



SPORT PERFORMANCE FUNCTIONAL

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESA

Responsables

David Alejandro Chávez Restrepo

Harold Yesid Ardila Zambrano

Jesús Yesid Castro Moreno

Asesor

Gonzalo Florián

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
2017

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	3
Logo.....	4
Slogan.....	4
Misión.....	4
Visión.....	4
Fundamentación humanista.....	5
Marco referencial.....	5 y 6
Investigación de Mercados.....	7
Capítulo i: segmentos de mercado.....	7,8 y 9
Capítulo ii: propuesta de valor.....	9
Capítulo iii: canales.....	9 y 10
Capítulo iv: relación con clientes.....	10
Capítulo v: ingresos.....	11,12 y 13
Capítulo vi: recursos claves.....	13 - 17
Capítulo vii: actividades claves.....	17 y 18
Capítulo viii: asociaciones claves.....	18 y 19
Capítulo ix: estructura de costos.....	19 - 26
Capítulo x: evaluación del impacto.....	27 y 28
Lienzo del modelo de negocio.....	29
Referencias bibliográficas.....	30

INTRODUCCIÓN

La empresa SPORT PERFORMANCE FUNCTIONAL (SPF) es una empresa pionera en el servicio profesional de acondicionamiento físico por medio del entrenamiento que según Rodado este implica la existencia de un plan en que se definen igualmente los objetivos parciales, además, de los contenidos y de los métodos de entrenamiento, cuya relación debe evaluarse mediante controles del mismo. Estar orientado hacia el objetivo significa que todas las acciones se ejecutan de forma que conduzcan directamente al fin deseado, a una acción específica o a un nivel de actuación determinado. (Rodado, 1992).

la empresa estará enfocada a un entrenamiento más de tipo funcional que se refiere a la preparación física que busca mejorar las capacidades condicionantes de un individuo con elementos y movimientos rutinarios que simulan las actividades cotidianas o los gestos deportivos de sus practicantes. (García, 2013). Donde se busca hacer énfasis en las distintas disciplinas deportivas, donde el principal objetivo es brindar sesiones de alta calidad en un centro de acondicionamiento físico para clubes deportivos existentes en el parque San Andrés de la localidad de Engativá en la ciudad de Bogotá, para satisfacer sus necesidades en materia de un entrenamiento eficiente y eficaz pero lo más importante novedoso.

La idea de negocio surge desde la experiencia como formadores y entrenadores deportivos al evidenciar una marcada ausencia de entidades, empresas o sitios que proporcionen un apoyo externo al momento de planificar, controlar, programar y sistematizar los procesos de formación deportiva a través del entrenamiento funcional con el objetivo de alcanzar las metas propuestas por cada club, ya que puede afirmarse que en Bogotá existen pocas empresas o centros de acondicionamiento que se centren en el entrenamiento funcional dirigido específicamente a deportistas en formación.

El tipo de negocio en función de su actividad económica está en el sector terciario ya que se dedica a servicios de tipo social que contribuye al óptimo desarrollo de las capacidades físicas de los deportistas. En cuanto a su forma jurídica es una sociedad laboral donde la principal característica de la empresa es que se va a dividir por partes iguales el capital de los tres socios. Según el tamaño de la empresa es una microempresa.

Las principales necesidades al momento de iniciar la organización del negocio son la obtención de los recursos físicos como el sitio sede, población objeto y los materiales o implementos necesarios para el desarrollo de actividades. Estas necesidades serán subsanadas y desarrolladas a través del capital de los tres socios, además se cuenta con clientes interesados en obtener el servicio de manera permanente, obtenidos mediante la investigación previamente realizada.

LOGO



El logotipo de Sport Performance Functional (SPF) simboliza tres deportistas de distintas disciplinas en su máxima expresión y esfuerzo, cada uno con diferentes capacidades y necesidades para poder obtener un óptimo rendimiento; Se busca evidenciar con este logo que la empresa SPF busca llevar a cualquier tipo de deportista a su mejor nivel a través del entrenamiento funcional.

SLOGAN:

“Juntos para alcanzar tus metas”

La empresa SPF se enfocará en llevar un proceso de acompañamiento con los deportistas para mejorar sus capacidades frente a las disciplinas deportivas que practican y de igual manera alcanzar los objetivos propuestos por ellos.

MISIÓN:

Sport Performance Functional es una entidad dedicada al entrenamiento y desarrollo de los deportistas aficionados o profesionales a través de programas sistematizados de entrenamiento funcional y que van acorde a las distintas necesidades y exigencias de cada usuario en su práctica deportiva.

VISION:

Pretendemos ser el centro líder dentro del ámbito del entrenamiento funcional deportivo para el año 2019, ser referentes en la preparación de equipos mediante el entrenamiento funcional. Y lograr expandirnos dentro del marco nacional e internacional. Y todo ello bajo una mejora continua y siempre teniendo a los clubes y escuelas deportivas como medio de nuestra enseñanza-aprendizaje y/o prestación de servicio.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

El principio fundamental de la empresa SPF se basa en la inculcación y la transmisión de valores éticos como la disciplina individual y grupal, la responsabilidad hacia sus quehaceres, la pasión y el esfuerzo al momento de realizar su actividad deportiva y el trabajo en equipo el cual es fundamental para el alcance de metas y objetivos de la población deportista de la localidad de Engativá complementándose con la moral y la ética profesional por parte del personal de la empresa, incorporados a través de su formación integral y proyección social, bajo la mirada del profesional de Cultura Física Deporte y recreación.

Partiendo desde la visión de actividad física asumiendo la tarea no sólo de cumplir su misión, sino también contribuir a una labor social, tanto física como psicológica ya que esta se beneficiara con un aporte a la formación de los deportistas y jóvenes de la sociedad, los cuales serán encaminados por el deporte, beneficiando así una correcta utilización del tiempo libre de una manera activa que permitirá prevenir malos pasos, vicios y demás problemas sociales que aquejan actualmente la sociedad.

