

SALUD CLUB- CLUB HOUSE

SALUD CLUB S.A.S



LUIS MARTÍNEZ

WILLIAM ACUÑA

JAIME TARAZONA

UNIVERSIDAD SANTO TÓMAS

CREACIÓN DE EMPRESA, PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO

CULTURA FÍSICA DEPORTE Y RECREACIÓN

2015

INTRODUCCIÓN

La idea de club house es el aprovechamiento en espacios residenciales los cuales se tienen en la ciudad de Bogotá, algunos de estos a su vez cuentan con escenarios deportivos, gimnasios, zonas húmedas, zonas verdes y salón comunal, dando a los residentes el derecho a este tipo de espacios por vivir en una propiedad horizontal en comunidad.

Segun Amigo “En el núcleo familiar hay distintos intereses a la hora de realizar deporte o actividad física, como consiguiente a estas preferencias los interesados deben desplazarse del lugar de residencia al lugar de la práctica, la cual dependerá a su gusto propio y los escenarios ofertados que esta tenga” (Amigo, 2004), todo lo que en ello se convierte en tiempo, distancia y transporte, en muchos de los casos un integrante realiza la actividad y otro no porque en el mismo escenario no se presenta nada de su interés. si se hablara que en su lugar de residencia se ofrece el servicio sin tener que ir a otro lugar, sin importar la edad se estara ofreciendo una solución a una población por parte de profesionales en diferentes actividades, además de la inclusión a la práctica deportiva, la actividad física y contribuir indirectamente a combatir el sedentarismo. (Paredes Arcila, Montoya Torres, Velez Vasquez, & Alvarez, 2009)

Este ejercicio de investigación para crear empresa, permitirá a profesionales ubicarse dentro de una perspectiva de modelo de negocio debido a la oferta en esta área de personas que realizan actividad física como parte de su vida. Pero que no utilizan las instalaciones o infraestructura por falta de conocimiento o por no contar con un profesional que lo pueda asesorar aun así contando con estos espacios, además de auto sostenibilidad a profesionales en el medio con el fin de contribuir a la economía del país y quizás a la del mundo.(Sanfeliu, 2007)

De acuerdo a esto se exponen distintas fases de desarrollo del proyecto las cuales son una ciclo de generalidades donde se hace una descripción de todo lo que se pretende hacer, inicialmente se tiene la fase de mercado “donde se investiga todo el terreno en el cual se va a desempeñar el proyecto, posteriormente una fase técnica la cual da cuenta de todos los recursos que se utilizaran en el proyecto tanto materiales, humanos y tecnológicos” (Dovskin, 2004), una fase tres financiera donde se determina todos los recursos financieros que se deben tener en cuenta y una fase cuatro administrativa y legal donde se tendrá en cuenta la parte de leyes, además de lo conveniente a la inclusión de temas que corresponden en el reglamento de propiedad horizontal, las diferentes leyes y estatutos o manuales establecidos por los diferentes conjuntos residenciales los cuales serán posteriormente el lugar de desarrollo del proyecto.(Sanfeliu, 2007)

MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Esta idea de negocio nace a partir de unos profesionales de cultura física deporte y recreación que quieren incursionar en campos de acción laboral nuevos, innovadores y que puedan trascender en el tiempo y dejar un gran impacto a nivel social.

Los Club house son una propuesta de atención en diferentes servicios a una comunidad en específico, en nuestro caso se pretende presentar una propuesta innovadora de atención a una comunidad de los conjuntos residenciales de la localidad de Usaquén por medio de prestación de servicios de administración y de servicios deportivos y recreativos para beneficio de la comunidad.

La idea de la administración de servicios deportivos y recreativos en el clubhouse, en conjuntos residenciales de la localidad de Usaquén, nace para poder dar a conocer y fomentar hábitos de vida saludable a través de la práctica deportiva y recreativa. También se fundamenta en encontrar un gran campo de acción laboral que como profesionales de cultura física deporte y recreación pretendemos abarcar en un contexto, pretende dar solución a unas necesidades existentes en la sociedad y prestar atención a la promoción de hábitos de vida saludable. La idea de la administración de servicios deportivos y recreativos en conjuntos residenciales surge a causa de masificar la práctica deportiva con un propósito específico el cual es mejorar estilos de vida en la población en general de niños, jóvenes y adultos mayores.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Como profesionales de cultura física deporte y recreación de la Universidad Santo Tomás, estamos comprometidos en cumplir una misión, inspirada en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, que consiste en ser profesionales con una formación integral para responder de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país.

