



LOBOS SIBERIANOS

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Angie Nataly García Sánchez

David Felipe Díaz Luna

Yonnatan Alejandro Rivas Venegas

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
2018



TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	3
<u>MODELAMIENTO DE LA IDEA DEL NEGOCIO</u>	3
<u>JUSTIFICACIÓN</u>	4
<u>ASPECTO SOCIO DEMOGRÁFICO</u>	4
<u>LOGO</u>	6
<u>SLOGAN</u>	6
<u>MISIÓN</u>	6
<u>VISIÓN</u>	6
<u>FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA</u>	6
<u>MARCO REFERENCIAL</u>	7
<u>CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO</u>	8
<u>CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR</u>	9
<u>CAPÍTULO III: CANALES</u>	12
<u>CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES</u>	14
<u>CAPÍTULO V: INGRESOS</u>	15
<u>CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES</u>	17
<u>CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES</u>	18
<u>CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES</u>	19
<u>CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS</u>	20
<u>CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO</u>	27
<u>LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO</u>	30
<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	31



INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la creación de empresas hoy día es uno de los de mayor interés, seguimiento, dedicación y esfuerzos por las personas tanto en los ámbitos académicos, políticos y sociales, debido a sus grandes alcances conseguidos y demostrados por su capacidad para generar empleo, desarrollo y crecimiento económico en la sociedad actual, (Tamayo, I., Gutiérrez, L., Barrales, V., Bustinza, Ó. & Fernández, V. 2009), aunque es válido decir que la creación de una empresa no solo requiere la idea innovadora, también la organización, el marco legal un gran presupuesto para capital, además de prever todos sus riesgos, el éxito de esta no es solo la venta del producto o servicio, también de una razonable administración del o los empresarios, (Anónimo, 2006). “El proyecto de creación de empresa va ligado cada vez más al concepto del emprendimiento” (Tamayo et al., 2009)

Para crear una empresa también se debe llevar a cabo un estudio e investigación rigurosa que nos permita visualizar y dar a conocer el fenómeno sobre el cual se va trabajar o implementar la idea, una de las grandes prioridades para la creación de una empresa es la satisfacción o cumplimiento de necesidades al público, más específicamente a la población que va dirigido el producto de la empresa.

Por ello el objetivo de este trabajo es realizar un plan de negocios para la empresa club “Lobos Siberianos”, la cual consiste en un equipo deportivo de atletismo en sus diferentes modalidades, con énfasis en formación deportiva y cazatalentos en jóvenes, por lo tanto mediante este trabajo se realizará una investigación exhaustiva que determine la viabilidad de la empresa, con el fin de llevar a cabo su creación. Esta investigación se desarrolla teniendo en cuenta varios aspectos; que se llevarán a cabo a lo largo del proyecto, modelo de negocio, segmento del mercado, proposiciones de valor, canales, relaciones con clientes, ingresos, estructura de costos, evaluación financiera y el lienzo del modelo de negocio.

MODELAMIENTO DE IDEA DE NEGOCIO

Nuestra empresa tiene como principal fuente de ingresos, las mensualidades e inscripciones de los atletas que pertenezcan al club, los cuales pagarán en efectivo, el costo de inscripción y su respectiva mensualidad a final de mes. El costo de la inscripción se debe pagar solo una vez.

Se tiene en cuenta que aquellos niños y jóvenes que pertenecen a estrato 1 y 2, se les brindará entrenamiento deportivo de manera gratuita, dando un apoyo de manera social para la localidad.

Nuestro modelo de negocio se fundamenta en la promoción de nuestra empresa a través de los colegios, pasando un permiso a los directivos del colegio, para promocionar y entregar



volantes con la información a los jóvenes interesados. Se espera, que con la información entregada los niños les informen a sus padres de su interés por correr y pertenecer al club. Una vez los padres o tutores de los jóvenes se acerque a nuestro punto de entrenamiento, podrán realizar la inscripción al club y la oficialización de permanencia en el equipo.

Adicional a la promoción en colegios, se creará una página en facebook, como medio de información masiva para promocionar detalladamente el club, donde también podrán observar videos y fotos de los entrenamientos, los jóvenes inscritos al club, el personal a cargo, entre otros.

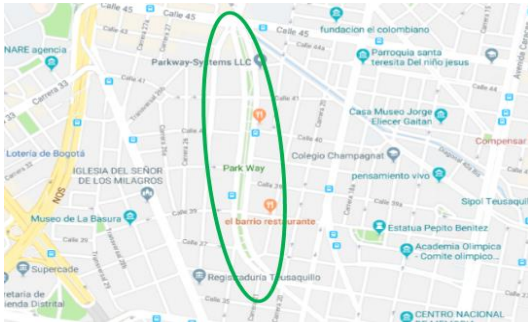
JUSTIFICACIÓN

La principal razón de esta empresa es brindar un espacio formativo y deportivo a los jóvenes de la localidad de Chapinero, fomentando el deporte sano, el fair play, los valores y principios humanistas; adicional a esto la empresa tiene como objetivo brindar su servicio a jóvenes ya que ellos cuentan con capacidades físicas más desarrolladas en las cuales el enfoque sería la potencialización y por otro lado los jóvenes ya no se encuentran en el proceso de selección de un deporte, ellos ya se encaminan por un solo deporte y dedican su tiempo en este, por lo cual la selección de grandes deportistas sería más sesgada por los cazatalentos; además de ello, los integrantes de la empresa tienen un sueño en común, y es dar formación a futuros talentos, y por qué no, futuros campeones Olímpicos.

