



**G.T.S**  
**Gymnastics Training School**

TRABAJO DE GRADO  
CREACIÓN DE EMPRESAS

**Responsables:**

LILIANA ANDREA PIRAQUIVE AVILA  
JENNY ALEXANDRA GARCIA GARCIA  
KAREN ALEJANDRA GARCIA CANTOR

**Asesor:**

JUAN CARLOS CORREDOR

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

## TABLA DE CONTENIDO

¡Error! Marcador no definido.

### INTRODUCCIÓN

Debido a que la actividad física y el deporte vienen siendo considerados un importante sector económico, el cual busca satisfacer necesidades propias tanto de la oferta como de la demanda, se fomentó la idea de crear una escuela de formación en gimnasia en la localidad Ciudad Bolívar en Bogotá, dando un beneficio a la sociedad que se encuentra ante una realidad preocupante, no solo por los problemas de salud generados por el sedentarismo sino también debido a que los niños y niñas en edad escolar están cambiando sus hábitos, encaminándose hacia prácticas poco saludables como mal uso de las tecnologías, malas amistades, drogas, alcohol y vicios en general.

Se quiere hacer intervención principalmente en la población de la localidad Ciudad Bolívar, debido a que no se cuenta con una escuela de formación en Gimnasia, por lo cual se ve esto como una iniciativa de negocio, ya que actualmente en Bogotá se brinda esta oportunidad a aquellas personas que puedan pagar mensualidades altas y en espacios preferenciales. Esto conlleva a que personas que no tengan los recursos para pagar este tipo de mensualidades y que vivan lejos de las zonas donde hallan escuelas de gimnasia se le dificulte o no puedan acceder a la práctica de este deporte, por más talento que el niño o niña tenga para este deporte.

Con la formación de esta escuela deportiva se busca incentivar a los niños (as) y jóvenes a utilizar su tiempo libre en actividades que les permita alejarse de malos hábitos como son el sedentarismo, mal uso de las tecnologías, malas amistades, drogas, alcohol y vicios en general; permitiéndoles participar en una escuela formada en valores que les brindara espacios con entrenadores profesionales y capacitados en el área.

Como valor agregado se realizará evaluaciones de detección de talento para incentivar a los niños (as) a participar en torneos internos, locales y nacionales, se estimulará con premios, reconocimientos, medallas y trato especial a aquellos niños que tengan distinción en los campeonatos. además, se pretende dar un servicio de calidad que no solo satisfaga las necesidades de la demanda, sino que también, se busca la participación e integración de la formación deportiva de los niños(as) con sus padres, y que a través de la gimnasia les permita a los padres y al deportista prepararse físicamente, descargar adrenalina y disminuir los niveles de estrés que se desarrolla como parte de la vida cotidiana



## MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

### LOGO



### SLOGAN

Gimnasia, una oportunidad para todos

### MISIÓN

Gymnastics training school “G.T.S” fomenta y patrocina la práctica de la Gimnasia contribuyendo a una formación integral. Desarrollando el servicio deportivo de formación y aprovechamiento del tiempo libre permitiendo el mejoramiento de la salud física, mental del deportista

### VISIÓN

Lograr que Gymnastics training school “G.T.S” sea reconocida como uno de las mejores escuelas de Bogotá y el país para el año 2025, líder en los procesos de formación que promuevan el desarrollo de la gimnasia artística. Con la implementación de estrategias para la prestación de servicios Comprometidos con la conquista de altos logros en el ámbito Nacional e Internacional

## FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

G.T.S será una institución ubicada en ciudad bolívar, que pretende brindar un espacio de aprendizaje- enseñanza de la gimnasia y sus modalidades a niños y niñas de la localidad, ya sea a nivel competitivo como recreativo, en el que prestara un servicio enfocado en la formación deportiva donde aparte de adquirir habilidades para este deporte, adquieren beneficios para su vida cotidiana como lo son: Corregir malas posturas corporales, aumentar su fuerza, flexibilidad, coordinación y velocidad, desarrollar su equilibrio y el sentido del ritmo, generar confianza en sí mismos. Fomentar la seguridad en sí mismos y la concentración, Promover el trabajo en equipo, el compañerismo y el respeto a los demás. G.T.S integra la participación activa tanto de la madre o padre o ambos, a través de diversas formas de ejercitación con el niño, fortaleciendo ese vínculo familiar y social entre la madre o padre de familia y el hijo(a) y la comunicación entre ellos.

Además de esto se vivenciará ante todo los valores del respeto, el liderazgo, la responsabilidad, el compromiso, la disciplina y la excelencia como base de trabajo del aprovechamiento del Tiempo Libre, la Recreación y el Deporte y como una forma de vida dentro de la comunidad en que se desenvuelve.



## MARCO REFERENCIAL

### CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

#### MERCADO OBJETIVO

Niñas y niños entre los 6 a 17 años de edad que manifiesten su interés por la práctica deportiva y que vivan en la localidad ciudad bolívar principalmente en el sector C puesto que actualmente es el sector de la localidad con mejor infraestructura y servicios. Este sector está compuesto por barrios como Candelaria la Nueva (4 etapas), Casablanca, Jerusalén (15 sectores), Juan José Rondón, Alto de la Cruz, La Coruña, Manuela Beltrán, Rincón la Estancia, Milán, Nutibara, Peñón del Cortijo, Sierra Morena (4 sectores) y El Perdomo. También se busca incluir los barrios villa del rio y los barrios de bosa cercanos a la escuela de formación debido a que pueden tener fácil acceso a la instalación de G.T.S.

#### Descripción

Gymnastics Training School se enfocará:

- a. cliente: padres de familia, ya que son aquellos clientes directos, que tienen la decisión de compra y que realizan las actividades de selección y evaluación del servicio.
- b. consumidor: niños(as) entre los 6 a 17 años de edad que les guste la gimnasia y estén interesados en entrenar este deporte y/o que estén practicando algún deporte y quieran entrenar gimnasia para mejorar ciertas cualidades físicas (flexibilidad, fuerza, velocidad, resistencia...).

Este mercado secundario utilizará el servicio, pero no decide si compran el servicio. Además, en ocasiones tampoco realizan las actividades de evaluación del mismo. Ellos influyen en la decisión del padre en acceder al servicio.

La prioridad y foco en términos de promoción y publicidad serán las personas que se encuentren en este segmento.

Se espera que los clientes visiten la escuela de formación mínimo dos veces a la semana, debido a que este deporte requiere constancia, disciplina y dedicación para el aprendizaje de cada uno de los aparatos de la gimnasia artística.

A su vez este servicio está destinado a personas que vivan en la localidad ciudad bolívar principalmente en el sector C, ya que actualmente es el sector de la localidad con mejor infraestructura, servicios y estrato.

Debido a la localización que estará situada la escuela de formación y al poder adquisitivo de este mercado, G.T.S ofrecerá sus servicios a un precio accesible a cualquier persona que desee hacer parte de esta escuela de formación.

#### MERCADO POTENCIAL

Personas que vivan en la localidad ciudad bolívar y alrededores, que no estén dentro de la UPZ 69 sector 3, y que puedan desplazarse a la instalación.



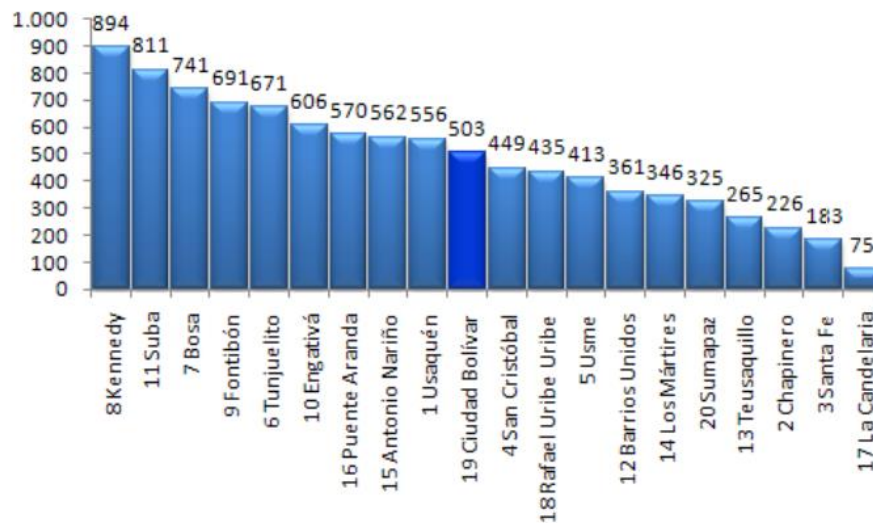
## NICHO DE MERCADO

Niños y niñas entre los 6 a 17 años de edad que vivan en los Barrios Perdomo y Madelena de la localidad Ciudad Bolívar.

## CONSUMO APARENTE Y PERCAPITA DEL BIEN O SERVICIO

Según el dato arrojado por el DANE y el SDP, Proyecciones de población según localidad, 2006 – 2015, por cada 10.000 habitantes de la localidad ciudad bolívar hay 3 equipamientos para la práctica deportiva, para los cuales hay una asistencia promedio de 503 personas.

