



***SPORT DETECTION***  
***TRABAJO DE GRADO***  
***CREACIÓN DE EMPRESAS***

***Responsables***  
***Jesús Muñoz***  
***Nicolás Tamayo***  
***Julián Molano***

***Asesor:***  
***Gonzalo Florián***

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

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	2
<i>Logo</i>	2
<i>Slogan</i>	3
<i>Misión</i>	3
<i>Visión</i>	3
<i>Fundamentación Humanista</i>	3
<i>Marco Referencial</i>	4
CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO	7
CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR	10
CAPÍTULO III: CANALES	10
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	11
CAPÍTULO V: INGRESOS	12
CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES	15
CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES	16
CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES	16
CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	17
CAPÍTULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO	21
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	24
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25
ANEXOS	25



## INTRODUCCIÓN

El tema del proyecto es la selección y detección de talento que se define como la capacidad de un profesional del área del deporte de reconocer habilidades en otras personas con la finalidad de ser explotadas en su totalidad, por lo que se crea esa necesidad en el mercado de los “seleccionadores” que llevan a posicionarse a un atleta, lo cual nos lleva a buscar atletas en edades de desarrollo para seguir un proceso efectivo

Además, nace la necesidad de mostrar el talento que hay en los niños de la ciudad de Bogotá y muchas veces se desperdicia por la falta de conocimiento en el tema de selección y detección de talentos, además de eso la importancia del deporte como eje fundamental en la vida del ser humano como punto desarrollador en todas las esferas del niño, teniendo en cuenta que el deporte acerca a un desarrollo íntegro a nivel personal

Así mismo se sabe que en Colombia no hay una empresa constituida que tenga la idea de detectar y seleccionar atletas en el deporte base como es el atletismo y un deporte tan completo como es la natación por lo que se ve una idea muy clara de explotar las habilidades básicas de los niños de edades entre 8 y 12 años, buscando una oportunidad en el deporte élite o una beca en una universidad.



### *Logo*

Aquí está representado el logo con el cual se caracteriza nuestra empresa. Está junto al slogan que utilizaremos para atrapar a nuestros clientes.

El logo se compone de tres colores primordiales, el negro, el blanco y el dorado. El negro se encuentra en la mayor parte del logo, pues este representa el misterio de rodea el mercado de detección de talentos al igual que la elegancia que distingue a la empresa. El dorado se relaciona con riqueza, haciendo referencia a la riqueza personal de nuestro personal y de nuestros clientes. Por último, se encuentra el color blanco, con el cual expresamos la pureza, la bondad y el optimismo que nuestros clientes representan. Finalmente, se encuentran dos aves Fénix, el cual es un símbolo de fuerza, de purificación, de inmortalidad y de renacimiento físico y espiritual. Una es



de color azul, representando la disciplina de natación, y la otra es de color amarillo, representando la disciplina del atletismo, los dos deportes sobre los que se fundamenta la empresa.

Todo lo anterior, en conjunto, es la marca con la cual será conocida y representada de nuestra empresa.

## ***Slogan***

### ***Finding Your Destiny***

Por medio del slogan, es que nosotros, como empresa, podemos transmitir nuestro mensaje, ya sea ampliándolo o resumiéndolo. Lo más importante, es que se usará en el contexto comercial, utilizándolo en propagandas para representar la idea en la que nuestra empresa establece sus cimientos.

Es por esto, que hemos establecido que nuestro slogan es el siguiente: *Finding Your Destiny*.

Lo que intentamos lograr con esta frase es que llame la atención sobre nuestro servicio, que atrape a las personas y que sea fácil de recordar para el público. También es necesario que por medio de esta frase podamos difundir los beneficios que proporcionamos y que nos diferencian de la competencia, y que, a su vez, se genere una necesidad sobre todos los posibles consumidores.

## ***Misión***

Sport Detection busca descubrir niños en edades tempranas para explotar y potencializar sus habilidades además de promover el deporte y la integridad, llevándolos a tener reconocimiento a nivel nacional en atletismo y natación

Aquí se plantea la idea general de lo que se quiere para la empresa en un tiempo determinado a nivel económico y deportivo para los asociados de esta.



## ***Visión***

Sport Detection, en cinco años, será una empresa posicionada en el mercado como el número uno en procesos de selección y detección de talento además de eso con deportistas en varias ligas y selecciones nacionales, buscando la competitividad para generaciones futuras

Bajo esta idea se trabajará en un rango de 5 años para buscar calidad y efectividad en el servicio que le ofrecemos a nuestros asociados así mismo buscando un aumento en el número de asociados.

## ***Fundamentación Humanista***

Aquí se muestran los valores por los que nuestra empresa basa sus principios y se inculcan en todos los integrantes de esta. Todas las personas que hacen parte de Sport Detection, son un reflejo de lo que la empresa representa.

- **Transparencia.** Es necesario para la empresa como para sus integrantes, que los mensajes transmitidos sean claros y precisos, que sean capaces de expresar lo que realmente deseamos o sentimos, por medio de nuestros planteamientos y de nuestras acciones.
- **Diferencia.** Es indispensable el tener socios que provean elementos que fomenten el desarrollo y potencien las habilidades de los integrantes de la empresa. Por medio de estas alianzas, se es capaz de ofrecer servicios de calidad para los clientes.
- **Excelencia.** Nuestras acciones siempre serán del 100% buscando eficiencia y una mejora constante en términos de innovación para mejorar proceso y resultados
- **Responsabilidad.** Cumplimiento de nuestros objetivos y necesidad de buenas decisiones siempre buscando el bienestar del cliente
- **Pasión.** Entrega completa de habilidades de los integrantes del grupo buscando efectividad en el trabajo aumentando la empatía y mejorando los procesos.

Bajo estos cinco fundamentos humanistas es que la empresa se ha construido, y los cuales se trataran de compartir con todos los futuros socios y consumidores. Con todo esto, queremos lograr que muchas personas se vinculen y que en el proceso se pueda incrementar el capital de la empresa.



