. POLÍTICA DE TALENTO HUMANO	80
6.1.	Gestión por competencias.....	80
6.2.	Competencias generales.....	81
6.2.1.	Comunicación.....	81
6.2.2.	Trabajo en equipo.....	81
6.2.3.	Planificación.....	82
6.3.	Organigrama.....	82
6.4.	Perfil de colaborador Optic Kids.....	83
6.5.	Proceso de búsqueda.....	83
6.6.	Planificación.....	83
6.7.	Reclutamiento y selección.....	84
6.8.	Presentación para inducción a la empresa.....	84
6.9.	Perfil por competencias.....	87
6.9.1.	Perfil de competencia socios.....	87
6.9.2.	Perfil de competencia administrador.....	88
6.9.3.	Perfil de competencia asesor comercial.....	89
6.9.4.	Perfil de competencia optómetra.....	90
6.9.5.	Perfil de competencia servicios generales.....	91
6.10.	Contratación.....	92
6.10.1.	Diseño de contrato laboral para “Optic Kids”.....	92
6.11.	Política de administración de salarios.....	92
	Elaboración propia.....	93
6.12.	Evaluación del desempeño.....	93
7.	CAPÍTULO VII. RESULTADO DE DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD	94
7.1.	Responsabilidad Social empresarial.....	94
7.1.1.	Alcance en el cumplimiento del objeto social.....	94
7.1.2.	Alcance en el cumplimiento de las normas.....	94
7.1.3.	Alcance de sostenibilidad y filantropía.....	94

8. CAPÍTULO VIII. PLAN FINANCIERO.....	95
8.1. Inversión requerida.....	95
8.2. Evaluación financiera.....	99
8.3. TIR – VNA.....	100
8.4. Relación costo-beneficio (índice neto de rentabilidad).....	100
CONCLUSIONES	101
REFERENCIAS.....	102
ÍNDICE DE TABLAS	131
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	132
ÍNDICE DE ANEXOS	133



Optic Kids

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios, quien estuvo presente durante todo el proceso de realización de este proyecto que es el resultado del esfuerzo conjunto de quienes conformamos el grupo de trabajo. Por esto, a nuestra tutora Sandra Lorena Rosero Ordoñez quien fue nuestra guía durante todo el camino y nos animó a conseguir nuestra meta, al profesor Jhon Jairo Losada Cubillos y a todos los docentes que de una u otra manera aportaron los conocimientos durante nuestra carrera profesional y que permitieron la realización de este plan de negocio, igualmente a nuestras familias que son nuestro apoyo incondicional y que comparten con nosotras la alegría de culminar esta importante etapa de nuestras vidas.



Optic Kids

1. CAPÍTULO I: FORMULACIÓN

1.1. Tema

“*Optic Kids*” es un plan de negocio de carácter innovador para el mercado colombiano, enfocado únicamente en la salud visual de los niños, lo que hace necesario no solo analizar las variables de comportamiento del niño y/o niña sino el entorno en el que se está formando, así como de quien se encarga monetariamente de este. Este plan contempla la intervención de actores como lo son profesionales en salud visual, administración y finanzas además de alianzas con laboratorios oftálmicos y diferentes convenios con entidades públicas y privadas.

Para la realización de este proyecto es necesario el estudio de ciertas variables importantes e indispensables que darán una visión más clara respecto al mercado en el que se piensa incursionar y además hará más fácil la realización de objetivos reales. Las variables que se pretenden estudiar se han dividido en dos grupos, cualitativas y cuantitativas para un mejor desarrollo en el plan de negocio.

1.1.1. Variables cualitativas.

1.1.1.1. Marketing.

Esta variable es de gran importancia, ya que ayuda a crear y suministrar en forma sostenida ventajas competitivas a cada cliente con el ánimo de lograr su máxima fidelidad dentro de un esquema de rentabilidad para cada uno de los protagonistas de la relación comercial. Para ejecutar esta variable es necesario tener en cuenta algunas de las 28 claves del marketing, el producto, el precio, el crédito, la distribución, logística, promoción, publicidad, ventas, telemarketing, supramarketing, puntos de venta, servicios post-venta, asesoría técnica, relaciones públicas, actualización, marketing social, benchmarking, marketing y outsourcing, Green marketing, marketing net, fidelización de clientes.

1.1.1.2. Mercado.

Es indispensable conocer el sector en el que se trabajara, para esto es necesario identificar el nicho de mercado al que va dirigido “*Optic Kids*”, a través de una segmentación de mercado y análisis del entorno por otra parte el estudio de la competencia, es importante determinar el tipo de competencia que se encuentra en el mercado, y estudiar si existen factores que influyen en la actual estructura de mercado, nuevas tendencias en el sector, nuevas regulaciones administrativas, tendencias demográficas entre otras.

1.1.1.3. Calidad.

Esta variable es la más importante dentro de la idea a desarrollar, por lo que es fundamental en la prestación del servicio y productos ofrecidos. Si se quiere que el servicio sea considerado de calidad se tendrá que superar las expectativas del cliente, y cumplir con condiciones como fiabilidad, calidad en la tangibilidad, responsabilidad, cumplimiento, empatía, confianza y seguridad.

1.1.1.4. Innovación

Variable de impacto en el mercado actual ya que estamos en un entorno globalizado y la tecnología e innovación en productos y servicios es el éxito de las organizaciones.

Para realizar el estudio de cada una de las variables y ejecutar la idea de negocio será necesario contar con un tiempo de seis meses a un año aproximadamente.

1.1.2. Variables cuantitativas.

1.1.2.1. Ingresos.

Sabemos que las empresas producen y venden bienes o servicios. Mediante dicha venta obtienen ingresos. De la cifra de ingresos tendremos que deducir los costes de los factores productivos utilizados en la fabricación de los bienes para calcular la cuantía de los beneficios.

Lo normal es que una empresa produzca y venda más de un bien. Los ingresos totales de la empresa durante un periodo, un mes o un año, por ejemplo, serán la suma de los ingresos obtenidos por la venta de cada uno de los bienes que produce.

¿Y cómo se calculan los ingresos que obtiene por cada uno de los productos? Simplemente multiplicando la cantidad vendida por el precio de venta.

De modo que si, por ejemplo, una empresa vende tres productos A, B y C y de cada uno de ellos vende unas cantidades Q1, Q2 y Q3 a unos precios de P1, P2 y P3 euros, respectivamente, sus ingresos serán

$$\text{Ingresos totales} = P1 \times Q1 + P2 \times Q2 + P3 \times Q3 \text{ (Educativa, 2016)}$$

1.1.2.2. Flujo de caja proyectado.

El estado de flujo de efectivo proyectado muestra el plan de ingresos, egresos y saldos de efectivo proyectados.

El flujo de efectivo proyectado es una herramienta básica para la administración financiero, con ello se planifica el uso eficiente de efectivo, manteniendo saldos razonablemente cercanos a las permanentes necesidades de efectivo. Generalmente los flujos de efectivo proyectados ayudan a evitar cambios arriesgados en la situación de efectivo que pueden poner en peligro el crédito de la empresa hacia sus acreedores o excesos de capital durmiente en efectivo. (SoloContabilidad, 2012)

1.1.2.3. Inversión.

Debemos entender por inversión la materialización de recursos financieros o capital para adquirir bienes, servicios, infraestructura o insumos destinados a la operación de un negocio; de cierta forma, se estaría disponiendo de recursos actuales –propios o financiados–, a cambio de una expectativa económica de beneficios futuros.

Para determinar la conveniencia al momento de realizar una inversión hay que evaluar, entre otros, los siguientes aspectos: el rendimiento esperado, considerando distintas variables de rentabilidad; el factor riesgo; la ventana de tiempo para recuperar la inversión o retorno de inversión esperado, así como la generación de utilidades reales. (Alcazar, 2011)

1.1.2.4. TIR.

La tasa interna de retorno (TIR) representa el retorno generado por determinada inversión (muy utilizada como uno de los indicadores clave en estudios de análisis de viabilidad), o sea, representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final. Por otras palabras, representa una tasa que, cuando se le utiliza como tasa de descuento, hace el VAL igual a cero. A partir del momento en que la rentabilidad de los proyectos de inversión sea conocida, el criterio de decisión sobre la inversión consiste, simplemente, en

aceptar los que presentan una TIR superior al coste de financiamiento, añadida de determinada tasa de riesgo asociada. (Nunes, 2009)

1.1.2.5. Costo- beneficio

Esta variable ayuda a determinar la relación entre los costos que tienen un proyecto y las ventajas que tiene realizarlo, esto le dará una visión más amplia al inversionista sobre los beneficios de realizar el proyecto.

1.2. Título

Plan de negocio “*Optic Kids*”

1.3. Línea de investigación

Gestión y control de las organizaciones. Las empresas están obligadas a definir estrategias que le permitan el acceso al mundo competitivo de hoy y si estas estrategias no van acompañadas de las herramientas de gestión que garanticen su materialización, los esfuerzos serán inútiles. De acuerdo con esto un adecuado diseño del Sistema de Control de Gestión es de vital importancia para el desarrollo de una nueva idea de negocio, el control debe servir para alcanzar eficazmente el logro de los objetivos propuestos con el mejor uso de los recursos disponibles, para esto se debe tener en cuenta el estudio de ciertas variables que facilitaran el proceso de gestión del control, como la planeación del presupuesto adecuado, el análisis del entorno, el estudio de la competencia y la definición de roles.

1.4. Descripción del problema

Actualmente el uso indiscriminado de recursos y falta de control y vigilancia a las distintas entidades públicas y privadas de salud ha generado una crisis profunda en el sector, el modelo colombiano de salud ha marcado una distancia importante y de manera equivocada frente a los

menores de edad, en temas como la promoción de la salud y la prevención de sus enfermedades, afectando a todos los usuarios, teniendo un mayor impacto en las poblaciones más vulnerables del país como lo es la población infantil, según las cifras del censo de población de 2005, ocho (8) de cada mil niños tienen una discapacidad visual, es decir, aproximadamente 18.952 infantes menores de 5 años y 83.212 niños entre los 5 y 11 años de edad de los cuales la mitad de estos casos pudieron prevenirse. Esto ha creado una nueva necesidad en el mercado de ofrecer servicios de salud especializados y de calidad, es aquí donde “*Optic Kids*” surge como una idea innovadora que busca satisfacer la necesidad de los clientes contribuyendo al mejoramiento de la salud visual infantil y ofreciendo un servicio de calidad donde todos los niños y niñas sean tratados integralmente en función de sus necesidades y no del negocio, como lo ordena la ley y teniendo en cuenta que el sistema de salud es uno solo y los menores de edad le pertenecen, mas no a las instituciones que los atienden, con productos innovadores y modos de pago de fácil acceso para quienes hagan uso de este servicio.

La presente idea de negocio fue planteada y sustentada por las estudiantes María Paula Arango Ramírez, Erika Paola Castro Aponte y Adriana Marcela Chisaba Roza, de quienes se adjunta su hoja de vida emprendedora al final del documento.

1.4.1. Presentación de la empresa.

Optic Kids pretende complacer a sus clientes ofreciendo servicios especializados en salud visual infantil acompañado de profesionales especializados en niños, haciendo un proceso adecuado de evaluación visual para ellos y una adaptación más fácil a las situaciones correctivas como el uso de lentes oftálmicos. “*Optic Kids*” contará con todos los equipos necesarios y una ambientación que hará de todo el proceso una experiencia agradable y satisfactoria tanto para el niño como para los padres brindando servicios de consulta de optometría, venta de lentes oftálmicos, monturas, medicamentos, accesorios y gafas de sol, además tendrá todos los instrumentos y herramientas necesarias para los procedimientos que se requieran de acuerdo a las necesidades de cada niño como tratamientos de las alteración oculomotoras y sensoriales.

El concepto de la óptica se caracteriza por estar enfocada a la salud visual infantil, al entrar a nuestras instalaciones a diferencia de otras ópticas los niños encontrarán un ambiente lleno de alegría y, por otro lado, los padres podrán sentirse tranquilos al saber que sus hijos serán atendidos

por los mejores especialistas y que al final del proceso podrán adquirir productos de calidad con los mejores precios del mercado.

La óptica será registrada ante la cámara de comercio mediante un certificado de matrícula de persona natural en el municipio de Bogotá con unos activos de 50'000.000 y con las siguientes actividades económicas

Centro de optometría y servicios de optometría

Comercio al por menor de monturas y armaduras para gafas

Comercio al por menor de equipo óptico y precisión

Y bajo el código CIIU 8699 como otras actividades de atención de la salud humana.

Se eligió como personalidad jurídica, persona natural ya que la constitución de la empresa es más sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima y puede acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

En la siguiente tabla se muestra la clasificación empresarial acorde a Bancoldex, donde se evidencia que “*Optic Kids*” pertenece al rango de microempresa contando con un máximo de 10 empleados y unos activos totales de hasta quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Tabla 1 Clasificación empresarial.

Tamaño	Activos Totales SMMLV
MICROEMPRESA <i>Optic Kids</i> hasta 10 empleados	Hasta 500 (\$344.727.500)
Pequeña de 11 a 50 empleados	Superior a 500 y hasta 5.000 (\$3.447.275.000)
Mediana de 51 a 200 empleados	Superior a 5.000 y hasta 30.000 (\$20.683.650.000)
Grande superior a 200 empleados	Superior a 30.000 (20.683.650.000)

Fuente: (Bancoldex, 2016)

Para la idea de negocio “*Optic Kids*” a desarrollar se contará con el capital de tres socios para un total de \$15.000.000 que está distribuido de la siguiente manera:

Tabla 2 Aporte de socios Optic Kids.

NOMBRE DE SOCIO	VALOR DE CAPITAL
María Paula Arango Ramírez	\$5.000.000
Erika Paola Castro Aponte	\$5.000.000
Adriana Marcela Chisaba Rozo	\$5.000.000
TOTAL	\$ 15.000.000

Elaboración propia.

1.4.2. Análisis del entorno

Colombia es uno de los países Latinoamericanos donde la población presenta un alto porcentaje de problemas de salud visual. De acuerdo a estudios realizados por la Sociedad Colombiana de Oftalmología, en Colombia se calcula que hay aproximadamente 260.000 personas ciegas, asimismo, el 25 por ciento de los mayores de 50 años tienen varias limitaciones visuales de distintos grados que afectan su calidad de vida.

En varios países se considera que la crisis económica mundial ha tenido consecuencias de gran impacto en este sector, los equipos y otros materiales que se adquieren en dólares terminan provocando pérdidas por su bajo costo de precios estándar al consumidor final, y al contrario crea un costo elevado para que no se generen pérdidas o devaluación, lo que determina que la crisis si ha tenido repercusiones en el sector, otros sectores del mercado visualizan la crisis como una oportunidad para un fortalecimiento de su mercado.

Hay varias razones de interés por parte de las multinacionales como Transitions de incursionar en este tipo de servicios, por esta razón sigue en el mercado colombiano, ya que según la organización mundial de la salud, en Colombia no existen estadísticas claras y que evidencien los problemas de salud visual de la población en general y las distintas enfermedades que estos tienen, pero sí se encuentran estudios de la población con una ceguera permanente o con problemas

visuales muy avanzados que con una valoración y seguimientos oportuno podrían haber sido corregidos a tiempo además de campañas preventivas, esto revalida la necesidad de invertir en un país como lo es Colombia, por ser un mercado con un alto margen de descuido y una alta demanda de individuos con problemas de visión.

Son diversas etapas de retos donde las economías de los países de Latinoamérica se afectan a nivel general en distintos temas como es la valorización del dólar, una considerable disminución en sus exportaciones, falta de liquidez bancaria. Pero quizás en este momento el factor más atemorizante para la mayoría de regiones, sea el miedo, la voz a voz y sobre todo la falta de carácter y emprendimientos, se debe incursionar en el mercado, generar propuestas de valor que logren un impacto en la sociedad.

En la última década se han enfrentado cambios enormes a nivel comercial, actualmente vivimos en un mundo de regiones, los países ya no funcionan solos y hacemos parte del spaghetti bowl, generando muchas oportunidades para salir al mercado exterior pero también aumentando las amenazas para mercados nacionales más pequeños y con menos capacidad de enfrentarse a esta realidad. *Optic Kids* enfrenta amenazas peligrosas como los tratados de libre comercio que aumenta la competencia con multinacionales posicionadas en el mercado, sin embargo, no existe ninguna óptica de cadena que se dedique únicamente a la atención infantil.

A pesar de los constantes problemas que han tenido los usuarios con las EPS, son estos centros médicos los preferidos por los usuarios para la realización de tratamientos médicos, por eso no dejan de ser una amenaza para este plan de negocio. La idea de crear una óptica dirigida únicamente a la población infantil es muy innovadora lo cual se convierte en una oportunidad para generar impacto y recordación, además de ser la principal ventaja competitiva frente a otras ópticas, al pertenecer al sector salud existe la posibilidad de participar en campañas de salud visual lo cual generara un mayor acercamiento con la población permitiendo que se puede crear una mayor recordación por parte de los participantes siendo estos unos posibles clientes futuros.

Las alianzas estratégicas son una clara oportunidad para cualquier compañía de crecer y de expandirse dentro del mercado que se encuentra.

Ilustración 1 Matriz DOFA

MATRIZ DOFA
OPTIC-KIDS
 Análisis a 31 de diciembre de 2016



NÚMERO	ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	Alto nivel de emprendimiento, lo cual es ideal para el crecimiento de la organización.	Nuevos en el mercado.	Idea innovadora para la población infantil con impacto generacional.	Tratados de libre comercio que aumentan la competencia.
2	Innovación en los productos y servicio.	Volatilidad en las distintas variables económicas que actualmente presenta el país.	Alianzas estratégicas.	Preferencia del servicio ofrecido por la EPS.
3	Mercado objetivo definido	Carecer de establecimiento propio.	Participación en campañas de salud.	Dificultad al competir con otras empresas con mayor posicionamiento.
4	Maneja altos estándares de calidad en sus productos y servicios.	Altos costos en mantenimiento de equipos.	Tratados de libre comercio.	Volatilidad en las distintas variables económicas que actualmente presenta el país.

Elaboración propia.



Ilustración 2 Matriz DOFA, Generación de estrategias FO.

MATRIZ DOFA

OPTIC KIDS

Análisis a 31 de diciembre de 2016

GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS FO



NÚMERO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	COMBINACIÓN	ESTRATEGIA
1	Alto nivel de emprendimiento, lo cual es ideal para el crecimiento de la organización.	Idea innovadora para la población infantil con impacto generacional.	F4-O2	Consolidar alianzas estratégicas con laboratorios y empresas que brinden los mejores productos con altos estándares de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.
2	Innovación en los productos y servicio.	Alianzas estratégicas.	F2-O1	Ofrecer una idea innovadora para el mercado con el fin de complacer a los usuarios e impactar positivamente el entorno del paciente, estableciendo así clientes potenciales.
3	Mercado objetivo definido	Participación en campañas de salud.	F4-O3	Contribuir al bienestar saludable de la población infantil con la participación en campañas de salud por medio del mejor servicio de atención visual.
4	Maneja altos estándares de calidad en sus productos y servicios.	Tratados de libre comercio.	F3-O4	Aprovechar los beneficios que ofrecen los TLC, para la cobertura total de las necesidades del mercado objetivo.

Elaboración propia.

Ilustración 3 Matriz DOFA, Generación de estrategias FA.

MATRIZ DOFA

OPTIC KIDS

Análisis a 31 de diciembre de 2016

GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS FA



NÚMERO	FORTALEZAS	AMENAZAS	COMBINACIÓN	ESTRATEGIA
1	Alto nivel de emprendimiento, lo cual es ideal para el crecimiento de la organización.	Tratados de libre comercio que aumentan la competencia.	F4- A2	Manejar altos estándares de calidad para que los clientes potenciales prefieran el servicio privado de Optic Kids frente a las EPS.
2	Innovación en los productos y servicio.	Preferencia del servicio ofrecido por la EPS.	F4- A3	Afianzar relaciones estratégicas con proveedores que ofrezcan la mejor calidad para hacer frente a la competencia.
3	Mercado objetivo definido	Dificultad al competir con otras empresas de mayor posicionamiento.	F1- A4	Fomentar estrategias que contribuyan al crecimiento de la organización, teniendo en cuenta el estado actual del mercado y las posibles afectaciones que puedan conllevar sus variables económicas a Optic Kids .
4	Maneja altos estándares de calidad en sus productos y servicios.	Volatilidad en las distintas variables económicas que actualmente presenta el país.		

Elaboración propia.

Ilustración 4 Matriz DOFA, Generación de estrategias DO.

MATRIZ DOFA

OPTIC KIDS

Análisis a 31 de diciembre de 2016

GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS DO



NÚMERO	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	COMBINACIÓN	ESTRATEGIA
1	Nuevos en el mercado.	Idea innovadora para la población infantil con impacto generacional.	D1-O1	Usar marketing directo y BTL para dar a conocer la idea innovadora de Optic Kids, para llegar al reconocimiento.
2	Volatilidad en las distintas variables económicas que actualmente presenta el país.	Alianzas estratégicas.	D4-O2	Establecer acuerdos con empresas técnicas en mantenimiento de equipos, para la optimización del servicio.
3	Carecer de establecimiento propio.	Participación en campañas de salud.	D2-O4	Aprovechar el TLC para ofrecer al mercado productos extranjeros de alta calidad y con precios adecuados comparados con los de Colombia.
4	Altos costos en mantenimiento de equipos.	Tratados de libre comercio.	D3-O3	Participar en campañas de salud que puedan generar beneficios económicos para contrarrestar los gastos fijos del establecimiento.

Elaboración propia.

Ilustración 5 Matriz DOFA, Generación de estrategias DA.

MATRIZ DOFA

OPTIC KIDS

Análisis a 31 de diciembre de 2016


GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS DA



NÚMERO	DEBILIDADES	AMENAZAS	COMBINACIÓN	ESTRATEGIA
1	Nuevos en el mercado.	Tratados de libre comercio que aumentan la competencia.	D3-A2	Fomentar el conocimiento de los servicios ofrecidos, con promociones que incentiven el consumo, así obtener la preferencia del mercado y disminuir costos fijos.
2	Volatilidad en las distintas variables económicas que actualmente presenta el país.	Preferencia del servicio ofrecido por la EPS.	D2-A4	Enfrentar el índice de desempleo existente por medio de la oferta laboral, dando a la sociedad una pequeña oportunidad de mejora en este ámbito.
3	Carecer de establecimiento propio.	Dificultad al competir con otras empresas de mayor posicionamiento.	D1-A3	Usar marketing directo y BTL para dar a conocer la idea innovadora de Optic Kids, para llegar al reconocimiento.
4	Altos costos en mantenimiento de equipos.	Volatilidad en las distintas variables económicas que actualmente presenta el país.	D4-A1	Disminuir el impacto de los costos de mantenimiento del equipo por medio proveedores de mantenimiento que ofrezcan el mejor servicio o productos para el desempeño correcto de la consulta visual.

Elaboración propia

Ilustración 6 Análisis de Estrategia de propuestas.

<p style="text-align: center;">MATRIZ DOFA OPTIC KIDS Análisis a 31 de diciembre de 2016</p> 				
ESTRATÉGIAS PROPUESTAS				
No.	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1	Consolidar alianzas estratégicas con laboratorios y empresas que brinden los mejores productos con altos estándares de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.	Manejar altos estándares de calidad para que los clientes potenciales prefieran el servicio privado de Optic Kids frente a las EPS.	Usar marketing directo y BTL para dar a conocer la idea innovadora de Optic Kids, para llegar al reconocimiento.	Fomentar el conocimiento de los servicios ofrecidos, con promociones que incentiven el consumo, así obtener la preferencia del mercado y disminuir costos fijos.
2	Ofrecer una idea innovadora para el mercado con el fin de complacer a los usuarios e impactar positivamente el entorno del paciente, estableciendo así clientes potenciales.	Afianzar relaciones estratégicas con proveedores que ofrezcan la mejor calidad para hacer frente a la competencia.	Establecer acuerdos con empresas técnicas en mantenimiento de equipos, para la optimización del servicio.	Enfrentar el índice de desempleo existente por medio de la oferta laboral, dando a la sociedad una pequeña oportunidad de mejora en este ambito.
3	Contribuir al bienestar saludable de la población infantil con la participación en campañas de salud por medio del mejor servicio de atención visual.	Fomentar estrategias que contribuyan al crecimiento de la organización, teniendo en cuenta el estado actual del mercado y las posibles afectaciones que puedan conllevar sus variables económicas a Optic Kids .	Aprovechar el TLC para ofrecer al mercado productos extranjeros de alta calidad y con precios adecuados comparados con los de Colombia.	Usar marketing directo y BTL para dar a conocer la idea innovadora de Optic Kids, para llegar al reconocimiento.
4	Aprovechar los beneficios que ofrecen los TLC, para la cobertura total de las necesidades del mercado objetivo.		Participar en campañas de salud que puedan generar beneficios económicos para contrarrestar los gastos fijos del establecimiento.	Disminuir el impacto de los costos de mantenimiento del equipo por medio proveedores de mantenimiento que ofrezcan el mejor servicio o productos para el desempeño correcto de la consulta visual.

Elaboración propia.

Ilustración 7 Análisis de entornos.

DEMOGRÁFICO	ECONÓMICO JULIO DE 2016
<p>Edad 28 a 42 años.</p> <p>Sexo biológico Hombre y mujer.</p> <p>Tamaño de la familia Superior a 3 miembros.</p> <p>Ciclo de vida familiar Mayor casado con hijos menores de 15 años.</p> <p>Profesión Profesional.</p> <p>Nivel educativo Profesional.</p> <p>Nacionalidad No aplica.</p>	<p>Ingresos familiares Superior a \$1'400.000 pesos colombianos.</p> <p>Producto interno bruto 134.650 millones de pesos 2,5%</p> <p>Tasa de desempleo 47.322 personas.</p> <p>Tasa de inflación 8.60</p> <p>Importaciones 152.935 millones de pesos.</p> <p>Exportaciones 83.538 millones de pesos.</p>
ECOLÓGICO	TECNOLÓGICO
<p>Al ser una empresa prestadora de servicios oftalmicos, solo se ofrecerán productos terminados. Se manejará un programa de manejo de residuos (monturas y lentes) con el fin de ser amigables con el entorno y poder reutilizarlos con la población de bajos recursos.</p>	<p>Se espera ofrecer el mejor servicio de atención oftálmica especializada para niños, a través de la mejor tecnología utilizada en los instrumentos para la realización del examen de ortóptica y también acorde a los productos ofrecidos por los proveedores.</p>
LEGAL	
<p>LEY 372 DE 1997 por la cual se reglamenta la profesión de optometría en Colombia.</p> <p>DECRETO 1030 DE 2007 por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos para la salud visual.</p> <p>DECRETO 1469 DE 2010 Licencias urbanísticas.</p>	

Fuente: Estudio de mercadotecnia.