**Gráfica 1**  
**Bogotá D. C. Número de personas por equipamiento según localidad. 2009**



Fuente: SDP, Dirección de Planes Maestros y Complementarios, Planes Maestros de Equipamientos, Bogotá D. C., 2006 – 2008. Inventarios previos de los equipamientos de culto, administración y educación superior, Bogotá D. C., 2009. SDP, Dirección de Ambiente y Ruralidad, equipamientos de Sumapaz, Bogotá D. C., 2008. DANE - SDP, Proyecciones de población según localidad, 2006 - 2015. Cálculos: SIEE - DICE

## SEGMENTO DE MERCADO

- ✓ Se ha identificado dos grupos: cliente y consumidor, inicialmente los niños y jóvenes (consumidores), quienes buscan formarse en la gimnasia; G.T.S busca generar un espacio formativo para ellos, cubriendo su necesidad de practicar la gimnasia a nivel competitivo como recreativo, en una escuela que les pueda brindar continuidad en sus procesos formativos, además de la oportunidad de utilizar su tiempo libre en actividades que les permita alejarse de malos hábitos como son el sedentarismo, mal uso de las tecnologías, malas amistades, drogas, alcohol y vicios en general; permitiéndoles participar en una escuela formada en valores que les brindara espacios con entrenadores profesionales y capacitados en el área.
- ✓ El segundo grupo está directamente relacionado con el anterior ya que son los padres (clientes) quienes en última instancia pagan por el servicio prestado a sus hijos, nuestra propuesta para ellos es generar espacios donde se sientan a gusto, brindándoles la



seguridad y confianza de que sus niños van a poder realizar sus entrenamientos de una forma segura con el acompañamiento de profesionales en el área del deporte, especializados en la gimnasia.

### **SEGMENTACION GEOGRÁFICA:**

Se busca trabajar con la población de la localidad ciudad bolívar, pertenecientes a la UPZ 69 Ismael Perdomo que se localiza al extremo noroccidente de la localidad y limita con la localidad de Bosa por la Autopista Sur. Es una de las UPZ residenciales de urbanización incompleta más extensa, con 559 ha. Tiene una amplia zona industrial ubicada al norte, junto a la autopista Sur y cuenta además con una zona dotacional en el sector de Sierra Morena.

La UPZ 69 corresponde al sector C, que actualmente es el sector de la localidad con mejor infraestructura y servicios. Está conformado por terrenos que eran baldíos y que son ahora los siguientes barrios: Candelaria la Nueva (4 etapas), Casablanca, Jerusalén (15 sectores), Juan José Rondón, Alto de la Cruz, La Coruña, Manuela Beltrán, Rincón la Estancia, Milán, Nutibara, Peñón del Cortijo, Sierra Morena (4 sectores) y El Perdomo.

### **SEGMENTACION DEMOGRAFICA**

Teniendo en cuenta la resolución 299 de 2009, "por la cual se establecen los requisitos, procedimientos y reglamentos para otorgar, supervisar, suspender y cancelar el aval deportivo a las escuelas deportivas en Bogotá D.C.", el rango de edad de los niños (as) que harían parte de la escuela de formación de gimnasia GYMNASTICS TRAINING SCHOOL estaría entre los seis (6) y los diecisiete (17) años de edad, según el Artículo tercero "Conformación de escuelas deportivas".

Y según el reporte expuesto en el documento "Análisis de Situación en Salud Localidad de Ciudad Bolívar, Hospital Vista Hermosa I Nivel Empresa Social del Estado, 2010", en la localidad ciudad Bolívar para el año 2015 se estima un 29.1% de población infantil entre 0 a 15 años de edad y un 66.1% de población entre 15 y 64 años de edad, como se muestra en la siguiente tabla:

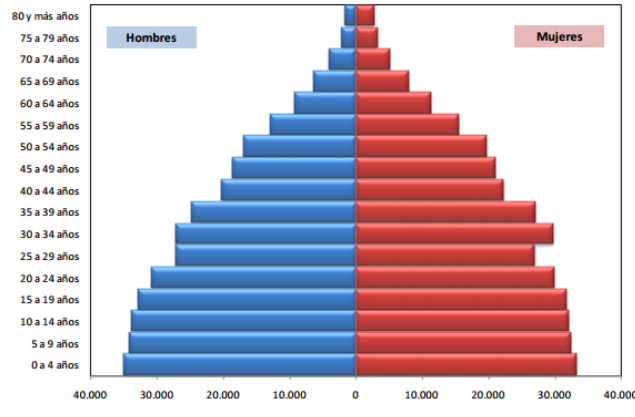
**Tabla 1. Comparativo porcentual por grupos de edad.  
Localidad Ciudad Bolívar y Bogotá años 2005-2009-2015**

AÑO	CIUDAD BOLIVAR			BOGOTA		
	0 a 14 años	15 a 64 años	65 y más años	0 a 14 años	15 a 64 años	65 y más años
2005	33,8	62,9	3,3	27,1	67,4	5,5
2009	31,6	64,7	3,8	25,2	68,7	6,1
2015	29,1	66,1	4,8	22,9	69,5	7,5

Fuente: DANE - SDP, Proyecciones de Población por localidades 2000 - 2015 (Información tomada de: Boletín Informativo: Bogotá ciudad de estadísticas - Número 9, Julio 2009 - Cuadro 6, Pág. 11)



Para el 2015 en ciudad bolivar se estimo un total de 687.923 habitantes, los cuales estan distribuidos como se muestra en la grafica en piramide de base ancha por edades para hombres y mujeres.



**Ilustración 1: Reporte estimativo poblacional distribuido por edades para la localidad Ciudad Bolívar, año 2015. (HospitalVistaHermosaNivel1, 2010).**

De la ilustración 3 podemos resaltar que tanto para hombres y mujeres se estima una población cercana a los 35.000 habitantes por cada género y grupo de edades entre los 0 y los 19 años, es decir, que hay alrededor de 70.000 niños tanto hombre como mujeres en las edades de 0 a 4, 5 a 9 y de 15 a 19, teniendo en cuenta que para el 2015 la distribución de hombres es del 49% y de mujeres el del 51%.

Ya que G.T.S enfoca sus programas formativos en el área de gimnasia artística para niños y niñas en edades de 6 a 17 años y se estima según la tabla numero 3 una cantidad proximal a los 140.000 niños entre los 5 y 14 años en esta localidad, se puede afirmar que hay un segmento demográfico suficientemente alto como para intervenir en esta localidad como oportunidad de negocio deportivo.

Población Ciudad Bolívar	687.923
Edades Entre 6 y 17	21%
Total, Niños y Niñas	134.387

**Tabla 1: Población dentro las edades de 6 a 17 años en la localidad de Ciudad Bolívar**

En 2015 el DANE reporto un total de 639.937 habitantes en la localidad de Ciudad Bolívar distribuidos según se muestra en la ilustración 4, a continuación, se resumen la población según las UPZ:

<b>Población de Ciudad Bolívar por UPZ</b>			
<b>UPZ</b>	<b>Población</b>	<b>% de población</b>	<b>% de población de 6 a 17 años</b>
UPZ 63 El Mochuelo	1.609	0,3%	338
UPZ 64 Monte Blanco	6.003	0,9%	1.261
UPZ 65 Arborizadora	61.850	9,7%	12.989
UPZ 66 San Francisco	76.814	12,0%	16.131
UPZ 67 El Lucero	167.698	26,2%	35.217



UPZ 68 El Tesoro	49.348	7,7%	10.363
UPZ 69 Ismael Perdomo	172.141	26,9%	36.150
UPZ 70 Jerusalén	104.305	16,3%	21.904
UPZ no clasificada	169	0,03%	35
<b>Total, de población</b>	<b>639.937</b>	<b>100,0%</b>	<b>134.387</b>

**Tabla 2: Distribución de la población de la localidad Ciudad Bolívar por UPZ.**

**Tabla 3 Población en edad escolar de 3 a 16 años (2015)**

### SEGMENTACION SOCIOECONOMICA

Niños (as) de estratos 1,2 y 3 que tengan posibilidades de acceder a la instalación y pueda pagar las cuotas mensuales de la escuela.

UPZ	ESTRATOS						Total
	Sin estrato*	1. Bajo-Bajo	2. Bajo	3. Medio-Bajo	4. Medio	5. Medio-Alto	
El Mochuelo	-	1.609	-	-	-	-	1.609
Monteblanco	29	5.974	-	-	-	-	6.003
Arborizadora	138	-	42.475	19.237	-	-	61.850
San Francisco	25	9.596	67.193	-	-	-	76.814
Lucero	540	134.077	33.081	-	-	-	167.698
El Tesoro	203	45.539	3.606	-	-	-	49.348
Ismael Perdomo	3.356	82.231	81.225	5.329	-	-	172.141
Jerusalén	3.814	91.754	8.737	-	-	-	104.305
UPR Ciudad Bolívar	-	120	39	6	2	1	169
<b>Total general</b>	<b>8.105</b>	<b>370.900</b>	<b>236.356</b>	<b>24.572</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>639.937</b>

- Sin población por estrato en esa localidad.

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

### **Ilustración 2: Población por estrato socioeconómicos de la localidad ciudad bolívar por UPZ**

Según la ilustración numero 4 las UPZ Ismael Perdomo y arborizadora son las unidades que tiene población en el estrado medio bajo, dando así, mayor probabilidad de acceso al servicio que ofrece G.T.S.