También que sea un lugar ameno y cómodo, para que las personas trabajen a gusto y siempre den lo mejor de cada uno, y que, gracias a eso, aumente el número de asociados con los cuales trabajar.

### ***Marco Referencial***

En este apartado, se hace referencia a las normas y leyes que rigen y avalan legalmente la fundación y organización de esta empresa. Así mismo, se da a conocer el marco social, donde se versan los antecedentes del mercado donde se ubica la empresa.

En primer momento, las leyes por las cuales nos regimos como empresa son la ley 181 de Enero 18 de 1995, por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y también para la educación física. Gracias a esta ley, se crea el Sistema Nacional del Deporte. De todo lo que compone esta ley, los aspectos más importantes y fundamentales para nuestra empresa son:

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

Este artículo, nos permite como empresa, fomentar la práctica deportiva en los niños de edades tempranas, por medio del modelo de negocios de detección de talentos. A partir de este punto, se les inculca a los niños que la práctica deportiva puede brindar beneficios en el futuro, contribuyendo en la formación, integral y espiritual, siempre que el proceso de formación haya sido el mejor desarrollado.

- Capítulo 1. Artículo 2°. El objetivo especial de la presente Ley es la creación del Sistema Nacional del Deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, la educación extraescolar y la educación física.

Sport Detection trabajará en el campo de la educación física y la educación extraescolar, por lo que la creación de espacios que permitan el desarrollo de las prácticas deportivas beneficia



enormemente al correcto desarrollo de las actividades, que, como empresa, proponemos para los jóvenes talento.

- Capítulo 2. Artículo 5°. La educación extraescolar. Es la que utiliza el tiempo libre, la recreación y el deporte como instrumentos fundamentales para la formación integral de la niñez y de los jóvenes y para la transformación del mundo juvenil con el propósito de que éste incorpore sus ideas, valores y su propio dinamismo interno al proceso de desarrollo de la Nación. Esta educación complementa la brindada por la familia y la escuela y se realiza por medio de organizaciones, asociaciones o movimientos para la niñez o de la juventud e instituciones sin ánimo de lucro que tengan como objetivo prestar este servicio a las nuevas generaciones.

El espacio de la educación extraescolar es de vital importancia para las intervenciones de Sport Detection. Se puede considerar que en estos espacios se encuentran los niños que buscan un futuro deportivo, son la población perfecta para trabajar en el desarrollo de las habilidades y en la potencialización de estas.

La ley 1014 de 2006, donde se fomenta la cultura del emprendimiento. De esta ley, lo fundamental para el correcto desarrollo de la empresa y del proyecto, es:

#### Artículo 1°. Definiciones

- Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;
- Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;
- Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;
- Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;



- Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;
- Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

Según la ley 1014 de 2006 habla sobre el fomento de la cultura del emprendimiento a través de la cultura , emprendimiento, empresarial idas , formación en emprendimiento ,planes de negocios , nuestra empresa como un negocio de innovación y emprendimiento tiene muy claro que a través de nuestra idea general queremos tocar al ser integralmente físicamente y formación en valores además de eso siempre en busca de la mejora constante , capacitando nuestros instructores para estar siempre al corriente de las nuevas metodologías , siempre en búsqueda de nuevas enseñanzas para brindarle a nuestros clientes además de eso realizando una evaluación de nuestro servicio constante observando un buen resultado del plan de negocios , siempre fomentando la creatividad y desarrollo físico y cultural de nuestros clientes , buscando una ganancia mutua cliente ,servicio creando un lazo de confianza

#### Artículo 2°.

- Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.

Por último, se encuentra la ley 1258 de 2008, la cual menciona la creación de una sociedad por acciones simplificadas. De aquí, lo fundamental es:

- Parágrafo 1°. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.
- Parágrafo 2°. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Esta Ley nos permite identificar algunos aspectos necesarios para la correcta creación de la empresa, y que, a su vez, sea avalada y reconocida por las diferentes entidades del estado. Son



mencionados diversos documentos que se encargan de hacer constar los diferentes procesos, por los cuales la empresa debe pasar, para garantizar una correcta ejecución en los aspectos legales.

En cuanto al marco social, basados en la búsqueda realizada, hallamos que en Colombia no existe una empresa especializada en buscar talentos en áreas como la natación y el atletismo, la mayoría se basan en buscar deportistas en disciplinas como fútbol, béisbol y fútbol americano, con el fin de que estos se trasladen a universidades de otros países buscando una beca por medio de su cualidad deportiva.

El aporte de nuestra empresa para la sociedad es el de crear el valor de la disciplina y la responsabilidad hacia el deporte, además de eso insertar en la cabeza de los adultos que a través del deporte se puede vivir y que los niños tienen muchas capacidades que deben ser explotadas creando conciencia de la salud y el deporte como gestor de compromiso y disciplina en todas las esferas del ser humano.

Algunas de estas empresas son: Sport Education, Eduvic Inspira y AGM Sport.

Gracias a esta búsqueda, nuestra empresa tendrá un amplio campo laboral, buscando talentos deportivos para así fomentar el deporte en nuestro país por medio de nuestras alianzas de universidades, clubes y asociaciones deportivas propias de nuestro país.

## **CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO**

A través de la segmentación del mercado, la empresa busca llegar a la población exacta, como lo son los colegios estrato 3 para arriba, además de eso mostramos en este nicho de mercado el porqué está dirigido el servicio a esta población en específico

### **Nicho de Mercado**

Para trabajar nuestro nicho de mercado, se utilizará lo planteado por Chirinos, en el 2011, donde el menciona la estrategia del “*Océano Azul*”. Esta estrategia se basa en la existencia de dos “océanos”, uno rojo y uno azul. La idea es no competir directamente con la competencia, simplemente con la finalidad de obtener una porción del mercado existente, lo que el océano rojo representa, lo mejor es buscar un mercado inexplorado que no haya sido explotado y tenga el potencial de crecer, es decir, el océano azul.



