

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del catálogo en línea, página web y Repositorio Institucional del CRAI-USTA, así como en las redes sociales y demás sitios web de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor, nunca para usos comerciales.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-USTA
Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

Plan para la implementación de una empresa deportiva “Speed Wheels”

Heidy Carolina Blanco Ramos y Neyder Alberto Florez Rincón

**Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Cultura Física, Deporte y
Recreación**

Director

Nelson Correa Pacheco

Magister en Administración

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División Ciencias de las Salud

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

2020

Tabla de contenido

Introducción	9
1. Plan para la implementación de una empresa deportiva enfocada en el patinaje de carreras, “Speed Wheel”	11
1.1 Objetivos	11
1.1.1 Objetivo General	11
1.1.2 Objetivo Específico	11
2. Marco referencial	12
2.1 Antecedentes	12
2.2 Marco histórico	13
2.3 Marco teórico	15
3. Módulo de mercado	20
3.1 Análisis del sector	20
3.2 Análisis del mercado	22
3.3 Análisis de la competencia	32
4. Identidad corporativa	35
4.1 Nombre y logo empresa	35
4.2 Descripción de la empresa	35
4.3 Disponibilidad de escenarios	36
5. Proyección personal	39
6. Perfil profesional requerido	40
7. Prototipo de portafolio de servicio	40
7.1 Portafolio de servicios	40
7.2 La empresa estará dedicada a la oferta de servicios en el siguiente orden	41

7.2.1 Patinaje de carreras – Formación.....	41
7.2.2 Patinaje de Carreras Competitivo.....	42
7.2.3 Patinaje de Carreras – Lúdico recreativo.....	42
8. Modulo organizacional.....	44
8.1 Plan Estratégico.....	44
9. Misión.....	45
9.1 Visión.....	45
10. Objetivos corporativos.....	45
10.1 General.....	45
10.2 Objetivos específicos.....	46
11. Matriz DOFA.....	46
12. Organigrama.....	47
13. Target Group.....	47
14. Estudio financiero.....	48
14.1 Estado de ingresos y egresos.....	48
14.2 Impacto social del proyecto.....	49
14.3 Resultados.....	50
14.4 Conclusiones.....	51
Referencias bibliográficas.....	52
Apéndices.....	57
Apéndice A. Instrumento.....	57
Apéndice B. Consentimiento informado.....	59

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Análisis de la competencia</i>	32
Tabla 2. <i>Plan estratégico</i>	44
Tabla 3. <i>Ingresos por servicios</i>	48
Tabla 4. <i>Egresos por servicio</i>	48
Tabla 5. <i>Utilidad mensual de la empresa</i>	49

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Población por Municipio y Genero	21
<i>Figura 2.</i> Identificación del sexo	23
<i>Figura 3.</i> Edad de la población encuestada	23
<i>Figura 4.</i> Identificación estado Civil	24
<i>Figura 5.</i> Identificación socioeconómica.....	24
<i>Figura 6.</i> Identificación de actividad deportiva.....	25
<i>Figura 7.</i> Identificación de actividades deportivas practicadas	25
<i>Figura 8.</i> Identificación de interés en el área propuesta	26
<i>Figura 9.</i> Interés en actividades para terceros o familiares	26
<i>Figura 10.</i> Identificación de frecuencia para la práctica.....	27
<i>Figura 11.</i> Identificación horaria	27
<i>Figura 12.</i> Identificación del perfil del encargado de clase.....	28
<i>Figura 13.</i> Identificación de oferta en valor	28
<i>Figura 14.</i> Identificación de Servicios adicionales de interés	29
<i>Figura 15.</i> Logo	35
<i>Figura 16.</i> Pista Patinaje Zapamanga	36
<i>Figura 17.</i> Patinodromo los Andes, Floridablanca	37
<i>Figura 18.</i> Patinodromo Recrear Niza – Floridablanca	38
<i>Figura 19.</i> Patinodromo Club Campestre – Floridablanca	39
<i>Figura 20.</i> Organigrama.....	47