MARCO REFERENCIAL

Para contextualizar nuestra idea de negocio es necesario referenciar algunos conceptos básicos que son importantes a la hora de darle fundamento a nuestro trabajo los cuales describiremos a continuación:

(Penagos Granada, 2015) nos habla acerca de Conjunto residencial refiriéndose al Desarrollo inmobiliario conformado por varios edificios levantados sobre uno o varios lotes de terreno, que comparten, áreas y servicios de uso y utilidad general, como vías internas, estacionamientos, zonas verdes, muros de cerramientos, porterías, entre otros. Puede conformarse también por varias unidades de vivienda, comercio o industria, estructuralmente independientes.

También nos menciona la propiedad horizontal en La ley 657 de 2001 la cual define la Propiedad Horizontal como una forma especial de dominio ya que se incurre en bienes propios y bienes comunes de un edificio o conjunto que esté construido o por construirse, para garantizar la seguridad y la convivencia pacífica dentro de los inmuebles que se someten a la misma así como la función social de la propiedad.

Principios de consagración legal:

A. El cumplimiento de la norma vigente en materia urbanística para proteger el medio ambiente y la función social de la copropiedad.

B. El respeto por el ser, entendido como ser digno y a su vez ser social y comunitario.

C. La prevalencia de la solución de conflictos por la vía conciliatoria.

D. El derecho de todos los miembros de la copropiedad, sin importar su calidad o condición al debido proceso.

E. La libre iniciativa empresarial, entendida dentro de los límites del bien común.

El club house es una modalidad de negocio, que nace de la oportunidad de espacios en conjuntos residenciales, los cuales no son aprovechados por sus residentes, para el uso de la actividad física, por la falta de personas que lleven un proceso serio y estructurado, y administradores que potencialicen un servicio con la adecuado funcionamiento de un recurso humano.

Estas empresas vienen siendo administrados por el mismo personal que se dedica a la administración de conjuntos residenciales, los cuales pierden el espacio por falta de conocimiento en el área, una administración adecuada de estos espacios, busca el optimizar el talento humano, el espacio, y el interés de las personas por el diferente portafolio, con el fin de ofrecer un servicio serio y estructurado para la actividad física y las diferentes modalidades deportivas.

Según (Garces, 2003) el concepto de club house se contextualiza en Colombia debido a las vallas y la publicidad impresa de las constructoras están consolidando un término y un concepto nuevo en el país, pero con una larga historia en Estados Unidos: el club house.

Algunos dicen que es una moda joven e innovadora, adoptada para seducir aún más a los compradores, pero lo cierto es que varias inmobiliarias ya habían explorado su uso en Colombia a principios de los años noventa, cuando algunas compañías arquitectónicas, en su afán de ofrecer casas y apartamentos más confortables a los estratos cinco y seis,

decidieron implementar una serie de valores agregados muy parecidos a los que se encontraban en cualquier club social.

Sauna, piscina, jacuzzi, baños turcos, golfito, gimnasio, casino, juegos infantiles de sala, canchas de squash y de tenis y salones comunales completamente equipados, hacían parte de los servicios que valorizan las viviendas en los estratos altos.

Sin embargo, los elevados costos de mantenimiento frenaron, rápidamente, el impulso de esa tendencia. En apartamentos que costaban 500 millones de pesos, la cuota de administración podía superar el millón de pesos, explica Sergio Mutis, presidente de la Lonja Propiedad Raíz de Bogotá.

Otras personas atribuyen el auge del club house a la recesión económica, que obligó a muchos a desistir de las acciones en los clubes sociales y, por lo tanto, a buscar parte de esas ventajas en sus propias residencias.

Lo interesante de esta tendencia es que ahora acoge a todos los estratos, del uno al seis, aunque con diferencias en los equipamientos.

Este renacimiento se debe, específicamente, a que las normas urbanísticas establecidas en el Acuerdo 6 de 1990 y el mismo Plan de Ordenamiento Territorial (POT) exigieron que la empresa constructora debía involucrar sesiones tipo A (o públicas) y sesiones tipo B (o privadas) en todo proyecto urbanístico de vivienda.

Eso quiere decir que, además de contar con extensas zonas verdes y parques infantiles para el disfrute del público en general, los conjuntos también necesitan áreas propias y cerradas para el uso especial de los copropietarios.

Son 15 metros cuadrados por cada 80 metros cuadrados del área en la que está construida la vivienda. Ese total se discrimina así: 40 por ciento para zonas verdes y 60 por ciento para salones comunales y otros valores agregados , anota Jorge Muriones, vicepresidente de planeación y diseño de Fernando Mazuera.

Hoy, la mayor parte de las compañías inmobiliarias libran una dura competencia por ofrecer mejores servicios, en espacios amplios y bien distribuidos para el goce común.