Y esta empresa se ubicara en la localidad de chapinero barrio Palermo debido a la accesibilidad del Park Way, y la captación de personas que tiene este lugar. Además de ello, se quiere dar el espacio de manera libre y gratuita a todos los niños y jóvenes de bajos recursos, para que puedan aprovechar de este hermoso deporte y que logren cumplir objetivos personales.



ASPECTO SOCIO DEMOGRÁFICO



El club está ubicado en la Ciudad de Bogotá, Colombia.

Su sede deportiva se encuentra ubicada en el parque Park Way del barrio la Palermo. Su sede administrativa se encuentra ubicada en el barrio Palermo.

Sede deportiva

Ubicada en la Calle 39a, Bogotá.

Sede administrativa

Ubicada en Cra. 22 #45a 1

Barrio Palermo Bogotá



Análisis geográfico

El Club de “Lobos Siberianos” quiere enfocarse en la ciudad de Bogotá como su sede principal, en esta ciudad se orientó su investigación para el plan de negocios, la búsqueda de los posibles futuros clientes, sus instalaciones y algunos de sus canales de distribución.

Análisis demográfico

El Club “Lobos Siberianos” está dirigido a jóvenes de 12 a 16 años de de la ciudad de Bogotá principalmente de la localidad de Chapinero (sin discriminar o ignorar las demás zonas) ya que en esta localidad es donde se va iniciar la ida de negocio, posteriormente con los canales de distribución llegara el acogimiento de más zonas.



Análisis pictográficos

Los futuros clientes del Club “Lobos Siberianos” buscan un servicio de calidad, de precio asequible, con nuevas ideas que los hagan diferentes. El producto se les venderá bajo el slogan “Corre por tus sueños”, con el cual se espera que los clientes se interesen por el servicio y venderles el servicio.

LOGO:



Nuestro logo representa el espíritu indomable de un corredor aguerrido, que lucha y da lo máximo hasta el último aliento. Además, está representado por los colores primarios de nuestra bandera de Colombia. Lobos Siberianos es el nombre, que hace alusión a nuestra filosofía de entrenamiento, “entrenar, protegerse, apoyarse como, una manada”

SLOGAN: “entrenar, protegerse, apoyarse, como una manada”, nuestro eslogan significa trabajo en equipo, lealtad hacia los compañeros y mejorar en conjunto, nunca dejar atrás a ningún compañero y siempre seguir con la frente en alto.

MISIÓN: Lobos Siberianos busca fomentar el atletismo a los niños y jóvenes de la localidad de Palermo, Chapinero. Dándoles enseñanzas de vida a través del deporte y de igual manera mostrándoles los principios humanistas, para el desarrollo personal, profesional y espiritual de cada uno de los corredores.

VISIÓN: Lobos Siberianos cazará los futuros talentos deportivos en los colegios dentro de la localidad y barrios aledaños de Palermo, los cuales se visualizarán de 10 a 15 años, como próximos Campeones Olímpicos.



No solo los campeones Olímpicos, necesita el país, por lo cual también se visualiza formar atletas y personas correctas, con principios y sueños por cumplir, que brinden desarrollo y utilidad a la sociedad.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Lobos Siberianos, integrado por profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación, brinda su entrenamiento, teniendo como principio fundamental, los valores éticos y el esfuerzo por satisfacer los objetivos en mente de cada uno de los corredores, de una manera afectuosa y respetuosa. La formación humanista de los profesionales de la Universidad Santo Tomás, permite que se dé una competencia limpia y con espíritu deportivo, dentro de los mismos atletas del club, como en la competencia con otros atletas externos al equipo.

Se fomentarán diversos valores, entre ellos el respeto con los compañeros y competidores, amor al deporte, honor y honra a la familia, disciplina y esfuerzo en cada uno de los aspectos de la vida, responsabilidad con cada una de las tareas por cumplir y por último la lealtad hacia los amigos y el equipo.

Además de ello, la empresa no solo busca el mérito deportivo únicamente, también se busca el desarrollo personal de los corredores, la enseñanza y aprendizaje de valores y crecimiento a nivel personal.

MARCO REFERENCIAL

Esta empresa es fundada bajo un objetivo social el cual se basa en abordar el bien común, que sería la práctica del deporte y la actividad física como un medio para aprovechamiento del tiempo libre, lo que se contemplaría y cumpliría en el Artículo 52 de la Constitución Política de Colombia.

Bajo el artículo 17 de la Ley 181 de 1995, el Deporte Formativo y Comunitario hace parte del Sistema Nacional del Deporte y planifica en concordancia con el Ministerio de Educación Nacional, de tal manera que se plantea en la práctica deportiva del atletismo para la enseñanza y utilización constructiva del tiempo libre y la educación en el ambiente, para el perfeccionamiento personal y el servicio a la comunidad, diseñando actividades en deporte y recreación para jóvenes, en el club “Lobos Siberiano” dentro de la planificación a desarrollar en el presente y futuro de la empresa.



De acuerdo al artículo 53 de la Ley 181 de 1995, el Plan Nacional del Deporte, la Recreación y la Educación Física, tendrá como que guiarse a los planes y proyectos que las entidades territoriales de carácter municipal, departamental y las instituciones del deporte empleen, como lo fomenta el Club “Lobos Siberianos” dentro de su práctica y participación deportiva en sus distintos escenarios, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre donde propongan el desarrollo del sector deportivo de acuerdo con las políticas del Gobierno Nacional.

