



CEM

Centro de Experiencia Motriz

Trabajo de grado

Creación de empresa

Responsables:

Carlos Alberto Guevara Torres

Pablo Alejandro Castellanos Gamboa

Jhon Anderson Guio Betancourt

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
Noviembre 2016

Tabla de Contenido

INTRODUCCION.....	3
MODELAMIENTO IDEA DENEGOCIO.....	4
LOGO.....	6
SLOGAN.....	6
MISION.....	6
VISION.....	6
FUNDAMENTACION HUMANISTICA.....	7
MARCO REFERENCIAL.....	9
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO.....	11
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR.....	16
CAPITULO III: CANALES.....	18
CAPITULO IV: RELACION CON LOS CLIENTES.....	19
CAPITULO V: INGRESOS.....	21
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVE.....	23
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVE.....	24
CAPITUULO VIII: ASOCIACIONES CLAVE.....	28
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS.....	32
CAPITULO X: EVALUACION FINANCIERA.....	38
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	42
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	43

Introducción

El presente proyecto quiere posicionarse como una propuesta innovadora; una nueva alternativa en los procesos de iniciación y formación deportiva en el país. Este proceso de iniciación girará entorno a la creación de una base polivalente de estructuras motrices, es decir poder ampliar en los niños las múltiples posibilidades de movimiento mediante juegos o tareas variadas.

El movimiento variado y lúdico se convertirá en la principal herramienta que estimule al niño de forma elaborada y eficaz, permitiendo la adquisición de numerosas capacidades motrices. Este proceso de adquisición de habilidades estará estructurado a partir de un modelo o medio pedagógico llamado Psicocinético, adecuado y pertinente a la hora de alcanzar el desarrollo motor deseado en los niños de 5 a 12 años; población con la cual se comenzará a trabajar el presente modelo de negocio.

Así pues, el método Psicocinético es una auténtica educación motriz en la que el movimiento humano se manifiesta en todas sus formas; será la directriz en la que los niños adquirirán toda clase de experiencias motrices que favorecerá el desarrollo de capacidades fundamentales y predispondrá al niño de una manera óptima en cualquier práctica deportiva que quiera realizar.

Una vez terminado este proceso de inducción al movimiento el cual tardará 7 años, partiendo de los 5 y finalizará cuando cumpla los 12 años, el niño o adolescente habrá alcanzado una madurez física, neurológica, psicológica y cognitiva que le permitirá no solo elegir el deporte adecuado para sus aptitudes físicas y psicológicas sino también poder tener la posibilidad de ser orientado por instructores de CEM participes en el proceso de formación de aquel niño que lo aconsejaran para que tome la decisión correcta y comience su especialización deportiva con éxito. Esta especialización deportiva se podrá realizar en el Centro con los siguientes deportes: Fútbol, Fútbol de salón, voleibol y baloncesto.

CEM se convertirá en pionero en ofrecer servicios de esta clase, buscando brindar alternativas atractivas que rompan esquemas tradicionales a la hora de iniciar a los niños en el deporte y que conlleve a que adolescentes y jóvenes tengan dificultades motrices. Por tanto, este modelo de negocio construirá el contexto social, físico y humano necesario para brindar una diversidad y riqueza de experiencias que formaran a un ser humano integral.

Modelamiento idea de negocio

La idea del presente negocio tiene su origen en un contexto educativo donde tres estudiantes de cultura física, deporte y recreación de la Universidad Santo Tomas en octavo semestre fueron enviados a realizar un trabajo en una escuela de fútbol, escuela que debía ser visitada cada ocho días según los parámetros de la cátedra fútbol 2 correspondiente al programa de pregrado. Los estudiantes tenían como objetivo tomar nota del desarrollo de las sesiones y posteriormente hacer una evaluación describiendo aspectos por corregir en las sesiones ejecutadas en dicha escuela.

Al finalizar las sesiones los estudiantes conversaban y cuestionaban algunas actividades realizadas por los profesores que estaban a cargo de los niños. También observaron la actitud de los padres frente a la participación de sus hijos, ya fuera durante las sesiones de entrenamiento, un partido amistoso o de liga. Por otra parte la reacción que tomaban con los niños fuera de las sesiones.

Los estudiantes observaron que los niños estaban en constante presión por parte de los padres, profesores y en ocasiones por algunos directivos. Dentro de las sesiones de entrenamiento detectaron aspectos muy importantes como el temor de algunos niños por no realizar correctamente los ejercicios o actividades propuestas por el guía, también se observaron que había niños en categorías no correspondientes a sus habilidades, capacidades y edades.

A partir de estas observaciones los estudiantes empiezan a expresar su oposición frente a la fase de iniciación que las escuelas de fútbol, voleibol, baloncesto están promoviendo en la formación deportiva. De aquí nace y crece la idea de crear un centro de experiencia motriz donde los niños puedan experimentar y explorar todas sus habilidades de tal manera que puedan ser potencializadas.

Así pues, el Centro de Experiencia Motriz “CEM” surge como una opción atractiva y novedosa en el manejo de niños en edad de iniciación y formación en el deporte. Esto implica romper paradigmas e imaginarios errados que tienen los padres acerca de la iniciación en cualquier deporte; uno de estos imaginarios es la especialización prematura, es decir creer que, con involucrar a un niño de apenas 5 años a un deporte, ejemplo fútbol; asegurara el desarrollo óptimo de un potencial futbolista. Conceptos poco convincentes como estos y que peor aún son bien recibidos y aceptados por muchos de los profesionales en el área, no causan más que una diminuta base polivalente que conlleva a una deficiencia motriz, a lo cual puede llevar a imposibilitar una futura práctica deportiva.

La especialización prematura que como bien define Blázquez y Batalla (2010) “Es la especialización anticipada cronológicamente en la que no se dan las condiciones de maduración psico-biológicas adecuadas” (p.119). Sabiendo ello, este es nuestro principal problema y necesidad a resolver. Al ver el sinnúmero de Escuelas de Iniciación y Formación Deportiva que hay en el país en donde no se respeta este proceso de maduración y que desencadena toda clase de riesgos físicos, psicológicos, motrices y deportivos que no hacen más que alejar al niño de la práctica deportiva y afectar el desarrollo e instauración de hábitos deportivos que puede llevar a unas condiciones físicas optimas y que no se logran por la simple ignorancia del padre o del mismo educador físico; llevando al niño a un Deporte desde muy pequeño al cual no le encontró gusto ni menos se hallaron aptitudes propias en este. Son necesidades como esta, en la que CEM quiere convertirse en la organización pionera en orientar a los niños en el deporte que se acople perfectamente sus capacidades y fuera de ello brindar las herramientas necesarias para que logren una maduración psico-biológica optima que finalice con una especialización deportiva exitosa.

La especialización deportiva a la cual se va a encaminar al niño y que comenzara a los 12 años, edad propicia para este periodo. “Es el entrenamiento orientado hacia un tipo de deporte determinado para alcanzar las posibilidades individuales de alta prestación en un deporte”. (Blázquez y Batalla, 2010, p.119). No obstante, este periodo es ignorado completamente por las Escuelas de iniciación, en donde es común ver a niños de 6 años ejecutando ejercicios encaminados a la técnica requerida en el deporte y peor aun compitiendo en torneos que no causan más que presión, ansiedad, estrés y frustración en ellos.

Al llegar el niño a este periodo de especialización deportiva, es un síntoma inequívoco que ha cumplido con los prerrequisitos y se encuentra con la disposición necesaria para lograr el rendimiento óptimo en el deporte escogido. Esto quiere decir que el niño está dotado con un acervo motriz bien desarrollado que le proporciona las herramientas suficientes para desempeñarse en cualquier deporte que desee. Todo lo anterior, se logrará por medio del Método Psicocinetico en donde el juego y el aprendizaje son un mismo proceso. De ahí, viene la importancia que el niño comience el proceso con CEM desde los 5 años para llegar a la edad de especialización con un adolescente motriz y cognitivamente bien desarrollado. Sin embargo, si el niño no comienza con CEM el proceso y lo inicia a partir de los 9 años simplemente se potencializará las habilidades con que viene acoplándonos a su proceso de desarrollo motor y cognitivo.

Logo



Dentro de las estrategias que se tendrá en cuenta a la hora de posicionar y vender nuestra marca va ser utilizar formas y colores que impacten en la población objetivo; convirtiéndonos en un referente y una marca de recordación en Colombia. Así pues, a continuación se explica lo que se quiere transmitir con nuestro Logo:

Azul Claro: Se quiere mostrar la frescura y renovación de la marca, es decir CEM significa una nueva alternativa en la iniciación y formación deportiva en Colombia. El Azul claro es frescura y renovación.

Rojos: Significa la vitalidad y vida de nuestro principal consumidor los niños y como empresa eso se quiere, emanar vitalidad.

Amarillo: Es la alegría y creatividad que por naturaleza muestran los niños.

En cuanto a las figuras pintadas de negro reflejan lo que va ser CEM un centro de formación y juego, en la que el juego va ser la expresión máxima de formación y aprendizaje, por tal razón están pintados de negro, porque simboliza el poder que el este representa en CEM, siendo el principal medio pedagógico para alcanzar los resultados esperados.

CEM es Frescura, Vitalidad, Alegría y Poder.

Slogan

Muévete, Experimenta y Crece.

CEM representa una oportunidad para que niños y jóvenes muestren sus capacidades psicomotrices y esto solo puede ser visto a través del movimiento, un movimiento

que será guiado y encaminado por la ruta idónea hacia el desarrollo psicomotor, un desarrollo que será asequible por medio de la experiencia y que ineludiblemente no traerá sino crecimiento al niño o joven que decida ser parte de esta gran compañía.

Misión

CEM contribuirá al desarrollo integral de niños, poniendo a su disposición un programa psicomotriz de iniciación y formación deportiva que permita la diversidad y experiencia motriz; logrando acceder a toda clase de estímulos socio-afectivos, cognitivos y motores que enriquecen la vivencia del niño, logrando un cuerpo más preparado, apto para comenzar una especialización deportiva exitosa.