El club house o casa club es la sofisticación del salón comunal y, sin duda, un gancho comercial que usan los constructores para captar más clientes, concluye Luis Fernando Correa, promotor inmobiliario.

A diferencia de hace unos pocos años cuando los constructores se limitaban a entregar salones comunales con cocineta, baño y zona de recepciones, hoy edifican áreas muy amplias, en las que distribuyen varias salas para la instalación de todo tipo de juegos y zonas deportivas.

En el club house se acomodan las oficinas de administración, el jacuzzi, los baños turcos, el sauna, el gimnasio, el salón de informática y el de recepciones. Además, en algunos proyectos, se incluye piscina cubierta. Nosotros, en particular, disponemos todas estas actividades en un edificio de tres pisos, con un área de 700 metros cuadrados, afirma Mercedes Montes, gerente de ventas de Multinversiones S.A.

Estos valores agregados pueden aumentar de acuerdo con el estrato. Por ejemplo, las canchas de tenis, de squash y de golfito, tienen mejor receptividad en los niveles cinco y seis; así mismo, sucede con el casino o salón de juegos para adultos, entre otros.

No es obligación dotar o equipar estos sitios; si la inmobiliaria así lo prefiere, sólo entrega la obra con los espacios adecuados para que los residentes decidan qué tipo de servicios instalarán en cada uno de ellos, manifiesta Alberto Morales, arquitecto de Constructora Colpatria.

Quien decida adquirir un inmueble con estos adicionales, debe pagar una cuota de administración alta que dependerá del número de atractivos que brindan los club house y de su mantenimiento.

Las siguientes leyes que referenciamos son uno de los aspectos importantes que apoyan y sustentan esta idea de negocio. La ley que a continuación se toma de referencia es la (Ley 181 de Enero 18 de 1995) base que fundamenta el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre en Colombia, la cual servirá como una herramienta de apoyo y fundamentó a la idea de negocio que como profesionales de cultura física deporte y recreación pretendemos incursionar.

También incluimos en la referencia la ley de propiedad horizontal, (LEY 675 DE 2001) que nos permite conocer más específicamente el contexto en el que iremos a desarrollar nuestra idea de negocio.

Todas las leyes por las cuales se apoya la idea de negocio irán anexadas al final de este trabajo.

CLIENTES

Directos:

Administradores de conjuntos residenciales: Persona proactiva con capacidad de planificar, dirigir y ejecutar presupuesto. Experiencia en gestión de cartera, procesos jurídicos de recuperación de cartera, procesos de contratación. Adicionalmente tenga espacios destinados para la actividad física, los cuales no estén siendo aprovechados. Administradores que tengan zonas de actividad física en cada conjunto residencial, que no se esté utilizando por los residentes debidos, a la falta de profesionales idóneos que guíen un proceso de actividad física y deporte en la localidad de Usaquén. (Tobon, 2008)

Es el representante legal de la persona jurídica, el cual es designado por la asamblea general de propietarios, salvo en aquellos casos en los que exista el consejo de administración, donde será elegido pro dicho órgano. (Penagos Granada, 2015)

Indirectos:

Los segmentos de clientes se dividirán según en el servicio ofertado por el Club house en el conjunto residencial y en sus instalaciones.

A continuación se explicara los servicios que la empresa salud house ofrece en su portafolio dependiendo de la demanda que se presente y de los espacios con los que cuenta cada conjunto residencial como lo serán los 3 que en principio se manejaron.

1. Pilates y acondicionamiento Físico: Residentes interesados en acondicionamiento físico y Pilates desde edades tempranas hasta adultos mayores, que estén asistiendo a otros lugares y no haciendo uso de los escenarios que tiene su conjunto residencial
2. Aeróbicos: Residentes jóvenes y adultos los cuales tengan un interés por los aeróbicos y no se desplacen de su lugar de residencia a actividades ofertadas por el distrito.
3. Fútbol y Fútbol Sala: Padres de familia interesados por los procesos de iniciación y formación en el Fútbol y Fútbol sala, dirigido indirectamente a niños y jóvenes hasta los 14 años que además estén en otros clubs deportivos.
4. Baloncesto: Padres de familia interesados por los procesos de iniciación y formación en baloncesto, dirigido a niños y jóvenes hasta los 14 años que además estén en otros clubs deportivos.
5. Clases Grupales: Dirigido a todas las edades y residentes, como una alternativa a los espacios ya establecidos de forma de baile que se sometan a una anamnesis, como valoración y recomendación médica.