Optic Kids

1.4.3. Análisis de la competencia

Ilustración 8 Análisis de la competencia.

Competencia	Servicios	Presencia en la ciudad	Precio de consultas
“Ojitos Óptica para niños”	Empresa constituida en el 2002, dedicada a la comercialización de monturas y accesorios para un mercado infantil de 0 a 15 años. Con alianzas con laboratorios y optómetras especializados. (Torres Cubillos & Sanchez Urdaneta, 2010)	Barrio Santa Bárbara occidental Dirección: Cl. 122 #18-50	Precio de consulta: \$45.000
“La óptica de los niños”	Se dedica a la comercialización de monturas para niños.	Barrio el Lago Dirección: Cra.11 No81-06	No presta este servicio.
“Look 4 life” Dra. Martha Beatriz Montenegro	Oftalmología Pediátrica y Estrabismo. Oftalmóloga egresada de la Universidad de La Sabana y el Hospital Universitario de La Samaritana. (Montenegro, 2015)	Barrio Santa Bárbara Dirección: calle 119 #7 – 14 consultorio 322	Precio de consulta: \$160.000
“Ojazos y ojitos óptica”	Suministro de lentes oftálmicos, monturas, lentes de contacto y accesorios de alta calidad y con los últimos adelantos en los mismos. (García Fonseca, 2013)	Barrio Las aguas Dirección: Cra. 9 No 18-46 local 1	Precio de consulta: \$40.000

Fuente: Elaboración realizada con información obtenida de los sitios web.

Ilustración 9 Servicios ofrecidos por la competencia.

Óptica	Descripción	Ambiente temático		Consulta		Lentes y monturas		Página web		Atención exclusiva para niños	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
“Ojitos Óptica para niños”	Empresa constituida en el 2002, dedicada a la comercialización de monturas y accesorios para un mercado infantil de 0 a 15 años. (Torres Cubillos & Sanchez Urdaneta, 2010)		X	\$ 45.000		X			X		X
“La óptica de los niños”	Se dedica a la comercialización de monturas para niños.		X		X	X			X		X
“Look 4 life” Dra. Martha Beatriz Montenegro	Oftalmología Pediátrica y Estrabismo. Universidad de La Sabana y el Hospital Universitario de La Samaritana. (Montenegro, 2015)		X	\$ 160.000		X		X		X	
“Ojazos y ojitos óptica”	Suministro de lentes oftálmicos, monturas, lentes de contacto y accesorios de alta calidad y con los últimos adelantos en los mismos. (García Fonseca, 2013)		X	\$ 40.000		X		X			X

Fuente: Elaboración realizada con información obtenida de los sitios web.

Como se puede evidenciar en el análisis de benchmarking, aunque se encuentren al norte de la ciudad, ninguna de estas ópticas se encuentra ubicada en la localidad de Suba, siendo este un sector de amplio impacto a nivel de prestación de servicios, al ser una de las localidades más pobladas de la ciudad de Bogotá, de acuerdo a un estudio realizado en 2012 por planeación distrital indicando que para el año 2015 la localidad de Suba sería la más poblada con un total de 1.174.736 habitantes (Serrano Guzmán, 2012). Por tal motivo es un mercado potencial para *Optic Kids* y así poder satisfacer las necesidades de dicha población.

Por otra parte, las ópticas analizadas en dicho estudio no mencionan en sus páginas web ni instalaciones dirigidas únicamente para niños donde puedan pasar su tiempo de espera de manera agradable, lo que es un gran factor diferenciador de *Optic Kids* frente a las demás ópticas, aunque mencionen que ofrecen servicios especializados para menores de 11 años.



2. CAPÍTULO II. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

En el presente capítulo se desarrollan los parámetros de lineamiento organizacional para el adecuado funcionamiento del proyecto, plasmando los objetivos a largo y corto plazo de la empresa y buscando generar una visión más clara de lo que se quiere lograr y como cumplir las metas propuestas por medio del cumplimiento de los valores corporativos.

2.1. Visión

Para el año 2021 “*Optic Kids*” espera ser reconocida como marca líder dentro del sector de la salud visual al brindar los mejores servicios y productos para la prevención y cuidado de problemas visuales en niños a través de la prestación del servicio y ventas de productos de alta calidad y del acompañamiento continuo por parte de todo el personal.

2.2. Misión

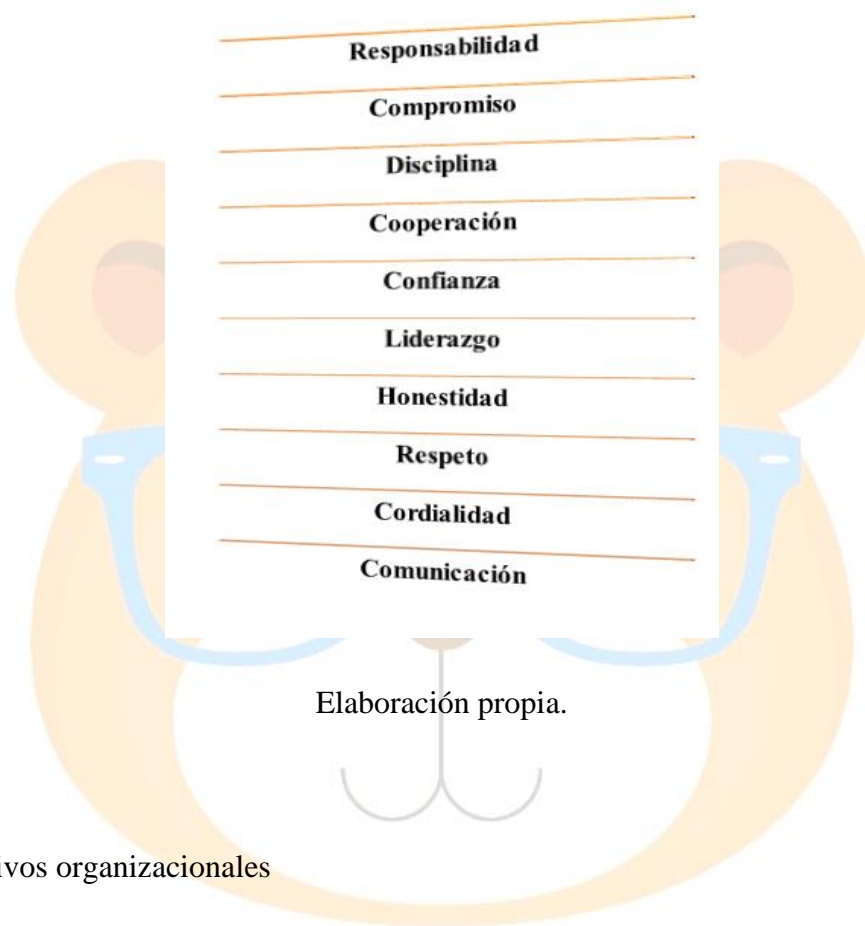
Ofrecer servicios y productos enfocados únicamente hacia la salud visual infantil con los mejores especialistas, la más alta tecnología y todas las herramientas necesarias para tratamientos ópticos, dentro de un ambiente alegre y agradable para el niño, promoviendo no solo la satisfacción de este sino también la tranquilidad y seguridad de sus padres al saber que sus hijos se sentirán totalmente cómodos y disfrutarán cada espacio que compartan dentro de “*Optic Kids*”.

2.3. Valores corporativos

En “*Optic Kids*” los valores corporativos son la base del buen funcionamiento de la organización, los cuales se presentan como el lineamiento que deben seguir todos los colaboradores y grupos de interés que estén involucrados en el desarrollo de todos los procesos realizados dentro de la empresa. Se han definido 10 valores fundamentales, responsabilidad con el servicio, compromiso con los clientes, disciplina en los procesos, cooperación en el equipo de trabajo, confianza para el cliente, liderazgo en el mercado, honestidad y transparencia, respeto con

el entorno, cordialidad en la atención y comunicación clara y precisa. La aplicación de cada uno de estos valores asegurará la calidad del servicio y el éxito contundente del proyecto.

Ilustración 10 Valores corporativos.



2.4. Objetivos organizacionales

Alcanzar los más altos niveles de calidad a través de la aplicación del modelo COSO para evidenciar un control general de la organización.

Crear alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas que permitan el desarrollo, crecimiento y mayor reconocimiento de la empresa por parte de nuestros clientes.

Contar siempre con la última tecnología en equipos necesarios para la salud visual brindando seguridad y confianza a la hora de solicitar nuestros servicios o productos.

Crear un clima ético dentro de la organización a través de códigos éticos, comités de seguimientos y auditorías internas que permitan a la empresa una mayor confiabilidad, una disminución en costos y un mayor rendimiento.

Ser consciente de daño ambiental que está sufriendo el planeta y demostrar un compromiso con el desarrollo sostenible.

2.5. Objetivos estratégicos

2.5.1. Recurso humano

Establecer a través de políticas de calidad un eficiente proceso de selección de personal, haciendo que los integrantes del grupo de trabajo de “*Optic Kids*” sean los mejores profesionales independientemente en el área en que se desempeñe.

Actualizar a los colaboradores de “*Optic Kids*” mediante capacitaciones continuas que faciliten la realización y el buen desempeño de las diferentes actividades que realicen dentro de la empresa, aumentando la competitividad de la misma.

2.5.2. Mercadeo

Diseñar estrategias que generen una recordación positiva en el cliente, que cree un valor emocional generando fidelidad y lealtad hacia “*Optic Kids*”.

Crear una estrategia de precio eficiente que haga que los clientes paguen por la satisfacción que esperan recibir, brindando un precio competitivo que este respaldado con productos y servicios de alta calidad.

Construir una filosofía de Green marketing o marketing ecológico a través de nuestros empaques no renovables, capacitando a los consumidores para ejecuten un proceso adecuado de eliminación de residuos y así reducir los efectos negativos en el ambiente producidos por estos.

2.5.3. Financiero.

Incrementar las ventas durante los primeros 3 años en un 15% semestralmente maximizando las utilidades de la compañía.

2.6. JUSTIFICACIÓN

Realizar los informes adecuados con información financiera real que se deberán presentar periódicamente al encargado del área evaluando el cumplimiento de los diferentes objetivos financieros.

Tener una salud integral es muy importante, sin embargo, en ocasiones se deja de lado o en manos de personas y entidades inexpertas o peor aun únicamente se tiene en cuenta cuando hay una afectación que perjudica la calidad de vida o la cotidianidad del individuo. Uno de los órganos más importantes del ser humano es el del sentido de la visión, es decir el ojo, fisiológicamente el ojo se constituye como un sistema que integra funciones ópticas, vasculares, inmunológicas, nerviosas y motoras, conformando uno de los sistemas corporales de mayor complejidad (Guerrero Vargas J. J., 2012)

El sistema visual como el resto de nuestro cuerpo necesita de revisiones y controles permanentes para evitar trastornos visuales y oculares. Existen problemas que se pueden detectar de manera oportuna y someter a tratamiento para disminuir los riesgos de ceguera. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) se estima que en el mundo cada minuto un niño pierde la visión. Así pues, es fundamental que todos los padres le presten atención a la salud visual de sus hijos por lo que se deberían evaluar desde temprana edad para evitar complicaciones futuras.

La principal razón que dio origen a esta idea de negocio fue la necesidad que se evidencio en el mercado de ofrecer un servicio especializado únicamente en salud visual infantil ya que actualmente existen diferentes ópticas de atención general y una buena prestación de servicios, pero no con un enfoque o atención determinada para menores de edad, la especialización y atención que estos requieren asegurando la prevención y detección a tiempo de posibles enfermedades que ponen en riesgo la calidad de vida de los niños, afectando su desarrollo normal en todos los ámbitos donde se desempeñen.

Se decidió por nombre para el proyecto “*Optic Kids*” , el cual quiere darle un énfasis al segmento de mercado elegido, es decir, a la población infantil por lo que se ha creado un logo que se compone de dos partes, primero, un oso siendo este considerado como un símbolo infantil, el cual usa gafas evocando así el sentido del proyecto, segundo, la tipografía que es simple para facilitar su comprensión y lectura no solo para adultos sino también para los niños quienes son la razón de ser de la organización, los colores elegidos fueron el rosado y el azul cielo para expresar que la óptica va dirigida hacia niñas y niños.

A nivel profesional y personal, brinda la oportunidad de conocer o abarcar el mercado real actual, conociendo de manera amplia las situaciones que se tienen que afrontar al crear una idea de negocio, por lo que no es una tarea fácil al promover o tener la iniciativa de emprendimiento.



3. CAPÍTULO III. MARCO LEGAL, JURÍDICO Y TRIBUTARIO

A continuación, se relacionan los diferentes decretos y resoluciones que, dentro del sistema obligatorio de garantía de calidad, el ministerio de salud y protección social a expedido en relación puntual de la prescripción de lentes y dispositivos médicos sobre medida para salud visual y ocular

LEY 372 DE 1997 por la cual se reglamenta la profesión de optometría en Colombia y se dictan otras disposiciones. En su artículo 2 cita textualmente: la actividad del optómetra incluye acciones de prevención y corrección de las enfermedades del ojo y del sistema visual, por medio del examen diagnóstico, tratamiento y manejo que conduzca a lograr eficiencia visual y la salud ocular, así como el reconocimiento y diagnóstico de las manifestaciones sistemáticas que tienen relación con el ojo y que permiten preservar y mejorar la calidad de vida del individuo y la comunidad.”

DECRETO 1030 DE 2007 por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos sobre medida para la salud visual y ocular y los establecimientos en los que se elaboren y comercialicen dichos insumos y se dictan otras disposiciones (Colombia., 1997).

3.1.1. DECRETO 1469 DE 2010 (abril 30)

DECRETA:

TÍTULO. I

LICENCIAS URBANÍSTICAS

CAPÍTULO. I

Definición y clases de licencias urbanísticas

Parágrafo 5 en suelo urbano, Artículo 7°. Licencia de construcción y sus modalidades. Es la autorización previa para desarrollar edificaciones, áreas de circulación y zonas comunales en uno o varios predios, de conformidad con lo previsto en el Plan de Ordenamiento Territorial, los instrumentos que lo desarrollen y complementen, los Planes Especiales de Manejo y Protección de Bienes de Interés Cultural, y demás normatividad que regule la materia (D.C., 2010).

3. Adecuación. Es la autorización para cambiar el uso de una edificación o parte de ella, garantizando a permanencia total o parcial del inmueble original.

4. Modificación. Es la autorización para variar el diseño arquitectónico o estructural de una edificación existente, sin incrementar su área construida.

3.1.2. Manejo de residuos

El objetivo principal de un manejo adecuado de los desechos, es reducir tanto como sea posible, los riesgos para la salud de la población hospitalaria, la comunidad y el medio ambiente.

Es por ello que se hace imprescindible una adecuada Gestión que minimice y controle los riesgos sanitarios y ocupacionales de su manipulación con los objetivos de:

Minimizar los riesgos para la salud

Reutilizar residuos reciclables

Reducir costos operativos

Es importante indicar que el manejo de los desechos no depende únicamente de quien tiene la tarea de la disposición final, sino que la responsabilidad se inicia desde quien lo genera.

Para hacer una eficiente disposición de los desechos es necesario adoptar una codificación de colores de acuerdo al tipo y grado de peligrosidad del residuo que se esté manejando.

La OMS ha establecido un código para la selección, disposición, almacenamiento y disposición final de los desechos, el cual es universalmente reconocido por medio de bolsas de colores:

Color Verde: Desechos ordinarios no reciclables.

Color Rojo: Desechos que impliquen riesgo biológico.

Color Gris: Papel, cartón y similares.

Inicialmente como se señala en la norma (D.C., 2000) en Colombia, el Decreto No. 2676 de 2000 reglamenta el Programa Nacional para la Gestión Integral de Residuos Hospitalarios. Se cuenta también con el Manual de procedimientos para la gestión integral de los residuos hospitalarios.

3.1.1 Creación de la empresa en Cámara de comercio

Hay que partir del tipo de empresa en la que Optic Kids será constituida, la óptica será registrada ante la cámara de comercio mediante un certificado de matrícula de persona natural en el municipio de Bogotá con unos activos de 50'000.000 y con las siguientes actividades económicas:

Centro de optometría y servicios de optometría

Comercio al por menor de monturas y armaduras para gafas

Comercio al por menor de equipo óptico y precisión

Y bajo el código CIIU 8699 como otras actividades de atención de la salud humana.

Se eligió como personalidad jurídica, persona natural ya que la constitución de la empresa es más sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima y puede acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

En la siguiente tabla se muestra la clasificación empresarial acorde a Bancoldex, donde se evidencia que “*Optic Kids*” pertenece al rango de microempresa contando con un máximo de 10 empleados y unos activos totales de hasta quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Tabla 3 Clasificación empresarial

Tamaño	Activos Totales SMMLV
MICROEMPRESA Optic-Kids hasta 10 empleados	Hasta 500 (\$344.727.500)
Pequeña de 11 a 50 empleados	Superior a 500 y hasta 5.000 (\$3.447.275.000)
Mediana de 51 a 200 empleados	Superior a 5.000 y hasta 30.000 (\$20.683.650.000)
Grande superior a 200 empleados	Superior a 30.000 (20.683.650.000)

Fuente: Cámara de Comercio.

En este caso al constituir la óptica como persona natural, se requiere verificar la autenticidad del nombre en el mercado a través de la página de la cámara de comercio de Bogotá.

Además, contar con los siguientes documentos:

3.2. Original del documento de identidad del representante legal.

Formulario del Registro Único Tributario (RUT). El Registro Único Tributario, RUT, administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del Régimen Común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, respecto de los cuales esta requiera su inscripción. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales, 2012)

3.3. Formulario adicional de registro con otras entidades.

Con este formulario, la Cámara de Comercio envía la información a la Secretaría de Hacienda Distrital de Bogotá para llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA). (Cámara de comercio de Bogotá, 2014)

Estos documentos se pueden descargar en la página web de la cámara de comercio de Bogotá, se diligencian y posteriormente se registran en una sede de la CCB y se paga el valor correspondiente a los derechos de matrícula que para el año 2016 corresponden a \$412.000 al tener un capital neto de \$50'000.000 equivalente al rango entre 70 y 87 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Dentro de las demás solicitudes se deben tener en cuenta:

3.4. Solicitud de autorización de numeración para Facturar: Este se debe presentar ante la DIAN, diligenciando el formulario 1302 “Solicitud sobre numeración para Facturación” en original y copia.

3.5. Certificado de Existencia y Representación Legal: Expedido por la cámara de comercio de Bogotá.

3.6. Presentar declaración del IVA: La declaración de IVA, que a partir de la ley 1607 de 2012 se puede pagar en períodos bimestrales, cuatrimestrales y anuales; se presenta en los formularios exigidos por la DIAN. (Actualícese, 2016)



Optic Kids

4. CAPÍTULO IV. CONTROL INTERNO

Optic Kids es una óptica de carácter innovador dirigida al mercado colombiano, el concepto se caracteriza por estar enfocado a la salud visual infantil, al entrar a nuestras instalaciones a diferencia de otras ópticas los niños encontrarán un ambiente lleno de alegría y por otro lado los padres podrán sentirse tranquilos al saber que sus hijos serán atendidos por los mejores especialistas, consiguiendo además al final del proceso productos de calidad con los mejores precios del mercado.

Para brindar los más altos estándares de calidad *Optic Kids* se compromete a disminuir los riesgos que se presentan en la organización y asegurar el cumplimiento de sus objetivos a través de la aplicación del modelo COSO, desarrollando cada uno de sus componentes:

Ambiente de control
Valoración de riesgos
Actividades de control
Información y comunicación
Monitoreo

4.1. Ambiente de control

El Entorno de Control, marca las pautas de comportamiento de *Optic Kids* y por lo tanto mantiene una influencia directa en el nivel de percepción del personal respecto a la organización Motivo por el cual debemos revisar:

La Integridad y Los Valores Éticos.

La existencia de códigos de conducta, políticas y prácticas relacionadas con las prácticas profesionales aceptables. Pautas establecidas por La Gerencia sobre las incompatibilidades o pautas esperadas de comportamiento ético y moral.

La forma en que se llevan a cabo las negociaciones con los empleados, proveedores, clientes, inversionistas, acreedores, compañías de seguros, competidores directos, entre otros.

Como es el trabajo a presión que ejerce La Gerencia para alcanzar los objetivos, revisar si ¿son realistas o no? Sí, ¿son a corto, mediano o largo plazo? Y en qué medida la remuneración del personal está a nivel de mercado y sobre todo a la medida de las exigencias del trabajo en cuestión.

Compromiso de Competencia Profesional.

La existencia de descripciones de Cargo, formales e informales.

La existencia de descripciones de Funciones, respecto al cargo asignado.

La existencia de un Organigrama claro y detallado.

Consejo de Administración o Comité de Auditoría

La independencia de los asesores externos (Abogados, Auditores, etc.)

La frecuencia y oportunidad de las reuniones con La Gerencia, Director Financiero, Contador general, Auditores externos e internos.

La oportunidad y el alcance en que se facilita la información a los miembros del consejo o comité de auditoría que permita supervisar los objetivos y las estrategias, la situación financiera, así como los resultados de explotación, entre otros.

Filosofía de Dirección y el Estilo de Gestión.

Es necesario revisar la naturaleza de los riesgos empresariales aceptados, vale decir, si La Dirección en su totalidad participa a menudo en operaciones de alto riesgo para La Sociedad.

Revisar la frecuencia con que se llevan a cabo los contactos o reuniones entre La Alta Dirección y La Dirección Operativa, sobre todo cuando se ubican en zonas geográficas diferentes y distanciadas.

Revisar la presentación de la información financiera (memorias anuales, actas de reuniones de directorio, planificación estratégica, tratamiento contable de acuerdo a normas, etc.) Cabe destacar que se debe revisar la veracidad de los documentos auditados.

Estructura Organizativa.

Revisar la idoneidad de la estructura organizacional y su real capacidad para proporcionar flujos de información a los distintos departamentos que la requieran.

Analizar la suficiencia de la responsabilidad de los Directivos claves y su conocimiento y responsabilidad.

Asignación de Autoridad y Responsabilidad.

Revisar la asignación de responsabilidad y delegación de autoridad para hacer frente a las metas y objetivos organizativos, funciones operativas y responsabilidades en cuanto a

los sistemas de información y la autorización para la Gestión del Cambio. La existencia de normas y procedimientos escritos y conocidos respecto del control, incluyendo las descripciones de puestos de trabajo.

Políticas y Prácticas de Recursos Humanos.

- Revisar si existen políticas vigentes, procedimientos adecuados.
- Revisar la idoneidad de los candidatos a los puestos de trabajos por ejercer y en ejercicio.
- Revisar la idoneidad de los criterios utilizados en la cultura organizacional, sobre todo para retener y promocionar a los empleados.

4.2. Evaluación de riesgos

Todos los Riesgos existentes son dados por los objetivos, en esta etapa revisaremos los riesgos relacionados a los objetivos, partiendo por:

Objetivos Relacionados con las Operaciones, ellos se refieren a la eficacia y eficiencia en las operaciones, incluyendo los objetivos de rendimiento y rentabilidad y más específicamente relacionados con las operaciones de marketing, reconocimiento de marca y relación directa e indirecta con los clientes. Estos objetivos varían en función de la elección de la dirección respecto a estructuras y rendimientos.

4.3. Actividades de control

En esta etapa se debe identificar las posibles fallas respecto a todos los momentos relacionados con la atención al cliente y con el proceso de marketing.

Ilustración 11 Ciclo del control.



Fuente: (SAGARPA, 2010)

4.3.1. Controles preventivos:

Optic Kids brindara capacitaciones semestrales, en materia de servicio al cliente, ventas y promoción de productos para asegurar la mejor atención y la mayor calidad en prestación de servicios, así mismo estas capacitaciones se evaluarán a través de indicadores de cumplimiento verificando la adecuada realización de estas.

4.3.2. Controles defectivos:

Optic Kids contara con un comité de control interno que detectara las fallas y creará planes de acción que se ejecutaran durante la detección de la falla en el proceso correspondiente, igualmente se aplicaran una serie de indicadores para verificar su cumplimiento.

4.3.3. Controles correctivos:

Si al aplicar el control defectivo se evidencia que el problema o la falla persiste se deberá crear un plan de acción que sirva como control correctivo y acabe por completo con el inconveniente en este caso se deberá hacer un seguimiento semanal sobre el desarrollo de este plan y verificar su cumplimiento.

4.4. Información y comunicación

Se debe identificar, ordenar y comunicar en forma oportuna la información necesaria para que los empleados puedan cumplir con sus obligaciones, además si se pondrá en ejecución algún cambio o un plan de acción en la organización todos los colaboradores deben tener conocimiento de ello oportunamente.

Se realizarán reuniones semanales brindando información sobre el control interno y otros temas de interés.

Deben existir adecuados canales de comunicación.

El personal debe ser informado de la importancia de que participe en el esfuerzo de aplicar el control interno.

4.5. Supervisión

Debe existir un proceso que compruebe que el sistema de control interno se mantiene en funcionamiento a través del tiempo.

5. CAPÍTULO V. MERCADOTECNIA

A partir de la investigación exploratoria realizada durante el anteproyecto de plan de negocio, identificó que la idea de negocio es válida. Sin embargo, se requiere identificar si es viable el modelo de negocio de negocio que se propone para la empresa Optic Kids a partir del modelo CANVAS explicado a continuación:

5.1. Propuesta de valor (descripción inicial del producto/servicio).

5.1.1. Objetivos de ventas

Vender monturas con lentes oftálmicos al 80% de los pacientes potenciales que ingresen a consulta.

Crear políticas de ventas que promuevan el aumento de la rentabilidad de los socios y permitan el sostenimiento pleno del establecimiento comercial.

Capacitación de asesores de atención a clientes con el fin de crear permanencia y recordación en los clientes para que estos sigan adquiriendo los servicios de *Optic Kids*.

5.1.2. Objetivos de compra

Realizar alianzas con proveedores reconocidos y posicionados dentro del mercado, que brinden productos de alta calidad proporcionando así una mayor seguridad al cliente a la hora de comprar accesorios oftálmicos en *Optic Kids*.

Manejar una rotación de inventario constante para generar una mayor variedad de productos haciendo que la decisión de compra pueda ser determinada de acuerdo a los gustos del cliente.

Crear estrategias de pago con los proveedores para financiar la compra de productos con un crédito no mayor a un mes.