Resumen

La necesidad de cubrir un mayor porcentaje de población en el municipio de Floridablanca, que pueda acceder a actividades deportivas, recreativas y de aprovechamiento del tiempo libre, permite el emprendimiento de empresas privadas que apoyan de manera directa la demanda evidente en este tipo de población, Floridablanca cuenta con una población de niños y jóvenes igual a 74.489 según datos del observatorio metropolitano de Santander 2018, de esta población, solo se cubre un 15 y 20 % con los diversos programas que ofrece el IDEFLORIDABLANCA. Por tanto, según el dato expuesto anteriormente, se denota la necesidad de este estudio y la viabilidad de la puesta en marcha de una empresa deportiva que apoye el cubrimiento de las necesidades municipales desde el sector privado. Se realizó un análisis del mercado a través de un método de investigación descriptivo donde se recopilaron datos por medio de la aplicación de un instrumento avalado por la facultad de cultura física deporte y recreación, y a su vez, se realizó un análisis de la competencia y del sector, por medio de la recopilación de información encontrada en internet y a través de llamadas telefónicas a las empresas ya constituidas de la zona. Como resultado se encontró que es viable la constitución y puesta en marcha de una empresa deportiva enfocada en el patinaje de carreras en el municipio de Floridablanca ya que según las necesidades del medio y las proyecciones nuestras como emprendedores se da respuesta a las necesidades expresadas en precio, formación profesional, escenario y seguridad.

Palabras clave: Empresa, Emprendimiento, Patinaje de carreras

Abstract: The need to cover a greater percentage of the population of the municipality of Floridablanca that can access sports, recreation and leisure activities, allows private enterprise to directly support the demand evident in this type of population, Therefore, Floridablanca has a population of children and youth equal to 74,489 according to data from the metropolitan observatory of Santander 2018, of this population, it only covers between 15 and 20 % with the various programmes offered by IDEFLORIDABLANCA. Therefore, according to the above data, the need for this study and the feasibility of starting up a sports company that supports the coverage of municipal needs from the private sector is indicated. A market analysis was carried out through a descriptive research method where data were collected through the application of an instrument endorsed by the faculty of physical culture, sport and recreation, and in turn, an analysis of the competition and the sector was carried out, through the collection of information found on the internet and through telephone calls to the companies already incorporated in the area. As a result it was found that it is feasible to set up and start up a sports company focused on skating in the municipality of Floridablanca since according to the needs of the environment and our projections as entrepreneurs is given response to needs expressed in price, vocational training, stage and safety.

Keywords: company, entrepreneurship, skating racing

Introducción

El artículo 52 de la constitución política de Colombia, reconoce el ejercicio, el deporte y sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas y tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación forman parte de la educación y constituyen un gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas. (Constitucion, Política de Colombia , 2019)

Por tanto, al considerarse un derecho, los entes nacionales , gubernamentales y municipales, deben generar los espacios y programas propicios para que este derecho sea accesible a toda la población Colombiana, pero esto va de la mano de los recursos que el gobierno disponga para esto, ya que sin ese tipo de designaciones el derecho al deporte queda limitado a programas cortos, con bajos presupuestos y poca cobertura y esto, a pesar que el deporte está amparado en la constitución de 1991 y tenemos una ley marco del deporte, las organización deportivas tiene que autofinanciarse en un 80% por sus propios medios o acudiendo a los padres de familia que asignan los recursos para que sus hijos puedan desarrollarse en una disciplina deportiva. (gil, 2015) En ese orden de ideas, está demostrado que el deporte en Colombia, aunque es un derecho no logra la cobertura necesaria para cumplir con la demanda de su población, ya sea por motivos económicos (Recorte presupuesto al deporte), por motivos operativos (Se escribe, pero no se ejecutan), o por motivos de corrupción (se ejecutan, pero se pierde gran parte de esta designación en burocracia). Vale resaltar, que Colombia desde el año 2017, solo recibe para el deporte 587 Mil millones de pesos,