Visión

CEM será reconocido como el primer Centro de Iniciación y Formación deportiva en el país, líder en ofrecer programas de desarrollo Psicomotriz que conlleve una autentica educación integral en la que el movimiento humano es parte fundamental.

Fundamentación humanista

CEM fundamenta su razón de ser y acción, en la filosofía tomista con principios humanísticos, aplicando su acción hacia las presentes y futuras generaciones. Los servicios que ofrece la empresa son procesos que se desarrollan por personas con una formación integral con capacidad de construcción y determinación al generar nuevas ideas y posibilidades de acción.

El enfoque humanista brinda herramientas a cada integrante de la empresa asegurando la pro actividad y productividad para cumplir los fines establecidos, partiendo de la enseñanza como el principal fundamento de servicio, con un equipo de trabajo enfocado en la práctica con calidad y en función de sus clientes. La empresa toma como referencia la ética en cada comportamiento y expresión llevada a la acción, también aplicándola en la búsqueda de objetivos siendo la base para marchar de manera seria y responsable, en lo que respecta al compromiso con los beneficiarios de los servicios ofertados.

Bajo los principios éticos tomistas trabajar con transparencia y alcanzar los niveles más altos de integridad y responsabilidad social, respetando el principio de libre competencia a través de la evaluación continua y el mejoramiento de los servicios para mantener constantemente la alta calidad y la participación efectiva en el sector.

Frente a la empresa contribuir al logro de la misión y visión trabajando arduamente para su consolidación, cumplir cada una de las normas y hacerlas cumplir, respeto por los derechos humanos fundamentales, la integridad física y mental psicológica tanto de los integrantes de la empresa como sus clientes. De ser necesario acceder a las medidas disciplinarias frente a conductas anti éticas que atenten contra la integridad de la empresa y su equipo de trabajo.

Generar sensibilidad e interacción entre el grupo de trabajo de la empresa y sus clientes de tal forma que se pueda construir conocimiento de manera conjunta, que permita favorecer a la sociedad de manera equitativa y justa, contar con disposición para escuchar modestamente los comentarios, críticas y recomendaciones para transformar debilidades en fortalezas.

Como líderes y profesionales de la cultura física buscar complementar y fortalecer las metas de los clientes, servir como complemento para acompañar los proyectos de cada uno de ellos, pues el objetivo principal es ayudar a cumplir objetivos brindando confianza, respetando su privacidad e información compartida. Por otra parte asegurar a los clientes el destino de sus aportes manifestando unos beneficios. El cliente está en toda libertad de elegir los servicios que mejor se ajusten a sus

necesidades, pues la empresa respetara su decisión, el cliente se respetara a sí mismo y presentar respeto por cada uno de los integrantes de la empresa, este también deberá regirse bajo la normatividad de la empresa.

Marco referencial

CEM es una empresa seria y responsable que cumplirá a cabalidad todas las exigencias legales necesarias para que la actividad económica sea desarrollada sin ningún inconveniente, por ser una organización que promueve la iniciación y formación deportiva estará sujeta a normatividad específica para dichas actividades.

De las actividades deportivas están los organismos deportivos, organismos a los que CEM se acogerá para buscar su reconocimiento. El presente proyecto se constituirá legalmente como club deportivo, teniendo en cuenta el artículo 2 del Decreto 1228 de 1995 organismos deportivos del sector asociado, donde el club deportivo tiene como objetivo fomentar la práctica de uno o más deportes, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, el mínimo de integrantes o deportistas para su constitución deben ser 10 y cualquier momento de la vida es adecuado para ser integrante del club.

Para el Instituto de Recreación y Deportes de Duitama (IERD) “el club deportivo se estructura por un grupo de personas que practican una actividad o modalidad deportiva para participar con ánimo competitivo en el organismo del deporte asociado que le corresponda”. (IERD, 2015)

Para solicitar el aval ante el IERD es necesario diligenciar actas de constitución y de elección de responsables, estatutos, reglamento y relaciones tanto de integrantes como directivos, según lo oriente el organismo. Al obtener el reconocimiento deportivo por el ente responsable, el club tendrá derecho a; participar en competencias o eventos de los deportes asociados, llevar la representación nacional o seccional, solicitar la sede de eventos nacional e internacional y recibir recursos gubernamentales, asistencia técnica y asesoría por parte del IERD. (IERD, 2015)

Los asociados al club colaboran con el sostenimiento económico del club, cooperan con su organización y participación en las asambleas y actividades generales, el afiliado tendrá derecho a todas las actividades deportivas, sociales y recreativas. Los asociados estarán en la obligación de cumplir todos los derechos y deberes señalados en los estatutos.

CEM por ser un equipo de trabajo con capacidad de innovación, también capaces de generar servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva se acoge a la Ley 1014 de 2006 la cual promueve el espíritu emprendedor y establece la normatividad como base fundamental para una política de estado mencionada en el artículo 2o de dicha ley. Por otra parte el artículo 3o de los principios generales;

menciona el apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde una perspectiva social y cultural, el presente proyecto trabaja en el desarrollo del ser humano por tanto da lugar a buscar el apoyo tanto institucional como financiero por parte de las instituciones pertenecientes a la red nacional de emprendimiento. (ALCALDIA DE BOGOTA, 2014)

También tener en cuenta la importancia del artículo 11o de la Ley 1014 de 2006 donde las mesas de trabajo de las redes institucionales estarán obligadas a identificar y revisar los planes de negocio del presente proyecto cuando se encuentre en periodo de incubación, con el objetivo de impulsar y recoger fuentes de recursos financieros permitiendo pasar de los estudios de factibilidad a empresa del sector real. Del artículo 17o de la Ley 1014 voluntariado empresarial; la Cámara de Comercio y los gremios empresariales brindaran voluntariamente asesoría y acompañamiento en la constitución legal de la empresa CEM. (ALCALDÍA DE BOGOTA, 2014)

Ante La Cámara de Comercio la legalización del club se puede hacer por acta de constitución junto con los estatutos mencionados anteriormente, por documento privado y por escritura pública. Al realizar el registro del club, se hace como entidad sin ánimo de lucro (ESAL) donde se emite públicamente la situación de las personas jurídicas recibiendo actos determinados por las leyes de la Cámara De Comercio. (CCB, s.f)

CEM constituida legalmente como una ESAL se acoge a la Ley 181 de 1995; la cual dicta disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y crea el sistema nacional del deporte. La empresa destaca el artículo 1o de la Ley 181; son patrimonio fomento, la divulgación, planificación, coordinación, ejecución y asesoramiento de la práctica del deporte. (CCB, s.f)

Sobre el artículo 1o y el artículo 10o de la Ley 181 gira la actividad principal del centro de experiencia motriz, donde el artículo 10o de educación física es trascendental, el cual define la disciplina científica cuyo objetivo de estudio es la expresión corporal del hombre y la incidencia del movimiento en el desarrollo integral y en el mejoramiento de la salud y calidad de vida de los individuos con sujeción a lo dispuesto en la ley 115 de 1994. Sin embargo cabe precisar la importancia de todos los artículos definidos en la ley 181 de 1995, la cual son claves en el adelanto de la actividad.

Capítulo I: Segmentos de mercado

La supervivencia o razón de ser de cualquier tipo de modelo de negocio son los usuarios, personas con distintas necesidades, características o comportamientos a las que el empresario y emprendedor debe saber satisfacer y enamorar. Una de las primeras estrategias para poder cautivar a ese mercado de masas es la segmentación y el primer paso es clasificándolo como se evidenciara a continuación:

Tipos de Segmentos de Mercado:

Nicho de Mercado

El Centro de Experiencia Motriz “CEM” tiene como mercado objetivo a los niños entre edades de 5 a 12 años, periodo sensible y apto para adquirir las bases psicomotrices necesarias para llegar a la edad de especialización, momento en el que el niño se concentra en un deporte. De tal manera, que nuestro segmento de mercado es un nicho, en donde la prioridad del Centro es satisfacer las necesidades de los niños y desde luego complacer a los padres al ver un desarrollo óptimo no solo motor sino socio-afectivo y cognitivo en sus hijos, a través de tareas variadas, experiencias enriquecedoras que preparen al niño a su correspondiente especialización deportiva.

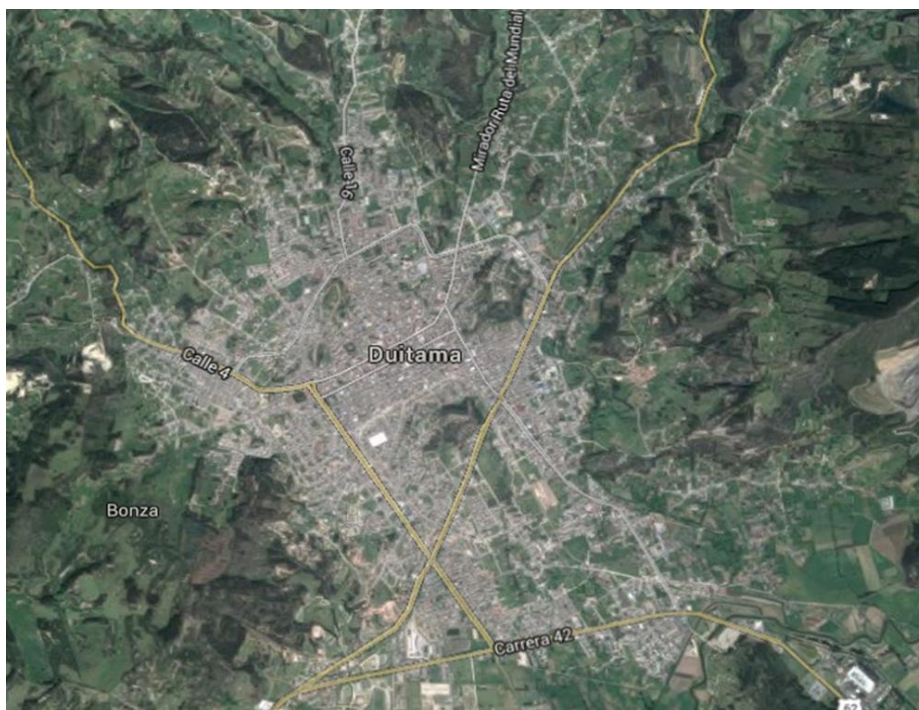
Segmentación

❖ Geográfica

El Centro de Experiencia Motriz “CEM” estará ubicado en la ciudad de Duitama, departamento de Boyacá, Colombia.