### SEGMENTACION PSICOGRAFICA

El cliente (padre de familia) tendrá varias razones a la hora de inscribir su hijo(a) en GTS para entrenar gimnasia

- Que su hijo (a) ocupe su tiempo libre haciendo deporte (gimnasia)
- Que su hijo (a) entrene, compita y algún día sea reconocido (a).
- Que su hijo (a) practique la gimnasia porque a ellos les gusta
- que su hijo (a) practique la gimnasia por hobby o distracción como complementario para mantener su tiempo ocupado y evitar q estén a todo momento en las redes sociales, internet, en las calles y cojan malos hábitos.
- que su hijo (a) practique la gimnasia porque ellos no tuvieron la oportunidad de practicarla.
- Porque fueron en alguna época gimnastas y quieren que sus hijos (as) sean iguales o mejores a ellos.

Una vez inscrito su hijo (a) el padre de familia tendrá varias perspectivas sobre su rendimiento y la escuela:



- a) Estarán preocupados por la seguridad de sus hijos y el trato que ellos reciban en la escuela de gimnasia
- b) disponibilidad de tiempo para llevar a sus hijos a sus entrenamientos.
- c) que sus hijos cuenten con una indumentaria adecuada para sus entrenamientos y competencias.
- d) Que el personal a cargo de dictar las clases de gimnasia a sus hijos sea profesional y cuenten con experiencia.
- e) Formas de pago y mensualidad del programa. (hay que tener en cuenta que el lugar donde está ubicado GTS ("Gymnastics training school), es un barrio estrato 3 que queda en ciudad bolívar, el cual para algunos que vivan a su alrededor de estratos menores estarán preocupados por el valor de la mensualidad y/o de la inscripción, ya que, si es muy alto, ellos no tendrían los recursos suficientes para hacer uso del servicio).
- f) Que las instalaciones y materiales sean adecuados para la práctica de la gimnasia.
- g) Oportunidad para inscribir a sus hijos en la escuela en el sector sur por la distancia ya q las actuales escuelas de gimnasia quedan retiradas de esta zona.
- h) Que su hijo tenga un seguimiento deportivo y ellos sepan de su proceso.

El usuario (deportista- niño (as), adolescentes) tendrá varias razones para practicar gimnasia:

- a) en el colegio o en alguna parte le dictaron alguna clase y le quedo gustando y quiere seguir practicándola.
- b) Vio en la televisión el entrenamiento de un gimnasta o vio a un gimnasta reconocido y quiere ser igual a él o ella.
- c) Porque un amigo (a) les recomendó practicarla.
- d) Porque sus padres lo inscribieron.
- e) En los adolescentes más que todo, por estética y/o mejorar su condición física.
- f) Algunos no lo harán tanto por la gimnasia sino por adquirir diferentes cualidades físicas (flexibilidad, fuerza, resistencia, velocidad...)

✓ CONDUCTUAL

Los padres tengan el compromiso de acompañar a sus hijos en el proceso de formación que se les realizara en la escuela, para que así mismo los niños adquieran una disciplina y se motiven a asistir a las clases.

Los padres estarán todo el tiempo motivados e interesados en el proceso y rendimiento que sus hijos (as) van llevando en la escuela. (Asistirán a reuniones, visitaran frecuentemente la página web de la escuela, y/o preguntaran al entrenador).

## **CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR**

- ✓ ¿Qué valor proporcionamos?:
- 1. El valor que ofrece nuestro servicio es el aprovechamiento del tiempo libre y ocio de niños(as) y jóvenes a través de la práctica de la gimnasia por niveles.
- 2. G.T.S realiza en sus entrenamientos una identificación de talento deportivo a niños (as) entre los 5 a los 8 años de edad para que hagan parte del grupo semillero de la escuela de formación.



3. Clases semi- personalizadas, 20 deportistas máximo por grupo, cada grupo de deportistas contara con un entrenador y con un asistente.

✓ ¿Qué problema del cliente ayudamos a solucionar?:

Aprovechamiento del tiempo libre de los niños(as) y jóvenes de la localidad ciudad bolívar, mejorando la calidad de vida, la salud física y mental del deportista, para así, poder prevenir malos hábitos ya sea como el sedentarismo, malas amistades, vicios, entre otros que día a día los niños y niñas están expuestos.

✓ ¿Qué necesidades satisfacemos?:

Aprovechamiento del tiempo libre y ocio a través de la práctica de la gimnasia, permitiendo al deportista el desarrollo de las destrezas y habilidades básicas, desarrollo de la confianza en sí mismo permitiendo la autorrealización, corrección de la postura corporal, desarrollo del sentido del ritmo, generando disciplina al individuo en todos los sentidos y ayudando a desarrollar la estabilidad emocional, la cual viene dada por la concentración, velocidad de reflejos y seguridad que debe preceder a cada actuación. Lo anterior con el fin de mejorar la calidad de vida y condición física de los niños(as) y jóvenes de la localidad ciudad bolívar.

✓ ¿Qué servicio ofrecemos?

Entrenamiento de Gimnasia artística a nivel competitivo como recreativo.

Entrenamiento gimnasia rítmica a nivel competitivo y recreativo

Programa acondicionamiento padres de familia

#### **TIPO DE PROPUESTA:**

- ✓ **PRECIO:** la escuela espera generar más volumen de ventas al aumentar el número de unidades adquiridas y que los precios sean más atractivos y alcanzables para los clientes, por lo que, de acuerdo a las encuestas realizadas en esta localidad se pretende fijar unos precios económicos en comparación con la competencia (en cuanto a la mensualidad de los diferentes programas que ofrece la escuela deportiva)

Gimnasia artística

Matricula: \$30.000 (anual)

Mensualidad: \$70.000 (2 días a la semana- duración por clase: 2 horas)

Seguro contra accidentes: \$ 25.000 (anual)

Gimnasia rítmica

Matricula: \$30.000 (anual)

Mensualidad: \$60.000 (2 días a la semana- duración por clase: 2 horas)

Seguro contra accidentes: \$ 25.000 (anual)

Acondicionamiento para padres

Matricula: \$30.000 (anual)

Mensualidad: \$15.000 (2 días a la semana- duración por clase: 1 hora)

Seguro contra accidentes: \$ 25.000 (anual)



- ✓ OTROS: (accesibilidad): fácil acceso en cuanto a la distancia a aquellas personas que vivan en el sur de Bogotá.
- ✓ DISEÑO: en cuanto kit de indumentaria del deportista, colores, material de tela, decoración. (el kit estará compuesto de: una trusa, una pantaloneta, una moña si es niña).

## **CAPITULO III: CANALES**

### **ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

#### **Canal de distribución del servicio**

G.T.S tendrá un canal directo con el cliente, donde el cliente (padre de familia) va a la instalación y paga una mensualidad, una vez pagada la mensualidad el usuario (niño o niña) podrán acceder a la sesión de entrenamiento. Cada sesión de entrenamiento estará dirigida por un entrenador y un asistente donde le enseñaran al usuario los diferentes ejercicios de la gimnasia. El deportista tendrá que ir a la instalación para tomar sus sesiones de entrenamiento.

#### **Alternativas de penetración del mercado**

- ✓ Ajustes de precios: la escuela espera generar más volumen de ventas al aumentar el número de unidades adquiridas y que los precios sean más atractivos y alcanzables para los clientes, por lo que, de acuerdo a las encuestas realizadas en esta localidad se pretende fijar unos precios económicos en comparación con la competencia (en cuanto a la mensualidad de los diferentes programas que ofrece la escuela deportiva)
- ✓ En cuanto a la captación de clientes, se pretende hacer visitas en colegios privados y públicos de la zona y darles a conocer la empresa deportiva. También se hará la repartición de volantes a la entrada y salida de los colegios.
- ✓ Alianza estratégica en colegios: se llegará a un convenio con los colegios de la zona y alrededores, el cual se realizara un contrato con el colegio donde se establecera un acuerdo entre las dos partes (G.T.S y colegio), la cual contendrá diferentes parámetros relacionados a la participación del estudiante en la escuela deportiva (descuento en cuanto a precios de mensualidad paga del estudiante inscrito al convenio, porcentaje de ganancia para el colegio por mensualidad de cada estudiante del colegio que se inscriba a la escuela deportiva, deberes y obligaciones de ambas partes, cláusulas de terminación del contrato, entre otras )

#### **Estrategias para la comercialización del servicio**

- ✓ Referidos: se ofrecerá a los clientes una tarifa reducida en el pago efectivo de mensualidad por cada referido que envíen.
- ✓ por Internet y redes sociales: se diseñará una página web donde se detallen los diferentes programas que ofrecerá la escuela. Además, se manejará redes sociales como Facebook y twitter que contendrá información de la escuela, blogs informativos acerca de la gimnasia, eventos, entre otros)



- ✓ descuento entre hermanos: se brindará un descuento del 25% en la mensualidad de del hermano del usuario, de acuerdo al precio del programa (si el usuario está inscrito en el programa de gimnasia artística cuya mensualidad es de \$70.000, el hermano pagaría una mensualidad de \$52.500; si el usuario está inscrito en el programa de gimnasia rítmica cuya mensualidad es de \$60.000, el hermano pagaría una mensualidad de \$45.000)

### **Estrategias de Precio:**

la escuela espera generar más volumen de ventas al aumentar el número de unidades adquiridas y que los precios sean más atractivos y alcanzables para los clientes, por lo que, de acuerdo a las encuestas realizadas en esta localidad se pretende fijar unos precios económicos en comparación con la competencia (en cuanto a la mensualidad de los diferentes programas que ofrece la escuela deportiva):

- a. Gimnasia artística: matrícula (anual) \$30.000. seguro (anual) \$25.000 y mensualidad \$70.000
- b. Gimnasia rítmica: matrícula (anual) \$30.000. seguro (anual) \$25.000 y mensualidad \$60.000
- c. Acondicionamiento padre: mensualidad \$15.000

### **Punto de equilibrio**

Dado que los costos y gastos fijos de administración de la escuela deportiva son de 228'696.788 de pesos colombianos por año, y que en el primer año de funcionamiento posterior a la inversión inicial se espera que la escuela facture 249'868.767 de pesos colombianos se tiene que el punto de equilibrio de la escuela deportiva se podría tener en el primer año de funcionamiento, esto siempre y cuando los costos y gastos fijos se mantengan y la proyección de venta por año se cumpla según la estadística realizada.