La empresa se enfoca en una población de niños de 8 a 12 años, y especialmente en sus padres, esto se debe a que, en esta edad, las habilidades físicas básicas y condicionales se están desarrollando con el fin de ser explotadas. Se buscan a niños que presentan cualidades físicas que los hagan destacar y que estén dispuestos a trabajar para potenciar su desempeño deportivo.

Se trabajan con estos dos deportes debido a que son poco promocionados en el ámbito deportivo. Es por esto, que muchas personas se enfocan en los deportes más populares para la formación deportiva de los niños, lo cual nos da la posibilidad de tener un gran campo de acción que ha sido muy poco explotado.

A parte de todo lo anterior, se debe tener presente lo establecido por Chan y Mauborgne en el 2005, acerca de la estrategia del océano azul. Ellos plantean que, generalmente, existen tres tipos de consumidores:

- Casi Clientes: Ubicados en el “borde” del mercado, a punto de entrar al nicho de mercado escogido.
- No Desean Ser Clientes: Personas que conscientemente eligen no formar parte el segmento del mercado.
- No Explorados: Aquellos que no fueron considerados para participar en el segmento de mercado.

Con estas especificaciones, buscamos la importancia de tener clientes felices y ubicados en un servicio que los describe y se sienten muy identificados en el mismo, además de eso buscando coherencia entre cliente-servicio, mejorando el proceso y así mismo buscando más asociados al servicio.

A continuación, se presenta la encuesta que se le realizó a los padres de jóvenes deportistas.

### ***Encuesta***

#### **Points scored**



**Pregunta No. 1.** *¿Estaría dispuesto a invertir en el futuro deportivo de sus hijos?*

En la primera pregunta, se logra evidenciar que, de toda la población encuestada, la mayoría de las personas,

exactamente el 85%, está dispuesto a apoyar el futuro deportivo de sus hijos, específicamente a realizar inversiones económicas que contribuyan a un correcto desarrollo deportivo.

Según la respuesta de los encuestados pudimos analizar que el 85% de las personas están de acuerdo en invertir en el futuro deportivo de sus hijos, por lo que es importante tener una empresa que ofrezca el servicio de detección y entrenamiento desde edades tempranas, al observar que los padres respondieron que si la empresa toma un sentido más especial.

**Pregunta No. 2.** *¿Qué edad tienen sus hijos(as)?*

Points scored



En la población encuestada, es posible evidenciar que un 65% tiene hijos(as) que se encuentran en edades de 7 años a 9 años, mientras que el 35% restante, tiene hijos(as) en edades entre 10 años y 12 años. Esto nos permite comprobar que este mercado es el adecuado

para el correcto desarrollo de la empresa.

En la segunda respuesta pudimos observar que el 65% de los padres respondieron que sus hijos tenían entre 7 y 9 años y el 35% respondió entre 10-12 años desde esta óptica podemos observar que los padres tienen sus hijos en las edades que se pueden desarrollar y modificar las capacidades de los niños además las edades indicadas para un proceso de selección y detección de talentos.

**Pregunta No 3.** *¿En qué curso está su hijo/a?*

Points scored

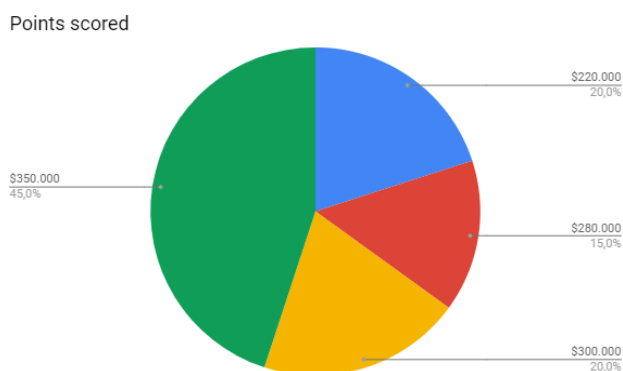


En esta pregunta, a nivel académico, se descubre que la mayoría de las personas encuestadas, precisamente un 70%, tiene a su hijo/a cursando los grados



escolares entre quinto (5°), sexto (6°) o séptimo (7°). Lo que nos ayuda a determinar cómo establecer horarios para trabajar con estos clientes.

En esta respuesta los padres respondieron el 70% está en grado 5-6-7 y el 30% en grado 8-9 con esto podemos analizar que los niños tienen horarios en la mañana hasta la tarde lo que nos beneficia para poder trabajar con ellos en la tarde hasta la hora de la noche y los fines de semana.



**Pregunta No 4.** *¿Cuánto estaría dispuesto a intervenir en el futuro deportivo de su hijo/a?*

En esta pregunta, se pregunta específicamente sobre el aporte económico que los padres encuestados. Es posible observar que la mayoría de los padres, estarían dispuestos a pagar hasta un valor de \$350.000 COP. Lo que nos permite

establecer un valor estimado por el servicio que, como empresa, le ofrecemos a las personas.

- Podemos concluir que los padres están comprometidos con el desarrollo integral deportivo de sus hijos, además de ello su jornada estudiantil da cabida, para poder entrenar con ellos.
- Gracias a la encuesta pudimos encontrar un valor razonable en el servicio que se está ofreciendo.
- La población escogida está en la edad exacta, en pro del trabajo de formación y descubrimiento deportivo

Esta es la pregunta más importante ya que pudimos entender que los padres si quieren invertir en el futuro y desarrollo de sus hijos a nivel deportivo por lo que la respuesta más alta fue 350.000 teniendo un punto de partida para tener un valor estimado por el proceso de selección detección y entrenamiento personalizado.



## **CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR**

En esta instancia se muestra en qué nos basamos para establecer un valor a nuestro servicio, además de eso describiendo detalladamente cada una de las instancias de nuestro proceso brindando un plus significativo

### **Novedad**

Gracias a la poca demanda que existe en nuestro país, nuestra empresa será una de las pioneras en ofrecer servicios de detección y selección de talentos. ¿Qué nos hace diferentes? Contamos con profesionales idóneos y especializados en cada una de las ramas de atletismo y natación, que cuentan con el apoyo de clubes, federaciones que hacen de nuestro proceso una empresa clara y transparente.