esto significa el 0.3% del presupuesto general de la nación (Pacheco, 2017), y esta designación, debe ser dividida entre el deporte del alto rendimiento, el deporte social y comunitario, por mencionar los tres más importantes. Hay que tener presente que desde esta problemática es que parte la necesidad de *instituciones deportivas Privadas*, que ofrecen servicios de calidad y dirigidos por profesionales con procesos metodológicos que se sostienen en el tiempo y que de igual manera se pueden medir, pero que, al ser de carácter privado, necesariamente debe tener contraprestación económica por el servicio prestado.

Ahora bien, el plan de desarrollo municipal de Floridablanca – Santander; ¡Floridablanca Ahora puedes más 2016-2019! Estableció cinco dimensiones a las cuales debe responder el gobierno municipal, entre las cuales está la que compete a nuestra área, la numero 2. Formación integral; Educación, Cultura y Deporte. Entre esta dimensión se encuentran algunos párrafos que contextualizan la necesidad del deporte y la situación actual en Floridablanca, donde se expone la necesidad de sensibilizar a las entidades públicas y privadas para que la población pueda tener accesibilidad a los centros deportivos, a los servicios y a la infraestructura que facilite la práctica de la actividad física y el deporte. (Alcaldía Floridablanca, 2016)

Entendiendo la situación anteriormente expuesta, se contextualiza la necesidad de que se formen entidades y empresas privadas que aporten desde su conocimiento a cumplir con los objetivos de los gobiernos de turno y a su vez, con la cobertura de un derecho que tenemos todos los Colombianos, por tanto, en este documento se encontrará la propuesta para la generación de una empresa deportiva que permita inicialmente por medio del patinaje de carreras, generar impacto en la región, ofreciendo calidad en procesos acordes al deporte y los valores que este inculca siempre apoyando la formación integral en niños, jóvenes y adolescentes de la ciudad de Floridablanca, Santander.

1. Plan para la implementación de una empresa deportiva enfocada en el patinaje de carreras “Speed Wheels”

Se realizó un plan para implementar una empresa deportiva, iniciando con un análisis del sector que permitió conocer la demanda de los servicios deportivos en el municipio de Floridablanca, para así, generar un portafolio de servicios donde la empresa deportiva Speed Wheels se adecue a las necesidades del medio y responda a estas inicialmente a través de la modalidad deportiva del patinaje de carreras, dirigido por profesionales en el área de cultura física, deporte y recreación.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo General.

Diseñar un plan para la constitución de una empresa deportiva enfocada en el patinaje de carreras en el municipio de Floridablanca – Santander.

1.1.2 Objetivo Específico.

- Determinar la viabilidad de la empresa deportiva en la modalidad de patinaje en el municipio de Floridablanca – Santander.
- Realizar un análisis de la competencia y empresas que ofrecen servicios similares en el municipio y determinar la viabilidad de la comercialización de los servicios en el mismo.
- Generar un portafolio de servicio para la oferta de formación deportiva en el municipio de Floridablanca Santander.

2. Marco referencial

2.1 Antecedentes

A nivel internacional, son muchos los referentes bibliográficos que se encuentra con respecto a la creación de escenarios deportivos enfocados al patinaje de carreras, entre ellos algunos nacionales que exponen los beneficios y bondades al realizar adecuaciones en infraestructura pero es bastante reducido la información específica a la constitución de empresas que ofrezcan este tipo de servicios, puede ser a que en un gran porcentaje de países desarrollados, las empresas deportivas de carácter privado no sean fuertes debido a que los Gobiernos nacionales y locales tienen programas que cubren las necesidades de estas poblaciones.