5.1.3. Especificaciones del producto o servicio

5.1.3.1. Productos.

5.1.3.1.1. Monturas

Gama Alta

5.1.3.1.1.1. Monturas marca Oakley

Lentes Oakley High Definition: Optimizan la seguridad y rendimiento para satisfacer las demandas de los niños atletas, ofrece una visión más verdadera y precisa frente a los lentes convencionales.

5.1.3.1.1.2. Monturas marca Nike

Monturas en policarbonato resistentes, las gafas son sinónimo de moda y comodidad con diseños variados, con monturas enteras, medias o al aire.

5.1.3.1.1.3. Monturas marca Benetton

La línea Kids de Benetton presenta diseños modernos con diversos colores, ligeros y resistentes satisfaciendo las necesidades de los niños.

5.1.3.1.1.4. Monturas marca Converse

Converse ofrece a su público infantil monturas para lentes oftálmicos con diversos modelos en acetato, con gran variedad en diseños.

5.1.3.1.1.5. Montura de sol marca Hummer

Hummer ofrece monturas de sol con diseños exclusivos para el cuidado visual de los niños con todos los filtros UV.

5.1.3.1.1.6. Montura de sol marca Ray-Ban

Ray-Ban ofrece monturas de sol para niños para las estrellas del mañana. Elaboradas en nylon o metal, absorbe el 85% de la luz visible y bloquea gran parte de la luz azul. Ofrecen una visión relajada y natural.

Gama Media

5.1.3.1.2. Monturas marca Miraflex

5.1.3.1.2.1. Línea flexible & segura

Monturas con ausencia de partes metálicas disponibles e 17 tamaños y 40 colores, material hipoalergénico flexible y liviano adaptándose al rostro del niño para mayor comodidad.

5.1.3.1.2.2. Nylon

Monturas fabricadas en nylon, con acabados brillantes y opacos.

5.1.3.1.2.3. Línea acetato

Monturas fabricadas en una celosa que se caracteriza por su amplia versatilidad, su resistencia y su variedad de colores.

5.1.3.1.2.4. Metálica

Monturas en acero inoxidable ultra delgado, se caracteriza por su flexibilidad, durabilidad y resistencia.

5.1.3.1.2.5. Monturas de sol

Gafas en policarbonato que brinda protección de los rayos UV, UVB y UVA.

5.1.3.1.2.6. Línea sport

Gafas fabricadas en materiales CP y policarbonato, diseñadas para protección visual durante prácticas deportivas.

Gama Baja

Monturas económicas (de \$25.000- \$50.000) de diferentes materiales como acetato que brindan una opción asequible al cliente.

Optic Kids

5.1.3.1.3. Lentes

Ilustración 12 Materiales (Lentes)

TIPO	CARACTERÍSTICAS	RECOMENDACIONES
CR-39	Material plástico, (llamados genéricos). Usualmente formulado para defectos refractivos bajos. Es más resistente a los impactos que el vidrio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es un material que se adecua fácilmente a un precio económico, y es compatible con todos los filtros y tratamientos. 2. Tiene buena resistencia química y la abrasión (rayones).
CR-39 ANTI-REFLEJO	Lentes visión sencilla elaborados en material cr39, que incluyen capa anti-reflejo convencional. Disponible para lentes terminados en CR-39.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capa anti-reflejo económica. 2. Mayor claridad y nitidez visual y generar una visión descansada
POLICARBONATO	Muy livianos y delgados aún en formulas altas, viene en diseño ASFERICO y ESFERICO. Permite el montaje en cualquier tipo de montura. Disponible en lentes terminados o tallados tanto visión sencilla, bifocales y progresivos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Para los niños es la mejor opción ya que tiene buena resistencia al impacto. 2. Compatibles con filtros y tratamientos.
POLY ANTI-REFLEJO TERMINADO	Lentes visión sencilla elaborados en material policarbonato, que incluye capa anti-reflejo, mejorando la características estéticas y ópticas del lente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Al ser en poly los lentes son delgados y livianos. Disponible para lentes terminados en policarbonato.
POLY+ AR TERMINADO	Lentes visión sencilla elaborados en material policarbonato, con una exclusiva capa anti-reflejo, esta es de última generación, super-hidrofóbica, mejora las características estéticas y ópticas del lente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capa anti-reflejo en material poly liviano delgado y resistente: fácil limpieza y mayor durabilidad. Permite montajes en cualquier tipo de monturas.
LENTESTRANSITIONS POLY	Permite a los lentes claros adaptarse automáticamente a las condiciones cambiantes de iluminación. En interiores o de noche los lentes son claros, pero frente a la luz del sol, se oscurecen bloqueando el deslumbramiento, mejorando el contraste y ayudando a reducir el cansancio y la fatiga visual. Disponible para formulaciones terminadas y talladas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los lentes transitions ayudan a proteger sus ojos, de la misma forma que el protector solar protege su piel, previniendo la aparición de terigios y daños oculares tales como la formación de cataratas y degeneración macular. Además, bloquean el 100% de los perjudiciales rayos UVA Y UVB. Ideal para todo tipo de usuario, especialmente para los niños, por sus ojos en desarrollo, disponible para todo tipo de Prescripciones, diseños de lentes y materiales

Fuente: SERVIÓPTICA.

5.1.4. Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

De acuerdo con José Joaquín Guerrero (2012) los elementos necesarios para el proceso de prestación de servicio en la óptica se requieren de los siguientes procesos

Tabla 4 Procesos de consulta.

PROCESO DE CONSULTA	DESCRIPCIÓN GENERAL
Historia clínica (HC)	Este documento es elaborado y diligenciado de acuerdo con las necesidades del profesional o institución que lo aplica, por lo cual es susceptible de contener datos comunes u otros adaptados a los requerimientos específicos.
Datos personales del paciente	Algunos datos específicos como el nombre, edad y ocupación, permiten establecer el diálogo entre el paciente y su examinador y apoyan la escogencia del método correctivo más apropiado para resolver el motivo de consulta
Motivo de consulta	El motivo de consulta es la causa por la cual el paciente asiste al consultorio; es decir, el problema que requiere resolución.
Anamnesis	Este proceso con anterioridad, se constituye como un interrogatorio clínico que se aplica con el fin de obtener datos subjetivos que orienten y facilitan el proceso de determinación de un diagnóstico presuntivo.
Examen refractivo	El examen refractivo tiene como objeto la determinación de las condiciones de emetropía o ametropía. Mediante la aplicación de pruebas objetivas y subjetivas de medición, corrección y afinación refractiva ocular.
Examen oculomotor	Es un examen que permite determinar varias condiciones oculomotoras que incluyen el estado oculomotor habitual e inducido (con formulación óptica).

Examen externo	Permite determinar el estado anatomofisiológico de las estructuras del segmento anterior ocular y los anexos oculares.
Examen oftalmoscópico	Tiene como finalidad la exploración y evaluación de las estructuras del segmento anterior y posterior, tales como los anexos oculares, conjuntiva, córnea, esclera anterior, iris, cristalino, cámara anterior, vítreo, retina, cabeza del nervio óptico, estructuras vasculares retínales y coroides, entre otras.
Exámenes complementarios	Incluyen los procedimientos clínicos o exámenes adicionales aplicados para complementar la consulta externa optométrica, con el fin de confirmar o descartar un diagnóstico presuntivo.
Diagnóstico	El diagnóstico clínico- científico atribuido a una entidad clínica en el paciente, después de concluir las pruebas clínicas y paraclínicas. El diagnóstico puede ser simple o compuesto.
Pronóstico	Es una presunción profesional y analítica, relativa a la resolución del diagnóstico, de acuerdo con las variables que influyen sobre el curso de la alteración visual o la patología tratada.
Disposición	Es el conjunto de procedimiento clínicos organizados, jerarquizados y específicos que aplica el profesional después de identificar el diagnóstico, con el fin de resolver completa y satisfactoriamente el motivo de consulta.
Exámenes complementarios	Son pruebas clínicas, no rutinarias, realizadas con el fin de soportar, confirmar o descartar un diagnóstico no confirmado.
Evolución y control	Son dos conceptos unidos que consisten en la observación periódica y metodológica del cuadro clínico del paciente, después de iniciada la fase de tratamiento. Los controles aseguran un monitoreo permanente de la resolución del motivo de consulta y permite realizar ajustes o cambios oportunos cuando el tratamiento inicial no funciona o presenta fallas.
Remisión y contra remisión	

	Este procedimiento permite realizar un seguimiento y manejo interdisciplinario del caso, cuando los recursos del tratamiento son insuficientes para su resolución o ante la presencia de un cuadro clínico de competencia ajena al optómetra.
Examen externo	Consiste en una evaluación cualitativa de la integridad anatómica y las funciones oculares de las estructuras de segmento anterior, basadas en la observación y la palpación de las estructuras oculares expuestas y las visibles a través de la córnea como los párpados y anexos oculares, cornea, esclera, conjuntiva, iris, pupila y cristalino.
Subjetivo	Es una prueba clínica útil para definir la prescripción absoluta mocular, en función de las respuestas subjetivas y colaboración del paciente, el control acomodativo (máxima relajación) y la máxima recuperación posible de agudeza visual.
Terapéutica oculomotor y sensorial	El pronóstico y tratamiento de las alteraciones oculomotoras y sensoriales está definido por los factores anatómicos refractivos, acomodativos, la demanda visual, actitud y disponibilidad del paciente.
Estrabismo	El estrabismo básico se origina por causas anatomofuncionales o disfunciones musculares, mientras que el acomodativo se asocia con la activar ciliar excesiva, hipermetropía no corregida relación sea aumentada.
Tratamiento oculomotor y sensorial	No existe una restricción de edad para la valoración optométrica y el diagnóstico oportuno de las afecciones oculomotoras; aunque en edad temprana el diagnóstico sensorial es impreciso por la falta de colaboración del paciente y la naturaleza de estas pruebas clínicas, esta condición puede inferirse a partir de otras funciones como la fijación, la agudeza visual y los reflejos de desarrollo visual.

Fuente: Elaborado (Guerrero Vargas J. J., 2012)

Tabla 5 Procesos de consulta.

DIAGNOSTICO	DESCRIPCIÓN	PRONÓSTICO	RAZÓN DEL PRONÓSTICO
Miopía baja	Paciente de 15 año con miopía bilateral de -0.75 Dpt (Dioptría) diagnosticada y corregida desde los seis años de edad. No presenta aumento del grado dióptrico y su agudeza visual es estable desde que fue corregido.	Positivo	El defecto refractivo es bajo y se acompaña de agudeza visual estable, además fue corregida a temprana edad y por su naturaleza miopía baja, no es ambliopizante.
Endotropía acomodativa	Paciente de 20 años con ETD de 25 Dpt (Dioptría) de aparición temprana (2 años de edad), asiste a consulta por pérdida visual severa que no responde con métodos ópticos. Su defecto refractivo bilateral es de +5.50 Dpt (Dioptría) y su agudeza visual ojo derecho: 20/600 ojo izquierdo: 20/20	Negativo	Se observa una desviación unilateral de gran ángulo que no ha sido tratadas previamente, además, el paciente no se encuentre en periodo de plasticidad cerebral, por lo cual su agudeza visual no puede ser recuperada.
Ambliopía refractiva moderada	Paciente de 6 años que asiste a primera consulta. Si agudeza visual habitual bilateral es 20/80, mientras que su defecto refractivo es: ojo derecho e izquierda: +3.00 - 2.50 x 0* 20/40 + consulta por mala visión lejana.	Reservado	El paciente tiene un lapso de tratamiento corto debido a que su edad restringe su plasticidad cerebral. Al usar su corrección se obtiene una respuesta visual positiva que debe ser monitoreada y puede representar mejor nivel de agudeza visual, favorecido por la similitud refractiva entre ambos ojos.

Fuente: (Guerrero Vargas, 2006)

Optic Kids

5.1.4.1. ETAPAS DE TRATAMIENTO

Tabla 6 Tratamiento oculomotor y sensorial.

ETAPA MONOCULAR	ETAPA BIOCULAR	ETAPA BINOCULAR
De acuerdo con (Guerrero Vargas J. J., 2006) Incluye el diagnóstico y restablecimiento de las funciones visuales desarrolladas en forma independiente por cada ojo como la fijación, agudeza visual y acomodación. Su objetivo es fortalecer las funciones individuales de los ojos y la vía óptica para posteriormente nivelar e integrar su capacidad visual (Pág. 388).	De acuerdo con (Guerrero Vargas J., 2006) Tiene como objetivo el trabajo coordinado de ambos ojos y la formación simultánea de las imágenes, eliminando el factor supresión; este tratamiento se realiza mediante el uso de cheiroscoPIO, el amblioscopia y las cartillas antisupresivas bicromadas, después del tratamiento y restablecimiento de las funciones monoculares hasta su mejor nivel potencial (Pág. 391).	De acuerdo con (Guerrero Vargas J. J., 2006) En esta etapa se desarrolla la organización oculomotora y el trabajo coordinado de los músculos de ambos ojos, sobre el tratamiento previo de las funciones monoculares y la fase biocular (antisupresivos). En este orden de ideas la fase binocular se ocupa del tratamiento del punto próximo de convergencia y las RF y la relación ACA.

Fuente: (Guerrero Vargas J. , 2006)

5.2. Segmento de mercado

Tabla 7 Segmentación del mercado geográfico.

Geográfico:	
Región del mundo	América
Región del continente	Sur América
País	Colombia
Región del país	Andina
Departamento	Cundinamarca
Ciudad	Bogotá
Tamaño de la ciudad	8'000.000 habitantes
Localidad	Suba
Barrio	Suba centro
Densidad	Urbana
Clima	Frio

Fuente: Elaboración de acuerdo a los resultados del mercado evaluado.

Tabla 8 Segmentación del mercado demográfico.

Demográfico:	
Edad	28 a 42 años.
Sexo biológico	Hombre y mujer.
Tamaño de la familia	Superior a 3 miembros.
Ciclo de vida familiar	Mayor casado con hijos menores de 15 años.
Ingresos familiares	Superior a \$1'400.000 pesos colombianos.
Profesión	Profesional.
Nivel educativo	Profesional.
Religión	No aplica.
Nacionalidad	No aplica.
Cultura	No aplica.
Raza	No aplica.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9 Segmentación del mercado psicográfico.

Psicográfica	
Clase social	Media y alta.

Fuente: Elaboración propia

Optic Kids

5.2.1. Demanda potencial

Ilustración 13 Bogotá. Población por estrato socioeconómico según localidades A junio 30 de 2011.

Localidad	Estratos							Total
	Sin estrato	1. Bajo-Bajo	2. Bajo	3. Medio-Bajo	4. Medio	5. Medio-Alto	6. Alto	
Usaquen	6.324	24.938	32.134	144.523	132.790	60.766	73.298	474.773
Chapinero	1.069	4.893	19.087	6.711	42.379	12.879	46.760	133.778
Santa Fe	1.595	9.903	70.020	19.543	7.630	642	660	109.993
San Cristobal	2.449	31.885	315.539	59.897	-	4	25	409.799
Usme	8.783	177.765	196.298	23	3	2	2	382.876
Tunjuelito	2.555	-	116.068	83.220	-	-	-	201.843
Bosa	27.150	29.764	509.372	16.770	-	-	-	583.056
Kennedy	7.237	7.465	539.222	444.872	21.153	-	-	1.019.949
Fontibon	5.758	8	70.094	169.962	96.793	3.294	-	345.909
Engativa	9.858	6.920	213.995	582.996	29.953	-	-	843.722
Suba	18.023	2.748	403.049	380.699	152.745	102.468	9.382	1.069.114
Barrios Unidos	3.636	-	-	126.069	96.434	7.642	-	233.781
Teusaquillo	640	-	-	18.747	119.123	8.073	-	146.583
Los Martires	402	-	8.117	82.448	6.959	-	-	97.926
Antonio Nariño	2.553	-	5.014	100.740	-	-	-	108.307
Puente Aranda	8.785	-	617	249.039	-	-	-	258.441
La Candelaria	1.234	102	12.354	10.454	-	-	-	24.144
Rafael Uribe Uribe	6.370	34.810	189.871	146.564	-	-	-	377.615
Ciudad Bolívar	8.105	370.900	236.356	24.572	2	1	1	639.937
Sumapaz	-	3.435	1.755	606	227	102	133	6.258
Total	122.526	705.536	2.938.962	2.668.455	706.191	195.873	130.261	7.467.804

Fuente: DANE - SDP. DICE: Proyecciones de población de Bogotá por localidades 2006-2015, Cálculos: Dirección de Estudios Macro y Dirección de Estratificación. Decretos 544 de 2009 (zona urbana) y 304 de 2008 (zona rural).

Ilustración 14 Localidad Suba. Población por estrato socioeconómico según UPZ A junio 30 de 2011.

	Estratos							Total
	Sin estrato	1. Bajo-Bajo	2. Bajo	3. Medio-Bajo	4. Medio	5. Medio-Alto	6. Alto	
La Academia	224	-	7	-	-	357	315	903
Guaymaral	16	-	-	-	2	-	152	170
San Jose de Bavaria	6	-	-	17.421	27.172	4.134	-	48.733
Britalia	2.523	-	443	44.199	14.421	-	-	61.586
El Prado	1.102	-	157	28.515	47.308	12.577	-	89.659
La Alhambra	6	-	-	-	234	35.230	-	35.470
Casa Blanca	771	-	2.673	2.005	23.411	9.680	755	39.295
Niza	1.468	5	26	8.063	9.344	38.441	6.600	63.947
La Floresta	55	-	-	1.729	20.884	1.822	-	24.490
Suba	4.540	37	36.307	93.684	9.955	195	947	145.665
El Rincon	949	2.704	181.308	134.035	-	-	482	319.478
Tibabuyes	6.363	-	182.060	51.031	-	-	-	239.454
UPR Suba	-	2	68	17	14	32	131	264
Total	18.023	2.748	403.049	380.699	152.745	102.468	9.382	1.069.114

Fuente: DANE - SDP. DICE: Proyecciones de población de Bogotá por localidades 2006-2015, Cálculos: Dirección de Estudios Macro y Dirección de Estratificación. Decretos 544 de 2009 (zona urbana) y 304 de 2008 (zona rural).

Para el conocimiento de la demanda potencial se realizarán encuestas precisas en el sector en el cual se piensa establecer Optic Kids (Localidad de suba UPZ-Barrio suba) para conocer el entorno, la situación económica y específicamente la salud de la población infantil del sector, para conocer sus necesidades y poder satisfacerlas a cabalidad con la finalidad de capturar el cliente y que permanezca con la marca.

Ilustración 15 Listado de barrios por UPZ, localidad N° 11 de Suba

BARRIO	
UPZ SUBA	Prados del Salitre
	Rincon de Santa Ines
	San Francisco
	Santa Isabel
	Suba Centro
	Tuna Alta
	Tuna Baja
	Turingia
	Vereda Suba Cerros
	Villa del Campo
	Villa Esperanza
	Villa Hermosa
	Villa Susana
	13

Fuente: DANE - SDP. DICE: Proyecciones de población de Bogotá por localidades 2006-2015

5.3. Canales

Marketing directo: es una forma de publicidad interactiva en la cual se estimula a los potenciales clientes a tomar decisiones que pueden ser analizadas, medidas y grabadas en una base de datos (Bizzocchi, 2014).

BTL (Below The Line): Son las formas no masivas de comunicación, dirigida al segmento de mercado determinado para *Optic Kids*, Determinadas a continuación:

Tabla 10 Canales.

Canal	Justificación	Impacto	Costo
Volanteo	Es una herramienta efectiva para promocionar un producto o servicio y con una inversión muy baja. Sobre todo, es efectiva por que los esfuerzos de publicidad se segmentan al mercado meta. (Mercadotecnia, 2005).	Llegar a los residentes ubicados alrededor del establecimiento en el sector, así como colegios y jardines con el fin de dar a conocer los servicios ofrecidos. Entrega aproximada de 1000 volantes.	Entre \$150.000 y 250.000
Folletos informativos.	Dar a conocer todos los servicios ofrecidos por Optic Kids y sus beneficios y posibles campañas de salud.	Llegar a la comunidad objetivo y captar clientes potenciales. Entrega aproximada de 1000 folletos.	Aproximadamente \$200.000
Comunicación desde el punto de venta.	Ofrecer la mejor atención y servicio y optimizando el desempeño de los colaboradores que se relacionan con los clientes.	Capacitación de los asesores que tienen contacto directo con los clientes potenciales con el fin de fidelizar.	Gratuito, al ser ofrecido por los laboratorios.
Merchandising (Gel antibacterial)	Se dedica a estudiar la manera de incrementar la rentabilidad en el punto de venta, que estimulan la compra por parte de los clientes en la zona del local comercial (Bort Muñoz, 2004)..	Crear recordación en los clientes en el momento que observen el obsequio y tengan el deseo de volver por los servicios.	200 unidades 400000 \$2.000 c/u

Fuente: Elaboración con información encontrada en mercado libre.

5.4. Relaciones con clientes.

Optic Kids maneja tres momentos con el cliente: preventa, venta y postventa. Durante el primer momento *Optic Kids* se encarga de captar clientes a través de medios BTL (Volantes, folletos informativos, voz a voz y punto de venta) dando paso a que el cliente conozca los servicios y productos prestados; en el segundo momento cuando el cliente decide adquirir los productos y servicios, se brinda el servicio de optometría, tratamientos de ortóptica, monturas, lentes oftálmicos, lentes de contacto y accesorios, *Optic Kids* ofrece la mejor calidad en servicio y en productos enfocándose en la salud visual de los niños; por último en la postventa, el cliente sentirá un acompañamiento durante el proceso de adaptación del producto adquirido.

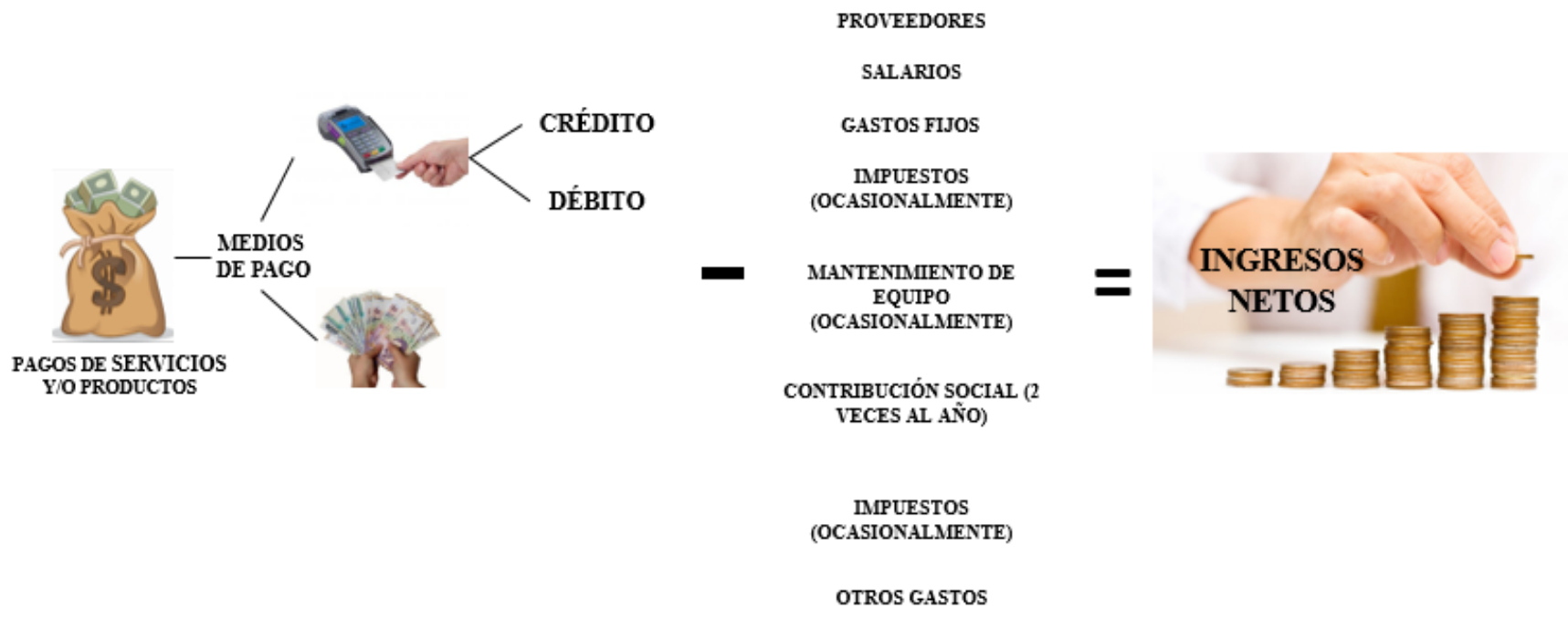
5.5. Fuentes de ingresos.

Optic Kids ofrece a los clientes 2 formas de pago, en efectivo y través de tarjetas crédito o débito, el dinero recibido por la adquisición de productos y servicios será utilizado en el pago de salarios, impuestos, proveedores, gastos fijos, mantenimientos de equipo, contribución social y otros gastos.



Optic Kids

Ilustración 16 Fuentes de ingresos Optic Kids.



Elaboración propia.

5.6. Recursos claves.

5.6.1. Características de la tecnología

Tabla 11 Instrumentos.

INSTRUMENTOS	DESCRIPCIÓN
AMBLIOSCOPIO	Es un dispositivo conformado por un sistema óptico de inducción prismática monocular y una fuente luminosa independiente que genera los estímulos oculares con la ayuda de las tarjetas removibles.
BIOMICROSCOPIO Y LÁMPARA DE ENDIDURA	Es un dispositivo binocular de gran resolución óptica, iluminación y maniobrabilidad usado en examen externo ocular; su principal accesorio es la lámpara de hendidura, que es la fuente luminosa especializada que permite controlar la incidencia, amplitud, altura, intensidad y filtración del haz luminoso durante el examen.
CHEIROSCÓPIO	Es un dispositivo óptico antipresivo, conformado por un par de lentes positivos en cada apertura para compensar la distancia focal del papel de escritura y la tarjeta de fijación.
CAJA DE PRUEBA	Es un juego de lentes y accesorios empleados en la consulta optométrica para determinar la refracción simular prescripciones ópticas y prismáticas.
FORÓPTER	Es un dispositivo óptico- mecánico o computarizado conformado por varios sistemas de lentes esféricos, esferos cilíndricos y accesorios; es uno de los instrumentos más importantes del consultorio optométrico.