Altura: 2.590 m.s.n.m.

Temperatura: 16°C.



❖ Demografía

La población a la cual va dirigida el proyecto CEM son niños entre edades de 5 y 12 años correspondientes a un 10,89 % de la población total de Duitama, siendo esta de 112.243 personas, es decir se puede hablar de unos 12.221 niños, de los cuales 6.095 son hombres y 6.126 mujeres. (ALCALDIA DE DUITAMA, 2010)

Por otro lado, también se tiene de referencia el número de estudiantes matriculados en las distintas instituciones educativas de la ciudad de Duitama en los niveles de Prescolar y Primaria; cursos que cobijan las edades de nuestro nicho de mercado. Según datos del Ministerio de Educación Nacional, en preescolar hay una población de 1.713 niños y en primaria de 10.364 estudiantes.

En cuanto al estrato social se encuentran datos interesantes que pueden dar una idea de la capacidad de consumo y posible accesibilidad a servicios de toda clase requeridos por la población. Así pues, en estrato 1 se encuentran 15.216 personas; en estrato 2: 44.544 personas; en estrato 3: 39.160 personas; estrato 4: 10.764 personas; estrato 5: 1.224 personas y estrato 6: 7.812 personas. (Los datos anteriormente proporcionados fueron calculados por el número de viviendas en Duitama en los diferentes estratos y este número debe ser multiplicado por 4 que es el promedio de personas por hogar). (ALCALDIA DE DUITAMA, 2010)

El Centro optara por una política de inclusión e integración activa, en donde no se discriminara al niño por su estrato, sexo, raza o religión, la idea es que los programas ofrecidos por el Centro sean accesibles para toda la población infantil residente en Duitama. Desde luego, al comienzo el mercado se concentrara en niños provenientes de estratos 3, 4,5 y 6 posiblemente 2; pero el objetivo es lograr cubrir a toda la población infantil de Duitama que quiera acceder a nuestros servicios a través de programas especiales que lleguen a estratos vulnerables.

❖ **Psicografica**

Es muy importante tener en cuenta la actitud del niño hacia el juego, y se habla desde un enfoque lúdico, dado que es la manera más adecuada e idónea para aproximar al niño a movimientos esquematizados que represente sin duda el conocimiento de su propio cuerpo y del mundo exterior. De ahí que sea crucial entender las emociones y actitudes que puede experimentar un chico a la hora de interactuar con otros en una actividad o simplemente como se desenvuelve ante una situación particular.

Así pues, vale destacar que dentro de este periodo de los 5 a 12 años los niños están altamente entusiasmados, motivados y les encanta estar activos todo el tiempo. Son generalmente egocéntricos y les gusta tener el móvil o elemento con que interactúen el máximo tiempo posible. Se preocupan más de sí mismos que de los demás. Su capacidad de atención está muy limitada, no están capacitados para recibir mucha información. Son muy sensibles a las críticas y además de ello poco tolerantes a los cambios de temperatura.

Para ser más exactos los niños entre 5 y 6 años prefieren maximizar sus ganancias a corto plazo sin tener en cuenta al otro, ni preguntarse si no les interesa retrasar la recompensa. Esos niños tienen entonces una conducta del tipo: “Si yo no puedo ganar nadie debe hacerlo en mi lugar”. A la edad de los 7 a 12 años el niño entra en interacción con otros con mucho placer y espontaneidad, aparece una tendencia a rivalizar con otros y a transformar toda clase de situaciones en competiciones además se vuelven capaces de retrasar recompensas individuales en busca de objetivos a largo plazo más importantes. (Blázquez y Batalla, 2010, p.127).

Se está presentando una incidencia importante de sedentarismo a estas edades, les gusta estar pegados a los video juegos y la televisión. Mostrando niños muy perezosos y poco predispuestos a la actividad física. Según La Vanguardia, diario español los hábitos de los niños han cambiado de manera dramática con relación a generaciones anteriores; el problema parte en el cambio de rutina y formas de ocio infantil, antes la calle era un espacio de juego gratuito y la mayoría de los niños iba y

venía de la escuela andando, corriendo y jugando; ahora van acompañados de adultos, se desplazan en transporte, al salir del colegio tras 7 horas sentados, llegan a casa y se sientan hacer deberes a jugar con la tableta, móvil o la consola.

Sin duda alguna, la obesidad y la diabetes mellitus está en aumento presentándose en edades más tempranas, debido al nivel de actividad física de los escolares; ha disminuido, cada vez son más sedentarios y eso conlleva a una menor condición física. Como bien lo aclara Marcos (como se citó en Rius, 2015) “No es que corran más o menos que las otras generaciones, sino que hay niños que no saben ni correr porque no lo hacen nunca, aunque ahora haya más circuitos habilitados para andar” (p.31). Entre los motivos que aducen para no ser más activos destacan la falta de tiempo, la competitividad que impera cualquier práctica deportiva y afecta sobre todo a los que no son buenos atletas y la tentación que supone otras formas de entretenimiento a través de las pantallas que requieren menos esfuerzo.

❖ Conductual

Es importante que CEM brinde todas las herramientas y recursos necesarios para que el chico se sienta en un ambiente íntimo y familiar que le dé seguridad y confianza. De tal forma, se nos exige ofrecer toda clase de experiencias innovadoras y retadoras que aporten no solamente en el crecimiento motriz y físico del sujeto, sino también en el área personal y socio-afectiva. Esto significa mejorar el conocimiento y aceptación de sí mismo, mejorar el ajuste de su conducta motriz y psicológica frente adversidades o tareas complejas y una autentica autonomía y acceso a responsabilidades en el marco de la vida social, es decir lograr una trascendencia de lo experimentado y aprendido en el Centro que aporte para su vida diaria y desarrollo integral de su ser.

Es imprescindible responder a la necesidad del niño de jugar, jugar es para el niño como el sueño, necesaria para su salud corporal y su mente. El niño aprende jugando. Así satisface su deseo de moverse y descubrir el mundo. Esto indica que en cuanto más ricas y variadas sean las vivencias y experiencias corporales en las etapas sensomotrices o periodos sensibles que va de los 6 a 12 años, mayor facilidad tendrá el niño para elaborar estructuras mentales correctas y un buen equilibrio psicofísico consigo mismo, con los demás y el entorno. Beneficios como los anteriores son una muestra de la magnitud del servicio que se va ofrecer y que dan pie para que el niño desarrolle sus capacidades perceptuales base de todo aprendizaje.

Por medio del método psicocinetico aplicado por CEM, simplemente se va recuperar “el desarrollo integral de la personalidad, donde el movimiento humano sea considerado junto con las demás manifestaciones del ser como agente socializador y

configurador de la personalidad”. (López, 2006, p.14) Dicho lo anterior, CEM responde a una autentica educación psicomotriz que no solamente prepare excelentes deportistas, sino también personas para la vida.

CEM está comprometido con la importancia de la actividad física en la infancia y es consciente de la importancia que juegan los padres a la hora de incentivar a sus hijos a que practiquen algún deporte; de hecho citamos a Durand (como se citó en Nuviala, 2006) quien recoge algunos estudios franceses sobre la opinión de los padres en relación a la necesidad de sus hijos de practicar algún deporte, de esta forma afirman que el 95% de los padres no se oponen a que sus hijos realice actividades deportivas y el 86% piensa que esta actividad es tan importante como la académica. En esta misma línea, un sondeo encargado por el diario deportivo “L’Equipe” revela que el 67% de las personas encuestadas es partidario de la práctica deportiva diaria en la Escuela.

Lo cierto es que para llegar a esa práctica deportiva por la que tanto padres anhelan en la que su niño practique un determinado deporte y la cual nosotros llamamos especialización deportiva solo será desarrollada una vez cumpla los 12 años y CEM con todo su recurso humano halla instaurado las bases psicomotrices suficientes para que el chico se desenvuelva con una facilidad evidente en cualquier deporte y más en el de su escogencia. Un servicio que causara precedente en la iniciación y formación deportiva en el país, desde luego se hará su respectiva explicación y concientización del porque los 12 son una edad idónea para la práctica de un deporte y todo lo que concierne a este: competencias, entrenos, etc.

Capítulo II: Propositiones de valor

“Cuanto más sentidos entreguemos a la experiencia más rica y viva será”

(Jesús Morales Córdoba)

Propuesta de Valor de Tipo Novedosa

Ante la inminente importancia que ha venido teniendo la actividad física y deporte en nuestro país, surge una propuesta novedosa, centrada en el principal recurso que tiene la sociedad, el potencial humano, el potencial de sus nuevas y futuras generaciones. La población infantil a la cual nos referimos se convertirá en la principal materia prima y sustento de este proyecto; en donde a partir de una educación por el

movimiento formaremos a personas integrales, armoniosamente adaptadas a su medio social.

CEM, impartirá una verdadera educación en la que al niño o al adolescente se le vea como un cuerpo vivido, un ser global, cuyas vivencias tienen un rol fundamental en relación con su bienestar. Por lo tanto, es a partir de toda clase de experiencias enriquecedoras que comprenderán al cuerpo humano en su totalidad; es decir como un cuerpo que se mueve, que se conoce, que se relaciona y que siente. Es a partir, de los anteriores componentes que formaremos una persona educada físicamente; socio-afectiva, motriz y cognitivamente preparada.

El programa psicomotriz que ofrece el Centro entiende el cuerpo humano como un ente dinámico y para ello es necesario brindarle al niño en esos primeros años los estímulos motores necesarios para que se desenvuelva de manera eficiente en cualquier situación motriz que realice. Lo anterior va de la mano con un conocimiento corporal idóneo por parte del niño y al cual se le guiará para que construya su propio esquema corporal, reconociendo sus posibilidades y limitaciones estructurales y funcionales de forma global, para poder consolidar en el tiempo herramientas motrices necesarias.