A nivel nacional, Se encuentran algunos referentes que permiten contextualizar este tipo de propuesta como por ejemplo; (Torres, 2008) el cual realizó un estudio de Factibilidad para la creación de una fundación deportiva de patinaje, Dirigida a niños y niñas en la ciudad de Bucaramanga, pudo encontrar que instituciones de iguales características no atendían poblaciones de niños entre los 6 y 9 años de edad pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3 , quienes tenían dificultades para cancelar por los servicios ofrecidos. Encontró que era viable ofrecer los servicios de formación máximo dos días a la semana y de igual manera resalta la importancia del fortalecimiento financiero con recursos de entes privado y públicos.

De igual manera; (Castro Bernal, Moreno Mena, & Preciado Perez, 2012), en un estudio realizado en la Universidad Santo Tomas, Bogotá. Constituyeron una empresa de formación deportiva denominada Roller 4 Life, el cual daba a conocer la empresa de formación deportiva a las diferentes instituciones educativas de Bogotá, realizaron por medio de encuestas un

diagnóstico de las falencias en los procesos que seguían algunas instituciones de la ciudad al igual que de las necesidades motrices que tenían los niños de esa zona por abarcar. Por tanto, resultado de esta revisión, se genera un portafolio donde se propone acciones deportivas después de la jornada curricular en un espacio adecuado y con personal idóneo. También se encuentra bibliografía relacionado a otras áreas del patinaje como el artístico, y a mejoras organizacionales en instituciones ya consolidadas como es el caso de (Quintero Garzon, Colorado Echeverria , & Piñeros Pagotty , s.f.) quienes realizaron un estudio en la Universidad Piloto de Colombia donde viabilizan una propuesta financiera para mejorar las políticas y estrategias que permitan posicionar la institución, de igual manera evalúan que el punto de retorno de la inversión se lograra siempre y cuando sea generado mejores procesos de selección en el personal contratado.

2.2 Marco histórico

La historia del patinaje se remonta a la edad de hielo comprendido entre los años 1550 y 1850 donde los seres humanos se ingeniaron una forma muy particular de cazar a sus presas deslizándose sobre el hielo con trozos de madera debajo de la planta de sus pies, en su necesidad de transportarse de una forma más rápida estos evolucionan y son creados los ahora conocidos como patines de ruedas.

Torres, M. (2008) nos comenta que “el primer par de patines, se atribuye a Joseph Merlín, un lutier nacido en Huys, Bélgica el 17 de septiembre de 1735”, este autor fue a Londres en mayo de 1770 como director del Museo Cox en Spring Gardens y allí realizo la presentación por primera vez de su único invento, un par de patines sobre ruedas, pero fue muy viral su aparición por lo que un escrito de dicha época decía “diseñados para rodar sobre pequeñas ruedas metálicas. Provisto

de un par de estos patines y un violín, ingreso en un baile de disfraces celebrado en Carlisle—House, Soho Square, en el centro de Londres. Sin contar con medios para disminuir su velocidad o controlar su dirección, fue a dar contra un valuado espejo ubicado al final del salón de baile. No solo provoco la rotura de este y la de su violín, sino que también resulto lastimado severamente.” (torres, 2008)

25 años después este invento género reconocimiento, los primeros países en donde se hizo dar a conocer el diseño de estos patines fueron en Inglaterra, Francia y Alemania, pero en donde más se popularizo fue en Alemania en el año 1840, en una taberna cercana a la ciudad de Berlin donde los clientes eran atendidos por chicas sobre patines. Esto atrajo la atención de muchos, sin mencionar la mejora del servicio. (torres, 2008)

Las primeras pistas de patinaje surgieron en el año 1857 en Convent Garden y Strand, en el centro de Londres.

El patinaje llego a América en 1863, específicamente a Estados Unidos gracias a James Leonard Plimpton ya que fue quien pensó en colocar las ruedas bajo suspensiones de gomas el cual esto hizo posible maniobrar el patín describiendo curvas, este invento fue muy superior a todos los demás diseños hasta el momento generado popularización gracias a los patines de Plimpton las pistas de patinaje resultaron ser puntos de encuentro.