Resoluciones Nos. 589 de 2010 y 360 de 2013 otorga, renueva, actualiza el reconocimiento deportivo a los Clubes Deportivos de Bogotá D.C., previo al cumplimiento de los requisitos establecidos, de la normatividad vigente, para fomentar, patrocinar y organizar la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, e impulsar programas de interés público y social, dentro de una respectiva jurisdicción territorial.

Bajo la resolución 0576 de 1997 Por medio de la cual se reglamenta la creación de escuelas deportivas, de acuerdo con el proyecto a largo plazo en el Club “Lobos Siberianos”, el artículo 8 nos menciona los requisitos para la adquisición del aval, para obtener este mismo del Instituto las escuelas deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Presentar un listado de integrantes, con un grupo mínimo de veinte (20) niños en deportes individuales y treinta (30) en deportes de conjunto.
2. Adjuntar acta de constitución de la junta directiva la cual estará integrada por los siguientes miembros: director, secretario, tesorero, fiscal y profesor.
3. Presentar el reglamento interno determinando las funciones de la junta directiva, de sus miembros, así como de los alumnos, padres o acudientes.
4. Anexar hoja de vida del profesor.
5. Asistir a la capacitación sobre escuelas deportivas ofrecida por el Instituto.
6. Permitir al Instituto la visita de verificación y reconocimiento de la escuela.

Por otro lado, artículo 4 de la Resolución 0576 de 1997 nos aclara que para la creación del Club “Lobos Siberianos”, los participantes en las escuelas deportivas podrían ser niños y jóvenes entre los seis (6) y dieciocho (18) años.



CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total en varios grupos más pequeños y homogéneos. El objetivo principal de este proceso es dominar a fondo a los consumidores o socios y atenderlos satisfaciendo sus necesidades, agregando valor y calidad en el servicio (Urbina, 2008).

Esta segmentación de mercado está para lograr satisfacer a sus socios o consumidores, realiza una división por segmentos para cada grupo, con características comunes para estos mismos (Osterwalder y Pigneur, s.f).

Nuestra empresa está dentro de la segmentación de **Nicho de mercado**, la cual atiende ya que se adaptan los requisitos específicos del socio, que en este caso sería adquisición de un servicio de entrenamiento (Ospina y Arizmendy, 2018).

Por lo tanto este club va ser totalmente formativo y con ánimo de búsqueda de talentos deportivos, en la cual el rango de edad es de 12 a 16 años.

Nuestra empresa se dirige a todos los jóvenes y niños de la localidad de Chapinero, ellos tienen tanto necesidades como atributos comunes. Se sabe que Chapinero es una zona con una densidad poblacional alta y que no se cuenta con un número grande de espacios deportivos enfocados a correr. Nuestra empresa será pionera en la zona, dando prioridad a los niños que quieren correr, un espacio en la zona del Park Way para que puedan disfrutar del entrenamiento y formación en atletismo, de una manera óptima y segura, siempre dirigida por entrenadores de calidad y con una planificación del entrenamiento adecuada.

Problema a resolver dependiendo a las necesidades de nuestro segmento de mercado:

- Categoría Infantil: Se busca con esta categoría, entrenar todos los aspectos físicos que según la edad biológica, se deben entrenar, como lo son la propiocepción, espacio temporalidad y coordinación. Esta es una etapa en la cual los jóvenes reciben entrenamiento enfocado a una buena ejecución de técnica de carrera y promoción y prevención de lesiones deportivas. Además de ello, se debe trabajar en gran medida la velocidad, para que años posteriores, puedan tener una huella motriz más fuerte, y la capacidad física de velocidad, se pueda transmitir tanto en velocidad máxima, como en resistencia a la velocidad
- Categoría Juvenil: En la categoría Juvenil se empieza a trabajar aspectos más específicos de fuerza, en la cual el entrenamiento se enfoca en la prevención de futuras lesiones. Además de la preparación física y psicológica, se empieza a



transformar toda la velocidad adquirida en los años anteriores, para focalizar a los corredores en las diferentes pruebas que se realizan en la pista de atletismo, tanto en velocidad como en carreras de resistencia.

CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

Teniendo en cuenta que las preposiciones de valor, son aquellos aspectos característicos de una empresa, que brindan un valor agregado o un plus, que genera ventaja frente a la competencia, ya sea en el precio, innovación, calidad o demás. A continuación se presentará la propuesta de valor de la empresa lobos Siberianos.

La propuesta de valor de este club es de **novedad** ya que les brindamos un espacio a los jóvenes del barrio Palermo localidad de chapinero para la práctica deportiva o de actividad física de un deporte poco practicado en la zona.

La actividad física que realiza:

Nuestro programa de entrenamiento deportivo va enfocado a los niños y jóvenes de la localidad de Chapinero, a los cuales se les buscará trabajar la psicomotricidad, capacidades, aptitudes y potencialidades físicas, el talento, desarrollo personal y humano

Opciones de ejecución:

La práctica de este club se realiza es en un espacio abierto y libre en el parque Park Way de la ciudad de Bogotá, orientado a jóvenes menores de edad entre edades de 12 y 18 años.