LENSES ESPANSORES DE RANGO CILÍNDRICO	Estos dispositivos se expanden entre 2.00 y 2.50 Dpt (dioptría), el rango cilíndrico del foropter que deben ser complementados con lentes de la caja de pruebas en cilindros mayores a 8,5 Dpt (Dioptría).
LÁMPARA DE BURTON	Es un dispositivo compuesto por una fuente luminosa manual de alta intensidad blanca- ultravioleta y un sistema óptico de magnificación, empleado en el examen externo, pruebas de tinción corneal y fluoresceína adaptativa de lentes de contacto.
FLASH ESTIMULADOR O ESTROBOSCÓPICO	Consiste en un dispositivo controlado con miras destellantes o estroboscópicas, capaces de generar posimágenes para el estudio de la correspondencia sensorial.
LENSÓMETRO	Es un instrumento u óptico- computarizado para determinar la potencia dióptrica de lentes oftálmicos y lentes de contacto, posee un sistema de iluminación, condensador que emite rayos luminosos paralelos en dirección al retículo de observación.
OFTALMOSCOPIO DIRECTO	Es un dispositivo óptico de alta resolución óptica que incorpora un sistema de iluminación y otro de control dióptrico.
QUERATÓMETRO	Es un instrumento óptico – mecánico empleado para determinar el radio de curvatura corneal y la curva base de los lentes de contacto rígidos gaspermeables mediante el soporte diseñado para esta utilidad; está conformado por los sistemas de iluminación, condensador, prismático y mecánico de desplazamiento antero posterior.
TONÓMETRO	Es un dispositivo empleado para medir la presión intraocular, sus variantes incluyen el tonómetro de indentación, el aplanático y el neumático.
BIOMETRÍA	

	Es una prueba ultrasónica aplicada para determinar las dimensiones biométricas oculares como la longitud antero posterior del ojo.
RETINOSCOPIO	Es un dispositivo óptico luminoso empleado para determinar el estado refractivo ocular, su principio óptico es similar al oftalmoscopio.
TARJETAS, CARTILLAS Y PRUEBAS DE VISIÓN	
CARTILLA DE PRUEBA VISIÓN PRÓXIMA O CERCANA	Son tarjetas impresas con párrafos o figuras basados en el ángulo visual de un minuto para visión próxima; se emplean para determinar cuantitativamente el nivel de agudeza visual.
DULCES DE BOCK	Son pequeñas esferas usadas en repostería que en optometría se emplean para determinar la agudeza visual pediátrica, mediante el cálculo de su diámetro, su relación con la distancia de trabajo y el poder discriminativo ocular.
LUCES DE WORTH	Es un dispositivo diseñado para evaluar la visión binocular, consistente en una fuente luminosa interna y una pantalla retro iluminada que contiene cuatro aperturas circulares con filtros dispuestas en forma de rombo, dos verdes laterales, una roja superior y una blanca inferior.
PRUEBAS CROMÁTICAS	Son pruebas clínicas usadas para estudiar la percepción cromática y determinar la fisiología retinal de los fotorreceptores y los ftopigmentos.

TAMBOR OPTOCINÉTICO (TOC)	Es un instrumento mecánico no óptico conformado por un tambor rotatorio de baja frecuencia al que se adhieren impresos con bandas de alto contraste, un sistema de control rotacional de velocidad y un soporte principal.
ACCESORIOS MANUALES Y SUSTANCIAS	
ANTIBIÓTICOS (Ciclotentolato-Fluoreceína)	Son sustancias profilácticas usadas después de la extracción de un cuerpo extraño o una lesión corneal, para evitar infecciones oportunistas o como drogas terapéuticas en patologías bacterianas agudas o crónicas.
APUNTADOR (Señalador)	Es un instrumento de proyección láser o manual que permite señalar los elementos optotipo o la prueba de visión, para conseguir la atención del paciente, controlar la prueba y obtener mayor confiabilidad de los resultados.
CICLINDRO CRUZADO (CC)	Es un dispositivo óptico manual o integrado al forópter, conformado por dos planos cilíndricos perpendiculares de ± 0.25 o ± 0.50 Dpt (Dióptrica). Que inducen un efecto de astigmatismo igualmente mixto cuando el ojo esta emotropizado.
FILTROS	Son lentes neutros cuya matriz es tratada con tintes especiales que retienen selectivamente algunas longitudes de onda luminosa no transmitidas; este efecto es aprovechado en procesos diagnósticos y terapéuticos, para estimular la zona foveolar, aumentar la sensibilidad al contraste y proteger el ojo de algunas radiaciones nocivas entre otras funciones.
FLUORECEÍNA	Es una sustancia verdosa inocua, que se usa como medio de contraste en algunos procedimientos diagnósticos como tinción corneal, conjuntival y angiografía fluoresceínica retinal y conjuntival.

LENTE DE CONTACTO	Son elementos de contacto corneal y diseño variable, que permiten corregir defectos refractivos especialmente en etiología corneal.
LENTE OFTÁLMICO	Son dioptrios elaborados en vidrio, resina, policarbonato o materiales de alto índice, empleados para corregir defectos refractivos; estos elementos tienen una amplia disponibilidad comercial y son ampliamente conocidos por los pacientes.
LINTERNA	Es un elemento de iluminación manual para desarrollar pruebas como el examen externo, oculomotor, valoración de reflejos pupilares y exploración general
LUPA DIAMETROMÉTRICA	Es un instrumento óptico manual en forma de cono, usado para medir el diámetro de los lentes de contacto; su vértice truncado contiene un ocular de visualización en cuyo plano focal se encuentra una escala milimétrica traslucida en la cual se ubica el lente de contacto para su medición.
MONTURA DE PRUEBA	Es un instrumento mecánico similar a una montura oftálmica, usado para simular los parámetros de la prescripción óptica.
OCLUSOR	Es un accesorio manual o un aditamento de la caja de pruebas y el foropter, que sirve para bloquear la visión y el campo visual de uno de los ojos, mientras se realizan las pruebas monoculares o se realiza el cover test.
OPTOTIPO	Es una cartilla impresa con letras, números u objetos, en la cual el detalle de los objetos está calculando en función del ángulo de resolución visual y la distancia de referencia para la aplicación de la prueba (6 pies).
PRISMAS	

	Son dispositivos ópticos conformados por dos caras planas sin potencia dióptrica, capaces de alterar la trayectoria luminosa sin afectar las vergencias ópticas.
PRISMAS DE RISLEY	En un sistema prismático de potencia variable emplazado en forofter cuyo principio óptico radica en la sumación prismática que se consigue mediante la rotación de los primeros superpuestos.
REGLA CANALADA	Es una reglilla usada para determinar el diámetro de los lentes de contacto rígidos gaspermeables; consta de una base con canal central de amplitud decreciente graduado en milímetros en el que se introduce el lente de contacto.
REGLILLA MILIMÉTRICA	Es una regla plástica o acrílica con una guía central de apoyo nasal y una escala milimétrica impresa, empleada para determinar la distancia pupilar, distancia mecánica, PPC y otras que se requieran y se ajustan a su escala.
TABLAS DE COMPEACIÓN DV Y DPT - RC	Estas tablas impresas contienen la transposición de los datos para realizar compensaciones de DV o equivalente entre dioptías y mm (radio de curvatura) de la adaptación de lentes de contacto.
TRANSILUMINADOR	Es una fuente luminosa concentrada que emite luz dispersa de intensidad variable; es un dispositivo de utilidad en pruebas clínicas como el examen externo, algunas pruebas oculomotoras, valoración de reflejos corneales y pupilares o simplemente como elemento de fijación.
VARILLA DE MADDOX (Vx)	Es un instrumento óptico compuesto por cilindros paralelos de alta potencia dióptrica que asemejan un lente estriado.
LENSOMETRÍA	

	El lensómetro es un aparato que consiste en un lente estándar positivo alto, cuyo foco está situado en el lugar donde se ubica el lente a medir.
AGUDEZA VISUAL	Clásicamente se ha definido como la capacidad del aparato visual para discriminar los detalles en un objeto observado.
FORMAS CUALITATIVAS DE REGISTRO DE AV	
CUENTA DEDOS	Se usa cuando los detalles u objetos de una cartilla o proyección en escala Snellen, no es suficiente para medir la agudeza visual, aun cuando se modifique distancia de trabajo para ajustar la escala.
PERCEPCIÓN DE BULTOS	Si el grado de agudeza visual no permite realizar el conteo de dedos debe determinarse si el paciente reconoce objetos de gran tamaño se aprecia su movimiento o puede determinar su naturaleza.
PRUEBA DE MIRADA PRESENCIA (PMP)	Es una técnica objetiva para determinar la agudeza visual en pacientes menores de un año, su principio se asemeja al tambor optocinetico ya que contiene una serie de paletas circulares, con impresos de bandas paralelas de diferente amplitud que indican mayor nivel de agudeza visual en cuanto más delgados se torna.
NEW YORK FLASH LIGHT CARD TEST (NYFLCT)	Consiste en una serie de tarjetas de 15 cm por 8 cm con impresos en alto contraste, elaboradas en fondo blanco con impresos de figuras en color negro, (casa, sombrilla, manzana).
DULCES DE BOCK	Es una prueba realizada con dulces de repostería, para determinar cuantitativamente el nivel de la agudeza visual en pacientes pediátricos.

Fuente: Información extraída de (Guerrero Vargas J. J., 2012)

5.7. Actividades claves.

Ilustración 17 Actividades claves.

Actividad	Razón de ser	Método	Tiempos	Responsables
Venta de productos	1. Comercializar productos oftálmicos para niños	1. Contacto directo con el cliente.	Ilimitado	Asesor comercial
Suministrar información al cliente	1. Dar a conocer los servicios ofrecidos por Optic Kids.	1. Contacto directo con el cliente. 2. Alianzas estratégicas	Ilimitado	Asesor comercial
Administración de punto de venta	1. Direccionamiento de los procesos. 2. Toma de decisiones	1. Indicadores de gestión. 2. Análisis de cumplimiento de metas.	Diariamente	Administrador
Diagnósticos	1. Realizar el diagnóstico para posteriormente dar el resultado y tratamiento requerido.	1. Conocimiento de historia clínica. 2. Examen completo de optometría.	Máximo 25 minutos con cada paciente	Optómetra
Mercadeo	1. Dar a conocer la organización y sus servicios.	1. BTL 2. Merchandising 3. Marketing directo	Se establecerán temporadas del año para impactar al cliente y promover su visita.	Agencia de publicidad
Registro de estados financieros	1. Control de la parte contable de la organización, discriminando gastos, costos y utilidades.	1. P&G 2. Estado de resultados 3. Flujo de caja 4. Balance general	Mensual	Contador
Servicios generales	1. Brindar bienestar a los colaboradores de la organización	1. Planilla de actividad	Diario	Personal de servicios generales

FUENTE: Elaboración propia.



The logo for Optic Kids features the word "Optic" in a light blue, sans-serif font, followed by "Kids" in a grey, sans-serif font. The letter "K" in "Kids" is highlighted in a vibrant pink color.

5.8. Asociaciones Claves

5.8.1. Alianzas privadas

5.8.1.1. Proveedores

5.8.1.1.1. Servióptica

Alianzas estratégicas para la obtención de los lentes adecuados, de la mejor calidad y duración para cada uno de los diagnósticos de cada paciente, con el mejor costo para Optic Kids y de igual manera para los clientes.

5.8.1.1.2. Miraflex

Acuerdos para la compra al mejor costo de monturas de alta calidad, para el beneficio de la organización.

5.8.1.1.3. Empresas

Posibilitar las campañas saludables en empresas para los hijos de los colaboradores de las mismas.

5.8.2. Alianzas públicas

5.8.2.1.1. Secretaria de salud

Alianzas para ser partícipes en campañas de salud preventivas, de la modalidad win-win así la secretaria da a conocer a la población problemas o riesgos visuales que pueden ser prevenidos y Optic Kids participa en la corrección y tratamiento de problemas visuales ya existentes, además que se da a conocer como uno de los centros de cuidado visual infantil líderes en el mercado.

5.8.2.1.2. Alcaldía de Suba

Al estar ubicado Optic Kids en la localidad de Suba, se pueden establecer acuerdos con la alcaldía con campañas de salud visual de la población infantil del sector, dando beneficios a población vulnerable como descuentos; de la misma manera dando a conocer los servicios ofrecidos.

5.8.3. Alianzas público-privadas

5.8.3.1.1. Colegios y/o jardines infantiles del sector

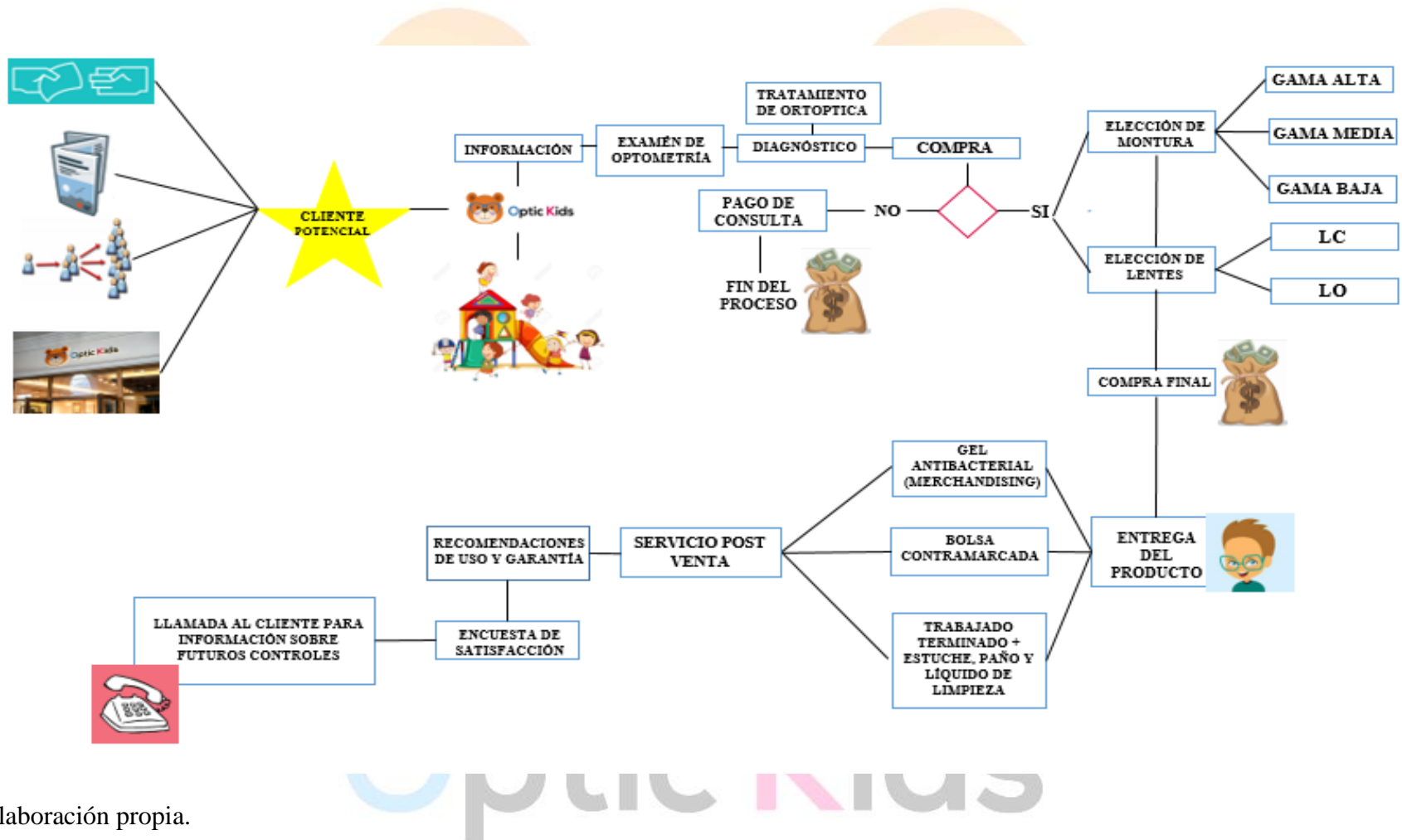
Diagnóstico de la salud visual de los niños dentro de los exámenes de admisión a centros educativos.

Participación en campañas saludables, dando a conocer medidas preventivas y servicios ofrecidos, incentivando al consumo.



Optic Kids

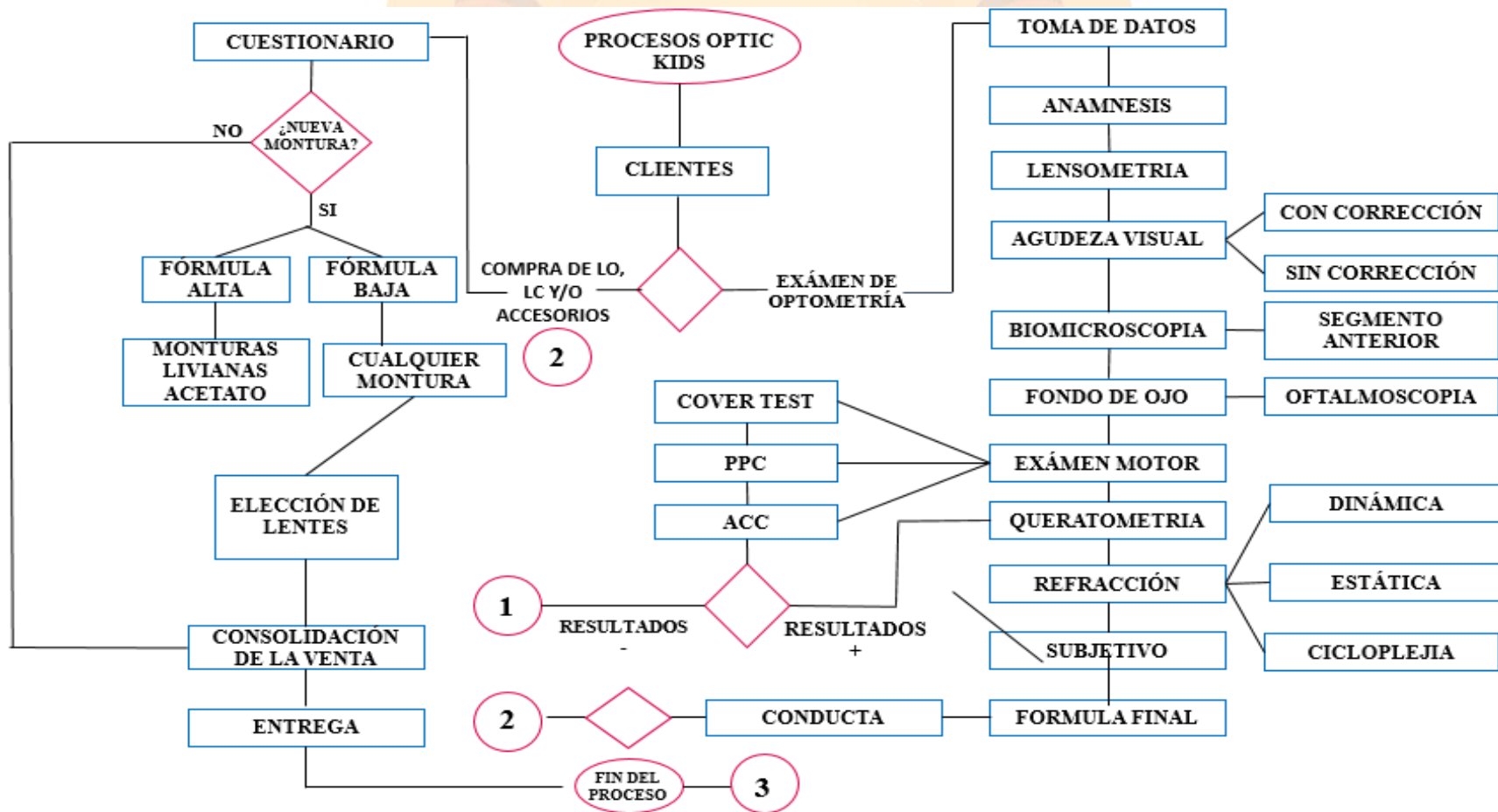
Ilustración 18 Relación con clientes Optic Kids

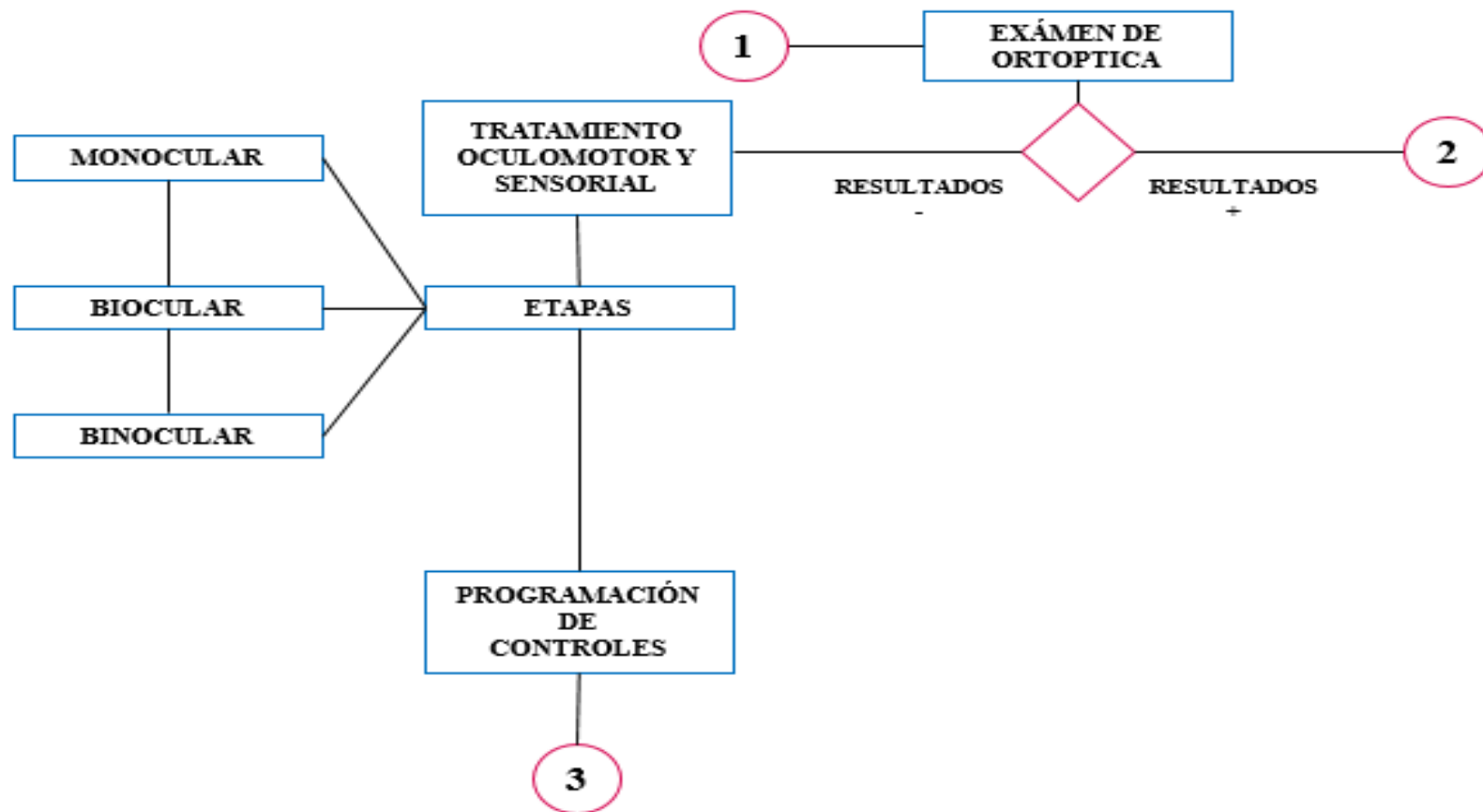


Elaboración propia.

5.8.4. Diagrama de Flujo del Proceso

Ilustración 19 Diagrama de flujo de proceso.





Elaboración propia.

5.9. Mercado meta

Hombre y mujer; mayor, casado con hijos menores de 15 años; profesional; tener al alcance servicios oftálmicos especializados para menores de 15 años creando satisfacción y bienestar en el paciente.

5.10. Consumo aparente

Optic Kids buscará dar respuesta a la necesidad de consumo de la población infantil bogotana de monturas, lentes, diagnósticos, tratamientos y demás productos oftálmicos que sean necesarios para la buena salud ocular de los niños y la tranquilidad de sus padres al conocer que sus hijos reciben un servicio adecuado y personalizado acorde a sus necesidades.

5.11. Segmentos de mercado (incluye el estudio de mercados).

5.11.1. Características del segmento de mercado.

Tabla 12 Segmentación del mercado geográfico.

Geográfico:	
Región del mundo	América
Región del continente	Sur América
País	Colombia
Región del país	Andina
Departamento	Cundinamarca
Ciudad	Bogotá
Tamaño de la ciudad	8'000.000 habitantes
Localidad	Suba
Barrio	Suba centro
Densidad	Urbana
Clima	Frio

Fuente: Elaboración de acuerdo a los resultados del mercado evaluado.

Tabla 13 Segmentación del mercado demográfico.

Demográfico:	
Edad	28 a 42 años.
Sexo biológico	Hombre y mujer.
Tamaño de la familia	Superior a 3 miembros.
Ciclo de vida familiar	Mayor casado con hijos menores de 15 años.
Ingresos familiares	Superior a \$1'400.000 pesos colombianos.
Profesión	Profesional.
Nivel educativo	Profesional.
Religión	No aplica.
Nacionalidad	No aplica.
Cultura	No aplica.
Raza	No aplica.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14 Segmentación del mercado psicográfico.

Psicográfica	
Clase social	Media y alta.

Fuente: Elaboración propia

Optic Kids

5.11.2. Demanda potencial

Ilustración 20 Bogotá. Población por estrato socioeconómico según localidades A junio 30 de 2011.