Una vez el niño conozca su cuerpo y la infinidad de movimientos que puede realizar con él, de forma simultánea irá desarrollando una actitud y aptitudes axiológicas y comunicativas que permitirá esculpir a través de la formación física y el deporte una verdadera persona integral. Por lo tanto, para CEM el desarrollo del estado mental, emocional y social; la forma en que se siente y se relaciona es de vital importancia en nuestro programa psicomotor. A partir de juegos y de vivencias enriquecedoras aprenderán a comunicarse y expresarse verbal, corporal y gestualmente, a integrarse y cooperar, vivir el placer del movimiento y desde luego aprender a cuidar su cuerpo, el de los demás y conocer y cuidar su entorno.

CEM brindará un ambiente agradable y familiar, en donde se acordarán reglamentos de convivencia que propicien el respeto, la solidaridad, la justicia, la honestidad entre otros valores que encaminará a situaciones como reconocer los errores propios, poder resaltar las acciones y compartir la alegría del otro. Lo cierto es que así como vamos a realizar toda clase de tareas motrices, también se perseguirán los valores y se concretarán en el desarrollo de la práctica.

Así pues, CEM desarrollará un programa psicomotriz enfocado en la instauración de hábitos y actitudes psicomotoras perpetuables en el tiempo, conscientes de que hacer con su cuerpo, a través de una educación multidireccional que permitirá una amplia base motriz idónea para posteriores aprendizajes de toda índole.

Capítulo III: Canales

CEM contara con unos canales propios que favorecerán la comunicación entre profesores y estudiantes; del mismo modo con los padres a quienes se les mostrara constantemente las vivencias y resultados de sus hijos. Siempre se buscara el desarrollo y bienestar del niño, nos interesara sus gustos, deseos, preferencia para llegar a un servicio completo y casi que personalizado. Todo lo anterior se lograr a través de los siguientes canales:

Tipos de Canal: Propios

❖ Directos

El Centro de Experiencia Motriz-CEM contara con una plataforma Web, donde no solo se publicara información acerca de la compañía sino también se hará una bitácora donde se publiquen fotos y videos de todo el proceso formativo que se está llevando a cabo en CEM. Así mismo, será un medio adecuado donde se informe y publique todos los eventos de la familia CEM.

Un medio digital será preciso para llevar controles de registro y preinscripción. Además de ello se contara con una base de datos que contenga de manera detallada el proceso de evolución de los estudiantes ya se llevando fortalezas, debilidades o aciertos que puedan contribuir a desarrollar un proceso psicomotriz exitoso.

❖ Indirectos

Las oficinas de CEM se convertirán en el espacio perfecto de comunión y divulgación de la marca, allí no solo se harán procesos de inscripción sino también será un espacio comercial donde se ofrezcan productos como indumentaria, recordatorios, etc. Un espacio preciso para generar más valor a la marca, que refleje una organización seria que cuenta con los recursos físicos adecuados para brindar un buen servicio.

Fases de Canales:

Canales de Información

En primer lugar para promover y dar a conocer nuestro servicio pedagógico a los niños que hacen parte del municipio; se realizara un evento cultural el cual consiste

en desfilar por todas las calles principales de Duitama. Allí también se ofrecerá volantes, botones, gorras, sombreros, que den a conocer los objetivos principales de CEM.

Crear una página web, que esté vinculada con los colegios del municipio para dar a conocer el nuevo proyecto que se va a ejecutar.

Invitar a los padres de Familia por medio de perifoneo para que lleven a los niños a conocer el centro de experiencia motriz de manera gratuita. Y como valor agregado, dar una actividad lúdica recreativa, que logre plasmar el modelo pedagógico.

Dar a conocer a CEM por medios publicitarios (radio) con la emisora más escuchada en la zona.

Canal de evaluación

CEM tendrá una plataforma virtual que dará a conocer a los padres el proceso de cada uno de sus hijos, y así dar cuenta de los avances obtenidos a nivel psicomotriz.

Canal de compra

Los clientes podrán adquirir nuestro servicio a través del pago de una inscripción y una mensualidad. Los medios de pago van hacer en tarjeta o en efectivo.

Canal de entrega

Como es un modelo pedagógico estructurado, debemos cumplir con un cronograma específico de planificación de sesiones adecuado a cada una de las condiciones motrices del niño; para así garantizar una formación integral a través del movimiento. Organización de festivales internos que darán muestra las capacidades aprendidas por parte de los niños en la que todos los participantes serán granadores.

Canal postventa

Los niños que pertenecen al CEM se les dará indumentaria, camisa y pantaloneta la cual llevara el eslogan y el logo de nuestra empresa. Todo este proceso se llevara a cabo apenas se inscriban al Centro.

Capítulo IV: Relación con los clientes

La organización depende ineludiblemente de los clientes, ellos son los que hacen realidad el sueño y construcción de CEM; siendo los padres una herramienta

imprescindible en este proceso, dado que ellos son los que van a traer el recurso que dará vida a CEM.

Por lo tanto, se comenzara a edificar una serie de estrategias en las que nuestros clientes se fidelizaran y cautivaran con nuestra marca y para ello se debe entablar una relación productiva entre CEM y cliente que pondrá sus bases en la instauración de dos maneras de relacionarme con los clientes mostrados a continuación:

Tipos de Relación con el cliente:

Asistencia personal y personal exclusiva

La Relación con los clientes es de suma importancia, buscando siempre empatizar con este, sea cual sea su nicho y su tamaño; tratando de ser percibidos como diferentes y para ello se debe marcar una forma autentica de promocionar y llegar al consumidor, dicho de otra manera poder captar el mayor número de clientes. Esta captación va estar dirigida a los padres de Familia, son ellos quienes nos van a traer a los niños y son a ellos a los que se les mostrara las bondades del negocio y del porque deben escoger a CEM. Sin olvidar, conocer a mi cliente, entenderlo y ofrecerle justo lo que necesita.

La fidelización se convierte en el primer paso y punto importante para CEM, dado que este permitirá la consecución de un verdadero proceso que comience desde los 5 años y culmine cuando el niño haya finalizado todo su proceso escolar; es decir lograr mostrar que nuestra propuesta genera un valor diferenciador que aporta un sinnúmero de beneficios para sus clientes y mejor aún que sea percibido por los padres. La fidelización permitirá que los chicos culminen el proceso psicomotor de manera exitosa y que los padres observen los resultados.

Por otro lado, cautivaremos a los padres haciéndoles evidente que no existe otra opción parecida a la de nosotros, mostrándoles que nuestro servicio es una verdadera alternativa y oportunidad única para que sus hijos logren un desarrollo motriz, cognitivo, mental y socio-afectivo completo. Así pues, CEM se constituirá como una organización que genera valor, confianza y calidad a su servicio, posicionándonos en el mercado.

Dicho lo anterior, el modelo de relación con los clientes a de cumplir una filosofía, que demuestre su identidad y objetivos que se ha marcado. El target o público objetivo, receptora de nuestras acciones como compañía debe ser el primer beneficiado y para ello es necesario una atención de primer nivel a través de una asistencia personal que no solamente llegue a los niveles de las clases sino también se

manifieste en una atención externa a los padres haciéndolos sentir como un elemento más de la compañía; es decir una completa interacción entre hijos, padres, profesorado y administrativos.

El Club Deportivo CEM está comprometido en brindar un servicio de calidad que cubra todas las necesidades y expectativas del cliente, para ello el profesorado o guías; quienes son los que tienen el mayor contacto con los usuarios estarán comprometidos en dar una asistencia cordial y receptiva con los niños en donde primara una relación de mutuo entendimiento y colaboración; todo con el fin de lograr un mayor aprendizaje, pero sobre todo que la experiencia sea verdaderamente gratificante y enriquecedora.

En algunas ocasiones se hará necesario de una asistencia personal exclusiva como estrategia para mejorar el servicio. En la inclusión de estos servicios personalizados se buscara que el profesor revise o haga un diagnóstico de los niños que requieren una atención exclusiva que comprometa más horas y un acompañamiento más estricto que busque la mejora y perfeccionamiento en su desempeño psicomotriz.

Capítulo V: Ingresos

Los ingresos se convierten en el principal componente que ayuda a determinar la proyección y el posible horizonte de crecimiento que pueda tener la empresa; con esta fuente es posible apalancarnos y generar más valor a CEM. Es el medio ideal para cuantificar que tan apreciada es nuestra propuesta valor y cuanto están dispuestos los clientes a pagar por ella. Dicho ello, la forma en que se va generar los ingresos es por medio de una figura llamada cuota por suscripción:

Tipo: Cuota por Suscripción

Se encuentran diversos modelos de ingresos de acuerdo a la actividad económica o el modelo de negocio de cada empresa, el centro de experiencia motriz CEM utiliza el modelo de ingresos por suscripción. Pues la empresa se basa en encontrar un patrón de compra que sea repetitivo pero a la vez que sea periódico. Es decir que los clientes pagan un acceso mensual, trimestral, semestral o anual por los servicios que ofrece la empresa.

Para desarrollar el presente modelo de ingresos es significativamente importante la relación con los clientes porque invertir en confianza permitirá mejorar la retención de clientes con respecto a los modelos de ventas tradicionales que utilizan otras empresas.

Otro de los aspectos positivos de ingresos por suscripción es que se cobra de forma temprana o anticipada a los clientes, lo que significa que las finanzas se mantiene equilibradas debido a que cuando llegue el momento de pagar la nómina no se tendrá que financiar a los clientes, si no que se pagara con el dinero que ingreso directamente de las suscripciones. A continuación la descripción y valor de ingresos por suscripción: (tabla 1)

Modalidades de Pago

N° de Sesiones Tiempo sesión 45 minutos	Cuota por suscripción diaria	Cuota por suscripción mensual	Cuota por suscripción trimestral	Cuota por suscripción semestral	Cuota por suscripción anual
1	\$ 32.000				
8		\$140.000			
24			\$390.000		
48				\$720.000	
96					\$1.320.000

Tabla 1. *Modalidades de Pago. En la presente tabla se muestra el valor de la suscripción; comenzando desde una cuota diaria hasta completar el valor de la cuota anual equivalente a 96 sesiones.*

El cliente puede solicitar sesiones adicionales, si considera que no es suficiente o quiera acelerar el proceso y por ende los resultados. Para acceder a dicha sesión ya sea personalizada o grupal el valor será de \$45.000.