La principal satisfacción que se encontrará en nuestra empresa es la de promover el deporte de una manera sana y profesional, con el fin de explotar las capacidades físicas de grandes talentos que nacen día a día en nuestro país.

Un aspecto diferenciador y a favor de nuestra empresa, es el de dar a conocer a niños talento de todos los estratos, ya que muchos de los niños no tienen la oportunidad de ser descubiertos, en la mayoría de los casos, por su nivel socioeconómico.

Bajo esta idea planteamos nuestra empresa con la finalidad de ser un servicio claro y efectivo, teniendo en cuenta la necesidad del cliente y dando un plus claro como lo es profesionales con especialidades en deportes tan importantes como lo son el atletismo y la natación, buscando siempre un proceso claro teniendo una relación directa con la comodidad y satisfacción del cliente.

## **CAPÍTULO III: CANALES**

Los canales desempeñan un papel de vital importancia en el desarrollo de la empresa, es aquí donde se describe como la empresa se comunica con sus clientes e interviene a los segmentos de mercado en los que se enfoca, para poder entregar una propuesta de valor.

Para lograr tener una comunicación asertiva con los clientes, donde los mensajes que como empresa queremos transmitir y que sea claro y preciso para nuestros clientes, se tiene que



desarrollar de manera correcta, todos los canales que se quieran utilizar. Fundamentalmente, los canales tienen cinco funciones, las cuales se deben desarrollar adecuadamente, para que el mensaje llegue a los clientes. Los canales funcionan para:

1. Dar a conocer los productos o servicios.
2. Ayudar a los clientes potenciales a evaluar los productos o servicios.
3. Posibilitar la compra a los clientes.
4. Proporcionar valor a los clientes.
5. Garantizar la satisfacción de los clientes con un servicio de atención postventa.

Para poder elevar la percepción que tengan los clientes acerca de nuestro servicio, se realizarán reuniones con los clientes, a través de diversas muestras, donde se logre enseñar a las personas y a nuestros futuros clientes, el cómo la selección de talentos puede influir en el desarrollo social, económico y físico de los niños. La ventaja que poseemos es el ejemplo de uno de los integrantes de la empresa, quien puede compartir su experiencia acerca de cómo la selección de talentos lo llevó a ser un profesional en una carrera universitaria, a través del deporte, donde se puede hacer uso de un video que logre mostrar la evolución física y profesional del deportista. Otro canal que permitirá la comunicación con los clientes y con los futuros clientes, son las redes sociales, las cuales, además de permitirnos informar y compartir noticias relacionadas con el desarrollo de la empresa, nos ayuda a promocionar y dar a conocer los servicios que le prestamos a todas las personas interesadas en ser nuestros clientes.

Por otra parte, se realizará una charla en varios colegios del occidente y norte de la ciudad, en donde, a través de videos y experiencias de nuestros integrantes, se contarán anécdotas de vida de cómo se paga el estudio a través del deporte, de cómo influye en el desarrollo psicosocial y económico. También, se tocará la importancia de la detección de talento en niños, que se encuentren en edades tempranas, siempre orientando a los niños y brindándole los recursos necesarios para que crezca, tanto deportiva como personalmente, porque nos caracterizamos por formar primero personas y luego deportistas.

Finalmente, como empresa, aseguramos que el niño va a lograr ingresar en una federación, liga o club deportivo importante, teniendo un desarrollo integral en todas las esferas del ser humano, además aseguramos un puesto en alguna de las selecciones con las cuales trabajamos.



## **CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

En este momento del proyecto necesitamos esclarecer, ¿Cuál es la relación e interacción que queremos generar con nuestros clientes? Todo se basa en la búsqueda y formación de una buena comunicación, teniendo un proceso efectivo y claro con cada uno de nuestros clientes.

### **Asistencia Personal & Asistencia Personal Exclusiva**

Para iniciar, se debe tener en cuenta que nuestra empresa está dirigida a un cliente potencial, como lo son los padres de familia de los niños que se encuentran en edades tempranas (8 - 12 años), hay que tener claro que la asistencia personal, es la más indicada por su alto índice de interacción humana, desde una llamada a un móvil, hasta los mensajes por correo electrónico o en su defecto, comunicación a través de WhatsApp. También, se realizará una interacción directa con los clientes, caracterizada por ser una asistencia personal exclusiva. Esto se debe a cada una de las metodologías que se manejan, tienen ese ítem diferenciador, como lo es la individualización, siempre buscando el mejor proceso y resultado de cada uno de nuestros clientes, ya que buscamos comodidad y privacidad con cada uno de los clientes, recordando que todo el trabajo que se realiza es un proceso a largo plazo.

Cabe resaltar que, nuestra relación con los clientes está basada en una atención personal ya que es una relación profunda ya que el principio de entrenamiento de individualización se está viendo muy marcada porque cada una de las etapas es personal buscando siempre la satisfacción de nuestro cliente y luego de la detección sigue el proceso de entrenamiento ya que se tendrá que ir hasta la casa de todo cliente, además de eso se estará pendiente del proceso en todo momento con los padres y el cliente en especial y profunda, exponiendo un proceso íntimo e individualizado, convirtiendo al cliente en el pilar de nuestra empresa, buscando un servicio basado en la comodidad de nuestros clientes. A razón de esto, nuestro principal objetivo es captar nuevos clientes, insertando una nueva mentalidad hacia el deporte y el desarrollo de este, especialmente en los niños que se encuentren en edades de 8 a 12 y en sus padres, siempre en pro de buscar la mejora y el descubrimiento del talento de cada uno de los hijos de nuestros clientes. Un valor agregado que se ofrece es el llevar un registro semanal de procesos luego de haber descubierto y seleccionado el deporte indicado para cada niño, de esta manera, se evidencia un proceso útil y eficiente, a pesar de ser un proceso largo plazo, y todo es compartido a través del correo electrónico o citas presenciales con los clientes.