Localidad	Estratos							Total
	Sin estrato	1. Bajo-Bajo	2. Bajo	3. Medio-Bajo	4. Medio	5. Medio-Alto	6. Alto	
Usaquen	6.324	24.938	32.134	144.523	132.790	60.766	73.298	474.773
Chapinero	1.069	4.893	19.087	6.711	42.379	12.879	46.760	133.778
Santa Fe	1.595	9.903	70.020	19.543	7.630	642	660	109.993
San Cristobal	2.449	31.885	315.539	59.897	-	4	25	409.799
Usme	8.783	177.765	196.298	23	3	2	2	382.876
Tunjuelito	2.555	-	116.068	83.220	-	-	-	201.843
Bosa	27.150	29.764	509.372	16.770	-	-	-	583.056
Kennedy	7.237	7.465	539.222	444.872	21.153	-	-	1.019.949
Fontibon	5.758	8	70.094	169.962	96.793	3.294	-	345.909
Engativa	9.858	6.920	213.995	582.996	29.953	-	-	843.722
Suba	18.023	2.748	403.049	380.699	152.745	102.468	9.382	1.069.114
Barrios Unidos	3.636	-	-	126.069	96.434	7.642	-	233.781
Teusaquillo	640	-	-	18.747	119.123	8.073	-	146.583
Los Martires	402	-	8.117	82.448	6.959	-	-	97.926
Antonio Nariño	2.553	-	5.014	100.740	-	-	-	108.307
Puente Aranda	8.785	-	617	249.039	-	-	-	258.441
La Candelaria	1.234	102	12.354	10.454	-	-	-	24.144
Rafael Uribe Uribe	6.370	34.810	189.871	146.564	-	-	-	377.615
Cuidad Bolívar	8.105	370.900	236.356	24.572	2	1	1	639.937
Sumapaz	-	3.435	1.755	606	227	102	133	6.258
Total	122.526	705.536	2.938.962	2.668.455	706.191	195.873	130.261	7.467.804

Fuente: DANE - SDP. DICE: Proyecciones de población de Bogotá por localidades 2006-2015, Cálculos: Dirección de Estudios Macro y Dirección de Estratificación. Decretos 544 de 2009 (zona urbana) y 304 de 2008 (zona rural).

Ilustración 21 Localidad Suba. Población por estrato socioeconómico según UPZ A junio 30 de 2011.

	Estratos							Total
	Sin estrato	1. Bajo-Bajo	2. Bajo	3. Medio-Bajo	4. Medio	5. Medio-Alto	6. Alto	
La Academia	224	-	7	-	-	357	315	903
Guaymaral	16	-	-	-	2	-	152	170
San Jose de Bavaria	6	-	-	17.421	27.172	4.134	-	48.733
Britalia	2.523	-	443	44.199	14.421	-	-	61.586
El Prado	1.102	-	157	28.515	47.308	12.577	-	89.659
La Alhambra	6	-	-	-	234	35.230	-	35.470
Casa Blanca	771	-	2.673	2.005	23.411	9.680	755	39.295
Niza	1.468	5	26	8.063	9.344	38.441	6.600	63.947
La Floresta	55	-	-	1.729	20.884	1.822	-	24.490
Suba	4.540	37	36.307	93.684	9.955	195	947	145.665
El Rincon	949	2.704	181.308	134.035	-	-	482	319.478
Tibabuyes	6.363	-	182.060	51.031	-	-	-	239.454
UPR Suba	-	2	68	17	14	32	131	264
	18.023	2.748	403.049	380.699	152.745	102.468	9.382	1.069.114

Fuente: DANE - SDP. DICE: Proyecciones de población de Bogotá por localidades 2006-2015, Cálculos: Dirección de Estudios Macro y Dirección de Estratificación. Decretos 544 de 2009 (zona urbana) y 304 de 2008 (zona rural).

Para el conocimiento de la demanda potencial se realizaron encuestas precisas en el sector en el cual se piensa establecer Optic Kids (Localidad de suba UPZ-Barrio suba) para conocer el entorno, la situación económica y específicamente la salud de la población infantil del sector y de esta manera conocer sus necesidades para satisfacerlas con la finalidad de atraer clientes y crear un vínculo de fidelización con Optic Kids

Ilustración 22 Listado de barrios por UPZ, localidad N° 11 de Suba

	BARRIO
UPZ	Prados del Salitre
	Rincon de Santa Ines
	San Francisco
	Santa Isabel
	Suba Centro
	Tuna Alta
SUBA	Tuna Baja
	Turingia
	Vereda Suba Cerros
	Villa del Campo
	Villa Esperanza
	Villa Hermosa
	Villa Susana
	13

Fuente: DANE - SDP. DICE: Proyecciones de población de Bogotá por localidades 2006-2015

A través de diagnósticos de mercados, se determinará que la localidad en la que se trabajara es la localidad de suba es el número 11 de la ciudad, está ubicada al noroccidente de la ciudad y limita por el norte con el municipio de chía, por el oriente con la localidad de Usaquén, por el sur con la localidad de Engativá y por el occidente con el municipio de Cota. Suba cuenta con una extensión total de 10.056 hectáreas, después de Sumapaz, Usme y ciudad Bolívar de las cuales 6.271 se clasifican como suelo urbano y 3.785 corresponde a suelo rural. La localidad de suba tiene una mayor área urbana del distrito, representa el 15,2.

Según el estudio realizado por la empresa chilena Mapacity, Bogotá tiene un alto potencial para crear negocios, en este estudio se encuentra la localidad de Suba pues está clasificado en uno de los barrios con un alto potencial para la creación de negocios. Este estudio tomo como base encuestas del DANE, que discriminan los gastos que hacen los hogares según los estratos, y así tener una mayor precisión en lo que tiene más demanda.

5.12. Análisis de la competencia

Ilustración 23 Análisis de la competencia.

Competencia	Servicios	Presencia en la ciudad	Precio de consultas
“Ojitos Óptica para niños”	Empresa constituida en el 2002, dedicada a la comercialización de monturas y accesorios para un mercado infantil de 0 a 15 años. Con alianzas con laboratorios y optómetras especializados. (Torres Cubillos & Sanchez Urdaneta, 2010)	Barrio Santa Bárbara occidental Dirección: Cl. 122 #18-50	Precio de consulta: \$45.000
“La óptica de los niños”	Se dedica a la comercialización de monturas para niños.	Barrio el Lago Dirección: Cra.11 No81-06	No presta este servicio.
“Look 4 life” Dra. Martha Beatriz Montenegro	Oftalmología Pediátrica y Estrabismo. Oftalmóloga egresada de la Universidad de La Sabana y el Hospital Universitario de La Samaritana. (Montenegro, 2015)	Barrio Santa Bárbara Dirección: calle 119 #7 – 14 consultorio 322	Precio de consulta: \$160.000
“Ojazos y ojitos óptica”	Suministro de lentes oftálmicos, monturas, lentes de contacto y accesorios de alta calidad y con los últimos adelantos en los mismos. (García Fonseca, 2013)	Barrio Las aguas Dirección: Cra. 9 No 18-46 local 1	Precio de consulta: \$40.000

Fuente: Elaboración realizada con información obtenida de los sitios web.

Ilustración 24 Servicios ofrecidos por la competencia.

Óptica	Descripción	Ambiente temático		Consulta		Lentes y monturas		Página web		Atención exclusiva para niños	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
“Ojitos Óptica para niños”	Empresa constituida en el 2002, dedicada a la comercialización de monturas y accesorios para un mercado infantil de 0 a 15 años. (Torres Cubillos & Sanchez Urdaneta, 2010)		X	\$ 45.000		X			X		X
“La óptica de los niños”	Se dedica a la comercialización de monturas para niños.		X		X	X			X		X
“Look 4 life” Dra. Martha Beatriz Montenegro	Oftalmología Pediátrica y Estrabismo. Universidad de La Sabana y el Hospital Universitario de La Samaritana. (Montenegro, 2015)		X	\$ 160.000		X		X		X	
“Ojazos y ojitos óptica”	Suministro de lentes oftálmicos, monturas, lentes de contacto y accesorios de alta calidad y con los últimos adelantos en los mismos. (García Fonseca, 2013)		X	\$ 40.000		X		X			X

Fuente: Elaboración realizada con información obtenida de los sitios web.

Como se puede evidenciar en el análisis de benchmarking, aunque se encuentren al norte de la ciudad, ninguna de estas ópticas se encuentra ubicada en la localidad de Suba, siendo este un sector de amplio impacto a nivel de prestación de servicios, al ser una de las localidades más pobladas de la ciudad de Bogotá, de acuerdo a un estudio realizado en 2012 por planeación distrital indicando que para el año 2015 la localidad de Suba sería la más poblada con un total de 1.174.736 habitantes. (Serrano Guzmán, 2012). Por lo que es un mercado potencial para *Optic Kids* pues lo que se busca es poder satisfacer las necesidades de dicha población.

Por otra parte, las ópticas analizadas en dicho estudio no mencionan en sus páginas web unas instalaciones dirigidas únicamente para niños donde puedan pasar su tiempo de espera de manera agradable, lo que es un gran factor diferenciador de *Optic Kids* frente a las demás ópticas, aunque mencionen que ofrecen servicios especializados para menores de 11 años.

5.13. **Análisis comparativo de posicionamiento**

Las ópticas actuales en la ciudad de Bogotá no manejan un factor diferenciador para la atención de los niños de la ciudad, es decir, manejan un target general para la comunidad total y no manejan algún tipo de especialidad. Actualmente existen 4 principales competidores para *Optic Kids*, que tienen determinada atención para los menores de edad, pero como factor diferenciador de las mismas, *Optic Kids* cuenta con un ambiente temático, tanto para los pacientes (niños) y compradores (padres), haciendo un ambiente agradable para los dos.

Respecto a la ubicación de la óptica, se determinó que los principales competidores están ubicados en las localidades de Usaquén y Chapinero, por lo que una ubicación potencial para manejar atención especializada en la población infantil es la localidad de Suba, lugar donde estará ubicada *Optic Kids*, en un sector estratégico de la localidad.

A nivel costos, en promedio la competencia maneja un estándar de precios de consulta entre \$50.000 y \$65.000, para entrar al mercado se tendrá inicialmente las consultas a un precio exequible de \$30.000, con el fin de capturar nuevos clientes con un buen servicio y eficiente en relación a los precios.

5.13.1. *Calificación del servicio*

Posterior a la consulta, Optic Kids manejara un sistema de calificación de la consulta previa, mediante los rangos (bueno, regular y malo), en un formato preestablecido por la óptica y con preguntas sencillas, sin el ánimo de indisponer al cliente, como son:

¿Cómo califica la atención recibida?

¿Cómo fue el trato del médico con usted?

¿Las condiciones del consultorio son?

Y además observaciones constructivas para tener en cuenta en la posterior atención del mismo o de otros pacientes.

5.14. Análisis global

Según estudios realizados por la cámara de comercio y el ministerio de protección para el año 2009, el mayor número de ópticas se encontraban en la ciudad de Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca, Santander, Bolívar, Atlántico y Boyacá. Aparecen registradas un total de 1.002 ópticas registradas pero habilitados solo hay 687 en todo el país. Para la investigación de mercados se tomaron los datos de las ópticas registradas habilitadas en Bogotá que son de 231 y ópticas registradas no habilitadas se encuentran 96, según estos resultados la tendencia de ópticas habilitadas va incrementando, sin embargo, se debe tener en cuenta que estos servicios también son prestados por sus EPS.

En el caso de Bogotá se realizó la comparación de competencia indirecta con tres ópticas, Óptica Alemana, Óptica Italiana y Óptica Colombiana todas con similitudes en la prestación de servicios y productos. Cada uno tiene un grupo de profesionales especializados en salud visual para adultos, en los que ofrecen consultas de optometría, consulta de oftalmología, laboratorio de fabricación en montajes y lentes. Este tipo de ópticas son competencia indirecta porque se encuentran en el mismo mercado de salud visual pero buscan satisfacer las necesidades de todo tipo de cliente, no existe un nicho limitado, sino al contrario es macro por lo que a la hora de acudir a este tipo de ópticas, el cliente tendrá y siempre buscara otro tipo de servicio que tengas un enfoque específico, como es el nicho de mercado que pretende ofrecer a los clientes Optic Kids, un sitio donde los padres de familia e hijos se sientan a gusto con el servicios, productos, instalaciones y entorno.

Ilustración 25 Competencia global.

NOMBRE DE OPTICAS	PRODUCTOS	SERVICIOS	HORARIOS	DIRECCIÓN
OPTICA ALEMANA	Ofrecen variedad de lentes como: Lentes MONOFOCAL : Estos lentes se utilizan para corregir deficiencias de visión en una sola distancia. Lentes BIFOCALES : Son lentes con dos poderes para corregir deficiencias en visión cercana y lejana a la vez. Lentes OCUPACIONALES : Son ideales para corregir deficiencias en distancias intermedias. Lentes PROGRESIVOS : Estos lentes tienen tres zonas ópticas, una para cerca, una para distancia intermedia y una para lejos. Lentes FOTOCROMÁTICOS : Son aquellos que se adaptan a la intensidad de luz de cada ambiente. Lentes POLARIZADOS : Son mejores lentes para el sol, ya que eliminan cualquier reflejo de luz proveniente del agua, en las carreteras mojadas, panorámicos del auto, etc.	Prestamos servicios médicos y complementarios para ofrecerle todo lo que su salud visual necesita en un solo lugar, en los que se encuentra: Examen Optométrico, la óptica cuenta con consultorios y son especialistas graduados de Universidad de La Salle.	Norte Horario de Atención: Lunes a Viernes de 10:00 a.m. a 7:00 p.m. Jornada Continua Sábados de 10:00 a.m. a 6:00 p.m. Centro Horario de Atención: Lunes a Viernes de 9:00 a.m. a 6:00 p.m. Jornada Continua Sábado de 9:00 a.m. a 5:00 p.m. Unicentro Occidente Horario de Atención: Lunes a Viernes de 10:00 a.m. a 7:00 p.m. Jornada Continua	Óptica Alemana Calle 122 No. 18 B - 73 Bogotá, D.C. Teléfonos: 2152237-2152088 Óptica Alemana Calle 19 No. 9 – 47 Bogotá, D.C. Teléfonos: 3349243-3348891 Óptica Alemana Carrera 111 C No. 86-74 Local 210 Bogotá, D.C.
OPTICA ITALIANA	Monturas oftálmicas Para hombres y mujeres Monturas deportivas: Para hombre y mujeres Lentes oftálmicos Lentes de contacto	Prestamos servicios médicos y complementarios para ofrecerle todo lo que su salud visual necesita en un solo lugar, en lo que se encuentra: Cirugías refractivas, de cataratas, de Pterigio entre otros. Laboratorio, dotado de última tecnología para fabricación y montaje de lentes. Asesor virtual: Servicio personalizado en imagen	N/A	Principal Calle 19 No. 8-95 Centro Mayor Local 1-150
OPTICA COLOMBIANA	Lentes: FRESHLOOK TRANSITIONS LENTE DE CONTACTO BIFOCALES LENTE PROGRESIVOS LENTE DE SOL CON O SIN FÓRMULA Monturas: Lacoste Carrera Ted Baker Pepe Jeans Otros: NEULASH: Maximiza el potencial de tus pestañas usando el suero transparente	Consulta de optometría: Servicios profesionales (Consulta de Optometría, Consulta de Oftalmología, Valoración Ortóptica, Cirugía Refractiva, Brigadas empresariales) Serviteca Óptica con servicios gratuitos. Servicio posventa. POP personalizado. Bandeja de precios especiales OPTIPACKS (Exclusividad para brigadas) Informe de Bioseguridad. Obsequios empresariales a los empleados.	Horario Lunes a viernes: 9:00am a 7:00pm. Sábados: 10:00am a 1:00pm. Domingos y festivos: cerrado.	SEDE PRINCIPAL Dirección: Calle 72 No. 13-49 Piso 3 Teléfono: (571) 326 4500

Fuente: Información extraída de páginas web de cada una de las ópticas determinadas para estudio.

Optic Kids

6. CAPÍTULO VI. POLÍTICA DE TALENTO HUMANO

En el presente capítulo, se verá la formulación manejada para la idea de negocio *Optic Kids* que desarrollara las políticas de talento humano correspondientes a la selección de personal en la que se operara un proceso que permitirá un mayor control cuando se determinen los canales de búsqueda, definición de perfil, entrevista, evaluaciones y candidatos seleccionados que harán parte de la planificación del proceso de búsqueda para la vinculación con la empresa “*Optic Kids*” y las competencias necesarias para las diferentes vacantes a aplicar.

Actualmente, el servicio al cliente debe estar enfocado no solo hacia la satisfacción de necesidades del mercado sino ofrecer un valor agregado para crear fidelización de clientes y de esta manera contribuir con la permanencia del negocio en el tiempo. El ideal de la organización es ofrecer a la población, la mejor calidad en salud visual infantil y esto solo se puede lograr a través de la mejor atención y compromiso de servicio de parte del personal de “*Optic Kids*”.

6.1. Gestión por competencias

El ideal que busca *Optic Kids* con la implementación de la gestión por competencias es tener una ventaja competitiva, por lo que quiere tener la calidad y disposición de todo su talento humano, porque cuando el equipo de trabajo tiene un mayor número de habilidades y cualidades para desempeñar las tareas se tendrá un mayor fortalecimiento.

El tema de las competencias no es nuevo, pero cuando se habla de gestión por competencias se presenta un aumento en el campo empresarial, contar con esta ofrece un estilo de dirección donde prima el factor humano, en el que cada individuo, empezando por la parte directiva da un aporte de sus mejores cualidades profesionales a la empresa.

Con la implementación de la gestión por competencias, *Optic Kids* tendrá un enfoque global con una visión general de la empresa, capacidad de integración de los equipos de trabajo y de dirección hacia los logros de objetivos planeados en función de retos y oportunidades que se presenten en el entorno. Siendo el capital humano el todo de la integración de *Optic Kids*.

6.2. Competencias generales

Las competencias generales son la base general del talento humano de Optic Kids, con el fin de ofrecer el mejor servicio a los pacientes o visitantes, estableciendo así una estrategia de fidelización de clientes. Estas competencias primordiales son:

6.2.1. Comunicación

La comunicación no se contempla como solo una habilidad personal sino una interacción que se da entre distintos individuos, por lo que un individuo podrá tener la habilidad de comunicarse, pero no tendrá un logro si no cuenta con los medios, estructuras o instrumentos que faciliten esta interacción.

La comunicación para *Optic Kids* será la manera de coordinar las acciones y de transmitir toda la información necesaria para el logro de las metas y objetivos, ya que para esto no solo es contar con el ser, conocer y hacer, si no se cuenta con un buen proceso de comunicación y la capacidad de ponerlo en práctica o tendrá funcionalidad.

6.2.2. Trabajo en equipo

Participar activamente y de manera receptiva en el equipo para el logro de objetivos comunes. *Optic Kids* busca transmitir información, compartir conocimiento y experiencias, todo esto con respeto frente a los compañeros de trabajo además de que se cuente con una disponibilidad de ayuda.

Se busca que *Optic Kids* cuente con un trabajo en equipo óptimo y eficiente por medio de las siguientes estrategias:

Brindar apoyo a las ideas de los demás miembros manteniendo una buena actitud y aceptando la retroalimentación de los individuos participantes.

Promover la cooperación en el equipo de trabajo creando un buen clima laboral.

Adoptar un rol mediador en caso de que se produzca un conflicto en el equipo de trabajo.

Incentivar en los colaboradores una iniciativa propia de ayuda a quien lo necesite.

6.2.3. Planificación

En las transformaciones de las empresas no solo se deben basar en cambios de tipo tecnológico y procesos. Cuando no se realiza una buena implementación los puestos de trabajo se verán afectados de diversas maneras, es decir, menor impacto y de manera significativa, en ocasiones se deberán diseñar nuevas áreas o puestos de trabajo.

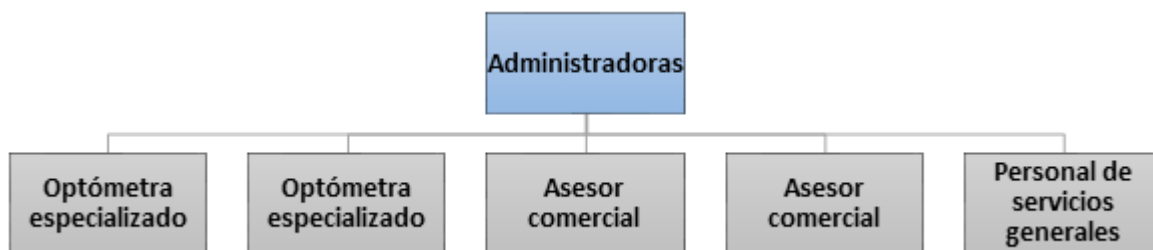
Se requiere de un proceso de planificación de talento humano en el que se identifique la situación actual de la organización, un inventario del capital humano que se realiza con el fin de determinar la formación, reubicación que se gestionan en la empresa con el enfoque de las competencias.

Optic Kids manejará un proceso sencillo y efectivo para la planificación como se describen a continuación:

1. Definición de los perfiles profesionales que se ajusten al desarrollo de las actividades y funciones de acuerdo a las competencias de cada uno de los puestos de trabajo.
2. Realizar un inventario de los colaboradores en términos de trayectoria, conocimiento, capacidades y aspiraciones.
3. Análisis del nivel de competencias dependiendo del desempeño y de perspectivas futuras.
4. Clasificar a los colaboradores para la toma de decisiones a nivel de formación y desarrollo profesional.
5. Diseñar objetivos de manera individual de formación, selección y reubicación.

6.3. Organigrama

Ilustración 26 Organigrama-Optic Kids



Elaboración propia.

Para la selección de personal existe una serie de condiciones por parte de la empresa que requiere del personal y a su vez los candidatos tienen expectativas respecto al tipo de actividades a desarrollar y la imagen de la empresa. El desarrollo del proceso de selección que manejará *Optic Kids* será el siguiente:

6.4. Perfil de colaborador Optic Kids

El perfil es la base del proceso de selección por lo que este debe hacerse con relación a las necesidades requeridas por la empresa solicitante. Una correcta decisión de los requisitos solicitados permitirá obtener un resultado efectivo a la hora de su ejecución, por esto el colaborador requerido para *Optic Kids* deberán contar con las competencias requeridas para las distintas vacantes.

6.5. Proceso de búsqueda

Se debe contar con un buen proceso de reclutamiento para que el proceso de búsqueda tenga una mayor facilidad a la hora de hacer una selección de personal.

6.6. Planificación

Cuando se ejecuta un proceso de búsqueda se debe determinar los plazos y costes que estos involucren y tener un conocimiento previo de los procesos que se puedan presentar. Para poder tener un proceso de elección se debe planificar la búsqueda: definición del perfil, los distintos canales que se utilizarán para la búsqueda de personal, número de entrevistas que se van a efectuar, el tipo de evaluaciones que se ejecutarán y quién será el encargado, para así determinar el grupo de personal que ha cumplido con los distintos pasos requeridos.

6.7. Reclutamiento y selección

Según Martha Alles, 2006 el reclutamiento es un conjunto de procedimientos tendientes a atraer candidatos adecuados y la selección de personal son la elección de los candidatos más adecuados con relación al perfil.

La fuente de reclutamiento utilizada por *Optic Kids* estará a cargo de la parte administrativa, por lo que representa un bajo costo para la empresa. A continuación, se presenta el proceso de selección que maneja *Optic Kids*:

La oferta de vacantes disponibles contará con una breve definición de la empresa, competencias requeridas para la postulación e información sobre como postularse.

Para el perfil de ocupación a la vacante se establecerá una estructura de aspectos formales, aspectos estructurales y aspectos funcionales. En el proceso de citación se verificará con el postulante todos los documentos requeridos para continuar el proceso, sin embargo, durante este proceso el encargado debe estar entrenado para que la información entregada por el postulante sea registrada de manera adecuada y no generar errores en el proceso. La entrevista es un factor clave para la decisión final en cuanto a la vinculación del postulante por esto tiene como objetivo obtener información puntual sobre los comportamientos y acciones, para esta se manejarán distintos tipos de preguntas (Preguntas abiertas, cerradas, situaciones hipotéticas, etc.).

La decisión será responsabilidad de la parte administrativa, por lo que se validará a través de un formato que contendrá fecha de ingreso, nombre del cargo, remuneración y otros componentes, beneficios, firma del contrato.

El ingreso a la empresa *Optic Kids* tendrá como protocolo:

Inicio de inducción al nuevo colaborador, recorrido por las instalaciones, interacción con los demás colaboradores, entrega de funciones y horario.

6.8. Presentación para inducción a la empresa.

“*Optic Kids*” Es una empresa fundamentada en la prestación de servicios oftálmicos especializada en la atención a pacientes menores de 12 años, con el fin de ofrecer nuevas oportunidades al mercado, mejorar la salud visual de la población infantil bogotana y

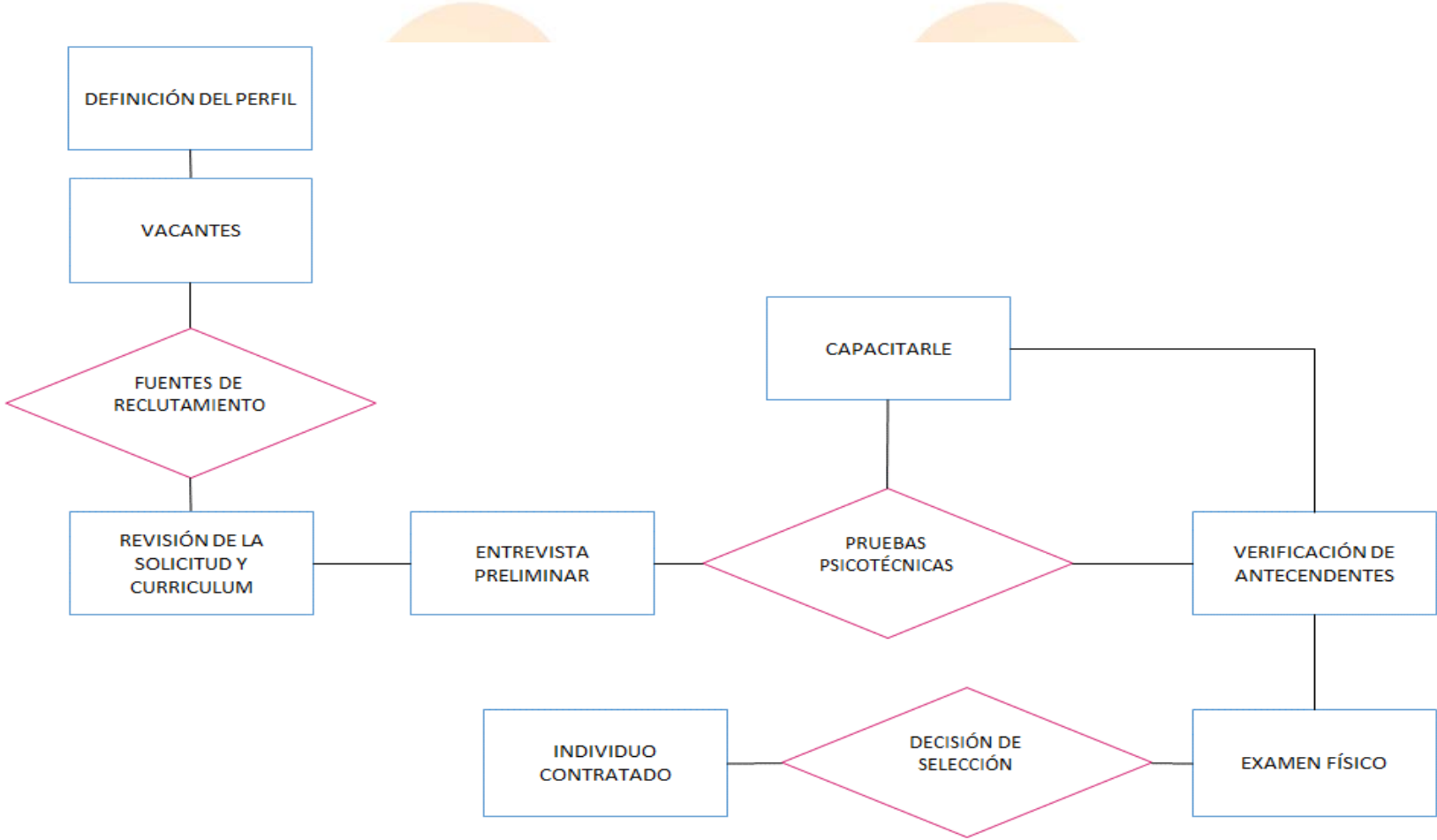
concientizando a la comunidad acerca de la importancia de la visión en el desarrollo y aprendizaje de los niños.