Finalmente después de hecha la suscripción el cliente tendrá que aprovechar al máximo las sesiones acordadas antes de la fecha de vencimiento de las mismas, pues después de las sesiones caducadas no se podrán reponer y tampoco recuperar.

Por otro lado, se hará una proyección de cuantos niños se espera que accedan al servicio de CEM por medio de una suscripción mensual. Por lo tanto, se estima que para el primer mes entren 20 niños ingresando a la compañía \$2.800.000. En la tabla

2 se observa una proyección de cuantas suscripciones se espera tener mes a mes para completar el año.

Proyección de Ingresos Anual

Año 1 (Suscripción Mensual= 140.000)		
Meses	Suscripciones	Ingresos
Junio	20	\$2.800.000
Julio	30	\$4.200.000
Agosto	30	\$4.200.00
Septiembre	35	\$4.900.000
Octubre	40	\$5.600.000
Noviembre	45	\$6.300.000
Diciembre	55	\$7.700.000
Enero	70	\$9.800.000
Febrero	70	\$9.800.000
Marzo	80	\$11.200.000
Abril	90	\$12.600.000
Mayo	100	\$14.000.000
Total		\$81.900.00

Tabla 2. *Proyección de Ingresos.* En la presente tabla se evidencia un estimativo de cuantas suscripciones se espera realizar al año; en donde en algunos meses aumenta la cantidad de suscripciones y en otros se estabiliza, por ejemplo el proyecto comenzó con 20 niños en junio y para julio se aumentó a 10 niños estabilizándose en Agosto en donde no se aumentó el número de suscripciones. Lo cierto es que para el mes de mayo completando el año se llegó a 100 suscripciones.

Capítulo VI: Recursos Clave

En una empresa el éxito depende de la capacidad para generar utilidades. Una de las formas de incrementar las utilidades es observar o analizar que los activos con los que cuenta CEM tengan la capacidad de generar mayores beneficios “productividad”, es decir cuidar y no gastar más de lo necesario, ya sea para vender más y mejor calidad que la competencia o incluso vender más que la misma empresa en periodos anteriores.

CEM cuenta con una gran variedad de activos pero en ellos encontramos unos recursos claves que son necesarios para entregar la propuesta de valor, satisfaciendo los clientes, vendiendo más y mejor.

Recurso Intelectual

Para el centro de experiencia motriz el recurso clave y más importante es el intelectual, pues el personal de la empresa cuenta con la preparación, experiencia, conocimiento y sobre todo capacidad de innovación en nuevos sistemas y medios de enseñanza que integran el campo.

Talento Humano

Otro recurso clave es el humano teniendo en cuenta que todo el personal de CEM son profesionales de cultura física deporte y recreación, son los encargados de orientar y transmitir sus conocimientos y desarrollarlos en los niños mejorando sus respuestas motoras con alta capacidad de diferenciación con respecto a escuelas o clubes de iniciación y formación.

Recursos Financieros y Físicos

Cabe mencionar los recursos físicos y financieros sin quitarles importancia porque también juegan un rol estratégico en el desarrollo de la actividad. Los recursos físicos porque se necesitan instalaciones y unos materiales, estos permiten mejorar la propuesta de valor de CEM pero sigue siendo más importante el intelectual porque se tiene la capacidad única para ser recursivo y creativo, buscando espacios para innovar nuevas formas de utilización.

Los recursos financieros permitirán adquirir recursos físicos por tanto de la capacidad intelectual y del buen aprovechamiento del recurso humano se obtendrán los recursos financieros como ya se mencionó anteriormente servirán para mejorar y entregar un propuesta de valor de mejor calidad y a más personas.

Capítulo VII: Actividades Clave

En esta fase del Modelo Canvas se describe de una manera clara y concisa la labor que desarrollara CEM y por la cual va entregar valor a cada uno de sus clientes. Dicho lo anterior, a continuación se va a mostrar cómo se va a estructurar y organizar las actividades clave que formaran en conjunto a la Compañía CEM, para ello es necesario el tipo de actividad que se ejecutara:

Tipo de Actividad Clave: Resolución de Problemas

Como una empresa prestadora de un servicio en este caso recreo-deportivo; la actividad clave girara entorno a la resolución de problemas de tipo formativo que involucran la iniciación y formación adecuada en niños de 5 a 12 años en el deporte, esto significa que el trabajo de CEM es realizar una intervención eficaz en la que los niños que se les ofrezca el servicio adquieran unas bases psicomotrices que les permite desenvolverse productivamente no solo en el deporte que ellos elijan sino en cualquier tipo de actividad física que quieran practicar. Por lo tanto, edificaremos un ser completamente autónomo, un cuerpo preparado.

Dicho lo anterior, la primera estrategia para la resolución de problemas que involucran nuestro servicio es diseñar una clasificación piramidal que categorice a los niños de acuerdo a una edad cronológica que permita desarrollar el plan motor de una forma sistematizada y responda a las necesidades psimotrices de cada niño.

En la figura 1 se muestra una pirámide que define los niveles por los que cada niño deberá pasar y culminar de forma exitosa para que llegue a la especialización deportiva. La clasificación está basada en felinos, dado que son un buen ejemplo de habilidad y destrezas motrices; son evidencia clara de un movimiento armónico e inteligente. Los niveles comienzan con Lince y terminan con León dando muestra de un orden coherente en la que felino más débil está en la base de la pirámide y el más fuerte arriba.

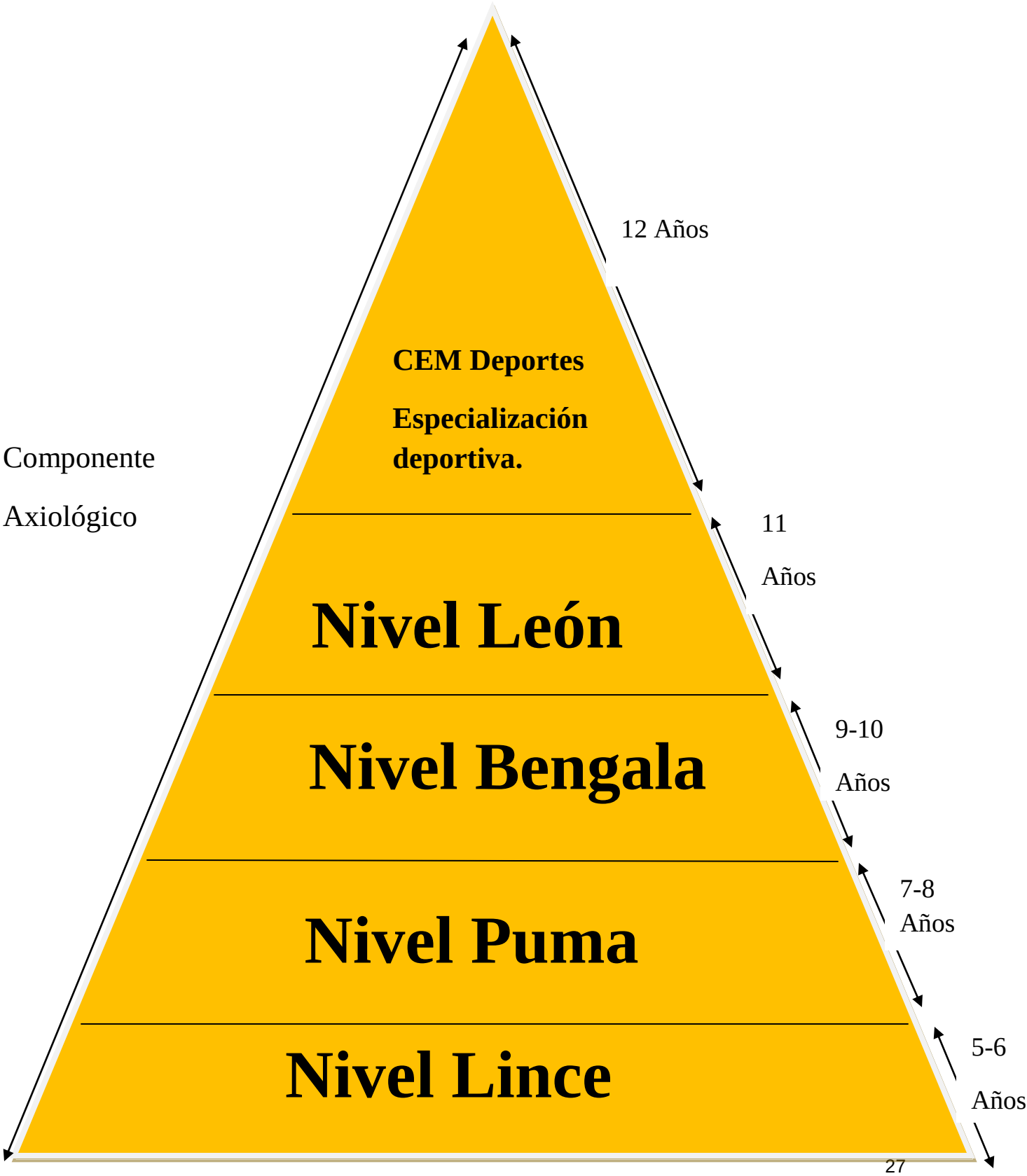
En la figura 2 está la explicación técnica de cada uno de los niveles y que será la base para la creación del plan motor que se va abordar en cada una de las sesiones. Cada sesión durara un tiempo de 45 minutos que comprenderá todo lo abordado en la figura 2 y que dará como resultado una suma de experiencias que no harán más que enriquecer y formar a ese prospecto de deportista que recibiremos desde los 5 años.

La figura 3 es el ejemplo de un tipo de plan clase o plan motor que se convierte en la herramienta o actividad clave que dará solución al problema que se quiere resolver:

la iniciación y formación deportiva. No obstante, sin todo lo dicho anteriormente no llegaríamos a un plan clase coherente y bien estructurada que respete las edades cronológicas y biológicas y el desarrollo motor con que vienen muchos niños.