Con base en las cifras enunciadas anteriormente se tiene que la escuela deportiva tendría un total de 18'044.391 pesos colombianos de utilidad en el primer año de funcionamiento, es decir, 1'503.699 pesos por mes distribuidos así 736.812 pesos por el programa de gimnasia artística, 736.812 pesos por el programa de gimnasia rítmica y 30.073 pesos por acondicionamiento de padres.

Para el segundo año de funcionamiento se espera aumentar las ventas en un 15.6 % con respecto al primer año, es decir, se estima una venta de 288'748.347 pesos colombianos, aumentando las utilidades por el segunda año hasta un valor total 29'028.121 pesos o 2'419.010 pesos mensuales.

### **Condiciones de pago del servicio:**

El cliente a la hora de inscribir a su hijo tendrá que llevar una documentación requerida por la escuela deportiva: fotocopia tarjeta de identidad, fotocopia afiliación EPS. 2 fotos, certificado médico, carta de libertad (para aquellos deportistas que hayan pertenecido a un Club deportivo), formulario de inscripción, formato de autorización y exoneración de responsabilidad para menores de edad. Los anteriores documentos se deberán entregar debidamente diligenciados y firmados, y entregados en un sobre de manila. Sin esta documentación el usuario no podrá estar inscrito en la escuela. Ya teniendo la documentación correspondiente se procederá a realizar la inscripción oficial como el pago de matrícula, seguro, mensualidad y carnet.



Los pagos de matrícula, seguro y mensualidad únicamente se recibirán en EFECTIVO. Cada vez que se realice el pago de mensualidad, se pondrá el sello de la escuela deportiva firmado por la secretaria detrás del carnet del usuario más el recibo de pago con copia para la escuela haciendo oficial el pago mensual del programa inscrito del usuario.

### **Estrategias para resistir la guerra de precios**

Siempre competir con el precio de venta al público inferior al de la competencia siempre y cuando este nos esté por debajo de los costos fijos y los gastos administrativos del funcionamiento de la escuela deportiva.

Se puede mantener los precios de venta indistintamente si la competencia baja los precios, siempre cuando se genere un valor agregado más atractivo para el cliente

### **Descripción de cómo se definió el precio del servicio:**

De acuerdo a las encuestas realizadas en esta localidad se pretende fijar unos precios económicos en comparación con la competencia (en cuanto a la mensualidad de los diferentes programas que ofrece la escuela deportiva) teniendo en cuenta el nivel socioeconómico de la población y la capacidad de pago de estas.

Cuáles son las estrategias promocionales que usara la empresa para motivar la venta, describa una a una.

#### **✓ Estrategias de Promoción**

#### **estrategias promocionales que usara la empresa para motivar la venta:**

- Presentación en colegios de los servicios que ofrece GTS como videos motivacionales de este deporte con autorización del Rector del colegio.
- Clase de cortesía: El cliente que desee ingresar a nuestros programas, GTS les brindara una clase de cortesía para motivar la práctica de la gimnasia.
- Se enviará un pequeño obsequio, carta o tarjeta de saludos por el cumpleaños del usuario
- Atención al deportista extra clase, si requiere de mejoramiento en alguna habilidad motriz o puntual se brindará apoyo y acompañamiento del entrenador cuando este lo requiera (esto tendrá un costo adicional a la mensualidad \$20.000).
- Servicio de masajes y taller de relajación de deportistas y padres de familia que lo requieran (esto tendrá un costo adicional a la mensualidad \$35.000).
- Capacitación a los padres de familia sobre la disciplina que su hijo entrena (gratuita).

#### **✓ Estrategias de Comunicación**



La escuela de formación deportiva G.T.S “Gymnastics training school” realizara la promoción de sus servicios y se dará a conocer a través de:

- Página web: donde encontrara un menú que contiene:
  1. un inicio, donde muestra información sobre la escuela, promociones, próximos eventos y el mapa donde puedan ubicar la escuela.
  2. descripción de la escuela de formación (misión visión, justificación, objetivos, políticas de calidad, valores, instalación...)
  3. modalidades que la escuela de formación ofrece ( con sus respectivos precios y horarios)
  4. trabaja con nosotros (espacio para subir hoja de vida para personas interesadas en formar parte de esta organización)
  5. noticias de G.T.S
  6. eventos (calendario de actividades y competencias)
  7. contáctenos (medio por el cual se pueden comunicar con G.T.S)
  8. galería (fotos y videos de G.T.S)

En la parte superior de la página se encontrará el logo de la empresa junto con otros canales de información (Facebook, twitter).

- Redes sociales: Facebook y twitter
- VOLANTES: habrá dos tipos de volantes:
  1. Volantes que se repartirán en colegios, parques y alrededores de la escuela de formación cuyo fin es promocionar la escuela de formación y darla a conocer al público, contendrá fotos de gimnastas haciendo varios ejercicios, invitándolos a que hagan parte de esta escuela de formación, datos donde pueda localizar la escuela (dirección, números telefónicos, email,). Y programas que ofrecen.
  2. Volantes que se le ofrecerán a personas que estén interesadas en inscribir a sus hijos (as) o hacer parte de esta institución, este volante contendrá información sobre los programas, horarios y precios.
- TELEFÓNICAMENTE: Teléfonos +57 (1) 7490711 - 3144880230 Fax 2317448
- Directamente yendo al sitio: escuela de formación deportiva G.T.S –

### **Razón la empresa usara estos medios de publicidad**

se utilizará los medios ya antes mencionados ya que son medios llamativos y accesibles a la comunidad; además, se tuvo en cuenta las encuestas realizadas en la comunidad donde fueron los más escogidos. (página web, volantes, redes sociales).

### **CANALES DE POSTVENTA:**

- Se otorga ofertas o descuentos especiales a nuestros clientes potenciales tales como descuentos por ingreso de un familiar, desempeño deportivo, o cuando los hacemos participar en concursos o sorteos.
- Se enviará un pequeño obsequio, carta o tarjeta de saludos por su cumpleaños.
- Atención al cliente extra clase, si requiere de mejoramiento de habilidades motrices o puntuales.
- Servicio de masajes y taller de relajación de deportistas que lo requieran.



- Obsequio a los padres de familia de una camiseta con el logo de la institución.
- Servicio de clases de ballet extra clase. Para que la deportista coja elegancia y postura en cada uno de los ejercicios que se hacen en la gimnasia
- Capacitación a los padres de familia sobre la disciplina que su hijo entrena.

## **CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

### **RELACIÓN CON LOS CLIENTES**

#### **CAPTACION DE CLIENTES:**

- Por medio de la publicidad realizada por la empresa
- Por medio de visitas a colegios mostrando la calidad de la instalación y los elementos y el profesionalismo de los entrenadores. Además, se dará a conocer los servicios que brinda G.TS y las ventajas que tiene al ser parte de esta institución.
- Por medio de resultados obtenidos en competencias, exhibiciones, medallas, ya que, si los deportistas de esta escuela tienen un nivel de rendimiento óptimo a comparación de la competencia, las personas que vean a estos deportistas se inclinarian a inscribir a sus hijos en esta escuela.

#### **ESTIMULACIÓN DE VENTA:**

- Con el mejoramiento continuo de la instalación, materiales y elementos.
- Con la integración de nuevos programas que ayuden a la formación deportiva del deportista.
- Generación de subsidios para personas de bajos recursos
- Presentación de los servicios de postventa garantías de calidad del servicio.

#### **FIDELIZACION:**

- Por medio de un servicio de calidad, donde nuestra prioridad es el cliente y el usuario. Las sesiones de entrenamiento serán dirigidas por profesionales en su área y estarán capacitados constantemente, acompañados cada uno de un asistente que le ayudara en la sesión de entrenamiento; en cada grupo de entrenamiento no habrá más de 15 deportistas. Los deportistas estarán en un grupo de acuerdo al nivel que se encuentren, se le hará seguimiento a su rendimiento deportivo y se le hará un informe mensual tanto al deportista como al padre de familia.
- Competencias cada 6 meses para que los deportistas muestren su avance del nivel que se encuentren.

#### **TIPO DE RELACIÓN:**

**ASISTENCIA PERSONAL:** porque se le brindara el servicio a un grupo de deportistas (máximo 15 personas) en el cual, el entrenador estará pendiente en un 100 % de su progreso, falencias individuales y realizara las correcciones oportunas y necesarias para el rendimiento deportivo de sus usuarios.