En el mercado es fácil encontrar establecimientos de servicio de salud visual para todo tipo de personas, pero no únicamente con servicio especializado para menores de edad, de esta necesidad específica parte la idea de crear un establecimiento de servicio llamado “*Optic Kids*”



Optic Kids

Ilustración 27 Proceso de selección Optic Kids.



Elaboración propia.

6.9. Perfil por competencias

6.9.1. Perfil de competencia socios

Los socios son las personas que brindaran el apoyo económico al proyecto, por lo que la selección de los mismos implica un análisis exhaustivo y la verificación de los requisitos mínimos para aceptarlos.

Tabla 15 Perfil de competencias de socios Optic Kids

PERFIL DE COMPETENCIA		
Nombre del cargo: Socios		
Ubicación en la organización (sección del organigrama): Primer nivel		
Misión del cargo: Dirigir y conocer a nivel general la organización con el fin de recibir utilidades		
Funciones esenciales del cargo: Asumir el riesgo de las actividades comerciales. Dar indicaciones al administrador acorde a las necesidades de la organización.		
Especificaciones del cargo:		
<i>Característica:</i>		
<i>Edad</i>	Entre 18 y 28 años	
<i>Genero</i>	Femenino y/o masculino	
<i>Estado civil</i>	No aplica	
<i>Disposición</i>	General	
Formación académica: profesionales en ciencias económicas y/o administrativas.		
Experiencia laboral: 2 años		
Otras condiciones requeridas: No aplica		
Elaborado:	Revisado:	Autorizado:

Elaboración propia.

6.9.2. Perfil de competencia administrador

El administrador del punto de venta debe contemplar la responsabilidad que el cargo conlleva y el compromiso que este debe tener con las personas a su cargo y especialmente con los clientes.

Tabla 16 Perfil de Administrador Optic Kids

PERFIL DE COMPETENCIA		
Nombre del cargo: Administrador		
Ubicación en la organización (sección del organigrama): Segundo nivel		
Misión del cargo: Dirigir a nivel operacional la organización a través de una correcta toma de decisiones.		
Funciones esenciales del cargo: velar por ofrecer un adecuado servicio y atender los requerimientos del tercer nivel. Identificar problemáticas y así mismo las alternativas correspondientes. Informar a los socios la situación general del establecimiento.		
Especificaciones del cargo:		
<i>Característica:</i>		
<i>Edad</i>	Entre 21 y 28 años	
<i>Genero</i>	Femenino y/o masculino	
<i>Estado civil</i>	No aplica	
<i>Disposición</i>	Exclusiva	
Formación académica: profesional en ciencias administrativas.		
Experiencia laboral: 2 años		
Otras condiciones requeridas: No aplica		
Elaborado:	Revisado:	Autorizado:

Elaboración propia.

6.9.3. Perfil de competencia asesor comercial

Optic Kids con la búsqueda de asesores comerciales quiere tener el personal mejor capacitado para darle satisfacción al cliente y traer nuevos clientes con el fin de aumentar el mercado del negocio.

Tabla 17 Perfil de Asesor Comercial Optic Kids

PERFIL DE COMPETENCIA		
Nombre del cargo: Asesor comercial		
Ubicación en la organización (sección del organigrama): Tercer nivel		
Misión del cargo: Brindar información y atender al público con el fin del captar nuevos clientes.		
Funciones esenciales del cargo: Brindar asesoría. Elaborar cotizaciones y ventas. Atraer clientes potenciales. Promover las ventas. Ofrecer servicio post venta. Concretar y agendar citas acordes a la agenda de los optómetras. Atender reclamos e incidencias.		
Especificaciones del cargo:		
<i>Característica:</i>		
<i>Edad</i>	Entre 20 y 35 años	
<i>Genero</i>	Femenino y/o masculino	
<i>Estado civil</i>	No aplica	
<i>Disposición</i>	Exclusiva	
Formación académica: Técnico, tecnólogo o profesional en marketing, ventas, atención comercial.		
Experiencia laboral: 2 años		
Otras condiciones requeridas: No aplica		
Elaborado:	Revisado:	Autorizado:

Elaboración propia.

6.9.4. Perfil de competencia optómetra

El optómetra del establecimiento debe ser especializado en la salud visual infantil y que el trato hacia esta población sea el más agradable con el fin de darle al paciente la mejor experiencia.

Tabla 18 Perfil de Optómetra Especializado Optic Kids

PERFIL DE COMPETENCIA		
Nombre del cargo: Optómetra especializado		
Ubicación en la organización (sección del organigrama): Tercer nivel		
Misión del cargo: Ofrecer servicios de atención oftálmica para niños.		
Funciones esenciales del cargo: Atender citas médicas. Realizar los exámenes: refractivo, oculomotor, oftalmoscópico y examen externo. Generar formulas oftálmicas. Identificar enfermedades del órgano visual. Brindar información preventiva en aspectos visuales.		
Especificaciones del cargo:		
<i>Característica:</i>		
<i>Edad</i>	Entre 20 y 35 años	
<i>Genero</i>	Femenino y/o masculino	
<i>Estado civil</i>	No aplica	
<i>Disposición</i>	Exclusiva	
Formación académica: profesionales en optometría con especialización en salud visual infantil.		
Experiencia laboral: 4 años		
Otras condiciones requeridas: No aplica		
Elaborado:	Revisado:	Autorizado:

Elaboración propia.

6.9.5. Perfil de competencia servicios generales

La persona encargada de los servicios generales del establecimiento debe velar por la higiene y presentación del lugar, así como el bienestar de los equipos e instrumentos acorde a la solicitud del médico optómetra y los asesores comerciales.

Tabla 19 Perfil de Servicios Generales Optic Kids

PERFIL DE COMPETENCIA		
Nombre del cargo: Servicios generales		
Ubicación en la organización (sección del organigrama): Tercer nivel		
Misión del cargo: Mantener limpias y adecuadamente las instalaciones del lugar.		
Funciones esenciales del cargo: Aseo general de todas las instalaciones. Realizar y ofrecer bebidas calientes al personal y clientes. Realizar diligencias necesarias para el correcto funcionamiento del local.		
Especificaciones del cargo:		
<i>Característica:</i>		
<i>Edad</i>	Entre 18 y 35 años	
<i>Genero</i>	Femenino y/o masculino	
<i>Estado civil</i>	No aplica	
<i>Disposición</i>	Exclusiva	
Formación académica: Bachiller académico.		
Experiencia laboral: 2 años		
Otras condiciones requeridas: No aplica		
Elaborado:	Revisado:	Autorizado:

Elaboración propia.

6.10. Contratación

6.10.1. Diseño de contrato laboral para “Optic Kids”

El Contrato es un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, hacer o no hacer alguna cosa y diremos que es laboral, cuando además de los elementos de cualquier contrato (capacidad de las partes para contratar, consentimiento, causa lícita, objeto lícito), concurren los elementos esenciales de que trata el artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo (Trabajo, 2016).

Con la contratación *Optic Kids* busca formalizar la relación mediante el contrato laboral en el que se estipulan las condiciones de prestación, así como los elementos esenciales de la contratación.

El contrato será por escrito y contendrá los siguientes apartados:

Identidad de las partes del contrato de trabajo.

Domicilio de la empresa.

Tipo de contrato.

Periodo de prueba.

Fecha de inicio y duración.

Profesión

Salario base y complementos salariales, así como el periodo de pago.

Horarios de jornada laboral

Plazos de preaviso de los que están obligados a respetar empleador y empleado en el supuesto de extinción de contrato.

Firma por parte de ambas partes.

Para ver el contrato laboral completo por favor dirigirse al anexo 2.

6.11. Política de administración de salarios

El salario representa el elemento más importante que recibe un colaborador como retribución a las funciones desempeñadas durante un periodo de tiempo. Los salarios se clasifican en directo e indirecto; el primero es el que se percibe como contraprestación de servicio en el puesto ocupado y el segundo se refiere a horas o mes trabajado (Chiavenato, 2001).

En la política de salarios manejada por *Optic Kids* se existirán diversos salarios dependiendo de la unidad de tiempo, salario por resultados y tareas. El salario por unidad de tiempo lo conforma con base en la cantidad de tiempo que la persona está en disposición de la empresa.

CARGO	SALARIO MINIMO PARA EL CARGO
Administrador	\$ 1.486.520
Asesor	\$ 1.284.465
Optómetra	\$ 2.660.920
Personal de servicios generales	\$ 883.427

Elaboración propia.

6.12. Evaluación del desempeño

Los seres humanos vivimos evaluando en todo momento el desempeño de las situaciones y de las personas que nos rodean. Desde la edad media se viene implementando sistemas de evaluación, estos toman un mayor auge en la escuela de la administración científica donde se situaba el trabajo del hombre al mismo tiempo con la maquinaria y el hombre se consideraba como un operador. Según Edilberto Chiavenato (2000) La evaluación del desempeño es una apreciación sistemática del desempeño de cada persona en el cargo o del potencial de desarrollo futuro.

Optic Kids no solo busca enfocarse en el desempeño general, sino en el desempeño del cargo y en el rol del colaborador que está en ese cargo, sin embargo, es un concepto dinámico, ya que permite tener una evaluación continua de manera formal o informal.

En *Optic Kids* implementara la Administración por objetivos (APO) con el fin de evitar traumatismos, tensión entre los involucrados por lo que se busca tener una mayor participación, motivación y colaboradores con un mayor compromiso. Para esto se determinarán los siguientes pasos:

Los objetivos serán establecidos por parte de la parte administrativa y colaborador lo que permitirá llegar a una negociación más efectiva.

El evaluado deberá aceptar los objetivos establecidos y tenga un compromiso para alcanzarlos.

Un desempeño individual en el que se tenga un enfoque claro de los objetivos deseados.

Se realizará una medición de los resultados alcanzados por el colaborador.

Retroalimentación continua, para reducir la disonancia y percibir los resultados alcanzados.

7. CAPÍTULO VII. RESULTADO DE DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD

7.1. Responsabilidad Social empresarial

En Optic Kids como medida de responsabilidad social empresarial se plantearán cuatro alcances con el ánimo de contribuir a la sociedad y dar un manejo de reutilización a las monturas que han sido dejadas de usar por los niños.

7.1.1. Alcance en el cumplimiento del objeto social

Cumplimiento en el servicio oftalmológico para niños con el ánimo de generar utilidades a la organización.

7.1.2. Alcance en el cumplimiento de las normas

Responde a que las actividades de Optic Kids estén encaminadas al cumplimiento de las mínimas normas de convivencia o reglamentación que la afecte directamente en la prestación del servicio, como las normas del ministerio de salud y protección social.

7.1.3. Alcance de sostenibilidad y filantropía

Las monturas comercializadas en esta óptica al igual que todas las existentes, están fabricadas con materiales como plásticos, metales y vidrio que tienen repercusiones en el ecosistema, provocando alteraciones en el ambiente y en la salud de los seres humanos y no humanos del ecosistema. Por lo tanto, Optic Kids ha decidido promover la campaña “Ojitos del futuro” para ofrecer a la población infantil vulnerable la oportunidad de mejorar su visión en caso de presentar problemas visuales por medio de la reutilización las monturas usadas con el fin de restaurarlas y de acuerdo al tratamiento que ellos requieran se adaptaran los lentes.

En los anexos 6 y 7 de este documento se evidencian los resultados del test de RSE empresarial, los cuales para “*Optic Kids*” indican que la empresa tiene grandes oportunidades de mejorar, pues aún no posee una gestión orientada a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y las estrategias a implementar antes durante y después de su funcionamiento.

8. CAPÍTULO VIII. PLAN FINANCIERO

8.1. Inversión requerida

La inversión requerida para poner en marcha el proyecto de *Optic Kids* es de \$59.353.112,85, entre dispositivos necesarios para la realización de la consulta y la adecuación del local. Para la financiación, se realizará un préstamo en el banco de Bogotá con una tasa de interés del 11,63% de interés, como se puede ver en la siguiente tabla de amortización.

Tabla 20 Amortización.

N	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				\$ 59.353.112,85
1	\$19.389.022,42	6.902.767,02	\$12.486.255,40	\$46.866.857,45
2	\$19.389.022,42	5.450.615,52	\$13.938.406,90	\$32.928.450,55
3	\$19.389.022,42	3.829.578,80	\$15.559.443,63	\$17.369.006,92
4	\$19.389.022,42	2.020.015,50	\$17.369.006,92	\$0,00

Fuente: Tasa de interés solicitada en Banco Bogotá

A continuación, se pueden ver algunas de las cotizaciones realizadas en internet:



Tabla 21 Cotización

Lámpara de hendidura

Lampara De Hendidura

Usado



\$ 2.600.000

36 cuotas de \$ 72.222 con 
VISA  
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.
Ver costos de envío

¡Único disponible!

[Comprar](#)   

Tu compra está protegida. Ver condiciones

Fuente: (Mercado libre, 2016)

Tonómetro

Tonometro De Schiotz 

Nuevo 6 vendidos



\$ 400.000

36 cuotas de \$ 11.111 con 
VISA  
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor
Teusaquillo, Bogotá D.C.
Consultar costos

¡Único disponible!

[Comprar](#)   

Tu compra está protegida. Ver condiciones

Fuente: (Mercado libre, 2016)

Queratometro

Optic Kids

Queratometros Excelentes Marcas Me gusta

Usado



\$ 1.600.000

36 cuotas de \$ 44.444 con **mercado pago**
VISA
 Más opciones

Envíos a todo el país por Mercado Envíos
 Conoce los tiempos y las formas de envío.
 Calcular costos

Cantidad: + **Comprar**

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

Fuente: (Mercado libre, 2016)

Lensometro digital



Fuente: (OLX Colombia, 2016)

Estuche de diagnostico

Estuche De Diagnostico Para Optometria Welch Allyn Me gusta

Nuevo 4 vendidos



\$ 2.860.000

36 cuotas de \$ 79.444 con **mercado pago**
VISA
 Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor
 Teusaquillo, Bogotá D.C.
 Consultar costos

¡Único disponible!

Comprar

Tu compra está protegida. Ver condiciones

Fuente: (Mercado libre, 2015)

Forofter

Fotoper Silux Me gusta

Nuevo



\$ 3.500.000

Finaliza en 6 d 8 h

36 cuotas de \$ 97.222 con **mercado pago**

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor
Teusaquillo, Bogotá D.C.
Consultar costos

¡Único disponible!

Comprar

Tu compra está protegida. Ver condiciones

Fuente: (libre, 2014)

Caja de pruebas

Caja De Pruebas Para Optometria De 266 Probines Aro Metalico Me gusta

Nadie opinó sobre este servicio. ¡Sé el primero!

2770 - Barranquilla - Atlántico



\$ 1.000.000

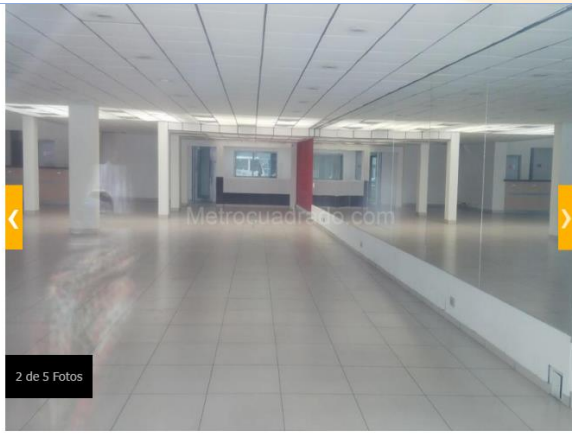
Anunciante: 3153716319
Ver teléfono

Escribe tu consulta

Consultar

Fuente: (Mercado libre, 2016)

Arriendo local



2 de 5 Fotos

Local Comercial en Arriendo Centro Suba, Bogotá D.C. Cód web: 921-1622651

Valor arriendo: **\$3.500.000**

Área: **160 mts²**

Contacte al anunciante

Nombre:

Teléfono:

E-mail:

Comentarios:
Estoy interesado en Local Comercial en Arriendo Villa Elisa, Bogotá D.C.

Acepto Políticas y Términos - Aviso de Privacidad y enviar mis datos al anunciante

Contactar y Ver Teléfono

ESPACIOS INDUSTRIALES
Calle 26 N° 69 - 63 Oficina 514.
Ver más inmuebles de la inmobiliaria

Fuente: (Metro

cuadrado , 2016)

8.2. Evaluación financiera

Para el desarrollo de este proyecto se presenta un flujo de caja proyectado a cinco años, donde en el primer año se observa mes a mes, haciendo más fácil la visualización de los ingresos y egresos en efectivo que tendrá la empresa, con este importante indicador podemos conocer de manera rápida y sencilla la liquidez que *Optic Kids* tendrá durante los próximos cinco años, dándonos un panorama amplio sobre las decisiones relacionadas con créditos y futuras inversiones que se deben realizar.

El flujo de caja de *Optic Kids* está dividido en dos partes ingreso y egresos, en la primera parte están incluidos, las consultas, ventas de lentes y accesorios, ventas de monturas oftálmicas y de sol, los combos, que constan de una montura económica y lentes en un material llamado cr – 39 y finalmente los aportes de socios que serían 15.000.000.

Durante el primer año únicamente se registran pérdidas los dos primeros meses, en el siguiente término de tiempo y hasta culminar los cinco años que muestra el flujo de caja el saldo se muestra positivo, indicando un alto movimiento de dinero y una liquidez en crecimiento.

El número de consultas realizadas por meses, así como el número de productos vendidos, se determinó a partir de entrevistas realizadas a diferentes optómetras y expertos en el área de Ópticas Univer perteneciente al grupo Salud total, esta información nos facilitó la realización del informe financiero. Durante el ante proyecto se realizaron encuestas para determinar el número de clientes potenciales que accederían a *Optic Kids*, pero fue imposible realizar un número de encuestas que arrojaran un resultado significativo, por lo cual se utilizó el método mencionado anteriormente (Para ver el cuestionario por favor diríjase al anexo 7)

En meses como enero y febrero, el número de consultas realizadas es mayor ya que los niños están en época de iniciación escolar y el examen de optometría es un requisito para la matrícula, además se pretende realizar alianzas estratégicas con colegios y empresas que haga que *Optic Kids* sea la primera opción para el cuidado visual infantil de todos los niños de Bogotá, por el contrario el mes de diciembre se evidencia baja afluencia de cliente, ya que no es un mes en el cual las personas tengan como prioridad la revisión de su salud y la compra de lentes oftálmicos.

El crecimiento en los precios fue calculado con el PIB, realizando un pronóstico con el crecimiento de este indicador y proyectándolo a cinco años.

En la segunda parte del flujo de caja están desglosados todos los egresos, entre ellos se observan, los insumos, las obligaciones financieras, los lentes, los salarios y otros gastos.

8.3. TIR – VNA

La TIR o tasa interna de retorno es una herramienta financiera de gran importancia en la elaboración de proyectos, permite viabilizar el proyecto desde el punto de vista financiero al complementarlo con el VNA o valor presente neto. (financiero, 2010)

La tasa interna de retorno del proyecto es de 89%, lo cual indica la alta rentabilidad y la viabilidad del proyecto.

El VNA arroja un valor de \$2.228.876.773, el cual es mayor a cero lo cual indica que el proyecto está generando riqueza, puesto que si está por debajo de cero quiere decir que sería inviable empezar con el proyecto.

8.4. Relación costo-beneficio (índice neto de rentabilidad)

La relación costo-beneficio indica el que tanto costaría tomar una decisión frente a su beneficio y de esta manera determinar si dicha decisión es óptima para la organización; en este caso el resultado del costo-beneficio debe ser superior a 1 para que no se tengan perdidas contrario a ganancias en la organización. Para tal efecto a continuación se relaciona el C/B respecto a los 5 años proyectados en el flujo de caja.

Ilustración 28 Relación Costo-Beneficio Optic Kids

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 431.755.000,00	\$ 449.586.481,50	\$ 467.030.436,98	\$ 484.310.563,15	\$ 503.198.675,11
EGRESOS	\$ 334.876.970,42	\$ 270.411.477,72	\$ 280.821.205,81	\$ 291.401.538,10	\$ 302.674.261,05
COSTO/BENEFICIO	1,29	1,66	1,66	1,66	1,66

Como se evidencia anteriormente, el C/B de *Optic Kids* es superior a 1, demostrando así que el proyecto es financieramente viable debido a que los ingresos de operación superan los egresos de la óptica.

CONCLUSIONES

Aunque es imposible predecir el futuro a partir de un buen análisis se pueden determinar variables importantes para definir la viabilidad de un proyecto, el análisis financiero es fundamental no solo para tomar decisiones de inversión sino también para realizar mejoras dentro del mismo. Optic Kids es un proyecto con una alta rentabilidad y una liquidez en crecimiento como se demuestra dentro de su plan financiero, pero también se evidencia la necesidad de estudiar variables como el crédito con proveedores para mejorar su situación económica inicial, sin embargo, estas variables se pueden estudiar durante la implementación real del proyecto.

Acorde al análisis financiero y sectorial se puede determinar que el plan de negocio denominado Optic Kids es viable no solo al recuperar rápidamente la inversión sino al poder mantenerse en el mercado según el flujo proyectado, donde cabe destacar que las ópticas en general brindan un alto nivel de ingresos por los costos de aquerencia con el proveedor y el precio de venta al público.

Teniendo en cuenta el análisis de la competencia se puede evidencia que el sector de salud visual infantil está poco abarcado por lo que esto se convierte en una oportunidad para Optic Kids a la hora de captar y fidelizar clientes por medio de planes de acción que cooperen al reconocimiento de la marca.

En un mundo cambiante y globalizado con el que nos encontramos actualmente innovar no es una opción, la necesidad de las nuevas generaciones por buscar productos y/o servicios distintos a los existentes nos da la percepción que debe existir un factor diferenciador dentro del mercado, por eso Optic Kids desea ingresar al mercado del sector salud visual especializándose en un único target y así brindando un servicio de mayor calidad, ofreciendo experiencias significativas que logren fidelizar al cliente.

REFERENCIAS

- Actualicese. (14 de Septiembre de 2016). *Actualicese*. Recuperado el 14 de Octubre de 2016, de Actualicese: <http://actualicese.com/2014/05/29/cuales-son-los-requisitos-de-caracter-tributario-para-crear-y-mantener-empresa/>
- Alcazar, E. (9 de Mayo de 2011). *El empresario*. Recuperado el 4 de Abril de 2016, de <http://eempresario.mx/actualidad/importancia-inversión-inicial>
- Bancoldex, S. (23 de Marzo de 2016). *Bancoldex S.A.* Recuperado el 23 de Marzo de 2016, de <http://www.bancoldex.com/Sobre-microempresas/clasificacion-de-empresas-en-Colombia315.aspx>
- Bizzocchi, A. (27 de Marzo de 2014). *Ideas Marketing*. Recuperado el 02 de Abril de 2016, de Ideas Marketing: <http://www.ideaschicago.com/%C2%BFque-es-marketing-directo/>
- Bort Muñoz, M. Á. (2004). Introducción al merchandasing. En ESIC (Ed.). Madrid.
- Cámara de comercio de Bogotá. (2014). *Camara de comercio de Bogotá CCB*. Recuperado el 13 de Octubre de 2016, de http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/rue.html
- Chiavenato, I. (2001). *Administración de Recursos Humanos* (Quinta ed.). McGrawHill. Recuperado el 24 de Septiembre de 2016, de <https://ingenieriapetroquimicaunefazulia.files.wordpress.com/2011/04/administrac3b3n-de-recursos-humanos-5-ed-idalberto-chiavenato2.pdf>
- Colombia., C. C. (1997). *Corte Constitucional de la República de Colombia*. Recuperado el 21 de Marzo de 2016, de <http://corteconstitucional.gov.co/relatoria/1998/C-251-98.htm>
- D.C., S. G. (29 de Diciembre de 2000). Recuperado el 23 de Marzo de 2016, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=11531>
- D.C., S. G. (3 de Mayo de 2010). *Régimen Legal de Bogotá D.C.* Recuperado el 23 de Marzo de 2016, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=39477>
- Dirección de impuestos y aduanas nacionales. (2012). *DIAN*. Recuperado el 13 de 09 de 2016, de DIAN: http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html
- Educativa. (5 de Enero de 2016). *Educativa.com*. Obtenido de http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio//1000/1037/html/1_los_ingresos.html
- financiero, A. (11 de Marzo de 2010). *Admon financiero*. Recuperado el 2016, de <http://admonfinanciero.blogspot.com.co/2011/09/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Guerrero Vargas, J. (2006). Tratamiento de las alteraciones oculomotoras y sensoriales. En J. J. Guerrero Vargas, *Optometría clínica* (pág. 838). Colombia. Recuperado el 25 de Marzo de 2016

Guerrero Vargas, J. J. (2012). *Optometría clínica* (Primera ed.). (K. Sedeño Guillén, Ed.) Bucaramanga, Colombia: Universida Santo Tomas.