MARCO REFERENCIAL

La Corte Constitucional de 1991 le dio al deporte, la educación física, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, un estatus social significativo y lo convirtió en parte de los derechos sociales de los colombianos. Posteriormente, el acto legislativo 002 del 2000 consideró al sector como parte del gasto público social, ubicándolo como función del desarrollo integral del individuo, del mejoramiento de la calidad de vida, de la salud y como parte del Sistema Educativo. Así, el deporte Colombiano debería retomar un nuevo rumbo desde las múltiples intervenciones que le definió la Ley como son: el deporte formativo, el deporte social comunitario y deporte de rendimiento este último aplicado en la creación de la empresa, las cuales se ven reflejadas en los siguientes aspectos: la Ley 181 de 1995 plantea que es función obligatoria de todas las instituciones públicas y privadas de carácter social, patrocinar, promover, ejecutar, dirigir y controlar actividades de recreación y deporte de manera estructurada con un profesionales en el área.

Esta ley 181 de 1995 del deporte, la recreación, y la educación física en su Artículo 1º, expresa: “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”.

El Artículo 3° de la misma Ley plantea que “para garantizar el acceso del individuo y de la comunidad al conocimiento y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, el Estado tendrá en cuenta los siguientes objetivos rectores”, de los cuales se citan algunos en el orden en que aparecen:

Integrar la educación y las actividades físicas, deportivas y recreativas en el sistema educativo general en todos sus niveles.

Fomentar, proteger, apoyar y regular la asociación deportiva en todas sus manifestaciones como marco idóneo para las prácticas deportivas y de recreación.

Fomentar la creación de espacios que faciliten la actividad física, el deporte y la recreación como hábito de salud y mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social, especialmente en los sectores sociales más necesitados.

Ordenar y difundir el conocimiento y la enseñanza del deporte y la recreación, y fomentar las escuelas deportivas para la formación y perfeccionamiento de los practicantes y cuidar la práctica deportiva en la edad escolar, su continuidad y eficiencia.

Planificar y programar la construcción de instalaciones deportivas con los equipamientos necesarios, procurando su óptima utilización y uso de los equipos y materiales destinados a la práctica del deporte y la recreación.

Ley 1258 de 2008

Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Ley 1014 de 2006

Esta ley tiene como objeto establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo, promoviendo y direccionando el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo que se encuentra en el marco de la empresa.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Desde la experiencia puede afirmarse que en Bogotá existen pocas empresas o centros de acondicionamiento que se centren en el entrenamiento funcional dirigido específicamente a deportistas en formación. Entre estas podemos encontrar al Body Tech, Spinning Center, las cuales brindan este servicio a un precio poco accesible para escuelas y clubes de formación deportiva, lo cual se convierte en otra de las razones por las cuales quizás los entrenadores de estos clubes y escuelas no incluyen el entrenamiento funcional en sus sesiones de entrenamiento.

Aparte de esto los lugares donde estos centros de entrenamiento prestan estos servicios son en la parte Norte de la ciudad en estratos 4 y 5 en su mayoría, donde el requisito para que los clubes puedan obtener este servicio es un pago por semestre el cual muy pocos pueden cancelar dicho valor por anticipado ya que normalmente exigen costos elevados por cada sesión de entrenamiento, lo que es una dificultad para clubes de estratos bajos y medios.

En consecuencia el entrenamiento funcional se vuelve exclusivo para la población que puede sostener dichos gastos. En las escuelas de formación deportiva en el parque San Andrés de la localidad de Engativá donde se llevó la investigación en semestres pasados denota varios factores claves para la inclusión o implementación de este en sus sesiones de entrenamiento. El primero es el exiguo conocimiento que tienen acerca del proceso deportivo por medio de los métodos en donde su proceso se ve reflejado muy frágil y no tiene un fundamento o sustento teórico-práctico para ser sistemático, planificado y estructurado permitiendo que estos a su vez, den afirmaciones erróneas y tengan confusión en varios temas que conciernen con el entrenamiento funcional. El segundo es el poco bagaje de esta jerarquía en el proceso formativo que demuestran los estudios o conocimientos previos acerca del entrenamiento funcional y su objetivo eficiente y eficaz en el desarrollo de capacidades físicas, psicológicas y sensorio perceptivas. Los contenidos del entrenamiento en este proceso formativo son de vital importancia ya que dejan en claro el principal objetivo que está buscando el entrenador en sus alumnos.

Es allí en donde este proyecto busca generar mayor impacto brindando a las escuelas deportivas una correcta programación y periodización del entrenamiento de las capacidades físicas para potenciarlas y desarrollarlas de manera específica y acorde a las necesidades de cada deportista en cualquier deporte.

SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación de mercado de la empresa se basa principalmente en la separación y división del grupo poblacional de los consumidores que demuestran la necesidad y el deseo de obtener un servicio de alta calidad con un valor accesible de los cuales serán identificados como población target y clientes de la empresa SPF.

-Tipo de segmento de mercado:

Nicho de mercado:

se determina este tipo de mercado ya que el target o población objeto a la cual se enfoca esta empresa comparte características similares ya que todas manejan deportistas en etapa de formación con edades y categorías similares independientemente de la disciplina deportiva, todas con la necesidad de obtener un programa de acompañamiento en entrenamiento funcional, lo cual es un método que potencia y desarrolla las capacidades físicas de los deportistas de una manera más rápida en comparación con los métodos tradicionales. Es por esto que la empresa Sport Performance Functional centra sus servicios en el desarrollo de esta necesidad ya que brinda nuevas soluciones que difícilmente otra empresa de este medio puede ofrecer a un precio asequible para cualquier club de formación deportiva.

- **Segmentación Geográfica:** localidad Décima de Engativá - Parque san Andrés.