G.T.S También prestara **asistencia personal exclusiva** cuando el deportista lo requiera, es un servicio extra clase que el deportista contrata (ya que tiene un precio adicional), donde se reforzaran las falencias del deportista en cada aparato.

## CAPITULO V: INGRESOS

### Modelo financiero

<b>Bogotá</b>		7.980.001	Información Secundaria
<b>Local. Ciudad Bolívar/Bosa</b>	16,55%	1.320.690	
<b>UPZ Perdomo/Arborizadora/ Bosa Central/Apogeo</b>	15%	198.104	
<b>Edades 6/16</b>	23%	45.564	
<b>Estrato 3 o superior</b>	41%	18.681	
<b>Matricula Hijo Escuela</b>	78%	14.571	Información Primaria
<b>Capacidad de Pago</b>	40%	5.829	
<b>Participación en mercado</b>	5%	291	
<b>Mercado Potencial</b>		291	Competencia
<b>Otras Escuelas</b>		1	
<b>Base Proyecto. Ventas</b>		291	
<b>Entrenar con Hijos</b>	86%	251	

Descripción:

Este proyecto se implementará en la ciudad de Bogotá, específicamente en las localidades ciudad bolívar y bosa que representan el 16,55% de la población de Bogotá (1.320.690). De las localidades anteriores se toman como mercado objetivo las UPZ Ismael Perdomo y Arborizadora de Ciudad Bolívar y las UPZ Bosa Central y Apogeo de Bosa, que representan el 15% de la población de las localidades (198.104).

La población a la que va enfocado el proyecto, es hacia niños y jóvenes entre las edades de los 6 a 16 años de edad que se encuentran en las UPZ ya mencionadas, en estas UPZ hay un total de 41.602 niños y jóvenes que representan el 21% de la población.



De esta población, el 40% es de estrato 3, que equivalen a 16.641 individuos, siendo una población clave para los ingresos de la escuela deportiva y constituye la Población Objetivo.

Del total de la población objetivo y según las encuestas realizadas, el 78% de la población estarían dispuestos a inscribir a sus hijos en una escuela de gimnasia ubicada en el barrio Madalena (12.980 personas). Se analizó que el 35% de esta población tienen la capacidad de pago para la mensualidad de la escuela, que es equivalente a 4.543 personas. De estas 4.543 personas, se espera llegar al 4% de participación del mercado que equivale a 182 niños inscritos; dentro de estas localidades se encuentra una escuela que podría ser competencia directa.

De la población que está dispuesta a inscribir a sus hijos en la escuela de formación el 86% de los padres les gustaría participar en un programa de acondicionamiento físico mientras sus hijos están entrenando.

Para determinar el pago de la mensualidad de los clientes, se realizó un análisis de las encuestas aplicadas en las UPZ Ismael Perdomo y Arborizadora de Ciudad Bolívar y las UPZ Bosa Central y Apogeo de Bosa, el resultado del análisis de esta información arroja que un valor de 70.000 pesos mensuales es en promedio el valor que los padres de familia estarían dispuestos a pagar por sesiones de entrenamiento para sus hijos.

Los resultados anteriormente mencionados, permite realizar un análisis financiero de la viabilidad y ejecución del proyecto de creación de una escuela deportiva en la disciplina de gimnasia en la localidad de CIUDAD BOLIVAR, por lo cual a continuación se realiza una descripción detallada de cada uno de los puntos principales en la constitución de dicha escuela de formación deportiva.

Producto	Frecuencia Anual	N° Ventas Año	Precio Sesión
Gimnasia Artística	6	1.749	70.000,00
Gimnasia Rítmica	6	1.749	60.000,00
Acondicionamiento Padres	6	1.504	15.000,00

Unidades Vendidas													
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Totales
Porcentaje		12%	12%	12%	12%	2%	2%	12%	12%	12%	12%		100,00%
Gimnasia Artística	-	210	210	210	210	35	35	210	210	210	210	-	1.749
Gimnasia Rítmica	-	210	210	210	210	35	35	210	210	210	210	-	1.749
Porcentaje	5%	10%	10%	10%	10%	5%	5%	10%	10%	10%	10%	5%	100,00%
Acondicionamiento Padres	75	150	150	150	150	75	75	150	150	150	150	75	1.504
Porcentaje	40%					25%	25%					10%	100,00%
0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Porcentaje		3%	13%	13%	13%	3%	3%	13%	13%	13%	13%		100,00%
0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	76	570	570	570	570	145	145	570	570	570	570	75	5.004



Ingresos por Ventas													
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Totales
Gimnasia Artística	-	14.687.877	14.687.877	14.687.877	14.687.877	2.447.980	2.447.980	14.687.877	14.687.877	14.687.877	14.687.877	-	122.398.976
Gimnasia Rítmica	-	12.589.609	12.589.609	12.589.609	12.589.609	2.098.268	2.098.268	12.589.609	12.589.609	12.589.609	12.589.609	-	104.913.408
Acondicionamiento Padres	1.127.819	2.255.638	2.255.638	2.255.638	2.255.638	1.127.819	1.127.819	2.255.638	2.255.638	2.255.638	2.255.638	1.127.819	22.556.383
0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.127.819	29.533.124	29.533.124	29.533.124	29.533.124	5.674.067	5.674.067	29.533.124	29.533.124	29.533.124	29.533.124	1.127.819	249.868.767

Además de las mensualidades generadas por los programas base (gimnasia artística, rítmica y acondicionamiento para padres), se venderán uniformes para los deportistas, hidratación el cual el cliente puede comprar en la recepción de la escuela deportiva

### GENERACIÓN DE INGRESOS DEL MODELO DE NEGOCIO PROYECTADAS EN EL PRIMER AÑO:

- Venta de activos: venta de uniformes (trusas, sudaderas, camisas, etc. tanto para hombre como para mujer). G.T.S maneja unos costos especiales para los clientes ya que los uniformes que se venderán son elaborados por contactos que la escuela deportiva tiene.
- Prima por uso: GTS tendrá franjas libres, donde las personas que quieran practicar gimnasia por su cuenta propia, pague por el uso del espacio de este. En este caso de la instalación y de los materiales – elementos a utilizar. Los grupos de cheerleading son los clientes que van a utilizar más este servicio. Ya que, para practicar sus rutinas, van con sus grupos a la instalación y pagan el tiempo que entrenen.
- Primas de suscripción: G.T.S brindará espacios de enseñanza de la gimnasia donde las personas que quieran acceder a este servicio, pagan una mensualidad y una inscripción dependiendo de la modalidad que quieran (gimnasia artística. Gimnasia rítmica, acondicionamiento para padres)

### mecanismo de precios:

- precios fijos: pago de arriendo del espacio, pago de servicios, salario de los entrenadores, suministros de oficina, seguridad, materiales de aseo e higiene, asesoría contable adquisición de los materiales deportivos que se necesiten para la realización de las clases,

Gastos Administrativos													
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año
Arrendamientos y Admon	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	36.000.000,00
Servicios Públicos	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	4.800.000,00
Suministros de Oficina	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	240.000,00
Seguridad (Cámaras y monitoreo)	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	840.000,00
Aseo, Higiene y Cafetería	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	840.000,00
Asesoría Contable	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	5.400.000,00
Seguros	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	300.000,00
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>4.035.000,00</b>	<b>48.420.000,00</b>

- precios dinámicos: estos precios dependen de la cantidad de grupos que tomen las clases y el nivel que tengan, los usuarios de los servicios se van a dividir en grupos dependiendo de la



modalidad, dependiendo del nivel, dependiendo de la edad, etc., y dependiendo de las categorías a si mismo se les va a cobrar o así mismo será el precio.

## CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Recursos necesarios para entregar la propuesta de valor

- **Físicos:** Aparatos para gimnasia deportiva.  
**Instalación:** espacio de 150 mt<sup>2</sup>  
**Estimulación temprana: (matrogimnasia)** Colchonetas, cilindros, escaleras, balones, sillones y cojines blanditos y cómodos para cada rango de edad. Diferentes modelos de colchonetas, redondas, rectangulares, plegables, con motivos, con obstáculos, tatamis, cada una ideada para un determinado tipo de actividad y acorde a la edad de los niños.

### **Gimnasia artística:**

#### **1) Categoría femenina:**

- Barras asimétricas
- Barra de equilibrio
- Suelo
- Salto

#### **2) Categoría masculina**

- Anillas
- Barra fija
- Caballo con arcos
- Barras paralelas
- Salto de potro
- Suelo

- **Intelectuales:** plan clase, conocimiento y experiencia de los entrenadores
- **Humanos:** Instructores de entrenamiento funcional, entrenadores de gimnasia, instructores de matrogimnasia, asistentes, personal administrativo, coordinadores, personal servicios generales.
- **Financieros:** Suma con la cual empieza el gimnasio. Aporte de sus socios.