PROPUESTA DE VALOR

Uno de los problemas que se presentan en las zonas comunes como las que serán el lugar de acción, es el pago de la administración por parte de los residentes, en las cuales se presentan atrasos por aporte de ellos en la cuotas, se pretende solucionar mucho de estos problemas con productos gancho intangibles en actividad física y deporte, en los espacios no utilizados por los mismos, subsanando un problema y generando una necesidad a los residentes, los cuales no contaban con un espacio estructurado destinado para este fin.

Esta idea tiene como uno de sus pilares fundamentales en el servicio entregar informes actualizados antes y un después de haber adquirido cualquiera de los servicios ofertados por la empresa, la cual es una principales razones del por qué los usuarios no vuelven a utilizar el servicio una vez se ha pagado, adicionalmente se realizarán actividades grupales, y salidas a diferentes espacios una vez al mes con el fin de integrar los usuarios, para conocer aún más a fondo las necesidades de estos, y fundamentar la elección del servicio, el plus es realizar un enlace con administradores la propiedad horizontal con la finalidad de descuentos en la administración, meses gratuitos con el pago de la administración dentro de las fechas establecidas. Este servicio cuenta con la certificación de profesionales en cultura física de alta calidad, los cuales a cada uno de los procesos garantizarán, la obtención y el rendimiento para generar buenos resultados. (Bingé, 2000)

Se oferta servicios de Actividad Física para la salud:

- Club House
- Descuentos en Administración los primeros días hábiles de pago, obsequio de meses en los diferentes portafolios por, pagar cuentas atrasadas de administración.

CANALES

Este modelo de negocio se enfoca principalmente en los clientes potenciales los cuales son habitantes de conjuntos residenciales, identificando caminos convenientes hacia los clientes captados para dar el funcionamiento a la idea de negocio, se implementa la plataforma tecnológica como herramienta de comunicación, redes sociales, blogs, whatsapp y demás formas de establecer un modo de información hacia los futuros usuarios, también se maneja un tipo de venta directa presencial el cual tendrá el contacto con los clientes, es decir el primer y único punto de información para ofertar los servicios y manejar el vínculo empresa-cliente a medida que el diseño de empresa, se tendrá un enfoque de retención para con el fin de retener la mayor cantidad de usuarios al servicio por medio de propuestas de servicios realizando un grupo de clientes efectivo seguros y fieles al servicio. En estos momentos donde la gente se mueve en la tecnología el modelo de “halar” es muy efectivo donde situar información a la vista o facilidad de las personas por medio de medios virtuales resulta muy práctico, todo con el fin de atraer clientes potenciales.

RELACIÓN DE CLIENTES

Para los canales en un principio se plantea canales directos para la comunicación del servicio como los son una página propia de internet en donde pueden encontrar cualquier tipo de información como por ejemplo: noticias, por medio de este entregaremos la más completa y actualizada información acerca de las actividades a realizar, horarios, lugar en donde se realizara, novedades, también se encontrara una sección de galería en el cual habrá imágenes, fotos, videos de los integrantes del club en sus diferentes actividades (clases, actividades, integraciones. Etc.) En esa misma página web también tendremos información detallada de los integrantes del club, quienes son, sus ocupaciones, estudios académicos, de directivos, personal en función (perfiles profesionales).

Contaremos con una oficina cerca de las instalaciones que atenderá las inscripciones, ventas, de equipamiento, termos, sudaderas, gorras, implementos deportivos, etc. En ese mismo lugar se atenderán inquietudes, sugerencias de los clientes, la oficina estará abierta en distintos horarios para la facilidad de los usuarios, se utilizaran canales indirectos como redes sociales, voz a voz que son buenas alternativas de publicidad gratuita y muy efectiva de acuerdo a la población que está muy relacionada con la tecnología y la información por este medio, por ultimo por medio de volantes y pancartas que nos darán a conocer en el sector, la cual hará conocer mejor la empresa y tendrá una mejor posibilidad de que más público tenga conocimiento y sepa de nuestra propuesta como negocio.

En esta empresa se manejaran como primera medida cuatro actividades las cuales son Pilates y acondicionamiento físico, aeróbicos, futbol, futbol sala y baloncesto estas

actividades son las más llamativas para el círculo familiar y serán realizadas por profesionales conocedores con bases teóricas y práctica de cada actividad.