Bajo esta idea queremos establecer una relación cómoda y particular con cada uno de los clientes, buscando nuevos clientes, demostrando la importancia del proceso de individualización siempre buscando la eficiencia y funcionalidad.

## **CAPÍTULO V: INGRESOS**

### ***Análisis de Competencia***

**Gimnasios.** Los gimnasios son uno de nuestros competidores indirectos ya que prepara físicamente a las personas buscando la mejora de su performance y potencializar las capacidades físicas, un gimnasio normal está cobrando mensualmente entre \$40.000 COP y \$60.000 COP.

**Entrenador Personal.** Los entrenadores personales son competidores indirectos ya que individualizan el proceso de cada una de las personas a domicilio enfocándose en las falencias de los clientes, un entrenador personal cobra entre \$300.000 COP y \$450.000 COP mensualmente trabajando a diario.

**Scouter - Buscador de Talento.** Los seleccionadores de talento son nuestros principales competidores ya que van y ven partidos o competidores y detectan y seleccionan a los atletas buscándoles becas a nivel nacional e internacional (sin entrenamiento a los atletas). Un Scouter cobra entre \$800.000 COP - \$1'200.000 COP por su servicio y de ahí en adelante los costos si se llega a dar la alianza un % específico.

### ***Estrategia de Precio (Encuesta)***

Se escogió realizar una encuesta cerrada, de opciones múltiples. Este tipo de recolección de información se eligió debido a la facilidad que esta otorga en la recolección de los datos pertinentes para Sport Detection. La encuesta se basó en conocer las opiniones de los padres en cuanto el futuro deportivo de sus hijos, para corroborar que la población escogida fue la adecuada. De la misma forma, a través de esta encuesta, fue posible establecer los precios aproximados, que las personas estarían dispuestos a pagar por el asesoramiento en la formación deportiva de los niños talento.





TABLA EGRESOS MENSUALES A UN AÑO				
MES	CONCEPTO	VL UNITARIO	CANTIDAD	VLR TOTAL
1	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
1	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
1	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
1	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
1	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
1	PAPELERIA Y VARIOS	\$54.000	1	\$54.000
2	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
2	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
2	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
2	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
2	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
3	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
3	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
3	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
3	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
3	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
4	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
4	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
4	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
4	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
4	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
5	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
5	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
5	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
5	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000

5	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
6	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
6	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
6	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
6	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
6	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
7	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
7	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
7	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
7	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
7	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
8	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
8	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
8	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
8	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
8	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
9	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
9	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
9	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
9	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
9	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
10	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
10	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
10	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
10	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
10	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
11	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
11	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
11	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
11	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
11	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
12	ARRIENDO	\$1.200.000	1	\$1.200.000
12	PROFESIONALES	\$800.000	3	\$2.400.000
12	SERVICIOS OFICINA	\$455.000	1	\$455.000
12	CUOTA CREDITO	\$334.000	1	\$334.000
12	USO PISINA COMPLEJO ACUATICO	\$35.000	30	\$1.050.000
	<b>COSTOS TOTALES AÑO XX</b>			<b>\$65.322.000</b>



inversion inicial fija:		
ppe		7.914.000
primeros 3 meses funcionamient sin ingreso		11.994.000
		19.908.000
INVERSION POR PERSONA		
NICOLAS TAMAYO		5.000.000,00
JESUS MUÑOZ		5.000.000,00
JULIAN MOLANO		5.000.000,00

## CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

### *Recursos Físicos*

Todos estos elementos son de vital importancia, ya que con estos nuestros alumnos, desarrollarán de mejor manera su proceso de formación deportiva. Todos estos recursos son los que nos permitirán brindar un servicio de calidad, prestando la atención individualizada a cada niño y padre de familia que se quiera vincular al desarrollo del futuro deportivo.

Cantidad	Físicos	Precio	observacion
	1 oficina	1.200.000	1.200.000 costo arredamiento mensua
	Agua estrato 4	150.000	75000 costo bimestral
	Luz estrato 4	150.000	150.000 costo mensual
	Tiple pay	100.000	100.000 costo mensual
	Plan celulares	55.000	55.000 costo mensual
	1 piscina x persona	35.000	700000 costo uso por persona
	1 caja de lapices	18.000	gasto 3 meses
	3 resmas de papel	36.000	gasto 3 meses
	1 pesa rusa	45.000	5 pe
	3 computadores	4.800.000	5 ppe
1-3 meses	3 Decametros	180.000	10 ppe
8-10 niños	3 Cronometros	90.000	5 ppe
400.000	3 Celulares	1.500.000	3 ppe
	3 Mesas	600.000	10 ppe
	3 Sillas	300.000	10 ppe
	1 trx	70.000	2 ppe
	1 lazo	9.000	1 ppe
	1 Kit de boxeo	100.000	2 ppe
	10 conos	50.000	5 ppe
	1 rueda abdominal	30.000	2 ppe
	5 bandas elasticas	50.000	1/2 ppe
	3 tablas de piscina	35.000	3 ppe
	3 gusanos de fomi	15.000	1/2 ppe
	1 tubo de seguimiento	40.000	10 ppe



## Recursos Humanos

Estos son los más importantes en nuestra empresa, ya que le dan el sustento en valores día a día, además son profesionales idóneos que están dispuestos a ofrecer todo su conocimiento, en pro del desarrollo de nuestra comunidad.

Cantidad	Humanos	Precio	observacion	Cantidad	Economicos	Precio		
3	Profesionales de cultura fisica	800.000	2.400.000,00 costo mensual		Aportes sociales	15.000.000,00		
					credito bancario	5.000.000,00	tasa interes	1,9% mensual

## CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

En este capítulo podremos encontrar todas las actividades, las cuales son de vital importancia, a la hora de ofrecer nuestro servicio en pro de la mejora de nuestros alumnos.

Las actividades claves de nuestra empresa parte de la categoría de resolución de problemas, ya que, por medio de nuestro servicio, los participantes se beneficiarán individualmente, explotando cada una de sus actitudes y aptitudes deportivas. Algunas de las actividades con más relevancia que se van a realizar son: detectar los talentos, entrenarlos de 1 a 3 meses para perfeccionar sus aptitudes, para después enviarlos a clubes importantes (alianzas) para que continúen con su proceso y así convertirse en una deportista elite.