Arriendo: **\$3.000.000**



<b>Infraestructura y Montaje</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
<b>Adecuaciones</b>	5.200.000,00	5.200.000,00
<b>Muebles y Enseres</b>	900.000,00	900.000,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	51.918.200,00	51.918.200,00
<b>Total Gastos Preoperativos</b>	<b>58.018.200,00</b>	<b>58.018.200,00</b>

**DESCRIPCION:**

<b>Muebles y Enseres</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Un. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Total</b>
Escritorio	Unidad	2,00	300.000,00	600.000,00
Sillas	Unidad	3,00	100.000,00	300.000,00
				-
				<b>900.000,00</b>

<b>Maquinaria y Equipo</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Un. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Total</b>
Minitramp educativo de 90cm x 90cm, con protector.	Unidad	1,00	489.000,00	489.000,00
Viga de equilibrio graduable tapizada	Unidad	1,00	1.800.000,00	1.800.000,00
Viga de equilibrio reglamentaria	Unidad	1,00	2.517.900,00	2.517.900,00
Potro competitivo	Unidad	1,00	2.103.400,00	2.103.400,00
Trampolín competitivo 120cm x 60cm acolchado con apoyo	Unidad	1,00	674.300,00	674.300,00
Caballote competitivo con arzones	Unidad	1,00	2.400.000,00	2.400.000,00
Barras asimétricas competitivas	Unidad	1,00	14.700.000,00	14.700.000,00
Barra fija Educativa para trabajo de asimétricas y barras	Unidad	1,00	1.980.000,00	1.980.000,00
Barra fija educativa para anclar al piso	Unidad	1,00	1.190.000,00	1.190.000,00
Barras paralelas educativas	Unidad	1,00	2.953.200,00	2.953.200,00
Cajón sueco rectangular de 125cm x 125cm x 40cm	Unidad	1,00	1.074.500,00	1.074.500,00
Anillas educativas con sistema giratorio	Unidad	1,00	1.200.000,00	1.200.000,00
Espaldera fija 230cm x 80cm	Unidad	1,00	471.900,00	471.900,00
Colchoneta Seguridad 300cm x 200cm x 30cm	Unidad	1,00	1.110.000,00	1.110.000,00
Colchoneta Semiseguridad 200cm x 200cm x 30cm	Unidad	1,00	1.625.000,00	1.625.000,00
Colchoneta Sencilla 100 cm x 150cm x 10cm	Unidad	1,00	299.000,00	299.000,00
Colchoneta plegable 5 módulos, 360cm x 200cm x 3cm	Unidad	1,00	150.000,00	150.000,00
Colchoneta Inclínada 200cm x 100cm x 40/10cm	Unidad	1,00	449.000,00	449.000,00
Cilindro de 1.20cm X 50cm	Unidad	1,00	321.000,00	321.000,00
Peana (educativa) sin resortes	Unidad	1,00	10.000.000,00	10.000.000,00
Balón (gimnasia rítmica)	Unidad	5,00	60.000,00	300.000,00
Cintas (gimnasia rítmica)	Unidad	5,00	80.000,00	400.000,00
Mazas (gimnasia rítmica)	Unidad	5,00	70.000,00	350.000,00
Aros (gimnasia rítmica)	Unidad	5,00	50.000,00	250.000,00
Computador	Unidad	1,00	1.500.000,00	1.500.000,00
Impresora	Unidad	1,00	400.000,00	400.000,00
Teléfono	Unidad	1,00	60.000,00	60.000,00
Mini componente	Unidad	1,00	350.000,00	350.000,00
Cámaras de Seguridad	Unidad	5,00	160.000,00	800.000,00
				<b>51.918.200,00</b>

**CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES**

**ACTIVIDADES CLAVE**

Actividades clave necesarias para realizar la propuesta de valor

1. Sesiones de entrenamiento de gimnasia artística femenino y masculino
2. Sesiones de entrenamiento de matrogimnasia, estimulación temprana, polimotor



3. Sesiones de entrenamiento de acondicionamiento físico para padres de familia mientras que sus hijos están en entrenamiento.
4. Capacitación a entrenadores
5. Capacitación a los padres de familia sobre la modalidad que su hijo(a) se encuentre.
6. Chequeos trimestrales, competencias semestrales para que las y los gimnastas muestren sus habilidades y progreso.

### **CATEGORÍA DE ACTIVIDADES A REALIZAR:**

- Resolución de problemas:

En la ciudad de Bogotá en especial en la localidad ciudad bolívar la gimnasia no es tan apoyado ni patrocinado por el mismo estado, e inclusive no hay escuelas de formación en gimnasia; las escuelas que hay están localizadas lejos de este sector por lo que para la mayoría de las personas que viven en esta localidad y sus alrededores se les dificulta acceder a su práctica ya sea por la distancia de las escuelas existentes y/o los precios son elevados, o simplemente por el miedo a practicarlo ya que desconocen de este y sus disciplinas.

### **CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES**

#### ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE EMPRESAS NO COMPETIDORAS:

- Una de las asociaciones que tendrá Gymnastics training school será: alianzas estratégicas entre empresas no competidoras ya que se hará alianza con empresas que vendan aparatos y elementos de gimnasia de calidad y a un buen precio., como lo es DIEDI LTDA. Esta empresa nos facilitara la parte de los aparatos y elementos que se necesitan para la práctica de la gimnasia. Se considera esta empresa ya que se conocen los aparatos que ellos venden y son garantizados y muy recomendados por empresas que ya compraron sus productos. Por otra parte, G.T.S tiene la facilidad de contactarse con estas empresas ya que existe una relación directa con las personas que distribuyen estos productos.
- GTS realizara alianzas con colegios distritales y privados del sur de Bogotá, para que los estudiantes puedan acceder a clases de gimnasia en la instalación ya sea en jornada escolar o extraescolar. Además, se realizar con los colegios asociados intercolegiados en nuestra instalación.

#### ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS

Se pretende hacer alianza con la liga de gimnasia de Bogotá, Evolution Gymnastics y clubs deportivos de gimnasia para realizar competencias y chequeos entre las mismas.

Motivadores para crear estas asociaciones:

- Optimización y economía de escala: Ya que al aumentar el tamaño de la empresa en cuanto a su infraestructura y el aumento de clientes, se generaría un mayor rendimiento para la organización y por lo tanto se generaría una reducción de costos Ya que se va a comenzar con poco y a medida que la empresa se valla posicionado y reconociendo, se ira escalonando en cuanto a variedad de elementos – aparatos y variedad de modalidades (trampolinismo, gimnasia rítmica, gimnasia aeróbica, gimnasia acrobática), así mismo poco a poco se ira escalonando hasta ser una de las mejores escuelas de formación en gimnasia a nivel nacional.



- compra de determinados recursos y actividades: ya que Gymnastics training school recurre a otras organizaciones como DIEDI LTDA para obtener determinados aparatos,

### CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Factor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación	7,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
IPP	7,50%	8,50%	8,50%	8,50%	8,50%
Incremento Anual Salario Mínimo		4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
Incremento Anual Ventas Unidades		7,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Incremento Anual Precio de Ventas		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Impuesto Renta	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
Seguridad Social	46,00%	46,00%	46,00%	46,00%	46,00%

tomando como base una inflación para el primer año de 7% y para los próximos 4 años de un 8% anual, se estima que el valor de la mensualidad suba anualmente un total de 5% a partir del segundo año de funcionamiento de la escuela deportiva. dentro de los gastos de funcionamiento de la escuela se estima un 33% en pagos de declaración de renta,



<b>Gastos Preoperativos</b>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Registro Mercantil	Un.	404.000,00	404.000,00
Permisos y Licencias	Un.	50.000,00	50.000,00
Web y Hosting	Un.	550.000,00	550.000,00
<b>Total Ventas Año</b>	-	<b>454.000,00</b>	<b>454.000,00</b>
<b>Registro Mercantil</b>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Escritura de Constitución	Un.	250.000,00	250.000,00
Registro Cámara de Comercio	Un.	154.000,00	154.000,00
<b>Total Ventas Año</b>	-	<b>404.000,00</b>	<b>404.000,00</b>
<b>Permisos y Licencias</b>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Permiso Secretaría de Salud	Unidad	50.000,00	50.000,00
<b>Total Ventas Año</b>	-	<b>50.000,00</b>	<b>50.000,00</b>
<b>Registro Mercantil</b>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Diseño Página Web	Un.	400.000,00	400.000,00
Hosting	Un.	150.000,00	150.000,00
<b>Total Ventas Año</b>	-	<b>550.000,00</b>	<b>550.000,00</b>

Para los gastos preoperativos anuales se tiene en cuenta el gasto del registro mercantil y el registro ante la cámara de comercio de Bogotá, y el permiso otorgado por la secretaria de salud, estos gastos corresponden a un total de \$454.000 pesos colombianos distribuidos así; Escritura de constitución: \$250.000 pesos colombianos, Registro ante la cámara de comercio de Bogotá: \$154.000 pesos colombianos y permiso de la secretaria de salud: \$50.000 pesos colombianos.

También se tiene en cuenta los gastos relacionados a publicidad informática inicial, que corresponde a la creación de una página web y hosting, con un gasto aproximado de \$550.000 pesos colombianos por año de operación.

Por lo cual se estima un gasto total de los gastos preoperativos de \$1'004.000 pesos colombianos.