Los clientes como base fundamental de la empresa se obtendrán con actividades tales como informes mensuales en los cuales se contarán el avance de la empresa las nuevas propuestas, nuevos modelos de actividades, próximos eventos, mostrar experiencias con la comunidad, también se dará un espacio para socializar cómo les ha parecido el servicio con sugerencias y mejoras, se hará la entrega de incentivos a los usuarios por su cumplimiento de pago oportuno y asistencia a todas las sesiones además de cumplimiento de metas personales con la obtención de los servicios de nuestra empresa, todo esto con el fin de cumplir tres objetivos:

- Captar nuevos clientes
- Fidelizar a los clientes
- Estimular ventas
- Fomentar la actividad física y la calidad de vida

FUENTE DE INGRESOS

FUENTE DE INGRESOS									
Servicios Ofertados	Número de personas	Valor por Sesión	Valor por Mes	Número de veces a la semana Ofertado	Valor Semanal/ Por actividad	Oferta mensual	valor mensual por actividad	Oferta por Año	Valor Anual Total
Fútbol Sala	20	30.000	600000	2	1.200.000	8	4.800.000	8	38.400.000
Baloncesto	20	30.000	600000	2	1.200.000	8	4.800.000	8	38.400.000
Pilates	10	35.000	350000	3	1.050.000	12	4.200.000	12	50.400.000
Acondicionamiento Físico	10	35.000	350000	3	1.050.000	12	4.200.000	12	50.400.000
Clases de Baile	10	35.000	350000	3	1.050.000	12	4.200.000	12	50.400.000
VALOR TOTAL	70	165.000	2250000	13	5.550.000	52	22.200.000	52	228.000.000

RECURSOS CLAVE

Como compañía Salud Club necesita algunos ítems para cada portafolio ofertado al cliente, este a su vez se subdivide dependiendo de la actividad ofertada y el escenario intervenido para cada segmento, incluyendo a profesionales o estudiantes de últimos semestres con las capacidades mínimas para intervenir el tipo de población referente.

Fútbol sala como escuela de formación ofertada por la compañía tiene algunos requerimientos bases para su funcionamiento: un profesional o estudiante de último semestre el cual asuma el liderazgo y sea el guía de aprendizaje del grupo, Materiales propios a la actividad que desarrollen habilidades y destrezas propias del deporte.

Baloncesto como escuela de formación en la cual se promueven habilidades y destrezas como el trabajo en equipo, requerirá un profesional o estudiante de últimos semestres de carreras afines a la pedagogía o deportes, materiales adecuados a la actividad y uniformes propios a la actividad. Pilates como modalidad ofertada requiere de sonido para sus sesiones, un profesional especializado en el área de tono y postura muscular, que adicionalmente esté capacitado en el tema de primeros auxilios y primer responsable vigente, debido a lo diverso de la población que se interviene, un espacio abierto adecuado a superficies blandas para su desarrollo. Acondicionamiento físico necesita instalaciones adecuadas que como mínimo tenga dos máquinas multifuerza de tren inferior y superior, tres trotadoras de capacidad aeróbica y bicicletas estáticas para el uso de clases grupales.

Aeróbicos principalmente como todas las actividades mencionadas anteriormente necesita de una gran fuerza de convocatoria, ya que su práctica puede llevarse a cabo en diferentes escenarios o zonas que cuente con un guía o profesor y los diferentes bloques musicales.

Clases de Baile contendrán los diferentes géneros musicales por periodo mensuales en el cual tendrá la guía de un profesor de baile el cual necesitará vestuario, sonido y preparación con un cronograma de actividades y eventos especiales de presentación para el grupo.

FÍSICOS

FÚTBOL SALA

ARTICULO

Conos con hueco 30 cm
Estacas
Peto con numero
Tulas
Conos pequeños
Platillos
Hexágono
Vallas 9
Vallas 12
Vallas 16
Balones 5
Estacas
Balón fundamentación
Aros
Balón pony 4

BALONCESTO
ARTICULO
Conos con hueco 30 cm
Estacas
Peto con numero
Tulas
Conos pequeños
Platillos
Hexágono
Vallas 9
Balones 5
Estacas

Balón fundamentación	
Aros	

PILATES

ARTICULO		CANTIDAD REQUERIDA	
Equipo de Sonido		1	
Colchonetas		20	
Balones Medicinales		2	
Pelotas Pilates		10	

ACONDICIONAMIENTO FÍSICO

ARTICULO		CANTIDAD REQUERIDA	RELACIÓN POR MES
Trotadoras		3	DOCENTE GUÍA
Maquinas Multi fuerza		2	
TRX		3	
Pesas		20	

AEROBICOS

ARTICULO		CANTIDAD REQUERIDA	RELACIÓN POR MES
Equipo de sonido		1	DOCENTE GUÍA
Espacio Abierto		1	
Espacio Cubierto		1	

Como parte de los recursos clave tenemos que contar con uno de los más importantes como lo es el conocimiento técnico. Este es el que hace que el profesional del deporte encargado de nuestro servicio sea el idóneo para realizar la labor a la que se le ha encargado en nuestra idea de negocio.