Guerrero Vargas, J. J. (2006). Semiología e historia clínica. En J. J. Guerrero Vargas, & U. S. Tomas (Ed.). Colombia. Recuperado el 27 de Marzo de 2016

libre, M. (12 de Enero de 2014). *Mercado libre*. Obtenido de http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-427835419-fotopter-silux-_JM

Mercado libre. (12 de Agosto de 2015). *Mercado libre*. Obtenido de http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-429830101-estuche-de-diagnostico-para-optometria-welch-allyn-_JM

Mercado libre. (15 de marzo de 2016). Recuperado el 2016, de http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-428774432-lampara-de-hendidura-_JM

Mercado libre. (22 de Abril de 2016). Recuperado el 2016, de http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-429612076-tonometro-de-schiotz-_JM

Mercado libre. (13 de Mayo de 2016). Recuperado el 2016, de Mercado libre: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-429809939-queratometros-excelentes-marcas-_JM

Mercadotecnia, P. y. (2005). *Volanteto y perifoneo*. Recuperado el 2 de Abril de 2016, de <http://volanteoyperifoneo.com.mx/principal/volanteo>

Metro cuadrado . (2016). *Metro cuadrado*. Obtenido de [http://www.metrocuadrado.com/arriendo/localcomercial-en-bogota-centro-suba-villa-elisa-con-estrato-3-area-160-mts-\\$3.500.000-id-921-1622651](http://www.metrocuadrado.com/arriendo/localcomercial-en-bogota-centro-suba-villa-elisa-con-estrato-3-area-160-mts-$3.500.000-id-921-1622651)

Nunes, P. (7 de Septiembre de 2009). *Ciencias económicas y Comerciales*. Recuperado el 4 de Abril de 2016, de <http://old.knoow.net/es/cieecon/gestion/tir.htm>

OLX Colombia. (11 de Septiembre de 2016). *Olx Colombia* . Obtenido de <https://bogotacity.olx.com.co/lensometros-excelentes-marcas-iid-899559934>

Serrano Guzmán, A. P. (30 de Noviembre de 2012). *El Tiempo*. Recuperado el 3 de Abril de 2016, de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12410761>

SoloContabilidad. (10 de Octubre de 2012). *SoloContabilidad*. Recuperado el 4 de Abril de 2016, de <http://www.solocontabilidad.com/2012/10/flujo-de-efectivo-proyectado.thml>

Trabajo, M. d. (25 de Septiembre de 2016). *Ministerio de Trabajo*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2016, de <http://www.mintrabajo.gov.co/preguntas-frecuentes/contrato-de-trabajo.html>



Optic Kids



UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA, BOGOTÁ
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, POLITICAS
Y ECONÓMICAS

Hoja de Vida

Estudiante de Administración de Empresas



I. Datos Personales

Nombres y Apellidos: María Paula Arango Ramírez
Cédula de Ciudadanía No.: 1019078157
Código: 20151736071
Dirección Residencia: Calle 186 n° 54 D- 73 Mirandela
Teléfono fijo: 6748327
Celular: 3213947653
E-mail: mapau_arango@hotmail.com
EPS: Cafesalud

II. Estudios Realizados

Universitarios:

[2010 - 2016]

Universidad de San Buenaventura sede
Bogotá.
Administración de empresas
Promedio general: 4.1

Estudios Secundarios:

[1997 – 2009]

Centro María Auxiliadora
Bogotá D.C.

Formación Complementaria:

[septiembre 2015- octubre
2015]

Curso en la cámara de comercio:
Asesor Gerencial en Negociación
Internacional.

III. Experiencia Laboral

Asesora comercial A&M OPTICAS. Diciembre 2008 a diciembre de 2010.
Asesora comercial MultiOpticas. Diciembre 2011

IV. Referencias Familiares

MARTHA LUCIA ARANGO R.

Optómetra
Cel: 318-3697004

GLORIA ESPERANZA ARANGO R.

Ingeniera de sistemas
Cel: 3125348174

V. Referencias Personales

DAVID ANDRÉS OSPINA

Estudiante de gastronomía
Cel: 316-4953098

SEBASTIAN ZULUAGA BOTERO

Físico
Cel: 4075351504 (Orlando - Florida)

ADRIANA MARCELA CHISABA

Estudiante de administración de empresas
Cel: 320-2674692

VI. Otros Datos de Interés

Perfil Laboral:

Estudiante de Administración de empresas (Noveno semestre), Universidad de San Buenaventura sede Bogotá.

Poseo capacidades para trabajar en grupo, excelentes relaciones interpersonales, activa, de fácil adaptación a la evolución de las exigencias y de mentalidad abierta a los cambios.

Cuento con un alto desempeño en cargos que impliquen análisis de problemas, toma de decisiones, liderazgo y organización de recursos.

Capacitada para ejercer cargos de alto perfil, con elevado grado de responsabilidad, iniciativa y seriedad.

Capaz de generar valor agregado a la organización mediante creación de ideas e iniciativas propias para la resolución de problemas.

De personalidad creativa, dinámica, emprendedora, autodidacta.

Competencias Laborales:

Identifico las herramientas para la toma de decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.

Detecto oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.

Estoy en la capacidad de tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.

Trabajo en contextos internacionales valorando y respetando la diversidad y multiculturalidad.

Me responsabilizo de mis decisiones y creo planes de mejoramiento.

Identifico y administro los riesgos de negocios de las organizaciones.

Lidero y gestiono procesos de desarrollo humano aplicando normativas, valores y principios sociales congruentes con la responsabilidad social y compromiso ciudadano.

Desarrollo diálogos con los grupos de interés de las organizaciones.

Formulo planes de marketing.

Soy pionera y visionaria en la formulación de nuevos negocios.

Idiomas:

Inglés: intermedio

Honores:

Beca universitaria del 10% por alto nivel académico.

Áreas de interés:

Área financiera

Área comercial y ventas

Área de recursos humanos

Expectativas:

Hacer parte de una organización en la cual pueda desarrollar todas mis habilidades y conocimientos para traducir estos en un alto desempeño laboral y una alta productividad.

Capacitarme en cada uno de los cargos que ocupe durante mi vida profesional para el mantenimiento y fortalecimiento de mis competencias laborales.

Seguir estudiando y realizar una especialización en el área comercial o financiera en el exterior.

Ser gerente del área comercial o financiera garantizando a mis colaboradores el buen manejo de la organización.

Firma

Optic Kids

Elaboración propia.



UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA, BOGOTÁ
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, POLITICAS
Y ECONÓMICAS

Hoja de Vida
Estudiante de Administración de Empresas



I. Datos Personales

Nombres y Apellidos: Erika Paola Castro Aponte
Cédula de Ciudadanía No.: 1069099882
Código: 20151736050
Dirección Residencia: Carrera 17 # 181 C - 04
Teléfono fijo: 4061787
Celular: 3204792037
E-mail: epcastro@academia.usbbog.edu.co
EPS: Salud total

II. Estudios Realizados

Universitarios:

[2011 - 2016]

Universidad de San Buenaventura sede
Bogotá.
Administración de empresas

Estudios Secundarios:

[2010]

Colegio de La Reina
Bogotá D.C.

Formación Complementaria:

[2010]

Curso Plan de Mercadeo 2010
Servicio Nacional de Aprendizaje
(SENA)

[2010]

Curso Servicio al cliente mediante la
comunicación telefónica
Servicio Nacional de Aprendizaje
(SENA)

[2015]

Curso Mercadeo para la internacionalización

III. Experiencia Laboral

Sin experiencia.

IV. Referencias Familiares

Nombre: Clarisa Aponte Rodríguez

Teléfono: 3132158099

Nombre: Carmenza Aponte Rodríguez

Teléfono: 6885990

V. Referencias Personales

Nombre: Martha Lucia Cepeda

Empresa: Alcaldía de Nuevo colón Boyacá

Teléfono: 3132794882

Nombre: Sonia Patricia Alvarado

Empresa: Surtir mayorista Bogotá

Teléfono: 3195139015

VI. Otros Datos de Interés

Perfil Laboral:

Estudiante de administración de empresas de octavo semestre, con conocimientos en mercadeo, recursos humanos, logística; con habilidades para manejo de recursos ofimáticos como (Excel, Word, PowerPoint).

Competencias Laborales:

Análisis de datos para la toma de decisiones

Resolución de problemas

Creatividad

Proactividad

Idiomas:

Inglés: intermedio

Honores:

Mención de honor universitaria por promedio académico.

Áreas de interés:

Área de ventas y mercadeo: planteamiento de estrategias para el fortalecimiento o implementación de productos al mercado.

Área administrativa y recursos humanos.

Área de producción.

Expectativas:

Pertenecer a una compañía donde el enriquecimiento sea mutuo, que exista una experiencia que me brinde conocimientos y aprendizaje tanto laboral como personal, de igual manera contribuir a la organización por medio de mis habilidades que se vean reflejadas en un buen ambiente laboral y en el ámbito productivo de la empresa. Desarrollar mis conocimientos adquiridos en los estudios universitarios con el fin de aumentar mi capacidad productiva y analítica por medio una experiencia laboral beneficiosa fortaleciendo mis habilidades comunicativas, de trabajo en equipo y en el aumento del rendimiento para la organización.

Firma

Elaboración propia.



Optic Kids



UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA, BOGOTÁ
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, POLITICAS
Y ECONÓMICAS

Hoja de Vida

Estudiante de Administración de Empresas



I. Datos Personales

Nombres y Apellidos: Adriana Marcela Chisaba Rozo

Cédula de Ciudadanía No.: 1.019.088.997

Código: 20151736049

Dirección Residencia: Carrera 96 N° 157-27 Suba-salitre

Teléfono fijo: 6820213

Celular: 3202674692

E-mail: achisaba@academia.usbbog.edu.co

EPS: Compensar

II. Estudios Realizados

Universitarios:

Actualmente

Octavo Semestre - Administración de
Empresas Universidad de San
Buenaventura, Bogotá

Estudios Secundarios:

[2010]

Bachiller académico con énfasis en Informática
Colegio la Inmaculada
Chía

Formación Complementaria:

[2013]

Administración de recursos humanos
SENA VIRTUAL

[2014]

CRM- La administración de la relación con los clientes.
SENA VIRTUAL

[2015]

Asesor gerencial en negociación internacional
Cámara de Comercio de Bogotá

[2015]

CONFERENCIA “La construcción del futuro frente

a las mutaciones globales” a cargo de Michel Godet. (Asistente)

III. Experiencia Laboral

Sin experiencia.

IV. Referencias Familiares

LUIS FRANCISCO ROZO

Pensionado
3105665279

ORLANDO CHISABA ROZO

Contador
3143830040

V. Referencias Personales

ISABEL PRADA

Pensionada
3156491099

SANDRA PATRICIA ACERO

Asesora financiera
3114518995- 3115128091

VI. Otros Datos de Interés

Perfil Laboral:

Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá, actualmente curso noveno semestre; con altos conocimientos en marketing, finanzas, recursos humanos; con experiencia en ventas. Cuento con habilidades para el análisis financiero y contable, manejo de sistemas ofimáticos como Excel, Word, Power Point, notebook.

Soy una persona responsable, dinámica y creativa, con facilidad de adaptación y capacidad de trabajar en equipo, con iniciativa para resolver problemas eficientemente y lograr las metas y objetivos trazados por la empresa.

Competencias Laborales:

Análisis de la información para toma de decisiones. Capacidad de planeación, gestión y ejecución de proyectos. Resolución de problemas. Sensibilidad interpersonal Capacidad de redacción de informes y textos. Enfoque al logro y consecución de metas. Capacidad de adaptación. Capacidad de apertura a nuevos retos y aprendizajes. Relaciones Interpersonales.

Idiomas:

Inglés: intermedio

Honores:

Beca universitaria del 10% por alto nivel académico.

Áreas de interés:

Área de mercadeo

Área de recursos humanos

Área de Finanzas

Expectativas:

Ingresar a una organización en la que pueda poner en práctica todo lo aprendido en mis años de estudio, así como también mi capacidad de organización, trabajo en equipo y liderazgo. Deseo formar parte de una compañía donde pueda desarrollarme profesionalmente y donde mis logros sean reconocidos. Seguir en mi formación académica con la realización de una especialización en el área de marketing o recursos humanos.

Firma

Elaboración propia.



Optic Kids

Anexo 4 Lista de precios **SERVIOPTICA**.

LISTA DE PRECIOS CONTADO

Precios por lente vigentes a partir del 01 de Febrero de 2016.
LP V02-2016



BAJO DE PRECIO
PRODUCTO NUEVO

Mejorando la imagen de Colombia

SERVICIOS

BISEL	
*BISEL CORRIENTE	1.500
*BISEL ESPECIAL	2.200
**TRASPASO PORLENTE	5.500
RANURACIÓN	2.200
CAMBIO DE DISEÑO PORLENTE	2.600
PERFORACIÓN PORLENTE	5.800

TRATAMIENTOS	
COLOR / FILTRO UV	1.100
COLOR SEGÚN MUESTRA, VDT	5.500
PROTECCIÓN AL RAYADO	7.200
ANTI-REFLEJO ESTÁNDAR	24.200
ANTI-REFLEJO SUPREME	27.300
ANTI-REFLEJO CLARITY	32.700
AR CRIZAL EASY UV	55.400
AR CRIZAL AVANCE UV	69.300
ESPEJADO MIRROR (Blue/Silver/Gold-Green)	32.700

OTROS	
PLAQUETAS	1.700
TUERCAS, TORNILLOS Y TERMINALES	1.100
VISTA CLEAR X 2 oz (Solución para limpieza de lentes oftálmicos)	5.000
VISTA CLEAR X 2 oz con Logo Personalizado (pedido mínimo 200 unidades)	5.500

*BISEL CORRIENTE: Corresponde a CR blanco visión sencilla sin tratamientos, Poly blanco Terminado, Poly Terminado AR, Flat Top e Invisible CR.
*BISEL ESPECIAL: Corresponde a todos los productos con excepción de CR blanco visión sencilla, incluye pulida de bordes si se solicita.
**Todo traspaso se hace bajo riesgo.

TERMINADOS

BLANCOS	
BLANCOS CR (0.00 a +/- 5.00 Cyl. 0.25 a 2.00)	2.400
BLANCOS CR (0.00 a +/- 2.00 Cyl. 2.25 a 3.00)	7.300
POLY	7.000
*POLY (+2.00 a - 2.00 Cyl. 2.25 a 3.00)	15.200
**FUTUREX	16.500
∆.FUTUREX G2	24.200

FOTOSENSIBLES	
LIFE RX POLY AR	48.400
CR TRANSITIONS S7 GRIS	53.200
CR TRANSITIONS S7 GRIS CON AR CLARITY	72.600
POLY TRANSITIONS S7 GRIS	78.700
POLY TRANSITIONS XTRACTIVE	78.700
POLY TRANSITIONS S7 GRIS CON AR CLARITY	95.600
**AIRWEAR TRANSITIONS S7 GRIS CRIZAL AVANCE UV™	128.000

*Producto no tintable. **Incluye Servicios de Bisel.

**Incluye Servicios de Bisel.

ANTIRREFLEJO	
CLEAR VIEW AR UV	8.500
POLICARBONATO AR	12.000
**FUTUREX STEEL	22.000
**FUTUREX G2 STEEL	36.300
**AIRWEAR CRIZAL AVANCE UV™	59.500

BIFOCALES Y PROGRESIVOS (Progresivos Incluyen Servicios de Bisel)	
FLAT TOP CR	5.500
INVISIBLE CR	5.500
**ULTRAVIEW SHORT CR	22.000
**EASY LENS CR	27.500
**EASY LENS CR AR CLARITY	39.600
**EASY LENS FUTUREX G2 STEEL	44.000

**Incluye Servicios de Bisel.

**Incluye Servicios de Bisel.

TALLADOS VISIÓN SENCILLA

*BLANCOS	
CR V.S 70 MM. / 75 MM.	14.500
POLY ESFÉRICO - ASFÉRICO	27.500
TRILOGY (TRIVEX) ESFÉRICO	36.300
**FUTUREX	29.700
∆.FUTUREX G2	43.600
THIN & LITE 1.67	80.600
ALTO INDICE 1.74 AR CLARITY	120.000

FOTOSENSIBLES	
LIFE RX POLY	60.000
CR TRANSITIONS S7 GRIS/CAFÉ	79.900
POLY TRANSITIONS S7 GRIS/CAFÉ/ VERDE	86.600
POLY TRANSITIONS XTRACTIVE	86.600
TRILOGY (TRIVEX) TRANSITIONS S7 GRIS/CAFÉ	120.000
THIN & LITE 1.67 TRANSITIONS S7 GRIS/CAFÉ	133.100

*Para materiales de alto índice se sugiere siempre colocar antirreflejo.
** Incluye Servicios de Bisel. ***Producto no tintable.

POLARIZADOS Y DE SOL	
POLY SPORT GRIS / CAFÉ	45.000
POLAROID AIRWEAR GRIS/CAFÉ/ VERDE/GRADIENT	71.500
XPERIO AIRWEAR GRIS/CAFÉ/ VERDE/GRADIENT	80.000

FREEFORM VISIÓN SENCILLA (Incluye Servicios de Bisel)

	POLY / TRIVEX FUTUREX G2	POLY TRANSITIONS S7 (GRIS/CAFÉ/ VERDE) /	TRIVEX TRANSITIONS S7 (GRIS/CAFÉ)	POLY TRANSITIONS XTRACTIVE	DRIVEWEAR	POLAROID POLY GRIS/ CAFÉ/VERDE/ GRADIENT	POLY SPORT GRIS/CAFÉ	BLUETECH INDOOR	BLUETECH OUTDOOR	ALTO INDICE 1.67	ALTO INDICE 1.67 TRANSITIONS S7 GRIS/CAFÉ	ALTO INDICE 1.74 TRANSITIONS S7 CON AR CLARITY	
*SHAMIR AUTOGRAPH/ AUTOGRAPH SMART	54.500	108.900	130.000	108.900	150.000	91.000	54.500	108.900	125.000	99.600	163.700	143.600	239.600
***SHAMIR ATTITUDE III VISION SENCILLA / GOLF	66.600	129.800		129.800	160.000	102.300	66.600			116.900	173.100		

*Para estos productos se debe enviar distancia nasopupilar y altura focal. **Attitude sólo esta disponible en materiales Poly y Alto índice 1.67.

ESSILOR VISIÓN SENCILLA (Incluye Servicios de Bisel)

	AIRWEAR	AIRWEAR TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE	AIRWEAR TRANSITIONS XTRACTIVE	POLAROID AIRWEAR GRIS/CAFE/VERDE/GRADIENT	THIN & LITE 1.67	THIN & LITE 1.67 TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE
ESSILOR ADVANS 360 / ADVANS 1-360 / EYE CODE	78.700	133.100	133.100	101.800	127.100	187.600

*** Producto no tintable.**** Producto exclusivo con medidas Visioffice.

BIFOCALES (Invisible Freeform y Shamir DUO Incluyen Servicios de Bisel)

	CR	CR TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE	POLY	FUTUREX G2	POLY TRANSITIONS S7 (GRIS/CAFE/ VERDE) /	TRIVEX	TRIVEX TRANSITIONS S7 (GRIS/CAFE)	FLAT TOP POLY LIFE RX GRIS	ALTO INDICE 1.87	1.67 TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE
FLAT TOP	16.100	*109.900	42.200					131.800		
INVISIBLE	16.100									
INVISIBLE FREEFORM	30.600	85.000	50.600	50.600	100.000	50.600	130.000		83.800	174.000
SHAMIR DUO	37.500	100.000	50.600	60.000	115.000	60.000	145.000		83.800	185.000

* Flat Top CR Transits solamente gris.

ESSILOR (Incluye Servicios de Bisel)

	ORMA	ORMA TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE	AIRWEAR	AIRWEAR TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE	AIRWEAR TRANSITIONS XTRACTIVE	XPERIO AIRWEAR GRIS/CAFE/VERDE/GRADIENT	POLAROID POLY GRIS/CAFE/VERDE/GRADIENT	TREXA	TREXA TRANSITIONS S7 GRIS	THIN & LITE	THIN & LITE TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE
**NATURAL DS	64.100	137.800	69.200	162.300	162.300		118.800	79.300	182.300	127.200	195.000
OVATION	66.700	143.400	78.100	*166.000							
**OVATION DS/ DS FIT	73.600	158.500	86.200	183.700	183.700		135.000	96.300	193.100	131.600	202.400
**VARILUX LIBERTY DRX	107.000	183.900	127.100	211.800	211.800	150.000		160.000	250.000	160.000	250.000
VARILUX PHYSIO	144.800	*222.500	169.800	*237.800							
**VARILUX PHYSIO DRX	159.700	244.600	188.000	263.500	263.500	197.600		198.100	263.500	203.700	267.700
**VARILUX PHYSIO 360 N.E. / 1-360 N.E. / EYE CODE	229.900	*314.600	254.100	*338.800							
VARILUX COMPUTER			61.200								

* Productos solamente disponibles en color gris.

** Producto no tintable.

*** Producto exclusivo con medidas Visioffice.

● Aplica para Transitions Verde.

VARILUX S SERIES CON AR CRIZAL AVANCE UV (Incluye Servicios de Bisel)

	AIRWEAR	AIRWEAR TRANSITIONS SIGNATURE VII GRIS	THIN & LITE	THIN & LITE TRANSITIONS SIGNATURE VII GRIS
VARILUX S DESIGN/ S FIT	325.800	417.300	353.300	453.800
***VARILUX S 4D	353.200	453.800	383.100	493.800

*** Producto exclusivo con medidas Visioffice.

SHAMIR (Incluye Servicios de Bisel)

	CR 39	CR TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE	POLY /TRIVEX /FUTUREX G2	POLY TRANSITIONS S7 (GRIS/CAFE/ VERDE) /	TRIVEX TRANSITIONS S7 (GRIS/CAFE)	POLY TRANSITIONS XTRACTIVE / DRIVEWEAR	POLY SPORT GRIS/CAFE	POLAROID POLY GRIS/CAFE/VERDE/GRADIENT	BLUETECH INDOOR/ OUTDOOR	LIFE RX	ALTO INDICE 1.67	1.67 TRANSITIONS S7 GRIS/CAFE	ALTO INDICE 1.74	1.74 TRANSITIONS S7 GRIS CON AR CLARITY
ULTRAVIEW HD (disponible solo en Poly)			42.400											
EASY LENS HD II	47.500	117.400	60.500	157.300	157.300	157.300			157.300	90.000				
AMPLITUDE SHART II	88.100	160.800	102.900	188.800	188.800	188.800	102.900	117.300	188.800	130.000	114.600	195.700		
**SHAMIR AUTOGRAPH II / AUTOGRAPH III	169.800	258.600	199.700	272.300	272.300	272.300	199.700	194.300	272.300		195.700	276.800	209.700	326.200
**SHAMIR ATTITUDE III SPORT/FASHION/ GOLF			131.300	227.000		227.000	131.300	176.000			173.300	258.500		
SHAMIR OFFICE PC/ DYNAMIC	53.200		66.600							***108.900				

*Autograph II y Autograph III incluyen AR Clarity, si desea cambiarlo por AR Crizal Avance UV se cobrará adicional \$ 33.300 pesos por lente o por AR Crizal Easy UV \$ 20.100 por lente.

NOTA: En los lentes que incluyen servicios de bisel, no se cobrará por bisel, ranura, perforación y cambio de diseño.

**Attitude sólo esta disponible en materiales Poly y Alto Índice 1.67.

***Shamir Office PC /Dynamic sólo esta disponible en Bluetech Indoor.



Por las compras que realice en ServiOptica, usted estará apoyando la Fundación Volver, quien gracias a su ayuda ha logrado atender más de 75.000 personas en condiciones de vulnerabilidad, entregando más de 40.000 correcciones visuales.

www.fundacionvolver.org

Síguenos en Facebook: <https://www.facebook.com/FundacionVolverColombia>

www.servioptica.co • Síguenos en Facebook: <https://www.facebook.com/OpticlubServiOptica>

CONTRATO A TERMINO INDEFINIDO – CENTRO DE SERVICIOS OFTÁLMICOS
ESPECIALIZADOS OPTIC KIDS NIT 123456789

REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

CEDULA

PERSONA CONTRATADA

IDENTIFICACIÓN

FECHA DE NACIMIENTO

DOMICILIO

OFICIO OBJETO DE RELACION

ESPECIALIDAD

FECHA FIRMA

FECHA VENCIMIENTO

DE

() DE

DE

() DE

DE

() DE

DE

EL _____ () DE _____ DE _____ en la ciudad de Bogotá, entre **representante legal**, mayor de edad legalmente capaz, domiciliado en la ciudad de Bogotá, identificado con la cedula de ciudadanía _____ de _____, actuando en representación de **CENTRO DE SERVICIOS OFTÁLMICOS ESPECIALIZADOS OPTIC KIDS**, sociedad identificada con el NIT 123456789, por ser una parte, quien en adelante se denominará **LA EMPRESA**, y _____ mayor de 18 años de edad y por lo tanto legalmente capaz para suscribir el presente contrato según lo previsto por el artículo 3 del decreto 933 de 2003, domiciliado en _____, identificado con documento de identidad _____ de _____, por la otra parte, quien en lo sucesivo se denominará **EL EMPLEADO**, se ha celebrado el presente contrato a término indefinido.

CLÁUSULA PRIMERA. -OBJETO. - El objeto del presente contrato es consolidar una relación laboral acorde a la especialidad antes mencionada y la empresa contratante. Las partes suscriben el presente contrato como una forma natural dentro del derecho laboral con subordinación y por un plazo no mayor a un año.

CLÁUSULA SEGUNDA. - DURACIÓN. - El presente contrato tiene una duración de 240 días rendida entre _____ () DE _____ DE _____ fecha de iniciación del contrato, y el _____ () DE _____ DE _____, fecha de terminación.

CLÁUSULA TERCERA. - SALARIO. - LA EMPRESA pagará al EMPLEADO _____ acorde a su profesión. Este salario será pagado en quincenas vencidas, mediante consignación a la cuenta de ahorros 098765432-1 de OPTIC KIDS.

CLÁUSULA CUARTA. - AFILIACIONES AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL. - Durante la fase productiva del contrato, EL EMPLEADO estará afiliado al sistema de seguridad social en salud y la cotización será cubierta plenamente por LA EMPRESA, sobre la base del salario y de igual manera EL EMPLEADO estará afiliado al sistema de riesgos profesionales por la administradora de riesgos profesionales (ARP), a la cual se encuentre afiliada LA EMPRESA.

CLÁUSULA QUINTA. - JORNADAS DE TRABAJO. - La jornada de trabajo del EMPLEADO no podrá exceder las 48 horas semanales y se cumplirá de acuerdo con la jornada laboral existente en las instalaciones de LA EMPRESA.

CLÁUSULA SEXTA. - OBLIGACIONES DE LA EMPRESA. - Adquiere las siguientes obligaciones:

- a. Pagar al EMPLEADO lo correspondiente a su salario mensual contemplado en la cláusula tercera de este contrato.
- b. Afiliar y realizar los pagos correspondientes a las obligaciones contempladas en la cláusula cuarta de este contrato.
- c. Proporcionar al EMPLEADO la información necesaria, los equipos y espacios físicos para realizar su trabajo y dar cumplimiento a los programas establecidos.