En este apartado, también se tiene presente las necesidades de la población, tanto individuales como colectivas. Por esta razón, se tienen planes de contingencia para todos los riesgos que se puedan presentar en las prácticas deportivas. También se desarrollan planes de contingencia para los problemas que individualmente se le puede presentar a cada persona que haga parte de nuestra empresa. Principalmente, se encuentran riesgos médicos (lesiones) o de falta de implementos para realizar alguna disciplina deportiva; estos dos riesgos son los que más se presentan en el ámbito deportivo, y son a los cuales se les desarrollan planes para poder hacerles frente o, de ser posible, evitarlo.

Todas estas actividades permitirán desde un principio ser claro con los participantes, y así saber desde donde se parte, y que se puede lograr clase a clase en busca del progreso del alumno.



## CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Estas asociaciones nos permitirán siempre estar en constante actividad laboral, gracias a toda la publicidad que se maneja día a día con nuestros socios.

Dentro de nuestras asociaciones claves tenemos a 4 entidades importantes en el ámbito del deporte las cuales son, Decathlon, Dolphins Gym Club, Leones Bogotá, Endurance Runner. La alianza consiste en que todas las personas que realicen compras en Decathlon tendrán la posibilidad de recibir un 15% en la primera clase de su hijo, la cual consta de una prueba diagnóstica para verificar el talento de su hijo. En contraparte las entidades deportivas enviarán a cada uno de los alumnos a la tienda Decathlon para que compren sus implementos deportivos. Esta asociación hace parte de la red de relaciones de comprador-supliador para asegurar disponibilidad de materiales, en el área de adquisición de recursos y actividades particulares.

La finalidad de este proceso es entrar a competir con las grandes empresas de detección de talento en el ámbito deportivo, para así expandir nuestra empresa a nivel nacional.

Entidad	¿Qué Gana?	¿Qué Gano?
Decathlon	Publicidad de sus productos por la empresa y enviar a los clientes a comprar allá	Implementos deportivos para el trabajo de natación
Dolphins Gym Club	Publicidad y nuevos atletas, mayor número de inscripciones	Porcentaje por cada uno de los inscritos enviados por el club
Leones Bogotá	Publicidad y nuevos atletas, mayor número de inscripciones	Porcentaje por cada uno de los inscritos enviados por el club
Endurance Runners	Publicidad y nuevos atletas, mayor número de inscripciones	Porcentaje por cada uno de los inscritos enviados por el club

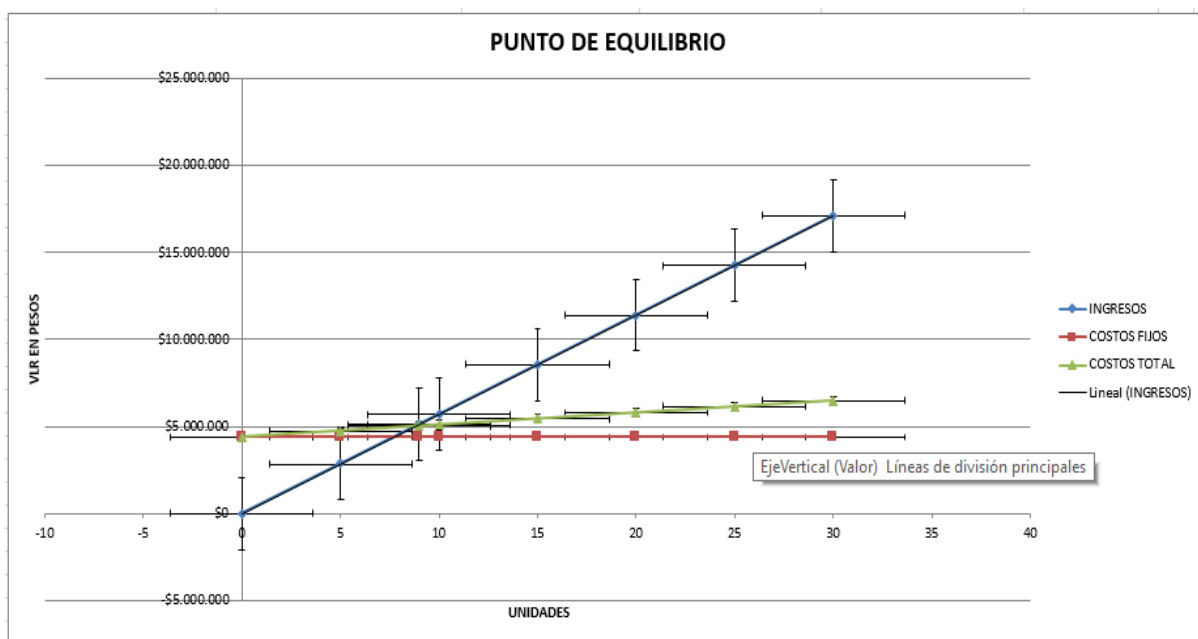






<b>Valor de Equilibrio=</b>	<b>Punto de Equilibrio * Precio Unitario</b>	
PE=	<b>8,78</b>	<b>570.000</b>
VE= \$	<b>5.130.000</b>	<b>Pesos</b>

puntos de equilibrio	Unidades	9	niños en entrenamiento
	Costos Fijos Totales	\$4.389.000	
	Precio unitario	\$570.000	
	Costos Variables Unitarios	\$70.000	



*Según esta gráfica nuestro punto de equilibrio está en 8,7 niños aproximando a 9 niños es decir al tener 9 niños nuestros ingresos, costos fijos y costos variables llegan al punto de no perder ni ganar.*