Análisis del sector económico

Competencias:

Directa: Clubes de formación deportivo y cazatalentos, tales como: Club gacelas Kennedy, Endurance Runners, Club Potosí la isla. Estos clubes son equipos deportivos privados que se encuentran afiliados actualmente a la Liga de Atletismo de Bogotá

Indirecta: Las escuelas de formación públicas afiliadas al IDR, colegios con jornada escolar complementaria que ofrezcan programas de atletismo.

Costos:

Competencia directa: Precios que oscilan de \$60.000 a \$100.000



Competencia indirecta: Precios muy bajos o nulos

Por lo tanto nuestro club tiene estrategias para la captación de sujetos que suplan las desventajas y a su vez garantizar ventajas beneficiosas de este mismo.

Posteriormente se definirá que es una ventaja competitiva y un valor agregado para su explicación más adelante abordada al club.

Ventaja competitiva

Es la aptitud que tiene una empresa de posicionarse en lo alto de la demanda económica frente a empresas prestadoras del mismo servicio, esto generado por estrategias creadas por la misma (Ospina y Arizmendy, 2018).

Según Porter (2002), existen dos tipos de ventaja competitiva, la ventaja de costos y la ventaja en diferenciación.

Dentro de los tipos de ventaja competitiva, podemos sacar provecho de ello de la siguiente manera:

Ventaja competitiva:

- Una continua inversión en equipos de trabajo: Conos, platillos y escenarios deportivos rurales.
- Competencia tecnológica, uso de apoyo de máquinas y programas que permitan el análisis biomecánico de la carrera
- Estandarización de productos que facilite el entrenamiento y la captación de clientes.
- Una promoción en el costo de inscripción y mensualidad a personas de escasos recursos.

Ventaja en diferenciación:

- Acentuar en la promoción de nuestro club a través de redes sociales.

Servicios y valor agregado:

Nuestra empresa tiene como objetivo innovar, dando cualidades que ninguna escuela o club de formación deportiva en atletismo posee, dentro de esas cualidades está:

- Uso de implementos deportivos aplicados desde la ergonomía
- Ayudas tecnológicas para el análisis mecánico de la zancada y técnica en general
- Apoyo de entrenadores con amplios conocimientos en planificación y programación del entrenamiento deportivo.



- Salidas planificadas a espacios rurales, los cuales generan mayor gusto y amor por este deporte
- registro y asistencia de los atletas, con un detallado seguimiento de cada uno de ellos

Proyección del Club:

- Corto Plazo: Surgir como empresa y como club, poder contar con la inscripción de al menos 20 corredores, jóvenes y niños que pertenezcan a la zona. Además formalizar nuestro club como adscrito a la Liga de Atletismo de Bogotá
- Mediano Plazo: Conseguir múltiples campeones Nacionales en diferentes pruebas, ya sean tanto en velocidad como en carreras de media o larga
- Largo Plazo: Lograr un campeón Olímpico, que sea formado en nuestra escuela y que haya pertenecido como un mínimo de 5 años a la escuela.

CAPÍTULO III: CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución que se utilizaran en el club para nuestros socios serán propios y directos, ya que están enfocándonos a brindar información del club.

Canales de información:

Utilizando algunas redes sociales como medio de transmisión de la información además de la voz a voz a los supuestos clientes.

- ✓ Facebook:
Información a usuarios y promoción del servicio, creando una página que ofrezca el servicio detalladamente, con medios audiovisuales que le permitirá al espectador interesado observar los métodos de trabajo, los medios y los beneficios.
- ✓ Promoción en colegios:
Visita informativa del servicio y promoción a la vinculación al club, por medio de volantes, para su captación de público.



- ✓ Instagram:
Por medio de la fotografía y videos, mostrar evidencia de los entrenamientos, espacios ofertados, y las actividades plus que brinda el club, provocando una posible adherencia a la práctica.

- ✓ Voz a voz:
Es un medio bastante informal, sin embargo es de bastante utilidad, ya que más zonas o futuros socios que estén por fuera de nuestros canales de distribución anteriormente mencionados, pasarían a ser parte. Adicional a esto, generalmente los espectadores se acercan al lugar, cuando observan algo y se encuentran interesados para obtener información.

Canales de evaluación:

El servicio se le brinda a un cliente, dicho producto se oferta y el espectador es quien decide si tomarlo o no, claramente el servicio busca ser perfecto o de gran calidad y para ellos es de gran ayuda que los inscritos al club comenten su percepción frente al servicio

- ✓ Retroalimentación

El feedback es un gran método, por el cual se pueden apreciar todas las percepciones de los alumnos, por cada sesión de entrenamiento, se realiza en la fase de estiramientos y es un espacio donde todos los presentes y pertenecientes al club pueden dar su punto de vista.

- ✓ Charlas en salidas rurales

Un beneficio o plus con el que cuenta esta empresa, son las salidas rurales de entrenamiento que se les organizará a los jóvenes, en estas salidas, se aprovechara el tiempo de esparcimiento, libertad y serenidad que ofrece el sitio, para poder brindar evaluaciones cualitativas frente al club.

Canales de compra:

Para que una empresa se posicione en lo más alto del mercado teniendo competencia, debe brindar un servicio de bastante calidad o un servicio económico que no cuente con gran calidad, tener una idea innovadora, o un plus que llame la atención del público, dejando la competencia a un lado, dando por hecho que nosotros damos el mejor servicio. Para ello esta empresa cuenta con 3 grandes beneficios que pueden generar más captación de clientes.