- **Segmentación demográfica**

La empresa sport performance funcional se enfoca en clubes deportivos y escuelas de formación deportiva femeninos y masculinos entre los 10 a los 40 años de edad de la ciudad de Bogotá, con un nivel de ingresos mensuales de aproximadamente \$1.000.000 a \$10.000.000 millones de pesos Colombianos

- **Segmentación psicográfica**

El objetivo de la empresa es ayudar al mejoramiento de aspectos sociales, económicos y deportivos de los clubes y las escuelas de formación deportiva ya que el servicio va dirigido a personas con estrato social dos en adelante.

Segmentación conductual

Se centrará en clubes o escuelas deportivas con la necesidad de optimizar y desarrollar las capacidades físicas a través de un nuevo método de entrenamiento que además tengan la necesidad de obtener un espacio y unos materiales adecuados para la realización de las sesiones de entrenamiento.

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor que identifica a la empresa SPORT PERFORMANCE FUNCTIONAL es brindar altos estándares de calidad y eficiencia, brindando un entorno adecuado para la implementación del entrenamiento funcional para los clientes que buscan potenciar las capacidades físicas, sensorio motrices, psicológicas y técnicas específicas de cada disciplinas deportivas.

Adicional a esto, el cliente recibirá un servicio principalmente de personalización, planificado estructurado, controlado, sistematizado, objetivo, acorde a las necesidades y exigencias de cada deporte dirigido por personal capacitado y actualizado en el método, lo cual marca la diferencia con respecto a otras empresas ya que el servicio se enfocará a varias disciplinas deportivas y tendrá un espacio preparado y diseñado específicamente para el objetivo que se plantee el grupo, siendo así para la empresa un compromiso poder ayudar a alcanzar estas metas.

Otro beneficio secundario es que los clientes tendrán un descuento por precio, por un grupo mayor a 20 jugadores se les aplicará un descuento del 20% por cada jugador y así poder ayudar también en la parte financiera de nuestros clientes.

CANALES

Los canales de distribución son aquellos medios por los cuales una empresa se comunica con su población objetivo o target para llegar y proporcionar un servicio o producto acorde a sus necesidades.

Tipo de canal: CANAL DIRECTO

Determinado así ya que se prestara y/o brindara directamente a un consumidor sin la ayuda de intermediarios. La cadena de distribución directa implica la venta cara a cara con el cliente, nosotros mismos tendremos un contacto.

Fases de los canales:

Información: es una empresa pionera en el servicio profesional de acondicionamiento físico por medio del entrenamiento funcional en el cual a través de la práctica o la implementación del método se dará a conocer a los clientes su versatilidad, sus beneficios y todo aquello que lo hace diferente de los métodos de entrenamiento deportivos convencional.

-Evaluación: se le brindara al cliente la oportunidad de valorar la calidad del servicio, su innovación y su accesibilidad, a través de una encuesta de satisfacción con el objetivo de tomar futuras decisiones que permitan mejorar el servicio cada vez más.

-Compra: los medios para que los clientes puedan obtener estos servicios es vía redes sociales (Facebook, twitter y Instagram), o de modo personal en el parque san Andrés o sitio sede de la empresa.

-Entrega: el servicio será personalizado hacia el cliente, donde los consumidores estarán asesorados por los entrenadores o instructores para que el servicio sea completo.

- Posventa: teniendo en cuenta la encuesta de satisfacción se buscará la mejora del servicio partiendo desde las falencias y opiniones expresadas por los clientes para poder brindar un mejor servicio; Adicionalmente a esto se realizará un proceso de seguimiento y acompañamiento a los deportistas con el objetivo de observar el progreso y la progresión que estos obtengan tras recibir el servicio de entrenamiento funcional SPF.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Las relaciones con los clientes se basa en establecer cuál es el objetivo principal de la empresa, y determinar las siguientes motivaciones como hacer crecer la población o clientes, fidelizarlos además de referenciar la manera por la cual se tendrá relación con los clientes.

Tipo de relación con los clientes: asistencia personal exclusiva.

La empresa SPF tendrá una relación con una clientela determinada, como los son las escuelas de formación deportiva con sede en el parque San Andrés de la localidad de Engativá y sus alrededores donde se prestará un servicio personalizado e individualizado por parte de un profesional para cada deportista o equipo deportivo en el cual se proporcionará un entorno adecuado para satisfacer las diferentes necesidades de cada uno de los deportistas, las cuales pueden ir desde el perfeccionamiento técnico individual de su deporte, el acondicionamiento físico básico y esencial necesarios para iniciar procesos de entrenamiento más avanzados y enfocados al desarrollo de las capacidades físicas como la fuerza, la velocidad, la resistencia y la flexibilidad adecuadas al nivel de formación y rendimiento físico que cada cliente necesita.

INGRESOS

Análisis de la competencia

Actualmente existen compañías como Bodytech, Spinning Center, entre otras microempresas de menor reconocimiento, que prestan el servicio de entrenamiento funcional a usuarios o clientes en sus diferentes sedes a través de suscripciones o membresías con unos costos que

para algunas personas pueden llegar a ser bastante altos según su condición socioeconómica lo que puede ser un factor que determine la inclusión de este método de entrenamiento para algunas escuelas de formación deportiva. Adicional a esto, los programas de entrenamiento de este tipo ofrecidos por estas entidades son en su mayoría para una sola persona y orientados al mantenimiento de la aptitud física o de acondicionamiento general, es decir, no se centran en las necesidades que pueden llegar a tener los deportistas en formación y su entrenamiento como grupo.

Entre estos centros está Spinning Center que tiene más de 10 sedes en Bogotá, en la zona 10 de Engativá que es donde la empresa SPF brindara sus servicios. Spinning Center tiene una sede ubicada en Unicentro de occidente donde por persona se ofrece los servicios de entrenamiento funcional, zona de pesas, valoración mensual, a continuación se adjunta los precios establecidos por esta entidad.