Fig. 1. Niveles de Experiencia CEM. El grafico inferior muestra una pirámide que contiene los niveles de experiencia con los que se clasificarán los chicos que ingresen a CEM, así pues los niños de 5 a 6 años son nivel Lince y el objetivo es que en el proceso con CEM se convierten o lleguen a nivel León. Vale decir que para escalar los niveles deberán cumplir ciertos requisitos psicomotrices.

Fig. 1. Niveles de Experiencia CEM



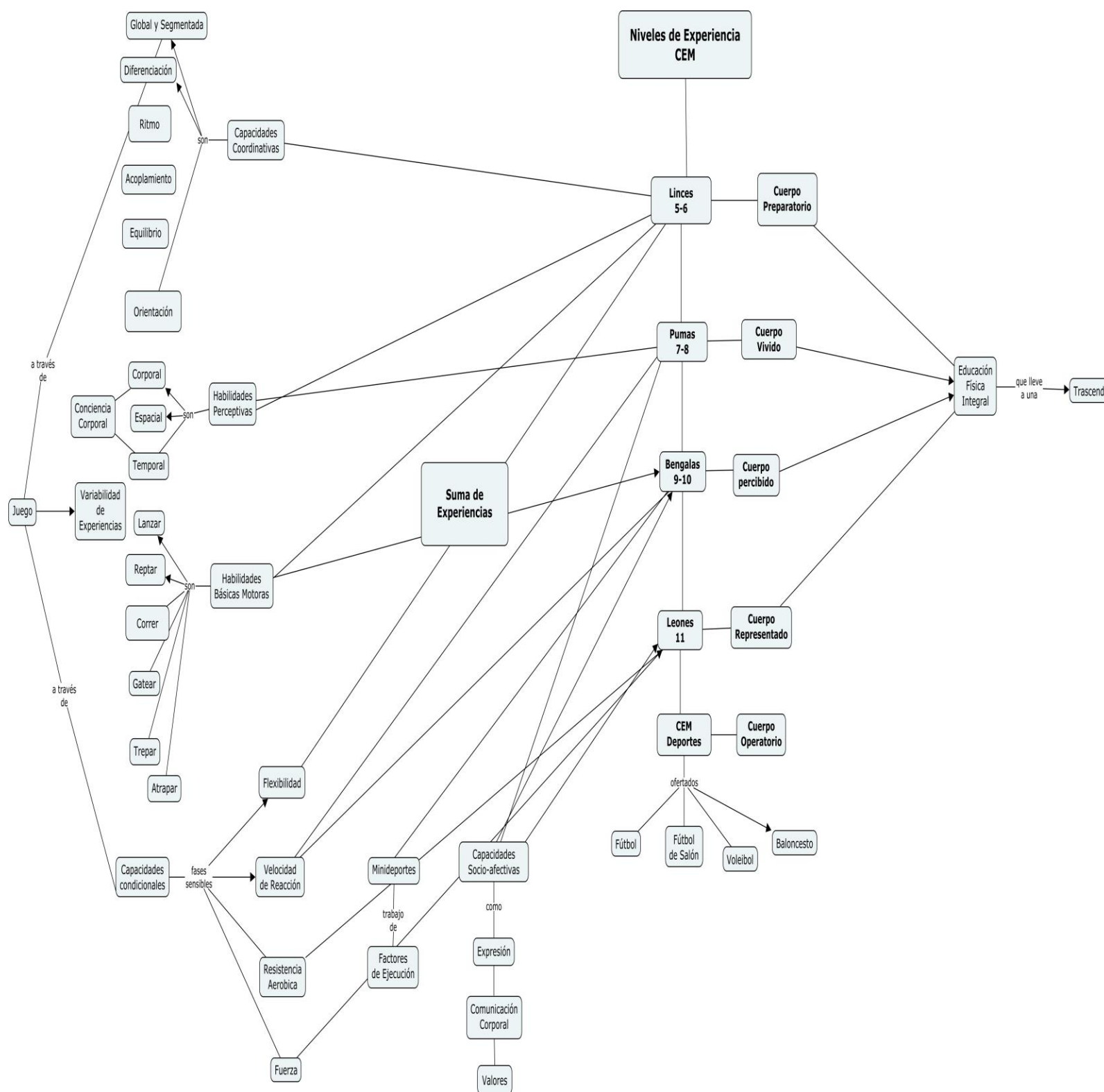


Fig. 2. Niveles de Experiencia CEM. En esta grafica ya se muestran los contenidos teóricos y técnicos que contendrán los planes motores desarrollados por cada formador.

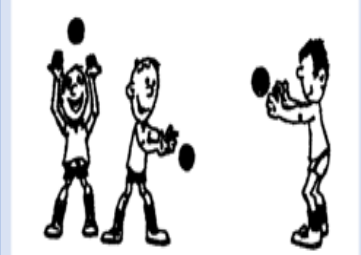
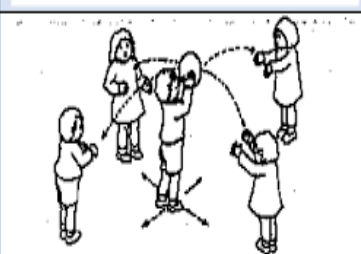
Plan Clase – Plan Motor									
Plan clase Numero	1	Sede	CEM Duitama	Día	6	Mes	06	Año	2018
Nombre del Formador	Carlos Guevara		Nivel	Lince			Horario	8: 00 am – 8: 45 am	
Objetivo de la sesión	Crear junto con los estudiantes nuevos procesos de Coordinación.								
Actividad Inicial	Tema	Descripción						Ilustración	
	Juego Lúdico	Calentamiento: movilidad articular, activación con juego de atención "Historia de un Marino": a una señal acordada los niños deben realizar una posición correspondiente (sentado, acostado, parado, agrupado, extendido), durante el juego se corrigen las fallas que se observan en los niño; Actividad de desplazamientos en circuito en diferentes posiciones con los patrones básicos de movimiento.							
Actividad Central	Manipulación de Objetos Coordinación Viso- Manual Coordinación Viso- Pédica	Por grupos de 4 niños, deben crear 3 formas en las que se pueda driblar la pelota, luego cada grupo deberá repetir lo que hizo cada grupo.							
Actividad Final	Manipulación de Objetos Coordinación Viso- Manual Coordinación Viso- Pédica	Se realizaran actividades donde por medio de relevos se hagan los ejercicios más fáciles de asimilar para los niños sobre: lanzar – atrapar y driblar con las dos manos.							

Fig. 3. Plan Motor. La presente figura es la representación de un plan clase que muestra el direccionamiento y orden con que se desarrollaran las sesiones en CEM. Evidenciando actividades dinámicas y de continua exploración y aprendizaje para el chico.

Capítulo VIII: Asociaciones Clave

Dentro del mundo globalizado e interdependiente en el que se vive las alianzas estratégicas o asociaciones clave juegan un papel preponderante en la consecución de metas que se trazan las compañías. Por tal razón, y bien dicho por Morita “ninguna empresa es una Isla, cada compañía tiene que pensar en términos de trabajar con otras si quiere competir en el mercado global”. (Como se citó en Del Prado, s.f, p.68)

Las alianzas son la herramienta o solución perfecta en el que las dos partes unen fuerzas o confluyen para alcanzar objetivos comunes; convirtiéndose en un motor de

desarrollo en el que se potencia la efectividad de las estrategias competitivas a través del intercambio de recursos físicos, intelectuales o de cualquier índole que no hace más que generar valor al servicio o producto en común.

Así pues, CEM como una organización competitiva se compromete a potenciar el valor de su actividad, por medio de una serie de alianzas que estarán divididas en los siguientes tipos:

❖ **Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.**

La primera asociación en premura de un crecimiento compartido es la Alianza con la Distribuidora y Productora Uniplásticos con sede en la ciudad de Duitama. Es una marca en crecimiento, con una base sólida económica que permite generar una relación comercial a mediano o largo plazo. Es una alianza que busca un patrocinio directo por parte de la marca Uniplásticos que se verá redituado en el impulso de la marca y también por la popularidad y posicionamiento que tenga CEM.

Uniplásticos será una de las asociaciones principales de CEM, como marca principal podrá ser portada en la indumentaria oficial del Club buscando generar credibilidad y recordación, es decir lograr que la marca se asocie a CEM, generando una imagen positiva para ambos y reflejando en el público la imagen de una relación comercial sólida y duradera.

Una alianza importante que se quiere llegar a concretar va ser con los Jardines Infantiles de la ciudad de Duitama. Al ser espacios con una alta afluencia de la población objetivo de CEM se quiere establecer un convenio en el que los jardines promocionen nuestro Centro e inviten a los padres para que los inscriban allí, mostrando los beneficios que adquieren al llevarlos, convirtiéndose en una educación complementaria idónea para su desarrollo psicomotor. A cambio de ello, CEM ofrecerá los espacios recreo deportivos que tiene como sede para que lleven los niños y puedan realizar salidas de integración, además de ello habrá un apoyo profesional en temas de psicomotricidad con los jardines que exista el convenio.

❖ **Coopetition**

Una asociación importante en la incubación y formalización de CEM es el IERD- Instituto para la Educación Física la Recreación y el Deporte de Duitama quien será el ente deportivo municipal encargado de la promoción del deporte en el municipio y en el caso específico de CEM es la organización que asesorara la formación y organización de CEM en el proceso de constitución y apoyo financiero. Por otro lado, el IERD permitirá que los usuarios de CEM accedan sin ningún problema a los

escenarios deportivos del municipio. Así mismo, el IERD se verá beneficiado por la promoción que realizara CEM a la educación extraescolar y el deporte formativo también en la representación de Duitama en torneos nacionales e internacionales que dejen ver la calidad humana que poseen los niños y jóvenes de la ciudad de Duitama. CEM una empresa 100% duitamense.

❖ **Joint Ventures**

Dentro del modelo de negocio una de las alianzas estratégicas que impactara de sobremanera la propuesta de valor ofrecida por CEM y que abrirá un nuevo y atractivo mercado para los intereses del Centro y de los mismos niños, es la asociación con una empresa de representación de jugadores llamada AC Sporty Asociados.