CLÁUSULA SEPTIMA. - OBLIGACIONES DEL EMPLEADO. -

- a. Ajustar su comportamiento a los reglamentos y normas establecidas por la EMPRESA.
- b. Concurrir puntualmente a las instalaciones de la EMPRESA y cumplir cabalmente con las indicaciones que se le impartan.
- c. Acatar fielmente las políticas institucionales de LA EMPRESA, en especial las relacionadas con el código de ética, seguridad de la información, uso de la red de internet y uso de la tecnología. Para este efecto el EMPLEADO autoriza expresamente a la EMPRESA para que pueda monitorear el uso que este haga de los sistemas de información, así como el registro de visitas a sitios de internet.

CLÁUSULA OCTAVA. - CAUSALES DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO. - El presente contrato podrá darse por terminado por las causas que se enuncian a continuación:

- a. Por mutuo acuerdo entre las partes.
- b. Por vencimiento del termino de duración del contrato.
- c. Cuando el EMPLEADO incurra en cualquier falta que dé lugar a la expulsión o suspensión de acuerdo con el reglamento o normas de la EMPRESA.
- d. Cuando el EMPLEADO no presente el rendimiento adecuado, a juicio de la EMPRESA.
- e. Cuando el EMPLEADO no asista puntualmente, sin excusa suficiente, a juicio de la EMPRESA por más de dos (2) veces en un periodo de 30 días.
- f. Cuando el EMPLEADO incumpla cualquier instrucción, reglamento o norma de la empresa o incurra en conductas prohibidas o en las faltas graves contempladas en el reglamento interno de trabajo o demás reglamentos o normas internas de la EMPRESA.
- g. Cuando exista fraude o engaño por parte del EMPLEADO en cualquiera de los aspectos de la labor.
- h. Cuando el EMPLEADO abandone en forma injustificada su labor.
- i. Cuando el EMPLEADO cometa un delito o contravención en perjuicio de los intereses de la EMPRESA o contra su vida, honra y bienes, o contra sus representantes o trabajadores.
- j. Cuando el EMPLEADO revele cualquier secreto o acto reservado relacionado con los negocios de la EMPRESA o sus clientes.

k. Cuando el EMPLEADO tenga desavenencias con los trabajadores o representantes de la EMPRESA.

l. Cuando el EMPLEADO llegue embriagado o bajo el efecto de estupefacientes o drogas enervantes, o ingiera bebidas embriagantes, estupefacientes o drogas enervantes en el lugar de trabajo.

m. El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones previstas para cada una de las partes.

CLÁUSULA NOVENA. - NORMAS APLICABLES. - El presente contrato se rige por las cláusulas que le anteceden y en lo previsto por las disposiciones legales contenidas en el Artículo 23 Código Sustantivo del Trabajo, artículo 23 Decreto 1703 de 2002, artículo 3 Decreto 510 de 2003 y demás normas complementarias.

CLÁUSULA DECIMA. – TRIBUNAL DE ARBITRAMIENTO. - Si con ocasión de la ejecución o terminación de este contrato ocurriere alguna diferencia entre las partes, se someterá a la decisión de un árbitro, nombrado por la cámara de comercio de Bogotá, el cual decidirá en derecho.

CLÁUSULA DECIMO PRIMERA. - AUTORIZACIÓN TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES EN RAZÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO. – El EMPLEADO, en su calidad de titular de la información, de manera libre y voluntaria, autoriza de manera previa y expresa a la EMPRESA para que directamente o a través de terceros realice el tratamiento a su información personal.

Declara que ha sido informado sobre el tratamiento al que será sometida la información suministrada por él, el cual consiste en recolectar, almacenar, usar, circular, registrar, administrar, confirmar, verificar, referenciar, suprimir y actualizar su información de carácter personal que haya sido suministrada por el EMPLEADO o que se recoja de él.

Adicional a lo anterior, declara el EMPLEADO que comprende y se encuentra informado de los derechos que le asisten como titular de la información a los cuales se refiere la ley 1581 de 2012: a) Conocer, actualizar y rectificar sus datos personales, b) Solicitar prueba de la autorización otorgada, c) Ser informado del uso que le ha dado a su datos personales, d) Presentar ante la Superintendencia de industria y comercio quejas por la eventual infracción en el tratamiento de datos personales, e) Revocar la autorización y/o solicitar la supresión del dato cuando no se respeten los principios, derechos y garantías constitucionales, f) Acceder en forma gratuita a sus datos personales que hayan sido objeto de tratamiento y g) el carácter facultativo de la respuesta a las preguntas que versen sobre datos sensibles, los cuales corresponden a aquellos que afectan su intimidad o cuyo uso indebido puede generar discriminación, tales como el origen racial o étnico, la orientación política, religiosa o filosófica, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales o políticas, los datos relativos de la salud, la vida sexual y los datos biométricos. Así mismo, el EMPLEADO manifiesta que conoce los términos y condiciones de la política de protección de datos de la EMPRESA y los procedimientos de reclamo.

El EMPLEADO declara que la información por el al EMPLEADO, es totalmente completa, exacta y veraz, en consecuencia, autoriza que la misma permanezca en los archivos y/o bases de datos de la entidad.

Finalmente, para los fines previstos en la ley, el EMPLEADO declara que tiene conocimiento, que la empresa CENTRO DE SERVICIOS OFTÁLMICOS ESPECIALIZADOS OPTIC KIDS actualmente tiene su domicilio principal en la ciudad de Bogotá D.C, en la Calle 145 #91-19, Teléfono:(1) 6859493.

LA EMPRESA
CC. No

EL EMPLEADO
CC. No



Optic Kids

EJE	INDICADOR	PUNTAJE ALCANZADO	TOTAL ITEMS	PUNTUACIÓN
VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO	Compromisos Éticos	5	10	0,5
	Cultura Organizacional	5	10	0,5
	Gobierno Corporativo	6	12	0,5
	Relaciones con la competencia	1	2	0,5
	Balance Social	1	2	0,5
	Sub Total	18	36	2,5
PROVEEDORES	Criterios de selección y evaluación de Proveedores	3	6	0,5
	Trabajo infantil en la cadena de proveedores	0	0	0
	Relaciones en las cadenas de proveedores	4	8	0,5
	Sub Total	7	14	1
PÚBLICO INTERNO	Salud, Seguridad y condiciones laborales	8	16	0,5
	Valoración de la diversidad	0	0	0
	Compromiso con el desarrollo profesional	2	4	0,5
	Gestión participativa	6	12	0,5
	Relaciones con Sindicatos	0	0	0
	Política de remuneración y beneficios	6	12	0,5
	Compromiso con el desarrollo infantil	0	0	0
	Clima Laboral	6	12	0,5
	Compromiso con el futuro de los niños	1	2	0,5
	Comportamiento en los despidos	2	4	0,5
	Plan de retiro	0	0	0
	Relaciones con colaboradores tercerizados	1	2	0
	Sub Total	32	64	3,5
MEDIOAMBIENTE	El medioambiente como compromiso empresarial	2	4	0,5
	Practicas de cuidado del Medio Ambiente	8	16	0,5
	Impacto Medioambiental	4	8	0
	Sustentabilidad de la Economía Forestal	0	0	0
	Minimización de residuos	0	0	0
	Sub Total	14	28	1
CONSUMIDORES/CLIENTES	Consideración de la opinión del cliente	9	18	0,5
	Proceso de Reclamaciones	1	2	0
	Marketing y comunicación	7	14	0,5
	Conocimiento y gerenciamiento los daños potenciales de los productos y servicios	3	0	0
	Sub Total	20	34	1
COMUNIDAD	Política de Apoyo a la Comunidad	11	22	0,5
	Voluntariado y participación	5	10	0,5
	Financiamiento de Acciones sociales	2	4	0
	Relaciones con organizaciones locales	4	8	0,5
	Sub Total	22	44	1,5
GOBIERNO Y SOCIEDAD	Participación Política	0	0	0
	Contribución para Campañas Políticas	0	0	0
	Practicas Anticorrupción	0	0	0
	Participación en proyectos sociales gubernamentales	0	0	0
	Construcción de la Ciudadanía	0	0	0
	Sub Total	0	0	0
PUNTUACIÓN FINAL		113	220	10,5
Hasta 0.80				0,51

Anexo 7 Tabla de estrategias para RSE empresarial

EJE	INDICADOR	ACCIONES PLANEADAS	RESPONSABLES	PLAZO DE REALIZACIÓN	RECURSOS NECESARIOS	RESULTADO FINAL ESPERADO
VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO	Compromisos Éticos	Instrumento que permite establecer las formas en que la empresa se relacionará en términos éticos con su público de interés, entre ellos: trabajadores, proveedores, clientes y la comunidad.	ALTA GERENCIA	2 Meses	reglamentos éticos. 2. Información de la empresa a aplicar. 3. Recurso Humano.	Código ético para Optic Kids
	Cultura Organizacional	Implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que se definan en la misión, visión y valores que orientarán el quehacer cotidiano y futuro de la empresa bajo los principios de RSE.	ALTA GERENCIA	Una semana	1. Recurso Humano 2. Plataforma estratégica 3. Memorias	Tener el enfoque de RSE en la misión y visión
	Gobierno Corporativo	Informar a los colaboradores sobre la responsabilidad que tienen no sólo por la ejecución de sus atribuciones, sino también por la práctica de los principios adoptados por la empresa.	ALTA GERENCIA	Una semana	informar a los colaboradores (Sala de juntas, videobeam, computador, fotocopias, refrigerios)	Colocar en práctica la divulgación de la información
	Relaciones con la competencia	Participar en asociaciones o agrupaciones empresariales como una forma de generar contacto con empresas que son parte de la competencia.	ÁREA COMERCIAL	Seis meses	1. Contacto con empresas. 2. Reuniones para llegar a algún acuerdo.	Poder tener mas contacto con la competencia
	Balance Social	Permitir asegurar la veracidad de la información financiera y la comunicación de sus resultados.	ÁREA FINANCIERA	Seis meses	1. Sistematización de programa contable. 2. Responsable (contador)	Tener reglamentos y soportes que validen la información financiera
PROVEEDORES	Criterios de selección y evaluación de Proveedores	Divulgar los valores por la cadena de proveedores, empresas asociadas y servicios tercerizados.	ÁREA COMERCIAL	Tres meses	1. Directorio telefónico de proveedores.	Poder tener un consolidado con la información
	Trabajo infantil en la cadena de proveedores	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relaciones en las cadenas de proveedores	Monitorear el cumplimiento de las reglas establecidas.	ALTA GERENCIA	Un mes	1. Formatos para diligenciar.	Tener un control del proceso

Optic Kids

PÚBLICO INTERNO	Salud, Seguridad y condiciones laborales	Creación de reglamento de condiciones laborales	ALTA GERENCIA Y ÁREA DE RECURSO HUMANO	Tres meses	2. Secretario para que coopere en transcripción de lo dicho en la reunión. 3. Sala de juntas (Videobeem, computador)	Reglamento laboral
	Valoración de la diversidad	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Compromiso con el desarrollo profesional	Ofrecer incentivos que estimulen a los empleados a progresar en la profesión y perfeccionar su formación.	ÁREA DE RECURSO HUMANO	Quince días	1. Reunión de la alta gerencia y área comercial para establecer condiciones de incentivos.	Política de incentivos para clientes por metas alcanzadas
	Gestión participativa	Informar sobre el desempeño financiero de la empresa.	ÁREA CONTABLE	Un mes	1. Elaboración de estados financieros.	Realizar reuniones para conocer la situación de
	Relaciones con Sindicatos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Política de remuneración y beneficios	Crear un programa de participación en cumplimiento de metas por parte del colaborador.	ÁREA COMERCIAL	Un mes	Indicadores de cumplimiento	Cronograma
	Compromiso con el desarrollo infantil	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Clima Laboral	Manejar un buen clima laboral entre todos los colaboradores de optic kids lo que brindara una mejor eficiencia y eficacia en los procesos.	RECURSO HUMANO	Un mes	Indicadores de desempeños Evaluaciones de área	Política de clima laboral
	Compromiso con el futuro de los niños	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Comportamiento en los despidos	Evaluar todas las opciones de reducción en los costos antes de optar por los despidos.	ALTA GERENCIA Y ÁREA DE RECURSO HUMANO	Tres meses	Soportes de reclutamiento del colaborador Evaluar alternativas	Reglamento laboral
	Plan de retiro	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relaciones con colaboradores tercerizados	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Optic Kids

MEDIOAMBIENTE	El medioambiente como compromiso empresarial	Establecer compromisos y modelos ambientales para Optic Kids que incluyan metas formales.	ALTA GERENCIA	Metas	Charlas sobre el compromiso con el medio ambiente	Política ambiental
	Prácticas de cuidado del Medio Ambiente	Reducir el consumo de papel (impresiones). Usar, si es posible, productos de papel reciclado. Además de realizar un sistema de reciclaje.	ALTA GERENCIA	Dos meses	Papel reciclado Cajas de almacenamiento	Política de reciclaje
	Impacto Medioambiental	Realizar un plan que garantice el descarte seguro de todo lo que es tóxico, incluyendo lo que no aparenta ser perjudicial.	ALTA GERENCIA	Dos meses	Charlas sobre el manejo de residuos tóxicos y su impacto. Capacitar al personal	Conocer sobre el manejo de residuos y mantener la campaña de sensibilización
	Sustentabilidad de la Economía Forestal	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Minimización de residuos	Reciclar en la medida de lo posible y crear conciencia en los colaboradores para esta labor.	ALTA GERENCIA	Tres meses	Convocatorias para representantes de la campaña	Contar con un comité para dar seguimiento a esta
CONSUMIDORES/C LIENTES	Consideración de la opinión del cliente	Revisar periódicamente la opinión entre los clientes.	ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y COMERCIAL	Seis meses	Opiniones de los clientes (Positiva, negativa, por mejorar)	Buzón de sugerencias por parte de cliente interno y externo
	Proceso de Reclamaciones	Analizar el tipo de reclamo radicado por el cliente y de esta forma dar una respuesta dependiendo la situación a validar	ATENCIÓN AL CLIENTE	Tres meses	1. Planear etapas para dar respuesta al reclamo. 2. Guión para dar respuesta al reclamo.	Tener formatos establecidos para de esta forma dar una respuesta clara y precisa al cliente
	Marketing y comunicación	Constantemente tener contacto con el cliente interno y externo sobre nuestros productos y/o servicios.	ÁREA COMERCIAL Y ALTA GERENCIA	Tres meses	Encuestas y/o cuestionarios. Por medio de msj de texto. Por la página web.	Establecer varios canales para tener contacto con el cliente.
	Conocimiento y gerenciamiento los daños potenciales de los	Desarrollar productos y servicios confiables en términos de calidad y seguridad.	PROVEEDORES	Tres meses	Información de los productos manejados	Contar con certificados de alta calidad en los productos
COMUNIDAD	Política de Apoyo a la Comunidad	Analizar los medios a los que se puede disponer para participar, de una forma o de otra, en la solución de esos problemas visuales en la población.	ALTA GERENCIA	Seis meses	1. Estadísticas que soporten lo que se quiere analizar. 2. Mesas de discusión.	Contar con información actualizada sobre la visión en niños.
	Voluntariado y participación	Comunicar a los empleados que el colaborar a la comunidad y la participación es importante para optic kids.	ALTA GERENCIA	Seis meses	1. Programar reuniones para comunicar a los colaboradores sobre la participación en el	Crear sentido de pertenencia al grupo de colaboradores de Optic kids
	Financiamiento de Acciones sociales	Realizar alianzas con otras empresas del sector.	ALTA GERENCIA	Seis meses	1. Contactar a empresas.	Establecer alianzas con empresas del sector
	Relaciones con organizaciones locales	Asociarse con escuelas o comunidades	ALTA GERENCIA Y ÁREA COMERCIAL	Cuatro meses	1. Contactar las comunidades. 2. Programar reuniones para llegar a acuerdos.	Incursionar en apoyo social con comunidades que lo necesiten

Ilustración 29 Logo horizontal Optic Kids.



Fuente: Ricardo Noguera Ospina, Publicidad Internacional, Universidad Sergio Arboleda

Ilustración 30 Logo vertical Optic Kids.



Fuente: Ricardo Noguera Ospina, Publicidad Internacional, Universidad Sergio Arboleda



Fuente: Monturas Miraflex

Optic Kids

Anexo 8 FORMATO DE ESTUDIO DE MERCADO (Encuesta).

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación dentro del mercado del cuidado de la salud visual infantil que tendrá "OPTIC KIDS", este es un concepto creativo de óptica especializada en niños que brindara productos y servicios novedosos con altos estándares de calidad. La encuesta dura tres minutos aproximadamente.



Nombre: _____

Barrio: _____

Edad: _____

Estrato: _____

1. Usted cada cuánto visita el centro comercial Subazar

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Trimestral
- Otro _____

2. Tiene usted hijos

- Si
- No

3. Elija el rango de edades en los que se encuentran su(s) hijo(s), si tiene más de un hijo en el mismo rango especifíquelo.

- 0 a 4 años
- 5 a 10 años
- 11 a 14 años

4. Se ha realizado algún examen visual recientemente

- Si
- No

5. Usualmente, ¿Cada cuánto lleva a su(s) hijo(s) a controles optométricos?

- Cada mes
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- Cada año
- Nunca lo ha llevado a controles

6. Su hijo(a) tiene o a utilizado alguno de los siguientes accesorios, elementos o ayudas para mejorar la visión:

- Gafas
- Lentes de contacto
- Tratamientos
- Medicamentos
- Cirugías
- Ninguno

7. Conoce alguna de las ópticas que se encuentran en el Centro Comercial Subazar

- Si
- No

8. Si conoce alguna (s) de las ópticas que se encuentran en el centro comercial, de cuáles se acuerda: _____

9. Cuáles son los 3 factores más importantes para usted al momento de elegir una óptica y adquirir un producto

- Calidad
- Precio
- Cercanía
- Atención
- Facilidades de Pago
- Imagen del negocio

10. ¿Tiene usted un centro especializado en salud visual específica en dónde trató o trata la enfermedad visual de su(s) hijo(s)?

- Si
- No

11. ¿Cuál? (Especifique la EPS u Óptica particular).

12. Si usted desea realizar una consulta visual para su(s) hijo/a(s), ¿Qué precio consideraría el adecuado para esta, teniendo en cuenta la calidad del servicio?

- \$35.000 a \$55000.
- \$55.000 a \$75.000
- \$75.000 a \$95.000
- Más de \$100.000

13. En un rango de 1 a 5, siendo 1 el menor grado de interés y 5 el mayor grado de interés, ¿que tanto le interesa la idea de llevar a su(s) hijo/a(s) a una óptica especializada en salud visual infantil, con los mejores especialistas en el área pediátrica, productos de calidad y una ambientación agradable adecuada para su(s) hijo/a(s)?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

El concepto de óptica para niños está representado en el siguiente logo:



14. Usted visitaría *Optic Kids* al ser un centro especializado en salud visual para niños

- Si
- No

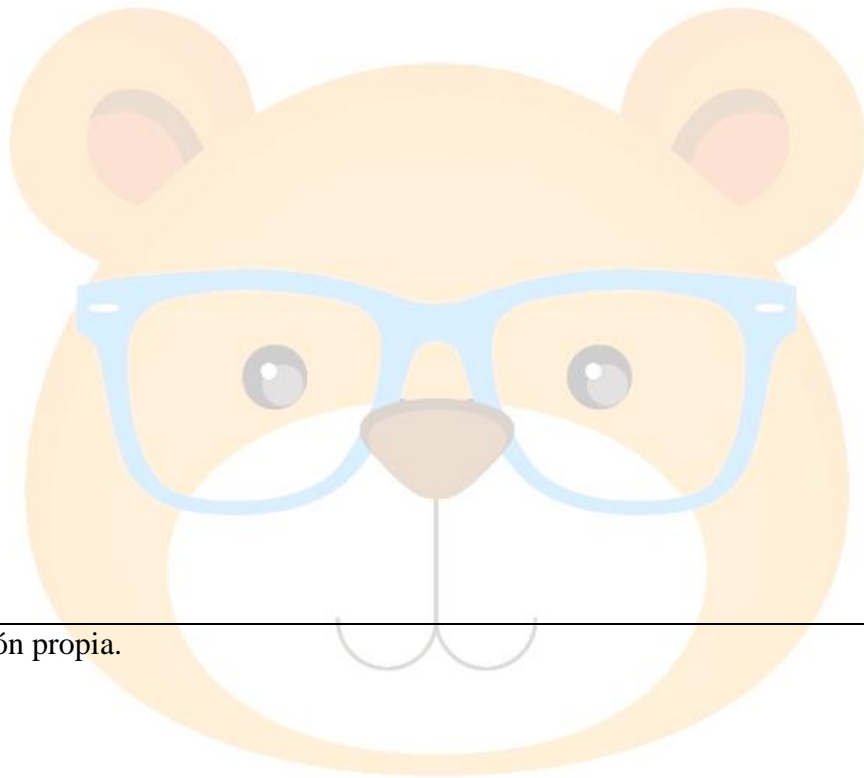
15. De acuerdo a la imagen anterior, ¿Qué opinión le merece el logo "*OPTIC KIDS*"?

- Muy interesante
- Interesante
- Neutro

- Poco interesante
- Nada interesante

16. ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraerían del concepto?

- Centro de atención especializado en la salud visual de los niños
- Precio
- Diseño del establecimiento
- Calidad de producto y/o servicio
- Ninguno de las anteriores



Elaboración propia.

Optic Kids

Anexo 9 Cuestionario a profesionales en salud visual.

FORMATO DE ESTUDIO DE MERCADO (Entrevista)

La información que nos proporcione será utilizada para conocer la importancia del cuidado de la salud visual infantil en Colombia.



Nombre: _____

Edad: _____

1. ¿Hace cuánto tiempo es optómetra?
2. ¿En qué entidad de salud ejerce su profesión?
3. ¿Cuántos niños en promedio al día atiende?
4. ¿En qué rango de edad frecuentan más?
5. ¿Cuáles son los casos más frecuentes por los que los padres resuelven llevar a sus hijos al optómetra?
6. ¿Cuáles son los tratamientos de salud visual más frecuentes que se aplican en niños?
7. ¿Cuál es el peor caso de salud visual infantil que ha atendido? ¿por qué se presentó?
8. ¿cree que la prevención es esencial para evitar la ceguera infantil? ¿por qué?
9. ¿Qué piensa sobre el servicio de atención visual infantil que prestan las entidades de salud en Colombia?
10. ¿Hace falta la atención especializada en salud visual infantil en Colombia?

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación empresarial.	15
Tabla 2 Aporte de socios Optic Kids.....	16
Tabla 3 Clasificación empresarial	35
Tabla 4 Procesos de consulta.....	46
Tabla 5 Procesos de consulta.....	49
Tabla 6 Tratamiento oculomotor y sensorial.....	50
Tabla 7 Segmentación del mercado geográfico.....	50
Tabla 8 Segmentación del mercado demográfico.....	51
Tabla 9 Segmentación del mercado psicográfico.....	51
Tabla 10 Canales.....	54
Tabla 11 Instrumentos.....	57
Tabla 12 Segmentación del mercado geográfico.....	70
Tabla 13 Segmentación del mercado demográfico.....	71
Tabla 14 Segmentación del mercado psicográfico.....	71
Tabla 15 Perfil de competencias de socios Optic Kids	87
Tabla 16 Perfil de Administrador Optic Kids.....	88
Tabla 17 Perfil de Asesor Comercial Optic Kids	89
Tabla 18 Perfil de Optómetra Especializado Optic Kids.....	90
Tabla 19 Perfil de Servicios Generales Optic Kids	91
Tabla 20 Amortización.....	95
Tabla 21 Cotización.....	96



Optic Kids

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Matriz DOFA.....	18
Ilustración 2 Matriz DOFA, Generación de estrategias FO.	19
Ilustración 3 Matriz DOFA, Generación de estrategias FA.	20
Ilustración 4 Matriz DOFA, Generación de estrategias DO.....	21
Ilustración 5 Matriz DOFA, Generación de estrategias DA.....	22
Ilustración 6 Análisis de Estrategia de propuestas.	23
Ilustración 7 Análisis de entornos.	24
Ilustración 8 Análisis de la competencia.	25
Ilustración 9 Servicios ofrecidos por la competencia.....	26
Ilustración 10 Valores corporativos.....	29
Ilustración 11 Ciclo del control.	40
Ilustración 12 Materiales (Lentes).....	45
Ilustración 13 Bogotá. Población por estrato socioeconómico según localidades A junio 30 de 2011.	52
Ilustración 14 Localidad Suba. Población por estrato socioeconómico según UPZ A junio 30 de 2011.	52
Ilustración 15 Listado de barrios por UPZ, localidad N° 11 de Suba.....	53
Ilustración 16 Fuentes de ingresos Optic Kids.	56
Ilustración 17 Actividades claves.	64
Ilustración 18 Relación con clientes Optic Kids	67
Ilustración 19 Diagrama de flujo de proceso.....	68
Ilustración 20 Bogotá. Población por estrato socioeconómico según localidades A junio 30 de 2011.	72
Ilustración 21 Localidad Suba. Población por estrato socioeconómico según UPZ A junio 30 de 2011.	73
Ilustración 22 Listado de barrios por UPZ, localidad N° 11 de Suba.....	74
Ilustración 23 Análisis de la competencia.	75
Ilustración 24 Servicios ofrecidos por la competencia.....	76
Ilustración 25 Competencia global.....	79
Ilustración 26 Organigrama-Optic Kids.....	82
Ilustración 27 Proceso de selección Optic Kids.	86
Ilustración 28 Relación Costo-Beneficio Optic Kids	100
Ilustración 29 Logo horizontal Optic Kids.	121
Ilustración 30 Logo vertical Optic Kids.	124

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Hoja de vida María Paula Arango Ramírez	105
Anexo 2 Hoja de vida Erika Paola Castro Aponte	108
Anexo 3 Hoja de vida Adriana Marcela Chisaba Rozo.....	111
Anexo 4 Lista de precios SERVIOPTICA.	114
Anexo 5 Contrato a término indefinido Optic Kids.	116
Anexo 6 Tabla de calificación de RSE empresarial	119
Anexo 7 Tabla de estrategias para RSE empresarial.....	121
Anexo 8 FORMATO DE ESTUDIO DE MERCADO (Encuesta).	126
Anexo 9 Cuestionario a profesionales en salud visual.	130



Optic Kids