Plan	Desde	Precio
PLAN TRIMESTRAL	DESDE \$133.000 MENSUALES	\$399.000
PLAN SEMESTRAL	DESDE \$108.000 MENSUALES	\$649.000
PLAN ANUAL	DESDE \$58.000 MENSUALES	\$699.000
DÉBITO AUTOMÁTICO	DESDE \$78.000 MENSUALES	\$78.000

Beneficios comunes a todos los planes:

- ★ MEMBRESÍA INCLUIDA
- SIN LIMITE DE TIEMPO
- 👥 CLASES GRUPALES
- 🏥 VALORACIÓN MEDICA
- 📱 APP MÓVIL ILIMITADA

Tomado de Spinning center (<http://www.spinningcentergym.com/>)

Algunas de las formas de venta son mediante páginas web, publicidad, y por reconocimiento de calidad, por esto se ve una capacidad de compra muy amplia, ya que es uno de los centros más reconocidos en Bogotá, sin embargo cabe resaltar que las personas con más dinero pueden acceder a estos servicios que ofrecen.

Otra de las empresas es Bodytech, los cuales se encargan de distribuir el servicio para grupos de mínimo diez personas que pertenezcan a una empresa, esto bajo el nombre de convenio corporativo en el cual las personas son afiliadas por tarifas exclusivas para que los clientes

puedan hacer uso del servicio y sus instalaciones a un valor inferior, pero que sin embargo, es un costo elevado para escuelas de formación deportiva que no cuenten con los recursos, a continuación se muestra la evidencia de este convenio.

CONVENIOS CORPORATIVOS

Al apoyar la práctica del ejercicio, tu empresa contará con colaboradores sanos, productivos y felices.

ESTÁNDAR
Afilia mínimo 10 empleados de tu compañía a planes trimestrales, semestrales o anuales con descuentos especiales por grupo.

MES A MES
Puedes pagar mes a mes las afiliaciones de tus empleados con tarifas exclusivas empresariales, sin costo de membresía, así:

- Empresas de Bogotá: 45 empleados o más
- Empresas de Medellín: 30 empleados o más
- Empresas de otras ciudades: 20 empleados o más

SEDES CORPORATIVAS
Si tu empresa dispone de un espacio mínimo de 600 metros cuadrados, puedes tener una sede BODYTECH en tu lugar de trabajo exclusiva para tus empleados.

Mayores informes margarita.leon@bodytechcorp.com o juliana.hernandez@bodytechcorp.com.

Adaptado de BodyTech (<https://www.bodytech.com.co/servicios-a/convenios-corporativos/>)

Estrategia de ingresos empresa SPF.

Se hizo un análisis detallado de las empresas con servicio en entrenamiento funcional de la localidad de Engativá, donde se interpretó los precios y lugares de la competencia para así generar una facilidad y economía a los clubes que deseen ser parte del mundo del entrenamiento funcional y ser clientes de SPF en comparación a los precios ofertados por la competencia.

La empresa **SPF** brinda paquetes de servicio para las escuelas de formación deportiva con precios de venta accesibles, donde se incluyen 4 sesiones de entrenamiento por mes (1 vez por semana) o se oferta por sesión de entrenamiento sin suscripción o plan mensual.

CANTIDAD	VALOR POR SESIÓN	VALOR MENSUAL
-Precio por Sesión por deportista.	\$10.000 por deportista.	Precio individual sin suscripción mensual
-Precio Mensual por equipos menor a 10 deportistas	\$8.000 por deportista.	\$32.000 por deportista con suscripción
-Precio Mensual por equipos de 10 a 20 deportistas	\$7.000 por deportista.	\$28.000 por deportista con suscripción
-Precio Mensual por equipos mayor a 20 deportistas	\$6.000 por deportista.	\$24.000 por deportista con suscripción MENSUAL

El servicio consta de una sesión dirigida por profesionales experimentados que será encaminada hacia los diferentes objetivos y metas del club. Cada sesión con una duración de 120 minutos (Dos horas), en el cual habrá una fase inicial (calentamiento), Fase central (Objetivo del entrenador) y la fase final (vuelta a la calma). La sede del club (Parque San Andrés) y los materiales de primera calidad aportados por SPF hacen que sea un valor agregado al servicio a la altura de sus clientes con la propiedad ser un servicio por volumen.

Se estima que durante el primer mes se tenga un promedio de dos clubes por día con una asistencia aproximada de 20 deportistas ya que se brinda un modelo de negocio que involucra dos tipos de fuentes de ingreso, uno por transacciones, donde los clientes pagarán apenas terminen al servicio mensual, el otro, el ingreso recurrente por el número de veces que vayan a la semana pero que no son clientes frecuentes para obtener servicios específicos y de alta intensidad que serán de único día.

Además de esto se va a generar un tipo de ingreso por cuota de suscripción y préstamo/alquiler, ya que se busca vender un paquete de 4 sesiones, con unos beneficios económicos a cambio que ellos utilicen nuestra empresa, también podemos decir que es por préstamo/alquiler ya que los clubes también pueden acceder a nuestra empresa tan solo cancelando una sesión, sin necesidad de pagar una suscripción mensual.





Para concluir, el mecanismo de precios que se va a emplear es fijo ya que tenemos unos precios determinados, en los cuales incluyen unos beneficios ya sea por suscripción o por el préstamo del servicio, no se ejecutará un descuento o se cobrará más de lo estipulado ya que tenemos una base fija en nuestros precios.







RECURSOS CLAVE








Son aquellos recursos que una empresa o negocio necesita para entregar a sus clientes una propuesta de valor de alta calidad que le permita aumentar sus utilidades y lo diferencie de su competencia permitiéndoles vender en mayor proporción en comparación a estas. Estos recursos clave se dividen en humanos, físicos, intelectuales y económicos.