- ✓ Beneficios: Salidas rurales en la sabana de Bogotá para realizar ondulaciones en los entrenamientos, acercamiento con el grupo por medio de la educación experiencial y aprovechamiento del tiempo libre.
- ✓ Ser un club en búsqueda de jóvenes talentos y no solo esperar a que los jóvenes se acerquen para llegar a ser grandes deportistas, apoyar este proceso con iniciativa.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

La relación con los clientes hace referencia, en cómo la empresa hace contacto con cada uno de los consumidores, para ello existen diferentes categorías, tales como: Asistencia personal, Asistencia personal dedicada, Autoservicio, Servicio automatizado, Comunidades y Co-creación.

Lobos Siberianos mantendrá una relación de carácter de Asistencia Personal, ya que los clientes pueden comunicarse con un representante real para conseguir la ayuda durante el proceso de ventas o después de completada la compra.

Esto de igual manera se debe a la misma forma en cómo funciona la empresa, ya que los jóvenes corredores se mantendrán todo el tiempo en contacto directo con un entrenador deportivo, el cual les dará las cargas de entrenamiento correspondientes de manera personal. Además de ello, durante los entrenamientos, el o los entrenadores estarán todo el tiempo en función de las necesidades de los jóvenes corredores.

Lobos Siberianos en un principio buscará

- Adquirir consumidores:

Proporcionar por medio de nuestros canales de información, una enorme cantidad de jóvenes interesados en inscribirse en el club, los cuales vendrán de los colegios cercanos de la zona. El objetivo es conseguir la mayor cantidad de jóvenes con deseos de correr y propósitos

- Retener consumidores:

Lo más frecuente en las escuelas de formación, es que en un momento dado, comiencen los atletas a desertar, dejando un grupo menor. El objetivo será motivar e incentivar a



aquellos atletas que se queden por un largo periodo de tiempo. Lo que dará pie para que el grupo sea grande y consistente.

- Empujar las ventas:

Una vez el equipo obtenga grandes logros deportivos, se buscará volver a promocionar el ingreso de nuevos talentos deportivos, haciendo un reconocimiento del buen trabajo del club con los integrantes del mismo.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Lobos siberianos generará activos desde un menú de precios fijos, precios que ya han sido predeterminados para la compra del cliente y que han sido analizados a partir de la competencia directa. A continuación se realizará las formas de generación de ingresos del modelo de negocio proyectadas en el primer año, el respectivo análisis, junto con el porqué de los precios dados y dando a conocer los precios que nuestra empresa dará a nuestro segmento de mercado.

Competencia directa:

Endurance Runners es un equipo de atletismo ubicado en la Unidad Deportiva el Salitre (UDS), posee actualmente los mejores atletas del país, entre ellos, Mauricio González, Iván González, Leidy Romero, Miguel Amador, entre otros. Los precios de inscripción son de 80.000 COP como cuota única. Una vez inscritos en el club, los atletas deberán pagar una mensualidad de 60.000 COP.





Fuente	Frecuencia de aporte	Tipo de aporte	Servicio fuente de ingresos
Socios nuevos	Único aporte por suscripción	Monetario	Beneficio
Socios Beneficiados	Aporte mensual	Monetario	Beneficio

Precio promedio y capacidad de pago del cliente

Nuestra empresa tiene en cuenta la zona geográfica, y la prevalencia de los estratos de los alrededores (estratos 3 y 4), por lo cual se da la posibilidad de cobrar un precio similar al competidor principal. La capacidad de pago del cliente es directamente proporcional a su poder adquisitivo, por ende tienen la capacidad de pagar fácilmente los costos que se plantearán a continuación.

Precio de venta del servicio

Fuente	Frecuencia de aporte	Tipo de aporte	Servicio fuente de ingresos
Socios nuevos	Único aporte por suscripción (70.000 COP)	Monetario	Beneficio
Socios Beneficiados	Aporte mensual (50.000 COP)	Monetario	Beneficio



Estrategia para la definición del precio

La estrategia es dar un valor menor al de nuestro competidor principal, sin dejar los precios muy por debajo, para de igual manera, en un periodo de tiempo de máximo seis meses, alcanzar nuestro punto de equilibrio y poder empezar a generar ganancias netas.

Tipo de generación de ingresos

Teniendo en cuenta lo anterior, nuestra manera de generar ingresos, es de tipo “primas de suscripción”, ya que los clientes deberán pagar un monto mensual, el cual no variará por la cantidad de tiempo que estén. Los precios son fijos y el único gasto que tendrán que hacer de manera única, es el del valor de la inscripción.

- Ingresos de transacciones resultantes de pagos realizados por el cliente una vez: Valor de inscripción (70.000 COP)
- Ingresos recurrentes resultantes de pagos continuos para entregar una proposición de valor a los clientes o de proveer soporte post venta al cliente: Mensualidad (50.000 COP)

CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Los recursos clave son todos los activos que son la base fundamental para hacer funcionar el modelo de negocio, en este caso, para Lobos Siberianos, existen activos que son los pilares para que den sustento y forma a nuestra empresa. Los principales recursos claves son:

- Recursos Humanos:

Nuestros entrenadores deportivos son la clave para el funcionamiento de este negocio, ya que ellos son los que están atentos ante las necesidades del cliente y la planificación de los objetivos personales de cada atleta. Además de ello, los entrenadores son los que cumplen en mayor medida los propósitos de misión y visión, generando el proceso individual y grupal del club atlético.