PROYECCION DE INGRESOS MES POR NIÑOS ENTRENADOS				
PRODUCCIÓN	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS TOTAL	UTILIDAD PERDIDA MES
0	\$0	\$4.389.000	\$4.389.000	-\$4.389.000
5	\$2.850.000	\$4.389.000	\$4.739.000	-\$1.889.000
9	\$5.130.000	\$4.389.000	\$5.019.000	\$111.000
10	\$5.700.000	\$4.389.000	\$5.089.000	\$611.000
15	\$8.550.000	\$4.389.000	\$5.439.000	\$3.111.000
20	\$11.400.000	\$4.389.000	\$5.789.000	\$5.611.000
25	\$14.250.000	\$4.389.000	\$6.139.000	\$8.111.000
30	\$17.100.000	\$4.389.000	\$6.489.000	\$10.611.000



### Explicación Punto de Equilibrio

Según el punto de equilibrio podemos inferir que nuestro punto de equilibrio es de 8,7 niños, por lo cual, se aproxima a 9 niños. Esto quiere decir que, al tener 9 niños entrenados no hay utilidad ni pérdida, lo que traducido significa que se empieza en un punto 0, si se tienen menos de 9 niños comienza a haber una pérdida y, si se está trabajando con más de 9 niños, se está creando una utilidad para la empresa.

### CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

(EN PESOS)		
Inversión Inicial=		20.000.000
inflación	3,30%	PROYECCION A DICIEMBRE INCLACION FUENTE PORTAFOLIO
crecimiento en ventas	7%	INCREMENTO SALARIO MINMO 2019 PORTAFOLIO + 2 PUNTOS
<b>Flujo de Ingresos</b>		
	A	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	
1	102.600.000	
2	113.404.806	
3	125.347.466	
4	138.547.808	
5	153.138.277	
<b>TOTAL</b>	<b>633.038.357</b>	

Formulación de Datos VPN		TIR	
		-	20.000.000
f1=	37.332.000		37.332.000
f2=	42.611.870		42.611.870
f3=	48.561.908		48.561.908
f4=	55.262.352		55.262.352
f5=	62.802.708		62.802.708
n=	5 años		
i=	5%	TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD, RENDIMIENTO PROMEDIO CDAT (SECTOR SOLIDARIO)	
Inv0=	20.000.000		



inflación	3,30%	PROYECCION A DICIEMBRE INCLACION FUENTE PORTAFOLIO		
Crecimiento de egresos	5%	INCREMENTO SALARIO MINIMO		
<b>Flujo de Egresos</b>		<b>Flujo de Efectivo Neto</b>		
	<b>B</b>		<b>A-B</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	
1	65.268.000	1	37.332.000	
2	70.792.936	2	42.611.870	
3	76.785.558	3	48.561.908	
4	83.285.456	4	55.262.352	
5	90.335.570	5	62.802.708	
<b>TOTAL</b>	<b>386.467.520</b>	<b>TOTAL</b>	<b>246.570.838</b>	
		VNA=VPN=	#####	
	<b>RI</b>			
año1	37.332.000	TIR=	199,22%	
año2	79.943.870			
año3	128.505.778	RI=	79.943.870	Inv0 ≥ RI
año4	183.768.130		3.330.995	(Inv0 ≥ RI)/#meses
año5	246.570.838			
		RI=	6,004212721	MESES

La tasa interna de retorno, habla de la tasa en la cual estamos recuperando la inversión, la tasa interna de retorno (TIR), ayuda la empresa a medir la rentabilidad de la inversión, comparando esa tasa con tasas de oportunidad, midiendo cuanto rentan nuestra inversión ,y si es rentable o no, en este caso la TIR es 119 a cinco años es decir comparando con el rendimiento por medio del mercado financiero (5% anual) hay una mejor rentabilidad en la empresa es decir nuestra rentabilidad es de 119%.



1	<b>BALANCE INICIAL</b>			
2	<b>A 01 DE ENERO DE 2019</b>			
3	<b>NICOLAS TAMAYO VARGAS</b>			
4	<b>CC 1032486771</b>			
5	<b>SPORT DETECCION</b>			
6				
7	<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
8				
9	DISPONIBLE	12.086.000	FINANCIEROS	5.000.000,00
10				
11	EFFECTIVO Y BANCOS	12.086.000	BANCOS	5.000.000,00
12				
13			<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>5.000.000,00</b>
14	<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
15		7.914.000		
16	PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO		CAPITAL SOCIAL	15.000.000
17				
18	MAQUINARIA Y EQUIPO	7.914.000	APORTES SOCIALES	15.000.000
19				
20			<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>15.000.000</b>
21	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>20.000.000</b>		
22			<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>20.000.000,00</b>
23				

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
<b>DE ENERO 01 A DICIEMBRE 31 DE 2019</b>			
<b>NICOLAS TAMAYO VARGAS</b>			
<b>CC 1032486771</b>			
<b>SPORT DETECCION</b>			
INGRESOS			102.600.000
OPERACIONALES			
		102.600.000	
COSTOS			65.268.000
COSTOS FIJOS			
COSTOS VARIABLES		52.668.000	
		12.600.000	
UTILIDAD OPERACIONAL			37.332.000
GASTOS ADMINISTRACION			2.853.196
FINANCIEROS			
PAPELERIA		939.529	
DEPRECIACION		54.000	
		1.859.667	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			34.478.804
IMPUESTO 33%			11.378.005
			TASA ESTIMADA
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			23.100.799



TABLA AMORTIZACION CREDITO					
CAPITAL	5.000.000				
TASA INT	1,90%				
TIEMPO	18 MESES				
MES	CAPITAL	CUOTA	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
0	5.000.000				5.000.000
1	5.000.000	\$334.000	95.000	239.000	4.761.000
2	4.761.000	\$334.000	90.459	243.541	4.517.459
3	4.517.459	\$334.000	85.832	248.168	4.269.291
4	4.269.291	\$334.000	81.117	252.883	4.016.407
5	4.016.407	\$334.000	76.312	257.688	3.758.719
6	3.758.719	\$334.000	71.416	262.584	3.496.135
7	3.496.135	\$334.000	66.427	267.573	3.228.561
8	3.228.561	\$334.000	61.343	272.657	2.955.904
9	2.955.904	\$334.000	56.162	277.838	2.678.066
10	2.678.066	\$334.000	50.883	283.117	2.394.949
11	2.394.949	\$334.000	45.504	288.496	2.106.453
12	2.106.453	\$334.000	40.023	293.977	1.812.476
13	1.812.476	\$334.000	34.437	299.563	1.512.913
14	1.512.913	\$334.000	28.745	305.255	1.207.658
15	1.207.658	\$334.000	22.946	311.054	896.604
16	896.604	\$334.000	17.035	316.965	579.639
17	579.639	\$334.000	11.013	322.987	256.652
18	256.652	\$334.000	4.876	329.124	- 72.471
<b>TOTAL</b>			<b>939.529</b>		