-Talento humano

La empresa SPF contará con un equipo multidisciplinar de 3 socios con funciones y responsabilidades iguales, profesionales en cultura física y deportes con experiencia en distintas especialidades como el ejercicio físico para la salud y el entrenamiento deportivo en modalidades individuales y de equipo. Cada uno de ellos con sólidas bases en programación y planificación de ejercicio, lo que será un valor agregado para los clientes ya que se asegurara la individualización de cada uno de los programas de entrenamiento, diseñados para satisfacer y desarrollar las necesidades que cada deportista requiera dentro de su disciplina competitiva brindando un servicio personalizado de alta calidad.

Recursos Físicos				
Material SPF	Características	Cantidad	Valor unitario	Valor total
 TRX	Versatilidad, con una intensidad graduable modificando la inclinación del cuerpo y la distancia el mismo, ligero y resistente	2	\$ 80.000	160.000
 Balones de fútbol	Una circunferencia de entre 68 y 70 centímetros (inclusive). Peso: Entre 410 y 450 gramos (inclusive) al comienzo del partido. Presión de inflado: 1,6 – 2,1 atmósferas (600 – 1.100 gramos por centímetro cuadrado) al nivel del mar	10	\$ 40.000	400.000
 Balones de voleibol	El balón debe ser esférico, hecho con una cubierta de cuero flexible o cuero sintético, con una cámara de caucho o material similar en su interior.	10	\$ 41.050	410.050
 Balones de baloncesto	La longitud de la circunferencia del balón puede variar entre 75 y 78 cm. y el peso estará comprendido entre los 600 y 650 gramos. Cubierta de cuero flexible	6	\$30.000	180.000

 <p>Pelotas de tenis</p>	<p>diámetro de 6.35 centímetros y menor de 6.67, de color amarillo</p>	<p>12</p>	<p>\$3.500</p>	<p>40.000</p>
 <p>Conos</p>	<p>Peso de 600 gramos con una altura de 50 cm de color naranja con un material de plástico flexible</p>	<p>20</p>	<p>\$1.700</p>	<p>44.000</p>
 <p>Platos</p>	<p>Peso de 100 gramos con una altura de 10 cm de color naranja con un material de plástico flexible</p>	<p>50</p>	<p>\$700</p>	<p>42.000</p>
<p>Discos</p>	<p>Peso de 25 libras con una altura de 2.5 cm de color gris con un material de hierro colado</p>	<p>15</p>	<p>\$45.000</p>	<p>675.000</p>
 <p>Barra 1 Lb.</p>	<p>Peso de 1 libra con una altura de 3.5 cm de color gris con un material de hierro colado</p>	<p>5</p>	<p>\$23.000</p>	<p>115.000</p>
 <p>Bandas elásticas</p>	<p>Material de tubo de latex con gran elasticidad y durabilidad, nivel de resistencia de 3 kg a 12 kg</p>	<p>8</p>	<p>\$39.000</p>	<p>312.000</p>
 <p>Airstep</p>	<p>Estructura forzada en plástico flexible y maleable con 18 niveles de tensión</p>	<p>5</p>	<p>\$34.550.</p>	<p>\$172.750</p>

 Pesas Kettlebell 5,8,10 Kg	Peso de 5,8 y 10 kg con una altura de 5 cm de color naranja con un material de hierro colado	3	\$40.000	\$120.000
 Steps.	Base anti resbalante, ajustable a dos alturas hasta llegar a 15 cm y de largo 67 cm	4	\$76.000	\$304.000
 Slide Board	Medidas de 2 mts x 50 cm que venga con zapatones y bolsa de transporte	4	\$160.000	\$640.000
 Escalera de coordinacion.	Numero de escalones de 10 con una medida de 40 x 40 cm confeccionado en propileno de 4 cm	4	\$50.000	\$200.000
 Trineo Arrastre	Material de plástico resistente con dos cuerdas de agarre.	1	\$300.000	\$300.000
 Uniformes Entrenadores	Camiseta en material dri fit con pantaloneta corta con bolsillos	3	38.000	114.000
 cesped sintetico	Material de propileno con una altura de 10 mm	12m2	35.000	420.000

 Balón Medicinal	Confeccionado en cuero con recubrimiento vinílico con costura reforzada con peso de 4 kg a 10 kg con tamaño reducido para mejor confort.	3	\$150.000	\$450.000
--	--	---	-----------	-----------

- Recursos Intelectuales

Se contará con profesionales capacitados en el campo del deporte, donde tiene experiencia como deportistas y aparte de eso con estudios con pregrados cada uno. Así que el servicio a brindar será de alta calidad ya que estos tienen estudios de seminarios sobre entrenamiento funcional en deportes, aparte de eso se cuenta con una base de datos de las empresas que se encuentran en el parque san Andrés, ya que se hace una investigación previa en la cual estas escuelas tienen una necesidad de un centro enfocado al entrenamiento funcional en su disciplina deportiva. También se tiene contactos en otros parques que están ubicados en localidad de engativá, lo cual hace que sea una empresa capacitada para poder recibir el número de clubes o escuelas en el centro deportivo.

- Recursos económicos

El recurso económico de la empresa será propio ya que este se manifestará a través de aportes monetarios de igual cantidad por parte de los 3 socios fundadores de la empresa. Esto con el fin de asumir la gestión financiera de las responsabilidades en partes iguales para cada uno, así mismo del manejo y utilización de los recursos físicos comprados a través de los aportes en efectivo destinados para un correcto funcionamiento de la empresa, necesarios para la generación de utilidades y posteriormente un reconocimiento propio como empresa líder en el servicio del entrenamiento funcional aplicado al deporte.

ACTIVIDADES CLAVE

Son todas aquellas acciones que la empresa debe realizar propiamente para poder ofrecer correctamente a sus clientes el servicio y que no pueden ser delegadas ni compradas para ser realizadas por terceros con el objetivo de mantener una alta calidad de servicio y que además llene las expectativas y satisfaga completamente las necesidades de los clientes.