La empresa AC Sporty aprovechara ese proceso de iniciación y formación que llevan los niños en CEM y que culmina a los 12 años; tiempo en el cual el Centro está en la capacidad de detectar posibles talentos en las especialidades que ofrecerá CEM (Fútbol, Fútbol de salón, voleibol y baloncesto). Niños que en el transcurrir de su proceso fueron destacándose en estos deportes y que al culminar este de manera exitosa llegan a una maduración psicomotriz, precisa para una posible selección de talentos y en el caso puntual de fútbol, con la existencia del convenio ya mencionado podrán tener la posibilidad de mostrarse frente a empresarios que los podrán llevar a foguearse a equipos extranjeros y desde luego que exista la posibilidad de convertirse en profesionales.

Por lo tanto, CEM como formador de los jugadores escogidos tendrá una serie de derechos sobre ellos y solo podrán ser cedidos con la debida autorización de los padres y desde luego con un pago efectuado por la empresa AC Sporty con la que adquirirán el talento. Mientras que esta empresa tendrá el beneficio de contar con el apoyo de una empresa como CEM que no solo les ofrecerá las herramientas para escoger los jugadores adecuados sino también la certeza que llevan un proceso psicomotriz bien estructurado que le da las bases suficientes para un desenvolvimiento motriz y cognitivamente adecuado en el campo de juego.

Al aventurarnos en este negocio las dos compañías, existirá una cooperación conjunta entre las dos partes, en donde la empresa AC Sporty Asociados nos propiciara toda clase de implementos deportivos, es decir nos dotaran con un recurso físico importante y nosotros ayudaremos con recursos intelectuales y humanos. Un negocio en conjunto que espera dar grandes talentos.

❖ **Relaciones Cliente-proveedor**

Nuestro máximo proveedor va ser Jb ropa y artículos deportivos quien nos dotara con la indumentaria y elementos necesarios para el desarrollo de las actividades deportivas. Sobra decir que la relación entre las dos partes es mutuamente benéfica, al existir un intercambio de productos y servicios, en donde CEM espera de Jb un servicio a tiempo y veraz de cualquier pedido, respaldado por una comunicación recíproca, en donde los proveedores se encuentren informados constantemente sobre las exigencias que pueden ocurrir y así tener un control sobre las mismas para evitar posibles complicaciones. (Retraso de uniformes, estampados o logos mal hechos, etc.)

Lo cierto es que se busca una concordancia total con el proveedor en el servicio que quiere ofrecer CEM, ya sea que este mismo mejore los componentes que permitan un buen producto con precisiones y requerimientos de los clientes aumentando la fiabilidad de los proveedores y de la misma organización. Del mismo modo, es importante que el proveedor cuente con normas establecidas que permita brindar la confianza necesaria a los clientes, teniendo como resultado un producto de mejor calidad comercial con bajos costos y seguro; a lo cual le apostamos y confiamos en que Jb ropa y artículos deportivos sea el proveedor eficaz y acertado, para que nuestro máximo beneficio hacia ellos sea nuestra fidelización como clientes.

Motivos por el cual se celebran las alianzas

❖ Compra de determinados recursos y actividades

A la hora de buscar cualquier tipo de alianza se quiere llegar a una cooperación continua entre las dos partes; por ejemplo CEM necesitara del IERD para el préstamo de escenarios deportivos y del apoyo logístico y legal que puede brindar esta entidad.

Por parte de nuestro proveedor se busca una concordancia total con este en el servicio que quiere ofrecer CEM, ya sea que este mismo mejore los componentes que permitan un buen producto con precisiones y requerimientos de los clientes aumentando la fiabilidad de los proveedores y de la misma organización. Del mismo modo, es importante que el proveedor cuente con normas establecidas que permita brindar la confianza necesaria a los clientes, teniendo como resultado un producto de mejor calidad comercial con bajos costos y seguro; a lo cual le apostamos y confiamos en que Jb ropa y artículos deportivos sea el proveedor eficaz y acertado, para que nuestro máximo beneficio hacia ellos sea nuestra fidelización como clientes.

❖ Reducción de riegos e incertidumbre

El trabajo con niños resulta ser una labor dispendiosa y riesgosa. La naturaleza de ellos es inquieta e imperativa y puede suceder cualquier accidente cuando uno menos lo imagina, por tal razón una de nuestras labores en la optimización de nuestra actividad es asegurar a todos los niños ante cualquier riesgo, ofreciendo un seguro que los cobije ante cualquier tipo de percance.

La asociación con Liberty Seguros nos da la confianza que todos los integrantes de CEM estarán más seguros y protegidos. Se cuenta con el respaldo de una compañía con más de 100 años en el mercado y una de las empresas más grandes del mundo. Trazando caminos comunes, pensando primero en las personas.

Al efectuar la alianza con los Jardines Infantiles desechamos a un lado la incertidumbre o desconfianza que no lleguen al Centro niños en las edades óptimas para el Centro (5,6 y 7 años). Una asociación clave que espere de sus frutos y ambas partes resulten verse beneficiadas de un proyecto de esta envergadura.

Desde luego, la distribuidora y producto Uniplásticos juega un papel importante en la financiación del proyecto, su músculo financiero puede ayudar a solventar las obligaciones financieras que susciten a la hora de desarrollar y poner en marcha el Centro de Experiencia Motriz-CEM.

Capítulo IX: Estructura de Costos

❖ Costos Variables y Fijos

COSTOS VARIABLES - ANUAL			
Materiales-Implementos Deportivos			
Material	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Pelota Animada caras divertidas (Fabricadas en vinilo)	50	\$10.000	\$500.000
Pelota Táctil (Favorece el agarre y su manipulación)	50	\$11.000	\$550.000

50			
Balón de Futbol #3	50	\$32.000	\$1.600.000
Pelotas de espuma	100	\$8.000	\$800.000
Balón Mini básquet	50	\$16.000	\$800.000
Balón de Foami - Voleibol	30	\$32.000	\$960.000
Cono clásico (28 cm)	100	\$6500	\$650.000
Cono clásico (40 cm)	50	\$11.000	\$550.000
Cono con Huecos (40 cm)	60	\$18.000	\$1.080.000
Platillos	100	\$1.200	\$124.000
Picas (35cm)	30	\$4.000	\$120.000
Picas (1,20 m)	50	\$8.000	\$400.000
Aros de plástico plano (50 cm diámetro)	60	\$6.500	\$390.000
Aros de plástico plano (61 cm diámetro)	60	\$9.000	\$540.000
Cuerdas algodón (2,5 m)	12	\$7.000	\$84.000
Cuerdas algodón (10 m)	4	\$26.000	\$104.000
Cuerdas de Saltar	50	\$6.000	\$300.000
Ladrillo Universal (30x10x15) Se puede colocar picas y aros	40	\$14.000	\$560.000
Pasillo acoplable Equilibrio (Longitud pieza 30 cm – Caja de 10 piezas)	2 Cajas	\$136.000	\$272.000
Pelotas de Tenis (Estuche de 3 pelotas marca	20 Estuches (60 pelotas)	\$11.000	\$220.000

Wilson)			
Saco porta balones Básico	6	\$30.000	\$180.000
Colchoneta plegable en varios colores (1,80 x 1 x 0,05 m. 3 piezas / 3 colores)	8	\$360.000	\$2.880.000
Plano Inclinado	4	\$650.000	\$2.600.000
Túnel	4	\$213.000	\$852.000
Bomba de Inflar	2	\$42.000	\$84.000
Mini porterías Pop-up 2 unidades (124 x 100 x 86 cm)	6	\$59.000	\$354.000
Mini portería Fútbol 7 (2,4 x 1,5 m)	4	\$280.000	\$1.120.000
Canasta regulable	2	\$1.200.000	\$2.400.000
Red Deluxe	2	\$590.000	\$1.180.000
Cubo de Espuma	3	\$110.000	\$330.000
Rectángulos de Espuma	3	\$127.000	\$381.000
Cilindro de Espuma	2	\$142.000	\$284.000
Soporte Mixto de espuma	4	\$262.000	\$524.000
Escalera	6	\$48.000	\$288.000
Túnel “Súper” (1,80 m)	4	\$110.000	\$440.000
Total		\$4.596.200	\$24.501.000
Mano de Obra Directa - Empleados			

Personal	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual (Fines de semana- 8 días)	Valor Anual
Formador	1	\$80.000 x 2 horas	\$640.000	\$5.120.000 x 2 formadores los primeros 4 meses.
Formador	1	\$80.000	\$640.000	\$5.760.000 x 3 formadores los siguientes 3 meses.
Formador	1	\$80.000	\$640.000	\$7.680.000 x 4 formadores los siguientes 3 meses.
Formador	1	\$80.000	\$640.000	\$6.400.000 x 5 formadores los siguientes 2 meses.
Formador	1	\$80.000	\$640.000	\$24.960.000
Total	5	\$400.000		
Servicios Públicos				
Servicios	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual	
Luz (EBSA)	1	\$60.000	\$720.000	
Gas (Gas Natural Fenosa)	1	\$10.000	\$120.000	

Agua	1	\$40.000	\$480.000
Total	3	\$110.000	\$1.320.000
Total Costos Variables	\$50.781.000		

COSTOS FIJOS			
Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor total
Arriendo	12	\$1.200.000	\$14.400.000
Factura teléfono e internet	12	\$25.000	\$300.000
Secretaria	1	\$640.000	\$9.600.000
Contador	1	\$640.000	\$9.600.000
Personal de seguridad	1	\$640.000	\$9.600.000
Póliza de responsabilidad civil.	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Aportes parafiscales	1	\$190.000	\$2.280.000
Total	30	\$4.535.000	\$46.980.000
Total Costos Fijos	\$46.980.000		