Plimpton también fundo en Estados Unidos la primera asociación de patín sobre ruedas y organizo la primera sociedad de internacional de patinaje sobre ruedas y dio origen a las primeras competencias de habilidad llamándose (The Plimpton Medal) el cual también desarrollo un sistema de categorías. (Plimpton, 1863)

Para el año 1900 los países en los cuales fueron muy popularizados y donde se crearon escenarios deportivos para la práctica del patinaje fueron en Inglaterra, Francia, Alemania y

Estados Unidos. Para el año 1924 el patinaje tendría 3 modalidades las cuales fueron: Velocidad, Artístico y Hockey pero aun debían de organizar este deporte, así que representantes de Francia, Alemania, Gran Bretaña y Suiza se reúnen en Montreux Suiza para fundar la Federation International du Patinage a Roulotte (FIPR) (skatefeelings, 2014) La llegada del patinaje a Colombia fue gracias a unos Sacerdotes que venían de España el cual promovieron la comercialización de los patines por la capital del país a mediados de los años 60, muchos capitalinos se interesaron y empezaron a realizar dichas prácticas sobre las principales calles de la ciudad, donde más tomo vuelo fueron en los colegios privados ya que la compra de los patines eran un poco costosos y no era fácil de conseguir, con el tiempo un grupo de padres de familia y deportistas deciden crear la primera organización con el fin de masificar la práctica del patinaje.

Durante los años 1970-1975 se realizó el primer evento internacional en la capital del país el cual gracias a este torneo se construyó el primer escenario ovalado únicamente para la práctica de este deporte, el patinaje estaba muy centralizado en la capital del país, pero gracias a las capacitaciones que se realizaban a lo largo del país como lo eran en Antioquia, Valle del Cauca, Caldas, Santander y Bolívar, se logró distribuir la práctica del patinaje por diferentes zonas del país.

2.3 Marco teórico

Existen diversas teorías que enfocan sus modelos para la creación de empresas en el emprendedor, para este estudio, se tuvo en cuenta el modelo de la conducta Empresarial de Shapero y Sokol, la cual es citada por (Fernandez, 2013) en su libro, *nuevas investigaciones sobre la gestión familiar en España*, ellos consideran que son varios los factores determinantes para la

creación de empresa. Esto lo hace a través de una concepción que describe como “Desplazamiento”. Este hace se refiere al cambio de rumbo que provoca y motiva a que surja un emprendedor, ya que puede ser por desplazamientos positivos o negativos que vivenciaran en su vida, que incluso pueden ser internos o externos. Existen altas posibilidades de que las personas generen empresas bajo un evento negativo, aunque también resaltan que pueden surgir de acontecimientos positivos como apoyo financiero y/o el buen funcionamiento de la economía.

Ahora bien, En el caso particular de esta propuesta, los autores de la teoría resaltan que también; “Pueden generarse desplazamientos a nivel interno, estos los determina como aquellos que cambian la trayectoria de la vida de un individuo como por ejemplo terminar el ciclo de estudios o llegar a una edad predeterminada”

Al tener en cuenta que esta propuesta de constitución de empresa se enmarca en la culminación del proceso de formación que se lleva a nivel profesional, se considera que es el más adecuado para soportar el trabajo que estamos realizando.

Por tanto, la teoría que utilizamos se base en dos componentes primordiales; El deseo y viabilidad, por lo cual deseamos dejar en claro que:

La percepción de deseo y viabilidad actúan recíprocamente. Así, por ejemplo, si se percibe excesivamente difícil la creación de una empresa, se podría llegar a no desearla como opción profesional. Del mismo modo, si no se desea crear una empresa, es difícil que se considere su viabilidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, El modelo de Shapero y Sokol, denominado “Teoría de la conducta empresarial”, constara de tres etapas las cuales cubrimos en el desarrollo del presente trabajo. *En la primera etapa*, una serie de acontecimientos, positivos o negativos predisponen al emprendedor a constituir la empresa. *En la segunda etapa* se genera el deseo a partir de

determinadas circunstancias, entre las que se encuentran la formación del emprendedor, la familia, la Cultura y las amistades. Finalmente tiene lugar la fase de acción en la que, bajo una serie de condiciones, la persona finalmente se decide a crear su propia empresa.