Los entrenadores, siendo el conjunto de socios internos de la empresa, son aquellos que tanto fomentan la integración de nuevos talentos deportivos, como el mantener el curso de cada



uno de los corredores a lo largo del tiempo (mantenimiento del equipo, con objetivo de generar la menor cantidad de deserción posible).

- Recursos Físicos:

Nuestras instalaciones son fundamentales para el mantenimiento de nuestra empresa, ya que los corredores con aquellos que disfrutaran de nuestros espacios deportivos, para el entrenamiento diario y concurrente.

El Park Way es una zona estratégica, ya que está ubicado en una zona residencial y con un amplio número de colegios en los alrededores, tales como el Colegio Distrital Palermo, Colegio Americano de Bogotá, Colegio Champagnat, entre otros.

Dentro de los recursos físicos también está nuestro valor agregado, que es el uso de diferentes zonas urbanas – rurales, como lo es el parque nacional y los espacios verdes de sus alrededores. Nuestros clientes podrán aprovechar de salidas planificadas, estructuradas y anteriormente aseguradas para que los atletas puedan disfrutar de un entrenamiento en una zona con aire limpio y con hermosas vistas.

En lo posible, generaremos alianzas con diferentes clubes a lo largo del tiempo, para poder aprovechar de algunos días de entrenamiento en pistas de atletismo con suelo de Tartán (pistas oficiales), para que puedan entrenar en espacios específicos para la velocidad y repeticiones rápidas.

Recursos

RECURSOS TECNICOS	RECURSOS TECNOLÓGICOS	RECURSOS TÉCNICOS
PLATILLOS (48)	pulsometros	
CONOS(48)	tanita	programa de planificación del entrenamiento
		TALENTO HUMANO 3 ENTRENADORES 1CONTADOR Recursos físicos LUGAR DE ENTRENO PARKWEY
CRONOMETROS (3)	computador	
SILVATOS(3)	página web	



TABLA DE RECURSOS			
RECURSO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	VALOR
PLATILLOS	345.600		345.000
CONOS	460.000		460.000
CRONOMETRO	165.000		165.000
PITOS	60.000		60.000
TEHERABAND	125.000		125.000
PULSOMETRO	1.400.000		1.400.000
TANITA	600.000		600.000
COMPUTADOR	1.100.000		1.100.000
TALENTO HUMANO ENTRENADORES	2.400.000		2.4000
PAGINA WEB		55.000	55.000
PROGRAMA PC		125.000	125.000
TOTALES			6.835.000

CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave hacen referencia a todas aquellas acciones fundamentales para que una empresa funcione de una manera eficaz, dando un plan para la ejecución del producto, la resolución de problemas y plataformas de red para hacer difusión de la información más importante de la empresa, tanto como procesos de inscripción, quienes somos, resultados de los atletas internos en el club y costos de nuestros productos. Dentro de las actividades claves hay:

Producción: Nuestra empresa genera un servicio personal, dando información a nuestros clientes en cómo deben entrenar y que deben hacer en día del entrenamiento. Sin embargo nuestra producción de da a partir de la “Planificación del entrenamiento deportivo”, el cual nosotros nos encargamos de 5 pasos fundamentales para la creación de nuestro plan (servicio)



- Diagnosticar: realizar aspectos protocolarios dentro de la planificación del entrenamiento, como lo son la fase Raport, Evaluación funcional e historial médico.
- Evaluar: generar un diagnóstico del cómo se encuentran nuestros clientes en el momento en el que llegan al club, dando un estimado de su estado físico en cuanto componentes de fuerza, resistencia y flexibilidad.
- Planificar: a partir de los objetivos personales de cada corredor, se generaran bloques d entrenamiento, dando orden a un Macro ciclo, para que se pueda entrenar con tiempo y de una manera organizada, dando estado de forma al deportista y llegando a sus objetivos en el mejor rendimiento deportivo.
-
- Periodizar: se segmentan los bloques del Macro ciclo, con la finalidad de dar orden a cada uno de los aspectos a entrenar, tanto físicos, psicológicos, técnicos y tácticos.
- Programar: la programación es nuestro producto final, el cual cada semana, se dará un plan diario (7 días de entrenamiento programados), para que los atletas cumplan con el orden dado del entrenamiento y con el protocolo que hemos creado para ellos.
- Solución de problemas: La solución de los problemas, se realizará de manera interna y hablada entre los mismos atletas y entrenadores deportivos. Todos aquellos inconvenientes se darán a partir de la conversación y el fin de un consenso que beneficie a aquellos que estén involucrados en dicho conflicto.
- Red: En nuestra página web, se puede encontrar todo acerca de quiénes somos, donde nos ubicamos, nuestra misión, visión, planes a futuro, instalaciones, precios, costos, valores agregados a diferencia de los otros clubes de atletismo y demás información. Además de ello, nos moveremos en redes sociales, tales como Facebook e Instagram, con la finalidad de llamar aún más la atención de nuevos y potenciales clientes.

CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Dentro de la filosofía de la empresa, prevalece el trabajo en equipo, tanto con los mismos atletas del club, como los mismos competidores. En un principio sonará ilógico, pero dentro del atletismo se sabe que una cooperación en grandes números de atletas, pueden dar producto para excelentes marcas que pueden llevar a un sinnúmero de corredores a participar en grandes competencias y competiciones internacionales de pista.