Las actividades clave de la empresa SPF serán de tipo de solución de problemas y de plataforma red las cuales se dividen de la siguiente manera:

ACTIVIDADES CLAVE

	Logística interna	Operaciones	Logística Externa	Marketing y ventas	Servicio post venta.
Instalaciones	Identificar la ubicación estratégica.	Adecuar y equipar la sede con materiales.	_____	-Publicidad, carteles y entregables.	_____
Talento Humano	Creación de los planes de entrenamiento .	Aplicación de los planes de entrenamiento	_____	Gestión de Asociaciones claves.	Aplicación de encuestas de satisfacción
Recursos físicos	Compra de materiales e implementos.	_____	Posibles reparaciones y mantenimiento de implementos.	Utilización de redes sociales y plataformas de atención al cliente.	Dotación de Hidratación
Económicos	Pagos de arriendo	Contabilidad de gastos y utilidades de la empresa.	_____	Ofrecer el servicio a un costo menor si el club trae más categorías u otro club	_____

- ASOCIACIONES CLAVE

Se buscará trabajar de la mano de factores y entes externos a través de empresas asociadas que busquen aportar y a su vez recibir beneficios por parte SPF en convenios de características gana-gana, generando así ciertos enlaces para que las dos partes tengan la posibilidad de generar más utilidades y recursos de tipo económicos, físicos, intelectuales o humanos.

Los tipos de asociaciones clave que se manejan están diseñados de la siguiente manera:

-Alianza entre empresas no competidoras: se implementara una alianza con la empresa de productos hidratantes Gatorade, la cual es muy importante ya que se buscará promocionar e

incursionar en un intercambio de productos, donde Gatorade brindará hidratación sin ningún costo para los clientes SPF y está en retribución estampa en el lugar sede donde entrenan el logotipo corporativo para hacerle una publicidad a Gatorade más visible y que genere en los deportistas ganas de comprar el producto y consumirlo.

-ESTRUCTURA DE COSTOS

Se refiere al diagnóstico y organización de los recursos clave, actividades y asociaciones que implican para la empresa algún tipo de costo necesario para un correcto funcionamiento de la misma y así se logren los objetivos y las metas propuestas.

COSTOS FIJOS (para el primer mes)

COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM
F01	ARRIENDO INCLUYE SERVICIOS	1.500.000	1	\$1.500.000
	INVERSION	5.098.800	1	\$5.098.800
TOTAL:				\$6.598.800






COSTOS FIJOS (Para después del primer mes)

COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM
F01	ARRIENDO INCLUYE SERVICIOS	1.500.000	1	\$1.500.000

COSTOS VARIABLES

COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
V01	NÓMINA EMPLEADOS	1.000.000	3	\$4.500.000
V02	PUBLICIDAD	1.000.000	1	\$1.000.000
TOTAL:				\$5.500.000

A continuación se observara el flujo y la inversión de los recursos físicos que utilizara la empresa para brindar un servicio de alta calidad con el fin de generar su propia marca y reconocimiento en Bogotá.

Material SPF	Precio por Unidad	N. Materiales	Total	Precio por dia (unidad)	Precio por dia (total)	meses a depreciar
 TRX	\$ 80.000	2	160.000	292	584	12
 Balones de fútbol	\$ 40.000	10	400.000	146	1.460	12
 Balones de voleibol	\$ 41.050	10	410.050	149	1.490	12
 Balones de baloncesto	\$30.000	6	180.000	109	654	12
	\$3.500	12	40.000	12	144	12

Pelotas de tenis						
 Conos	\$1.700	20	44.000	6	120	12
 Platos	\$700	50	42.000	2	100	12
Discos	\$45.000	15	675.000	164	2.460	12
 Barra 1 Lb.	\$23.000	5	115.000	83	415	12
 Bandas elásticas	\$39.000	8	312.000	142	1.136	12
 Airstep	\$34.550.	5	\$172.750	124	620	12
 Pesas Kettlebell 5,8,10 Kg	\$40.000	3	\$120.000	146	438	12
 Steps	\$76.000	4	\$304.000	277	1.108	12

 Slide Board	\$160.000	4	\$640.000	584	2.336	12
 Escalera de coordinacion.	\$50.000	4	\$200.000	182	728	12
 Trineo Arrastre	\$300.000	1	\$300.000	1.100	1.100	12
 Uniformes Entrenadores	38.000	3	114.000	138	416	12
 césped sintético	35.000	12m2	420.000	127	1.533	12
 Balón Medicinal	\$150.000	3	\$450.000	547	1.641	12
TOTAL INVERSIÓN	\$5'098.800			4.330	18.483	

TOTAL DE COSTOS	\$12'098.800
------------------------	--------------

En esta proyección de flujos de efectivo, se tienen en cuenta variables económicas actuales como lo es la inflación, y se espera un crecimiento en ventas del 2.5% mensualmente con un aumento del 1.5% en los egresos mensuales.

Por tal motivo la proyección de venta a 1 año se mostrará de la siguiente manera:

FLUJO DE CAJA SIMPLE PROYECCION DE VENTAS AÑO 1			
MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$8.400.000	12.098.800	\$ -3.698.800
FEBRERO	\$8.825.250	\$ 7.211.575	\$ 1.613.675
MARZO	\$9.045.881	\$ 7.429.545	\$ 1.616.336
ABRIL	\$ 9.272.028	\$ 7.654.103	\$ 1.617.925
MAYO	\$ 9.503.828	\$ 7.885.448	\$ 1.618.381
JUNIO	\$ 9.741.424	\$ 8.123.786	\$ 1.617.639
JULIO	\$ 9.984.960	\$ 8.369.327	\$ 1.615.633
AGOSTO	\$ 10.234.584	\$ 8.622.290	\$ 1.612.294
SEPTIEMBRE	\$ 10.490.448	\$ 8.882.899	\$ 1.607.550
OCTUBRE	\$ 10.752.710	\$ 9.151.384	\$ 1.601.326
NOVIEMBRE	\$ 11.021.527	\$ 9.427.985	\$ 1.593.543
DICIEMBRE	\$ 11.297.066	\$ 9.712.946	\$ 1.584.120
TOTAL	\$118.569.711	\$104.570.088	\$13.999.622