Según (USTA, 2015) El profesional en cultura física, deporte y recreación es competente para realizar intervenciones metodológicas y pedagógicas a través de la actividad física, que permiten a la persona interactuar con su contexto para la construcción permanente de alternativas de bienestar para generar calidad de vida.

Perfil ocupacional

El profesional de la Cultura Física puede desempeñarse en los campos del conocimiento planteados en su perfil profesional, así:

En el campo de la Formación Físico Deportiva, su acción se desarrolla en empresas e instituciones dedicadas a la planeación, organización y ejecución de proyectos para el fomento del deporte y la capacitación en avances científicos y tecnológicos; en centros dedicados a la investigación, centros de alto rendimiento e instituciones orientadas a la creación y promoción de programas de desarrollo motor. Esto se reflejan en el entrenamiento de equipos, en empresas, colegios, juntas de deportes, ligas y clubes; la preparación física, la fundamentación deportiva, la gestión e instrucción de escuelas de deporte, arbitraje y juzgamiento y de programas para poblaciones especiales; en el manejo de programas en gimnasios y en la coordinación de eventos físico-deportivos, tales como inauguraciones, clausuras, promociones, foros, torneos y congresos.

En el campo Administrativo, su acción será de facilitación, gestión y creación de empresas dedicadas al ofrecimiento de programas para la Cultura Física, ya sean de carácter oficial, privado u ONG.

En el campo de la Salud, su acción se desarrollará en entidades de salud con énfasis en promoción y prevención; en equipos de formación y rendimiento físico, que requieran servicios de salud en un nivel básico y en grupos que requieren atención especial con sujetos discapacitados física y/o mentalmente, o con riesgos metabólicos, cardiovasculares y/u osteomusculares.

En el campo Recreativo, su acción se centrará en el diseño y administración de programas recreativos de tipo cultural, deportivo y turístico, dirigidos a empresas, centros recreativos y a la comunidad en general; en la creación de empresas que generen este tipo de propuestas; en la gestión de proyectos de investigación sobre la labor de la recreación en los diferentes grupos comunitarios y sociales, y en la generación de espacios lúdicos dentro de los distintos campos de su desempeño profesional.

ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades que se desarrollaran son muy importantes en el modelo de negocio para que se pueda desenvolver de una manera óptima, “esto se hará de forma interna es decir desde el núcleo de la empresa todo esto con objetivos los cuales se tienen que cumplir teniendo en cuenta la ventaja competitiva que pueda llegar a surgir, es importante el nivel de producción del negocio” (Merli,1994), lo cual nos lleva al servicio en cuanto a cómo se presta, la atención con nuestros clientes como base de la empresa, las diferentes actividades y deportes para ofrecer.

Las acciones más importantes serán las sesiones de clases que se llevarán a cabo, la información y comunicación para que el modelo surja y el modelo económico que se llevará para construir la idea de negocio, el modo de producción que se implementará será por medio de “servicios” es decir se ofrecerá un producto en este caso diferentes actividades llevadas a cabo por personas conocedoras del tema las cuales prestaran un modelo de enseñanza, con el beneficio de prestar un servicio ofertando una clase en el propio lugar de residencia el cual resuelve un problema ya identificado el cual es el traslado de un lugar a otro y que genere un posible gasto de tiempo.

En algunos casos no encontrar la actividad la cual despierte el suficiente interés es una falencia que tienen las demás empresas por esto se atenderá la acción de cubrir las necesidades del cliente por todas aquellas partes ya sea directa o indirectamente con esto tendremos una cadena de suministros en este caso será una cadena corta partiendo de los pioneros es decir los dueños del modelo de negocio, los cuales son profesionales que darán las clases, se tendrá flujo de información para resolver las necesidades del

cliente y como parte fundamental pensar siempre en el bienestar del usuario lo cual será una actividad primordial dominada por la empresa.

La idea de la administración de servicios deportivos y recreativos en el Club house, en conjuntos residenciales de la localidad de Usaquén, nace para poder dar a conocer y fomentar hábitos de vida saludable a través de la práctica deportiva y recreativa además de mejorar estilos de vida en un núcleo familiar correspondiente a todo tipo de edad.

Esta idea de negocio se fundamenta en encontrar un gran campo de acción laboral que como profesionales de cultura física deporte y recreación se pretende abarcar en un contexto, intenta dar solución a unas necesidades existentes en la sociedad y prestar atención a la promoción de hábitos de vida saludable.