SEGUROS

**BALANCE GENERAL**  
**A 01 DE ENERO DE 2019**  
**SPORT DETECCION**



ACTIVOS			PASIVOS		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		25.236.947	<b>FINANCIEROS</b>		1.812.476
EFFECTIVO Y BANCOS	20.000.000		BANCOS	1.812.476	
CUENTAS POR COBRAR	5.236.947		IMPUESTOS		11.378.005
<b>INVERSIONES</b>		20.000.000	RENTA	11.378.005	
ACCIONES	20.000.000		<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>13.190.481</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		6.054.333	<b>PATRIMONIO</b>		
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO			CAPITAL SOCIAL		15.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.914.000		APORTES SOCIALES	15.000.000	
DEPRECIACION	- 1.859.667		RESULTADO DEL EJERCICIO		23.100.799
			UTILIDAD DEL EJERCICIO	23.100.799	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>51.291.280</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>38.100.799</b>
			<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>51.291.280</b>

## LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aedo, E., Salazar, G., Herrera, T., Olivero, A. & Martínez, C. (2013). Parámetros cinemáticos en la prueba de 50 metros estilo Crol en nadadores federados de 11 a 16 años. *Revista Educación Física Chile*. (40), 273.

Ayala, F., Sainz, P., de Ste Croix, M. & Santonja, F. (2012). Fiabilidad y validez de las pruebas sit-and-reach. *Revista Andaluza de Medicina del Deporte*, (2), 57-66.

Chan, W. & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Press.

Chirinos, C. (2011). Nicho de mercado: El enfoque desde el océano azul. *Ingeniería Industrial*, (29), 173-181.

García, J., Mayorga, D. & Merino, R. (2015). Validez de la prueba sit and reach con flexión plantar en niños de 10-12 años. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, (15), 577-591.

Ley 181 de 1995. Congreso de Colombia.

Ley 1014 de 2006. Congreso de Colombia.

Ley 1258 de 2008. Congreso de Colombia.

Martínez, E. (2002). *Pruebas de Aptitud Física*. Barcelona. Editorial Paidotribo. Recuperado de <http://egdf.com.ar/wp-content/uploads/2015/11/Pruebas-de-aptitud-fisica.pdf>.

Ramírez, R. (2012). Fiabilidad y validez del instrumento “Fantástico” para medir el estilo de vida en adultos colombianos. *Revista salud pública*. 14 (2). Recuperado de <https://scielosp.org/pdf/rsap/2012.v14n2/226-237>.

Francis, E (2011) Capacidad predictiva de los parámetros antropométricos y de maduración sobre el rendimiento de adolescentes noveles en remo-ergómetro. Departamento de Medicina Aplicada a los Deportes, Club Atlético River Plate, Buenos Aires, Argentina.



## ANEXOS

### *Test*

1. **50 metros, Estilo Crol y Espalda.** Aedo et al. (2013), dicen que los participantes deben nadar 50 metros, donde se observará la técnica que tienen en cada uno. También se observará la velocidad y el tiempo que utilicen para completar los recorridos.
2. **Prueba de Natación de Cooper.** Según Martínez (2002), la prueba se basa en que el participante deberá nadar durante 12 minutos, con el estilo que desee, intentando avanzar el máximo número de metros posible. Se medirá el número de metros superados y la frecuencia cardíaca del sujeto inmediatamente acabada la prueba.
3. **Prueba de Flexibilidad, Sit and Reach.** Según García et al. (2015), la prueba establece que, para ser realizada, el participante debe sentarse sobre el suelo con las piernas juntas y extendidas hacia delante. Los pies deben estar pegados a la caja de medición, los brazos y manos extendidos hacia delante. La medición se realiza cuando el participante flexiona el tronco hacia delante, empujando con ambas manos hasta conseguir avanzar la mayor distancia posible. Una vez no podamos flexionar más nuestra espalda debemos mantener esta posición por 5 segundos para que la marca sea válida.
4. **30 metros Lanzados.** Según Martínez (2002), la prueba mide la velocidad de aceleración del sujeto, el sujeto se debe colocar de pie a una distancia de 15 metros de una línea marcada previa a la línea de cronometraje, a la señal el sujeto debe iniciar a correr lo más rápido con la finalidad de alcanzar su velocidad máxima en los 30 metros, se cronometrará el tiempo empleado en recorrer los 30 metros
5. **Carrera de 300 metros.** Martínez, en el 2002, dice que esta prueba se aplica con el objetivo de medir la capacidad de resistencia anaeróbica del individuo, el sujeto debe colocarse tras la línea de salida, en posición alta y a la señal comenzará a correr a la máxima velocidad hasta completar los 300 metros, se tomará el tiempo en segundos de lo que demore el sujeto en cruzar la meta.
6. **Test Fantástico.** Según Ramírez (2012), el cuestionario fantástico es un instrumento genérico diseñado para identificar y medir el estilo de vida de una población en específico, tiene 25 ítems cerrados que explora nueve categorías o dominios físicos, psicológicos y sociales relacionados con su estilo de vida.



- 7. Test de envergadura.** según Francis (2011), la prueba de envergadura mide la distancia en metros desde el extremo de una mano hasta la otra. el individuo se coloca de espaldas a una pared, extiende los brazos de manera horizontal, con las palmas mirando hacia afuera, realiza las marcas correspondientes en cada lado respectivamente y se mide de lado a lado.