PROMEDIO DE INGRESOS DE UN MES				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	SESION	\$7.000	40	\$280.000
2	SESION	\$7.000	40	\$280.000
3	SESION	\$7.000	40	\$280.000

4	SESION	\$7.000	40	\$280.000
5	SESION	\$7.000	40	\$280.000
6	SESION	\$7.000	40	\$280.000
7	SESION	\$7.000	40	\$280.000
8	SESION	\$7.000	40	\$280.000
9	SESION	\$7.000	40	\$280.000
10	SESION	\$7.000	40	\$280.000
11	SESION	\$7.000	40	\$280.000
12	SESION	\$7.000	40	\$280.000
13	SESION	\$7.000	40	\$280.000
14	SESION	\$7.000	40	\$280.000
15	SESION	\$7.000	40	\$280.000
16	SESION	\$7.000	40	\$280.000
17	SESION	\$7.000	40	\$280.000
18	SESION	\$7.000	40	\$280.000
19	SESION	\$7.000	40	\$280.000
20	SESION	\$7.000	40	\$280.000
21	SESION	\$7.000	40	\$280.000
22	SESION	\$7.000	40	\$280.000
23	SESION	\$7.000	40	\$280.000
24	SESION	\$7.000	40	\$280.000
25	SESION	\$7.000	40	\$280.000
26	SESION	\$7.000	40	\$280.000
27	SESION	\$7.000	40	\$280.000
28	SESION	\$7.000	40	\$280.000
29	SESION	\$7.000	40	\$280.000

30	SESION	\$7.000	40	\$280.000
TOTAL VENTAS MES 1				\$8.400.000

Teniendo en cuenta los costos fijos totales, el precio unitario del servicio y el costo variable unitario se puede obtener el punto de equilibrio a través de la siguiente fórmula:

PUNTO DE EQUILIBRIO (MES 1):

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio unitario- Costo variable unitario}}$$

$$PE= 6.598.800/ (\$140.000-\$91.667) = \mathbf{136,52}$$

Para alcanzar un punto de equilibrio en el mes 1 teniendo en cuenta que se agregan los costos de inversión se deberían realizar un número de 136 sesiones al mes para poder lograr utilidades, teniendo así un déficit en este primer mes. Además de esto el valor de equilibrio para este mes es de:

\$19.113.799 VALOR DE EQUILIBRIO PARA EL 1 MES

$$(\underline{VE=\text{punto de equilibrio} * \text{precio unitario}})$$

Posterior a esto, se reducen los costos fijos totales debido a que a partir del mes 2 no se tiene en cuenta la inversión inicial, por lo que el punto de equilibrio a partir del segundo mes se expresa de la siguiente manera:

PUNTO DE EQUILIBRIO (después de mes 1):

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio unitario- Costo variable unitario}}$$

$$PE= \$1.500.000/ (\$140.000-\$91.667) =\mathbf{31.034}$$

Para alcanzar un punto de equilibrio posterior al mes 1 se deben cumplir con la realización de un número mínimo de 31 sesiones al mes para poder lograr utilidades, lo que permitirá posteriormente cubrir el déficit que se generó durante el primer mes. Además de esto el valor de equilibrio para este mes es de:

\$4.344.828 VALOR DE EQUILIBRIO APARTIR DEL MES 2

$$(\underline{VE=\text{punto de equilibrio} * \text{precio unitario}})$$

Se evidencia que la empresa SPF debe cumplir con un mínimo de 31 sesiones de entrenamiento y obtener un punto de actividad en el cual los ingresos sean de \$4.344.828

durante cada mes para alcanzar un punto de equilibrio donde no existan perdidas ni utilidades y permitir equilibrarse a su vez con el dinero aportado durante la inversión inicial.

A continuación se realiza el flujo de egresos, teniendo en cuenta las variaciones del mercado y los diferentes egresos que se pueden llevar a cabo en el ejercicio de la actividad económica. Junto con lo anterior, se estima un crecimiento de egresos anuales de un 1.5% teniendo en cuenta que después del primer año no se tiene en cuenta el valor de la inversión inicial.

FLUJO DE EGRESOS					
Años	1	2	3	4	5
Valor futuro de egresos	\$104.570.088	102.477.807 ^{\$}	\$ 104.014.974	\$ 110.397.702	\$ 118.929.679
Porcentaje de crecimiento	AÑO BASE (no % crecimiento)	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

El siguiente es la proyección de ventas estimada a los 5 años posteriores de la creación de la empresa, con un estimado de aumento en ventas del 5%, un aumento de costos del 3% anual con el fin de hacer una proyección ascendente año tras año.

PROYECCION DE VENTAS					
	5	4	3	2	1
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS (Aumento del 5% anual)	\$118.569.711	\$ 130.723.106	\$ 137.259.261	\$ 144.122.224	\$ 151.328.336
COSTOS (Aumento del 3% anual)	\$ 104.570.088	\$ 102.477.807	\$ 104.014.974	\$ 110.397.702	\$ 118.929.679
<u>Depreciación</u>	\$ 2.699.600	\$ 2.159.680	\$ 1.619.760	\$ 1.079.840	\$ 539.920
<u>Porcentaje de depreciación (método suma a dos dígitos)</u>	33%	27%	20%	13%	7%
TOTAL COSTOS	\$ 107.269.688	\$ 104.637.487	\$ 105.634.734	\$ 111.477.542	\$ 119.469.599
UAI Utilidad antes de impuestos)	\$ 11.300.023	\$ 26.085.618	\$ 31.624.526	\$ 32.644.681	\$ 31.858.736
IMPUESTOS (25%)	\$ 2.825.005	\$ 6.521.404	\$ 7.906.131	\$ 8.161.170	\$ 7.964.684
UTILIDAD NETA	\$ 8.475.017	\$ 19.564.214	\$ 23.718.395	\$ 24.483.511	\$ 23.894.052
DEPRECIACION (+)	\$ 2.699.600	\$ 2.159.680	\$ 1.619.760	\$ 1.079.840	\$ 539.920
<u>FLUJO DE EFECTIVO</u>	\$ 11.174.617	\$ 21.723.894	\$ 25.338.155	\$ 25.563.351	\$ 24.433.972

EVALUACION DEL IMPACTO

Para la realización de cualquier proyecto es indispensable evaluar la viabilidad y el impacto del proyecto antes de operar un modelo de negocio, es por esto que la empresa SPF tiene un impacto de tipo económico ya que es un proyecto con ánimo de lucro que requiere una baja inversión de dinero con relación a sus utilidades proyectadas.