Según (O'rrelly Gutiérrez, 2010) La actividad física que se organiza, además de los juegos recreativos, forman parte de la concepción de una estrategia para el desarrollo del deporte participativo, partiendo de las posibilidades reales de cada territorio, todo lo cual ha permitido elevar el nivel de participación masiva en la comunidad; así como las riquezas de opiniones a través de diferentes proyectos creados y avalados por el departamento nacional de recreación física y las comisiones nacionales de los diferentes deportes que están incluidos en el plan de estudio como motivo de recreación física. Con este proyecto logramos ocupar el tiempo libre de los adolescentes en actividades deportivas recreativas.

El profesional de cultura física ha encontrado un gran campo de acción laboral hoy en día, por consiguiente ha podido expandirse laboralmente en una forma más innovadora y eficaz, lo cual le permite ser más independiente, emprendedor y líder a nivel profesional.

Es importante reconocer que no existe un estilo de vida “óptimo” al que puedan adscribirse todas las personas, debido a que la cultura, los ingresos, la estructura familiar, la edad, la capacidad física, el entorno doméstico, y laboral, harán o no más factibles y adecuadas las condiciones de vida de las personas; por ello se deberá intervenir no solo al individuo sino también a la comunidad en general. (Alvarez Rueda, y otros, 2009)

La idea de negocio pretende acercar más al profesional de cultura física a las familias, al poder llevar a sus casas servicios de recreación y deporte por medio de los club house. Además de poder interactuar más a nivel social, como profesionales, incursionar en campos administrativos de estos clubhouse, ofreciendo servicios que puedan beneficiar a la comunidad de los conjuntos residenciales entregándoles facilidades de ponerse al día en cuanto al pago de la administración.

ASOCIACIONES CLAVE

SALUD CLUB como empresa tiene como socios capitalistas las personas las cuales aportaran el patrimonio inicial el cual será primeramente para darle funcionamiento a la empresa desde diferentes campos con la idea de que el modelo de negocio se lleve a cabo.

Los hacedores de este proyecto inyectaran el capital a la empresa, es decir las tres personas dueñas de la idea las cuales pondrán el capital en partes iguales para el funcionamiento todo esto teniendo previamente un estudio de mercado sabiendo cuáles serán las necesidades, materiales e infraestructura que se requiere.

Teniendo en cuenta que el proyecto se desarrollara en diferentes conjuntos residenciales los administradores y dueños de la propiedad horizontal serán un socio clave del modelo de negocio ya que serán las personas encargadas de que se pueda intervenir con el proyecto en sus conjuntos y con esto abrir vínculos no solo con el conjunto propio si no con conjuntos vecinos o aledaños los cuales serán en un futuro posibles campos de acción gracias a que puedan tener conocidos, familiares o manejen la administración de otros lugares.

También se tiene la sociedad de los proveedores de materiales los cuales serán la materia a trabajar como objeto tangible, en este punto las personas encargadas de proporcionar el material tendrán una venta extensa de implementos por parte de la empresa lo que esto conlleva a una asociación en la forma de comprar en grandes cantidades y conseguir un posible descuento que le será muy útil a la empresa, además de poder

conseguir diferentes contratos los cuales tendrán beneficios para la empresa proveedora como para la empresa que adquiere los productos.

Todo esto con el objetivo de que el modelo de negocio sea más beneficioso, además de optimizar nuestro recursos, ser mas eficientes a la hora de prestar el servicio y sumar fuerza para llegar a más clientes los cuales estén interesados en adquirir el servicio.

ESTRUCTURA DE COSTOS

COSTOS FIJOS	SALUD CLUB			
	Definición	Características	Valor estimado	TOTAL
1	Pagos Laborales	Mensual 644.350(3 salarios mínimos vigentes)	1.933.050(5)	\$9.665.250
3	Servicios públicos (agua, luz, teléfono, gas)	Valor	\$0,00	\$0,00
4	Arrendamientos	Valor	\$0,00	\$0,00
5	Comunicación	Virtual	\$0,00	\$0,00
6	Transportes	No aplica	\$0,00	\$0,00
7	Servicios de profesionales independientes	Asesorías externas.	\$ ----- -	
8		Médicos deportivos	\$ 120.000 / hora	480.000
9		Nutricionista	\$ 100.000 / hora	400.000
10	Material de Oficina, Gastos en consumible en la oficina	Planillas		\$400.000
			\$400.000	
11	Reparaciones y mantenimiento	Instalaciones		
12	Mano de obra indirecta			
13		Publicidad y Promociones	600.000	600.000
14	Gastos establecimiento			
	Gastos financieros			
15	OTROS GASTOS	---	-----	-----
TOTAL				11.545.250

EVALUACION FINANCIERA

La financiación del proyecto está compuesta por capital patrimonial de los tres integrantes del proyecto el cual se basará un total de requerimientos para iniciar el proyecto y se dividirá el total en tres partes, según la actividad para la inversión.