Gastos de Ventas														
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año	
Personal de Ventas	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	1.898.000,00	22.776.000,00
Portafolio de Servicios	150.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150.000,00
Internet - Teléfono	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00	840.000,00
Visitas Personalizadas	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	960.000,00
Tarjetas y Papelería	50.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.000,00
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>2.248.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>2.048.000,00</b>	<b>24.776.000,00</b>

Se incluyen los gastos asociados al personal de ventas en donde se tiene en cuenta los pagos de salario, comisiones por cumplimiento de metas y las prestaciones sociales de ley, elaboración de portafolio de servicios, publicidad virtual, volantes, y visitas personalizadas a clientes potenciales, siendo un valor total de 3.808.486.16 pesos colombianos, estos valores se resumen así:

- Gerente: es quien supervisara los temas asociados a la puesta en marcha de la escuela deportiva, será quien controle las actividades ejecutas por el personal de ventas y está incluido en la administración de los recursos no monetarios de la empresa, se estima un pago mensual de 2.002.000 pesos colombianos incluido las prestaciones sociales.
- Personal de ventas: será el encargado de realizar las distribución de la publicidad y será la imagen de venta de la escuela deportiva, se presupuesta un salario mínimo como base de pago más prestaciones de ley, se incluye un incentivo de venta que corresponde a la mitad de su salario mensual si se cumplen las metas de venta establecidas mes a mes; en total por cada asesor comercial se estima un salario de 1.406.486.16 pesos colombianos. También se realizara un paso de transporte del personal de ventas cada vez que sea necesario su desplazamiento hasta el lugar de trabajo o sitio de encuentro con un cliente potencial, el valor mensual se en promedio 80.000 pesos colombianos mensuales.
- La elaboración de un portafolio de servicios en donde se incluya toda la información organizacional de la escuela deportiva y de los servicios que se prestan se presupuesta un valor de 150.000 pesos colombianos anulas.
- En gastos de ventas se incluye publicidad por medios telefónicos y virtuales, en donde se distribuirá publicidad para clientes y que el personal de ventas maneja diariamente, el valor asociado a esta publicidad se estima en los 70.000 pesos colombianos mensuales.
- Dentro de los gastos asociados a publicidad para ventas se estima un valor en papelería, volantes y tarjetas, el valor mensual se presupuesta en 100.000 pesos colombianos.

## GASTOS DE PERSONAL



Se incluyen los gastos asociados al personal administrativo donde se tiene en cuenta los pagos de salario y las prestaciones sociales de ley, siendo un valor total de \$2.464.000 pesos colombianos, estos valores se resumen así:

- a) Secretaria: persona cuya función es dar información acerca de los servicios que presta la escuela deportiva y recibir pagos de matrículas y mensualidades de los inscritos. Se estima un salario mínimo más prestaciones de ley para un total de \$1.232.000 pesos colombianos
- b) Coordinador: persona encargada de supervisar a los entrenadores y asistentes, además de llevar el control de las rotaciones que se manejarán en los diferentes aparatos y el puente de comunicación entre personal y gerente. Se estima un salario mínimo más prestaciones de ley para un total de \$1.232.000 pesos colombianos
- c) Entrenadores de cada programa: la función es enseñar la gimnasia con la técnica correspondiente, hacer seguimiento y evaluar el proceso del grupo de deportistas a cargo. Los entrenadores trabajarán por prestación de servicios y la hora se le pagará a \$30.000
- d) Asistentes: hacer acompañamiento al entrenador, será una ayuda en cuanto al cuidado y a la enseñanza de la gimnasia, de igual forma que los entrenadores, a los asistentes se les pagará por prestación de servicios \$20.000 la hora.

## CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

<b>Precios de Venta (Pesos colombianos)</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasia Artística	70.000,00	75.600,00	81.648,00	88.179,84	95.234,23
Gimnasia Rítmica	60.000,00	64.800,00	69.984,00	75.582,72	81.629,34
Acondicionamiento Padres	15.000,00	16.200,00	17.496,00	18.895,68	20.407,33
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
<b>Proyección de Ventas (Unidades)</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasia Artística	1.749	1.871	1.927	1.985	2.044
Gimnasia Rítmica	1.749	1.871	1.927	1.985	2.044
Acondicionamiento Padres	1.504	1.609	1.657	1.707	1.758
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
<b>Total Ventas Año</b>	<b>5.000,87</b>	<b>5.350,93</b>	<b>5.511,46</b>	<b>5.676,81</b>	<b>5.847,11</b>



<b>Proyección de Ventas (Pesos)</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasia Artística	122.398.975,99	141.444.256,65	157.342.591,10	175.027.898,34	194.701.034,11
Gimnasia Rítmica	104.913.407,99	121.237.934,27	134.865.078,08	150.023.912,86	166.886.600,66
Acondicionamiento Padres	22.556.382,72	26.066.155,87	28.995.991,79	32.255.141,26	35.880.619,14
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
<b>Total Ventas Año</b>	<b>249.868.766,69</b>	<b>288.748.346,79</b>	<b>321.203.660,97</b>	<b>357.306.952,46</b>	<b>397.468.253,92</b>

<b>Costos de Materia Prima</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasia Artística	59,67	64,74	70,24	76,21	82,69
Gimnasia Rítmica	50,00	54,25	58,86	63,86	69,29
Acondicionamiento Padres	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-

<b>Costos de Mano de Obra</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasia Artística	37.376,00	38.871,04	40.425,88	42.042,92	43.724,63
Gimnasia Rítmica	23.360,00	24.294,40	25.266,18	26.276,82	27.327,90
Acondicionamiento Padres	14.016,00	14.576,64	15.159,71	15.766,09	16.396,74
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-

<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasia Artística	-	-	-	-	-
Gimnasia Rítmica	-	-	-	-	-
Acondicionamiento Padres	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
<b>Total Costos Año</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

<b>Costos Totales</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gimnasia Artística	65.458.389,50	72.847.119,36	78.039.448,29	83.602.130,96	89.561.614,15
Gimnasia Rítmica	40.933.714,68	45.555.247,35	48.803.485,46	52.283.551,13	56.012.015,50
Acondicionamiento Padres	21.076.684,01	23.454.133,97	25.124.068,31	26.912.901,97	28.829.100,59
-	-	-	-	-	-
<b>Total Ventas Año</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Costos Año</b>	<b>127.468.788,20</b>	<b>141.856.500,67</b>	<b>151.967.002,05</b>	<b>162.798.584,06</b>	<b>174.402.730,24</b>

<b>Gastos de Ventas y Administrativos</b>					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Ventas	24.776.000,00	26.758.080,00	28.898.726,40	31.210.624,51	33.707.474,47
Gastos Administrativos	76.452.000,00	82.568.160,00	89.173.612,80	96.307.501,82	104.012.101,97
<b>Total Gastos Año</b>	<b>101.228.000,00</b>	<b>109.326.240,00</b>	<b>118.072.339,20</b>	<b>127.518.126,34</b>	<b>137.719.576,44</b>

<b>Inversión Inicial</b>	
Producto	Año 0
Maquinaria, Equipo , M y E	52.818.200,00
Inversión Diferida	5.654.000,00
<b>Total Gastos Año</b>	<b>58.472.200,00</b>



Capital de Trabajo	
Ítem	Año 0
Vr. Mensual Gastos Activos	2.064.666,67
Vr. Mensual Gastos Ventas,	6.371.000,00
Vr. Mensual Costos de Producción	10.622.399,02
<b>Total Gastos Año</b>	<b>19.058.065,68</b>
Meses Capital de Trabajo	3,00
<b>Capital Trabajo Año 1</b>	<b>57.174.197,05</b>

### Punto de equilibrio

Producto	Precio de Venta	Participación	Gastos y Costos Fijos	Costo Variable	Margen Utilidad	Ventas Unidades Año	Ventas Unidades Mes	Ventas Totales Año	Ventas Totales Mes
Gimnasia Artística	70.000,00	49,00%	49.601.720,00	37.435,67	32.564,33	1.523,19	127	106.623.414,16	8.885.284,51
Gimnasia Rítmica	60.000,00	49,00%	49.601.720,00	23.410,00	36.590,00	1.355,61	113	81.336.518,17	6.778.043,18
Acondicionamiento Padres	15.000,00	2,00%	2.024.560,00	14.016,00	984,00	2.057,48	171	30.862.195,12	2.571.849,59
0	-								
0	-								
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>101.228.000,00</b>	<b>74.861,67</b>	<b>70.138,33</b>	<b>4.936,28</b>	<b>411,36</b>	<b>218.822.127,46</b>	<b>18.235.177,29</b>
							11		
							9		
Gastos y Costos Fijos	101.228.000,00						240		

### Flujo de caja

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO (PURO O SIN FINANCIACIÓN)						
Flujo de caja	0	1	2	3	4	5
Ingresos		249.868.767	288.748.347	321.203.661	357.306.952	397.468.254
Costos y gastos		228.696.788	251.182.741	270.039.341	290.316.710	312.122.307
Depreciación		10.563.640	10.563.640	10.563.640	10.563.640	10.563.640
Amortización diferidos		1.130.800	1.130.800	1.130.800	1.130.800	1.130.800
Utilidad antes de impuestos		9.477.538	25.871.166	39.469.880	55.295.802	73.651.507
Impuesto (33%)		3.127.588	8.537.485	13.025.060	18.247.615	24.304.997
Utilidad después de impuestos		6.349.951	17.333.681	26.444.819	37.048.187	49.346.510
Depreciación		10.563.640	10.563.640	10.563.640	10.563.640	10.563.640
Amortización diferidos		1.130.800	1.130.800	1.130.800	1.130.800	1.130.800
Inversión fija	52.818.200					
Inversió diferida	5.654.000					
Inversión de capital de trabajo 3 meses	57.174.197					
Recuperación de capital de trabajo						
Valor de liquidación						
Flujo de caja neto	-	115.646.397	18.044.391	29.028.121	38.139.259	48.742.627
TIO	12%					
TIR	17%					
VPN	\$16.365.573,38					
Salario Mínimo	689.000					
Nº Salarios Mínimos	180					
Total Recursos Fondo Emprender	124.020.000					
Diferencia	8.373.603					



## LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES
<p>alianzas estratégicas entre empresas no competidoras:</p> <p>DIEDI LTDA</p> <p>alianzas estratégicas entre empresas competidoras</p> <p>-LIGA DE GIMNASIA DE BOGOTA</p> <p>-EVOLUTION GYMNASTICS</p>	<p>1. Sesiones de entrenamiento de gimnasia artística femenino y masculino.</p> <p>2. Sesiones de entrenamiento de acondicionamiento físico para padres de familia mientras que sus hijos están en entrenamiento.</p> <p>3 Capacitación a entrenadores</p> <p>4. Capacitación a los padres de familia sobre la modalidad que su hijo(a) se encuentre.</p> <p>5. Chequeos trimestrales, competencias semestrales para que las y los gimnastas muestren sus habilidades y progreso.</p>	<p>• El valor que ofrece nuestro servicio es el aprovechamiento del tiempo libre y ocio a través de la práctica de la gimnasia por niveles, mejorando la calidad de vida, la salud física y mental del deportista, para así, poder prevenir malos hábitos ya sea como el sedentarismo, malas amistades, vicios, entre otros que día a día los niños y niñas están expuestos.</p> <p>• Detección de talentos</p> <p>• Clases semi- personalizadas</p> <p>• Servicio de clases de ballet extra clase. Para que la deportista coja elegancia y postura en cada uno de los ejercicios que se hacen en la gimnasia</p> <p>• PRECIO: en cuanto a la mensualidad y matrícula a comparación de otras escuelas de formación.</p> <p>• (accesibilidad): fácil acceso en cuanto a la distancia a aquellas personas que vivan en el sur de Bogotá.</p> <p>• DISEÑO: en cuanto kit de indumentaria del deportista, colores, material de tela, decoración.</p>	<p>• Publicidad</p> <p>• visitas a colegios</p> <p>• Dar a conocer los servicios brinda G.TS y las ventajas tiene al ser parte de institución.</p> <p>• resultados obtenidos competencias, exhibición medallas, reconocimientos.</p> <p><b>estimulación de venta:</b></p> <p>• mejoramiento continuo de instalación, materiales elementos.</p> <p>• integración de nuevos programas que ayuden a la formación deportiva del deportista.</p> <p>• Generación de subsidios personas de bajos recursos</p> <p>• Presentación de los servicios postventa garantías de calidad del servicio.</p> <p><b>fidelización:</b></p> <p>• servicio de calidad,</p> <p>• Competencias semestrales</p> <p><b>TIPO DE RELACIÓN:</b></p> <p>asistencia personal</p>
RECURSOS CLAVE	CANALES		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• aparatos para gimnasia artística femenino y masculino.</li> <li>• Personal profesional en cultura física, deporte y recreación y/o a fines con experiencia en la enseñanza de la gimnasia por niveles.</li> <li>• Instalación amplia para la práctica de la gimnasia.</li> </ul>	<p><b>CANALES DE INFORMACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web, Facebook, twitter, YouTube, Volantes (de promoción e información sitio</li> </ul> <p><b>CANALES DE COMPRA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• para mensualidades y matrículas directamente yendo al sitio</li> <li>• Para compra de productos (uniformes, accesorios) directamente en la instalación</li> </ul> <p><b>CANALES DE EVALUACIÓN:</b></p> <p>Encuestas (sobre factibilidad para la creación de una escuela y de satisfacción).</p> <p><b>CANALES DE POSTVENTA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ofertas o descuentos especiales a nuestros clientes potenciales tales como el desempeño deportivo, o cuando los hacemos participar en concursos o sorteos</li> <li>• Se enviara un pequeño obsequio, carta o tarjeta de saludos por su cumplimiento</li> </ul>		



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente extra clase, si requiere de mejoramiento de habilidades</li> <li>• Servicio de masajes y taller de relajación de deportistas que lo requieran.</li> <li>• Servicio de clases de ballet extra clase. Para que la deportista coja elegancia que se hacen en la gimnasia</li> <li>• Capacitación a los padres de familia sobre la disciplina que su hijo entrenará</li> </ul>
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>	<b>FUENTES DE INGRESOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos Fijos: arriendo, salario entrenadores y demás empleados, pago servicios generales</li> </ul> Mensualidades: Gimnasia artística: 70.000 Gimnasia rítmica 60.000 Acondicionamiento físico: 15.000 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos variables: implementos y aparatos de gimnasia artística, mantenimientos, publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aporte inicial socios</li> <li>• Matricula/ Mensualidad de Gimnasia artística: \$70.000</li> <li>• Gimnasia rítmica: \$60.000</li> <li>• Acondicionamiento padre: \$ 25.000</li> <li>• Venta de uniformes (trusa)</li> <li>• Competencias y chequeos</li> </ul>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

E. V. G. Palacio, «SITUACIÓN ACTUAL DEL DEPORTE Y LA EDUCACIÓN,» 15 abril 2013. [En línea]. Available: [file:///C:/Users/Biblioteca%20%2005/Downloads/educacion\\_fisica\\_escolar\\_final.pdf](file:///C:/Users/Biblioteca%20%2005/Downloads/educacion_fisica_escolar_final.pdf).

] E. R. Acosta1, «INICIACIÓN Y FORMACIÓN DEPORTIVA: UNA REFLEXIÓN,» 2012. [En línea]. Available: <http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v15s1/v15s1a08.pdf>.

IBLIOGRAPHY CAICEDO, M. C. (2012). *DISEÑO DE MURO DE ESCALADA PARA EL*.

Obtenido de

<http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/16209/1/CrespoCaicedoMiguel2012.pdf>

Defelipe, S. (16 de junio de 2015). *Parkour: Desplazarse por Bogotá nunca fue tan divertido y retador*. Obtenido de <https://www.civico.com/bogota/noticias/parkour-desplazarse-por-bogota-nunca-fue-tan-divertido-y-retador>

IBLIOGRAPHY Acosta1, E. R. (2012). *INICIACIÓN Y FORMACIÓN DEPORTIVA: UNA REFLEXIÓN*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v15s1/v15s1a08.pdf>

CAICEDO, M. C. (2012). *DISEÑO DE MURO DE ESCALADA PARA EL*. Obtenido de <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/16209/1/CrespoCaicedoMiguel2012.pdf>



df

Defelipe, S. (16 de junio de 2015). *Parkour: Desplazarse por Bogotá nunca fue tan divertido y retador*. Obtenido de <https://www.civico.com/bogota/noticias/parkour-desplazarse-por-bogota-nunca-fue-tan-divertido-y-retador>

HospitalVistaHermosaNivel1. (2010). *Analisis de situacion en salud, Localidad Ciudad Bolivar*. Bogota.

La fiebre deportiva II. (2012). *revista dinero*. Obtenido de <http://www.dinero.com/negocios/confidencias-on-line/articulo/la-fiebre-deportiva-ii/157017>

martin, f. j. (2009). *expresion corporal*. Obtenido de [file:///C:/Users/Daniel/Desktop/liliana/FRANCISCOJESUS\\_MARTIN-articulos-sector-competitivo-gimnasia-empresa-2016-1.pdf](file:///C:/Users/Daniel/Desktop/liliana/FRANCISCOJESUS_MARTIN-articulos-sector-competitivo-gimnasia-empresa-2016-1.pdf)

Palacio, E. V. (15 de abril de 2013). *SITUACIÓN ACTUAL DEL DEPORTE Y LA EDUCACIÓN*. Obtenido de [file:///C:/Users/Biblioteca%20%2005/Downloads/educacion\\_fisica\\_escolar\\_final.pdf](file:///C:/Users/Biblioteca%20%2005/Downloads/educacion_fisica_escolar_final.pdf)

revistadinero. (2015). Crece apoyo económico al deporte y a la recreación. *revista dinero*. Obtenido de <http://www.dinero.com/economia/articulo/presupuesto-para-deporte-recreacion-colombia/206765>

revistadinero. (2016). El gran negocio de las actividades extracurriculares. *revista dinero*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/el-mercado-de-las-actividades-extracurriculares-escolares-en-colombia/222378>

ruiz, m. (2010). *Medición económica del deporte en Colombia: una propuesta metodológica de cuenta satélite*. universidad de antioquia.

La Paz BCS, (2016) Es la gimnasia la base de cualquier actividad deportiva. Obtenido de <http://www.voces cruzadas bcs.com/cultura/es-la-gimnasia-la-base-de-cualquier-actividad-deportiva>

Señal colombia (2015) Parkour, el arte de la gimnasia urbana, Obtenido de <http://www.senaldeportes.tv/content/parkour-el-arte-de-la-gimnasia-urbana>

BIBLIOGRAPHY Villa, C. R. (enero de 2011). *¿ QUE ES EL PARKOUR? ORIGEN: HABILIDADES EDUCACION FISICA EN PRIMARIA COMO BASE PARA ESTA NUEVA MODALIDAD DEPORTIVA* . Obtenido de LE PARKOUR: [http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod\\_ense/revista/pdf/Numero\\_38/CRISTINA\\_REDOO\\_1.pdf](http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_38/CRISTINA_REDOO_1.pdf)