Tasa interna de retorno:

La TIR representa el valor mínimo aceptado con el fin de evaluar la conveniencia de las inversiones en los proyectos o empresas. Cuanto mayor sea esta tasa, más viable y deseable será llevar a cabo un proyecto.

Para determinarla se tienen en cuenta los valores de la inversión inicial, el número de periodos y el flujo de efectivo neto en los periodos.

TIR= Inversión inicial: \$5.098.800
Flujo de efectivo neto: \$24.433.972 (al año 5)
Numero de periodos: 5 años.

TIR: 278% / 5 periodos

=55.6% TIR por cada periodo o año de la empresa

Se puede afirmar que la empresa SPF contará con una tasa interna de retorno del 55.6% anual proyectada durante la vida del proyecto con una rentabilidad superior en comparación a la que obtienen los establecimientos de crédito y ahorro actualmente debido a que la inversión inicial que se requiere para la iniciación de esta empresa es baja con relación a las proyecciones de venta establecidas.

VALOR PRESENTE NETO:

Según Gonzales R. (2009) en su artículo: como evaluar proyectos de inversión, el Valor Presente Neto (VPN) “es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. Esencialmente, el VPN mide cuánto valor es creado o adicionado por llevar a cabo cierta inversión. Sólo los proyectos de inversión con un VPN positivo deben de ser considerados para invertir”. P1.

Adicional a esto, explica que la fórmula para obtener el VPN de un proyecto es la siguiente:

$$\text{VPN} = -II + (\text{suma de}) \left[\frac{\text{FEO}}{(1+R(r))^t} \right] + \left[\frac{\text{FET}}{(1+R(r))^n} \right]$$

Donde los valores se representan a través de:

- II= Inversión inicial

- FEO = Flujos de efectivo de operación en el año
- t = año
- n = duración de la vida del proyecto en años
- R(r) = tasa de rendimiento requerida del proyecto
- FET: Flujo de efectivo de terminación del proyecto

Por tal motivo el VPN de la empresa SPF se calculará de la siguiente manera:

$$\text{VPN} = - \$5.098.800 + (\$ 118.569.711 / (1+10\%)^1 + (\$ 130.723.106 / (1+10\%)^2 + (\$ 137.259.261 / (1+10\%)^3 + (\$ 144.122.224 / (1+10\%)^4 + (\$ 151.328.336 / (1+10\%)^5)$$

$$\text{VPN} = \underline{\underline{\$ 74.682.193}}$$

Se observa que el VPN del proyecto es positivo, teniendo en cuenta que se espera como mínimo un rendimiento del 10% sobre el proyecto puesto en marcha de SPF, junto con lo anterior, se estima que la recuperación de la inversión inicial sea absolutamente optima al finalizar los cinco periodos contabilizados en el presente proyecto.

BALANCE GENERAL

Para la empresa es fundamental saber que tiene, para donde va, que deudas o compromisos tiene y que patrimonio en total obtienen. Los activos son pocos ya que son muy pocas cosas las que se necesitan, así mismo hay deudas que cancelar a los docentes y administradores del lugar, los cuales se pueden ver en los siguientes cuadros donde vemos los activos, pasivos y la resta que nos da el patrimonio.

Activos	
CAJA (INVERSION DE SOCIOS)	\$12.000.000
<u>MAQUINARIA, PLANTA Y EQUIPO</u> (<u>COMPUTADORES</u>)	\$2.000.000
TOTAL ACTIVO	\$14.000.000

Pasivo	
OBLIGACIONES FINANCIERAS (ARRIENDO Y SUELDO DE LOS PROFESORES)	\$6.000.000
TOTAL PASIVO	\$6.000.000

PATRIMONIO : ACTIVO - PASIVO
PATRIMONIO: \$14.000.000 – \$6.000.000
\$8.000.000

Sport Performance Functional



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Botero A. (2017). Plan Nacional de Recreación 2013-2019. Col deportes. Constitución política. (1991). Recuperado de: <http://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/constitucio-politica-colombia-1991.pdf> revisado: 27-09-2017.
- Gonzales R. (2009). Como evaluar proyectos de inversión. Escuela superior de comercio. Grenoble. Francia. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/262890>
- Forteza de la Rosa A. (1988) *Bases metodológicas del entrenamiento deportivo*. Editorial Científico Técnica. Ciudad de la Habana, Cuba. 84 p.
- García F. (2013). Consideraciones especiales del entrenamiento funcional en deportes. *Iatreia*, 26(4-S), S-7.
- García Cruz, F. A. (2013). Consideraciones especiales del entrenamiento funcional en deportes. *Iatreia*, 26(4-8), 1-7.
- Manso, J. M. (2006). Bases teóricas del entrenamiento deportivo. Madrid: Gymnos. 1, 10-21.
- Weineck, J. (2006). Entrenamiento total. Belingen, Alemania: Paidotribo.
- Dieguez, J. (2007). Entrenamiento Funcional. Madrid: Gymnos
- IDRD. (2016). Clubes deportivos vigentes. Recuperado de: http://www.idrd.gov.co/SIM/CS_RendimientoDeportivo/Presentacion/Consulta_General_Clubes_Web.php