Por ello las asociaciones clave entre otros clubes de atletismo son fundamentales, tanto para que los atletas se reúnan para entrenar, como para competir. Al juntar los atletas de varios clubes, segmentados en sus respectivas categorías, pueden trabajar en equipo y mejorar de una manera potencial, tal cual lo hacen los países potencia en este deporte, como lo son Ethiopia, Kenya y otros países africanos, los cuales entrenan en grandes lotes de corredores, para mantener un ritmo parcial y mejorar en gran medida.

Reducción de riesgo e incertidumbre:

Se busca reducir el ambiente competitivo entre los mismos clubes, ya que en una visión a grandes metas es absurdo competir para una medallería en un campeonato distrital, a cambio de que los atletas de diferentes clubes, se asocien para generar una carrera estratégica, donde todos se apoyen, y faltando una determinada distancia, se disputen entre los mismos atletas quien se encuentra más fuerte.

Esto potencia las marcas deportivas y genera una mejor cohesión de grupo, es una competencia donde los atletas trabajan en equipo y a la vez dan lo mejor de cada uno para hacer la mejor marca posible.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Dentro de la estructura de costos se abordará en costos administrativos y los costos operacionales solo se evidenciarán con el espacio público y el respectivos inventario de recursos físicos como técnicos el cual se evidenciara en tablas futuras equivalentes por 4.4365.000 cop con las cuales se podrá prestar un buen servicio y donde se realiza la práctica deportiva y el talento humano (entrenador), y los respectivos materiales físicos de primera mano como lo son (cronómetros platillos, conos, pitos teherabands), los cuales se hicieron en aportes iguales por el número de socios.

Los costos de lobos siberianos serán costos fijos, se tendrá una cuota de suscripción mensual que es de \$50.000 COP y una cuota única de afiliación al club de \$70.000 COP.



Los cálculos de la siguiente tabla se hacen de la siguiente forma.

*1: Se define inicialmente cuota de afiliación \$70.000; el club contaría con 25 afiliados (fundadores) al iniciar.

*2: Se define inicialmente cuota de sostenimiento mensual de \$50.000 * 25 miembros del club.

*3: El trabajo del entrenador a cargo del grupo se pagará según el salario mensual legal vigente, el pago de un día de trabajo se establece en \$781.242, por lo que el entrenador se le pagará \$48.827*16 horas de trabajo mensual que tendrá.

*4: Según el manual de aprovechamiento económico del espacio donde se realizaran los entrenamientos es gratuito.

*5: Se carnetizarán a los socios del club y cada carné tendrá un costo de \$5.000= \$5.000*25.

*6: Para el primer mes sé que es el más tedioso en cuanto a los acarreos administrativos por la inscripción del club como ESAL ante la cámara del comercio y él IDRDR se le pagará a un socio del club \$300.000, el resto de los meses contables se le dará un aporte simbólico de \$100.000.

*7: La utilidad será el remanente mensual que se dará en pro del beneficio de los socios del club.



Tabla de egresos del año de enero a diciembre.

RELACION EGRESOS MES A MES		
Mes	Egreso	Valor
enero	2.350.000	2.350.000
febrero	2.350.000	2.350.000
marzo	2.350.000	2.350.000
abril	2.350.000	2.350.000
mayo	2.350.000	2.350.000
junio	2.350.000	2.350.000
julio	2.350.000	2.350.000
agosto	2.350.000	2.350.000
septiembre	2.350.000	2.350.000
octubre	2.350.000	2.350.000
noviembre	2.350.000	2.350.000
diciembre	2.350.000	2.350.000

Cabe resaltar que es el primer mes en el que el club se piensa constituir.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que anualmente se tiene un punto de equilibrio en el club, ya que los egresos no superan los ingresos mensuales recibidos.

Ya que la fuente de ingreso del club se hará por medio de una cuota fija de afiliación mensual, y se tendrán solo costos fijos (entrenador), se hará nula la

Implementación de un costo variable durante un año contable.

Mensualmente generando una utilidad o remanente para los socios beneficiarios.



$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos

P Precio unitario

CV Costos variables unitarios

INGRESOS MENSUALES	FIJOS	MENSUALIDAD SOCIOS CLUB/PRECIO UNITARIO	PUNTO DE EQUILIBRIO
14.472.000		\$70.000	206 personas tomen el servicio

INTERPRETACION

Se necesita que mínimo 206 miembros del club aporten la mensualidad para estar en el punto en el trascurso de todo el año Este punto de equilibrio se medirá en personas que adquieran el servicio para que exista una sostenibilidad mínima.



BALANCE DE LA EMPRESA

		LOBOS SIBERIANOS	
		NIT. 000,000,000-0	
		BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE DEL 2,018	
ACTIVO			
CORRIENTE			
EFFECTIVO		1.000.000	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES			1.000.000
ACTIVOS NO CORRIENTES			
INVENTARIOS		6.835.000	
TOTAL NO CORRIENTES			6.835.000
TOTAL ACTIVO			7.835.000
PASIVOS			
CUENTAS POR PAGAR		-	
TOTAL PASIVOS			-
PATRIMONIO			
CAPITAL EMITIDO		4.184.904	
GANANCIAS ACUMULADAS			
RESULTADO DEL EJERCICIO		3.650.096	
TOTAL ACTIVO			7.835.000
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			7.835.000
LOBOS SIBERIANOS			
NIT. 000,000,000-0			
CONTADOR PUBLICO			
MATRICULA			



INTERPRETACION

El primer año de conformación de toda empresa da como resultado una ganancia baja en el caso de esta empresa la utilidad en su primer año de trabajo es equivalente a 3.650.000, pero con las diferentes proyecciones a diferentes años la empresa ira incrementando sus ganancias.

Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Desembolso Inicial <input type="text" value="8.500,00"/>			
Tasa Interna de Retorno (TIR) <input type="text" value="37023,59%"/>			
<input type="button" value="Limpiar formulario"/>			
AÑO	COBROS	PAGOS	FLUJOS DE CAJA
0			<input type="text" value="-8.500,00"/>
1	<input type="text" value="24.350.000,0"/>	<input type="text" value="21.203.000,0"/>	3.147.000,00
2	<input type="text" value="24.350.000,0"/>	<input type="text" value="21.203.000,0"/>	<input type="text" value="3.147.000,00"/>
3	<input type="text" value="26.350.000,0"/>	<input type="text" value="22.450.000,0"/>	3.900.000,00
4	<input type="text" value="26.350.000,0"/>	<input type="text" value="22.450.000,0"/>	<input type="text" value="3.900.000,00"/>
5	<input type="text" value="28.560.000,0"/>	<input type="text" value="24.512.000,0"/>	4.048.000,00



INTERPRETACION

El desembolso inicial se refiere a la cuota de afiliación generada por los socios del club la cual fue de 8.000.000

La TIR por año de trabajo equivale al 7.446 para un total de 5 años equivalente al 37.02 esto quiere decir que la inversión e inyección de capital no es viable en los primeros dos años de conformación de la empresa a futuro los ingresos mejoraran es viable.

FLUJO DE CAJA A UN AÑO

PROYECCION A UN AÑO ENERO – DICIEMBRE DEL 2018

FLUJO DE CAJA			
MES	INGRESO	EGRESOS	SALDO
ENERO	1.650.000	1.206.242	395.000
FEBRERO	1.650.000	1.206.242	395.000
MARZO	1.650.000	1.206.242	395.000
ABRIL	1.650.000	1.206.242	395.000
MAYO	1.650.000	1.206.242	395.000
JUNIO	1.650.000	1.206.242	395.000
JULIO	1.650.000	1.206.242	395.000
AGOSTO	1.650.000	1.206.242	395.000
SEPTIEMBRE	1.650.000	1.206.242	395.000
OCTUBRE	1.650.000	1.206.242	395.000
NOVIEMBRE	1.650.000	1.206.242	395.000
DICIEMBRE	1.650.000	1.206.242	395.000
TOTALES	19.800.000	14.474.904	4.740.000



CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

NIVEL DE GESTION La evaluación del impacto los cuales se abordaran desde diferentes pilares fundamentales para la empresa como lo son la parte financiera, el impacto en la sociedad.

Impacto financiero

Luego de la elaboración de los respectivos balances y proyecciones a 5 años la viabilidad del proyecto es buena, ya que la inversión no es muy alta, y en el flujo de caja podemos ver que la utilidad del proyecto en el primer año es de 4.740.000 es buena y esto refleja que la empresa tiene una sostenibilidad y viabilidad para la ejecución real de la misma.

Criterios de evaluación

Eficacia

El proyecto fue bueno, ya que cada uno de los recursos físicos como intelectuales se utilizaran de la mejor manera para la prestación del servicio sea superior.

Eficiencia

La evaluación de este ítem fue buena ya que se espera que la incorporación de cada una de las fases de planeación se ejecute en el momento indicado y así ser una empresa con un alto nivel de jerarquía interna.

Impacto en la sociedad

Nosotros vemos una futura viabilidad en este aspecto ya que el proyecto promete impactar diferentes, tipos de clases sociales para que los niños que pertenezcan al proyecto puedan adquirir una serie de valores y fundamentos éticos para su carácter y sean personas de bien para la sociedad ya que nuestros profesionales en el área de la actividad física la salud y el deporte se caracterizan por su alta calidad humana y el don para transmitirla.

Sostenibilidad

En la evaluación de este ítem podemos resaltar que el proyecto para que encuentre un punto mínimo de equilibrio, lo puede lograr con facilidad y de esta manera se concluye que al ser bajo el número de personas para el funcionamiento mínimo de la empresa, la misma podrá sostenerse por sí sola y no habrá que invertir o buscar algún tipo de alianzas estratégicas para su funcionamiento.



La evaluación final del proyecto será retroalimentada por los respectivos tutores y profesores guías del ejercicio de creación de empresa.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



REFERENCIAS

Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic. (2015). Obtenido de Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic Web site:

<http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>

Franco, W. F. (20 de Octubre de 2015). Obtenido de <http://www.comunidadcontable.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ot%20ctcp%2014%20norma.pdf>

Kurosawa, K. (1975). An aggregate index for the analysis of productivity and profitability. *Omega*, 157-168.

González, J. y Padilla, L. (2012). Plan de negocios para la creación de empresa “VALVULAS S.A.S.”. *Universidad EAN*.

Ospina, N y Arizmendy, J. (2018). Club deportivo Estado Voley. *Universidad Santo Tomas*. Bogotá- Colombia

Tamayo, I., Gutiérrez, L., Barrales, V., Bustinza, Ó. y Fernández, V. (2009). Guía CREATIVA del emprendedor socialmente responsable. *Ediciones K&L*.