COSTOS TOTALES ANUALES
\$ 97.761.000

GASTOS TOTALES ANUALES
\$73.260.000

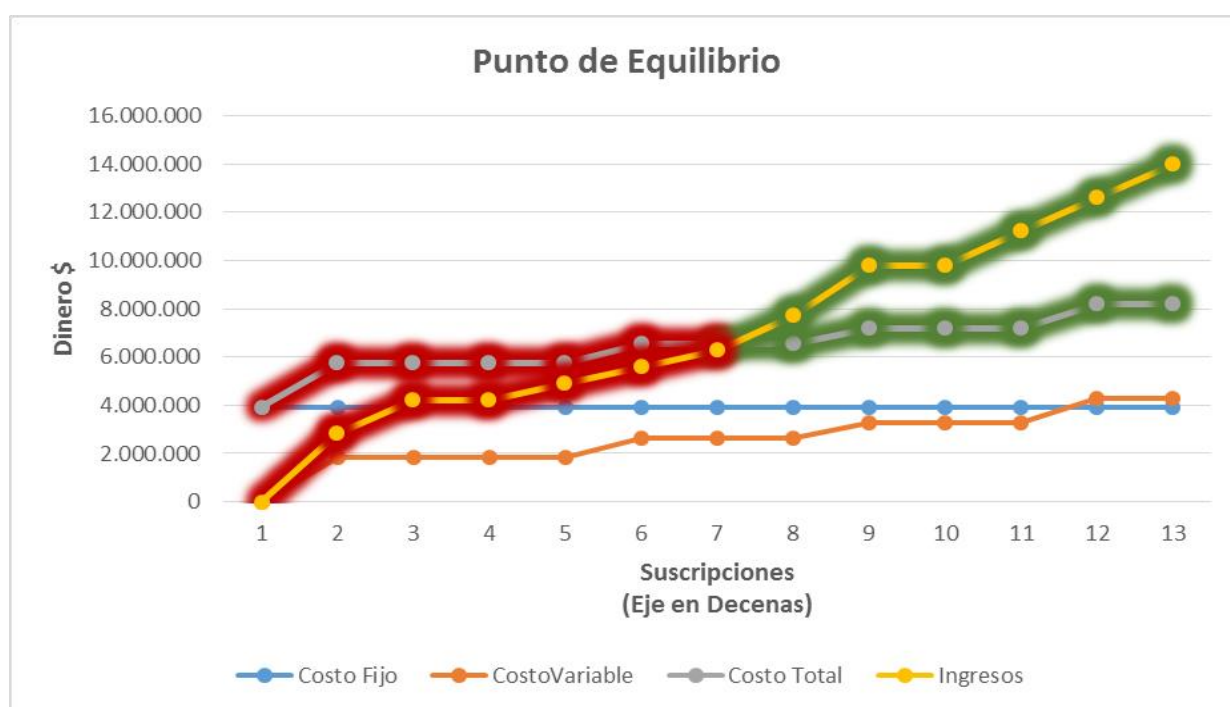
Capitulo X: Evaluacion financiera

- **Punto de Equilibrio**

P.E = Costo Total ÷ Valor del Servicio

P.E= 97.761.000 ÷ 1.320.000

P.E= 74 Suscripciones.



Img. 1. Grafica Excel. Punto de Equilibrio.

Suscripciones	Costo Fijo	CostoVariable	Costo Total	Ingresos
0	3.915.000	0	3915000	0
20	3.915.000	1.817.937	5.732.937	2800000
30	3.915.000	1.817.937	5.732.937	4200000
30	3.915.000	1.817.937	5.732.937	4200000
35	3.915.000	1.817.937	5.732.937	4900000
40	3.915.000	2.637.250	6.552.250	5600000
45	3.915.000	2.637.250	6.552.250	6300000
55	3.915.000	2.637.250	6.552.250	7700000
70	3.915.000	3.277.250	7.192.250	9800000
70	3.915.000	3.277.250	7.192.250	9800000
80	3.915.000	3.277.250	7.192.250	11200000
90	3.915.000	4.275.875	8.190.875	12600000
100	3.915.000	4.275.875	8.190.875	14000000

Tabla 3. Datos ingresados en Excel para generar punto de equilibrio.

❖ Flujo de Caja

Flujo de Caja - Anual				
Meses	Suscripciones	Ingresos	Gastos	Saldo
Junio	20	\$2.800.000	\$6.105.000	-\$3.305.000
Julio	30	\$4.200.000	\$6.105.000	-\$1.905.000
Agosto	30	\$4.200.000	\$6.105.000	-\$1.905.000
Septiembre	35	\$4.900.000	\$6.105.000	-\$1.205.000
Octubre	40	\$5.600.000	\$6.105.000	-\$505.000
Noviembre	45	\$6.300.000	\$6.105.000	\$195.000
Diciembre	55	\$7.700.000	\$6.105.000	\$1.595.000
Enero	70	\$9.800.000	\$6.105.000	\$3.695.000

Febrero	70	\$9.800.000	\$6.105.000	\$3.695.000
Marzo	80	\$11.200.000	\$6.105.000	\$5.095.000
Abril	90	\$12.600.000	\$6.105.000	\$6.495.000
Mayo	100	\$14.000.000	\$6.105.000	\$7.895.000
Total		\$81.900.000	\$73.260.000	\$28.665.000

Inversión Inicial=		5000000			
inflación=6%		inflación=6%			
crecimiento en ventas=25%		Crecimiento de egresos= 7%			
<u>Flujo de Ingresos</u>		<u>Flujo de Egresos</u>		<u>Flujo de Efectivo Neto</u>	
	A		B		A-B
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	81.900.000,00	1	73.260.000,00	1	8.640.000,00
2	95.495.400,00	2	83.091.492,00	2	12.403.908,00
3	121.470.148,80	3	94.242.370,23	3	27.227.778,57
4	154.510.029,27	4	106.889.696,31	4	47.620.332,96
5	196.536.757,24	5	121.234.293,56	5	75.302.463,68
TOTAL	649.912.335,31	TOTAL	478.717.852,09	TOTAL	171.194.483,22

Img. 2. Datos Excel Evaluación Financiera.

		TIR			VAN=VPN=	60.110.873,39
<u>Formulación de Datos VPN</u>		-5.000.000,00	RI			
f1=	8640000	8.640.000,00	año1	8.640.000,00	TIR=	233,76%
f2=	12403908	12.403.908,00	año2	21.043.908,00		
f3=	27227778,57	27.227.778,57	año3	48.271.686,57	RI=	21.043.908,00 Inv0 ≥ RI
f4=	47620332,96	47.620.332,96	año4	95.892.019,54		876.829,50 (Inv0 ≥ RI)/#meses
f5=	75302463,68	75.302.463,68	año5	171.194.483,22		
n=	5 años				RI=	5,70 MESES
i=	29%					
Inv0=	5000000					

Img. 3. Datos Excel Evaluación Financiera. VPN – TIR - RI

- **Balance Activos, Pasivos y Patrimonio.**

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 01 DE ENERO DE 2017
(Cifras presentadas en pesos Colombianos)

ACTIVOS		PATRIMONIO	
Activo Corrientes		Capital Emitido	5.000.000
Efectivo y equivalentes de efectivo	5.000.000		

Img. 4. Datos Excel. Estado Situación Financiera.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Y RESULTADOS PRESUPUESTADOS AL TERMINO DE LA EJECUCIÓN DEL AÑO 1

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA				ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017				POR EL AÑO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017	
(Cifras presentadas en pesos Colombianos)				(Cifras presentadas en pesos Colombianos)	
ACTIVOS		PASIVOS		Ingresos por actividades Ordinarias	
Activo Corrientes		Pasivos Corrientes		81.900.000	
		Beneficios a Empleados		31.080.000	
		2.280.000		Otros gastos, por naturaleza	
		TOTAL PASIVOS		42.180.000	
		2.280.000		Gastos legales	
				5.000.000	
		PATRIMONIO		Gasto por impuestos a las ganancias	
		Capital		-	
		5.000.000			
		Utilidad del ejercicio			
		3.640.000			
		TOTAL PATRIMONIO			
		8.640.000			
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		Utilidad del Ejercicio	
		10.920.000		3.640.000	
TOTAL ACTIVOS		10.920.000			

Img. 5. Datos Excel. Activos, Pasivos y Patrimonio.

Lienzo del modelo de negocio

Documento en PDF.

Referencias

- Alcaldia Mayor de Bogota. (2014). *Ley 1014 de 2006*. Recuperado de file:///D:/Downloads/Ley1014de2006.pdf
- Blázquez, D y Batalla, A. (2010). *La iniciación deportiva y el deporte escolar*. Barcelona, España: Inde.
- Córdoba, J. (2012). *Manual de Recreación Física*. D.F, México: Limusa.
- Centro Administrativo Alcaldía de Duitama. (2010) *Informe estadístico: Análisis poblacional de Duitama*. Recuperado de http://duitama-boyaca.gov.co/apc-aa-files/62653261643164376130336162613534/INFORME_POBLACIONAL_DUITAMA_2010_2.pdf
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). *Fundaciones, asociaciones y corporaciones*. Recuperado de <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Sobre-nuestros-registros/Fundaciones-y-Asociaciones-ESAL-O>
- Del Prado, L. (s.f). Alianzas Estratégicas. *Boletín de Lecturas Sociales y Económicas*. Recuperado de <http://200.16.86.50/digital/33/revistas/blse/delprado8-8.pdf>
- Instituto para la Educación Física, Recreación y Deportes de Duitama. (2015). *Formalización y constitución de escuelas y clubes deportivos*. Recuperado de http://www.duitama-boyaca.gov.co/Entidades_descentralizadas.shtml?apc=lbxx-1-&x=2998307
- López, J.M. (2006, marzo). La Educación Física en la enseñanza primaria. *Habilidad Motriz Revista de la Actividad y Ciencias del Deporte*. Recuperado de file:///C:/Users/CARLOS%20ALBERTO/Documents/FUTBOL/Mi%20empresa/Revista%20motricidad%20psicocinetico26.pdf
- Nuviala, A. (2006, marzo). Padres con hijos participantes en un programa deportivo competitivo y su opinión de las organizaciones públicas con competencias en el deporte extraescolar. *Habilidad Motriz Revista de la Actividad y Ciencias del Deporte*. Recuperado de

file:///C:/Users/CARLOS%20ALBERTO/Documents/FUTBOL/Mi%20empresa/Revista%20motricidad%20psicocinetico26.pdf

- Rius, M. (21 de abril de 2015). Más cansados y menos en forma. *Tendencias*. Recuperado de file:///C:/Users/CARLOS%20ALBERTO/Documents/FUTBOL/Mi%20empresa/sedentarismo%20infancia.pdf