ANEXOS

(Ley 181 de Enero 18 de 1995)

Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.

Artículo 1. Los objetivos generales de la presente Ley son el patrocinio, el fomento, la masificación, la divulgación, la planificación, la coordinación, la ejecución y el asesoramiento de la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre y la promoción de la educación extraescolar de la niñez y la juventud en todos los niveles y estamentos sociales del país, en desarrollo del derecho de todas personas a ejercitar el libre acceso a una formación física y espiritual adecuadas. Así mismo, la implantación y fomento de la educación física para contribuir a la formación integral de la persona en todas sus edades y facilitarle el cumplimiento eficaz de sus obligaciones como miembro de la sociedad.

Ley de propiedad horizontal: (LEY 675 DE 2001), por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal. El Congreso de Colombia, capítulo ii el cual la menciona en el siguiente artículo.

Artículo 66. *Áreas de recreación.* Todas las Unidades Inmobiliarias Cerradas dispondrán proporcionalmente a su tamaño y al uso predominante de áreas comunes suficientes para actividades recreativas, culturales y deportivas. Tales exigencias podrán disminuirse cuando se garantice de otra manera el derecho a la práctica del deporte y a la recreación.

La utilización de las áreas comunes de recreación se someterá a la reglamentación interna que expida la asamblea de copropietarios y la junta administradora de la unidad Inmobiliaria Cerrada.

Artículo 67. *Areas de uso social.* Las Unidades Inmobiliarias Cerradas deben disponer de áreas específicas destinadas al uso social de todos sus moradores y visitantes, como lugares de encuentro y reunión. Su utilización estará sometida a la reglamentación de la Junta Administradora y a las decisiones del administrador de la respectiva unidad.

REFERENCIAS

Alvarez Rueda, B., Yepes Marmolejo, M. A., Gallego Florez, A. M., Vasquez

Amigo, E *Adolescencia y deporte*, España Inde

Benitez, C. M., Mesa, D. M., Martinez, E. Y., & Velez Ceballos, A. C. (28 de 05 de 2009). *Promocion de la practica de la actividad fisica para incorporar habitos de vida saludable en niños entre los 8 a 12 años de edad de la ciudad de medellin*. *bdigital.ces.edu.co*, 1-20. Obtenido de *bdigital.ces.edu.co*: http://bdigital.ces.edu.co:8080/dspace/bitstream/123456789/443/1/Promocion_practica_actividad_fisica.pdf.

Bingé, J. (2000). *El valor y la fidelización de clientes*. Obtenido de Dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=147360>

Kaplan, R. S. (2005). *El cuadro de mando integral*. Obtenido de http://www.factorhumana.org/attachments_secure/article/8312/UC_QCI_cast.pdf

Dovskin ,R (2004) *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia* Argentina, ediciones granicas.

Garces, C. (17 de 05 de 2003). *Club House. todo un conjunto*. España Paidotribo

Merly,G (1994) *La calidad total como herramienta de negocio*, Madrid Díaz de santos.

O'rrelly Gutiérrez, J. L. (2010). *Las actividades deportivas recreativas en la comunidad, para contribuir a la ocupación del tiempo libre de los adolescentes y mejoramiento del estilo de vida de la población de una forma sana y saludable en El Entronque de Velasco*. *Efdeportes*, 1.

Paredes Arcila, C. A., Montoya Torres, A., Velez Vazquez, A. F., & Alvarez, J. F. (2009). *Actitudes hacia la actividad física relacionada con la salud desde la perspectiva del proceso y del resultado en los usuarios de los gimnasios de empresas publicas de medellin*. *viref.udea.edu.co*, 4-5.

Penagos Granada, J. M. (28 de 05 de 2015). *repositorio.utp.edu.co*. Obtenido de repositorio.utp.edu.co:

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/5013/1/65745P397.pdf>

Sanfeliu, C. B. (2007). *Dialnet*. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2475032>

Tobon, S. (2008). *LA FORMACIÓN BASADA EN COMPETENCIAS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR*. Obtenido de file:///D:/Luis_Fernando/Downloads/Formaci%C3%B3n%20basada%20en%20competencias.%20Sergio%20Tob%C3%B3n.pdf

USTA. (13 de 06 de 2015). *Universidad Santo Tomas*. Obtenido de Universidad Santo Tomas: <http://www.ustabuca.edu.co/gpresencia/vista/tpl/ustabmanga/perfiles-cultura-fisica.html>