Por tanto y teniendo en cuenta el modelo teórico expuesto, se decidió tener en cuenta esta teoría para permitir soportar la creación de empresa desde una perspectiva direccionada al emprendimiento y su rol en la sociedad.

2.4 Marco conceptual

Patinaje; El patinaje es un deporte relativamente nuevo, es modalidad de gran desarrollo en Colombia y de interés general en niños y niñas como fenómeno social, pero también enmarcaba un medio de transporte o desplazamiento en tiempos muy antiguos. (Grelon, 2016) (Rivera & Vera Rivera , 2012)

Patinaje de carreras; Es una modalidad deportiva que se desarrolla en superficies distintas del suelo, por lo general en asfalto, Hormigón, terrazo que a su vez pueden tener una capa de rodadura en plástico, es una actividad que se puede desarrollar en sitios específicos como pueden ser Pistas o circuitos. (FEDEPATIN, s.f.)

Deporte: El deporte en general. Es la específica conducta humana caracterizada por una actitud lúdica y de afán competitivo de comprobación o desafío expresada mediante el ejercicio corporal y mental, dentro de disciplinas y normas preestablecidas orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales. (MINEDUCACION, 1995)

Deporte Formativo: Es aquel que tiene como finalidad contribuir al desarrollo integral del individuo. Comprende los procesos de iniciación, fundamentación y perfeccionamiento

deportivos. Tiene lugar tanto en los programas del sector educativo formal y no formal, como en los programas desescolarizados de las escuelas de formación deportiva y semejantes. (COLDEPORTES, www.coldeportes.gov.co, s.f.)

Deporte comunitario: Son todas aquellas prácticas deportivas y sus diferentes manifestaciones en la comunidad que, desde un enfoque diferencial e incluyente, fortalecen la sana convivencia y los valores, propiciando la transformación social y la paz de la población colombiana. (COLDEPORTES, s.f.)

Deporte asociado: Es el desarrollado por un conjunto de entidades de carácter privado organizadas jerárquicamente con el fin de desarrollar actividades y programas de deporte competitivo de orden municipal, departamental, nacional e internacional que tengan como objeto el alto rendimiento de los deportistas afiliados a ellas. (COLDEPORTES, www.coldeportes.gov.co, s.f.)

Deporte para todos: Cuando hablamos de deporte para todos, debemos entenderlo como un concepto amplio que incluye en la práctica de las actividades físicas y deportivas a todos los estratos sociales, sin exclusiones por edad, sexo, condición física, cultural, étnica, etc. “El Deporte para Todos reconoce el derecho a la población de toda edad a jugar y bailar, el derecho al placer y a la alegría, a la sociabilidad y a su auto realización” (COC, s.f.)

Deporte competitivo: Es el conjunto de certámenes, eventos y torneos, cuyo objetivo primordial es lograr un nivel técnico calificado. Su manejo corresponde a los organismos que conforman la estructura del deporte asociado (COLDEPORTES, s.f.)

Empresa: Es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. La empresa

puede ejecutar actividades de naturaleza industrial o productiva; Comercial o de prestación de servicios. (CCB, s.f.)

Emprendedor: Es aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para tomarla. (Laura Sanchez, 2010)

Empresas privadas: empresa privada a una sociedad mercantil que es propiedad de un pequeño número de individuos. Un número limitado de acciones se dividen entre los propietarios de acuerdo con la inversión o aportes a la sociedad. (Diaz, 2018)

Empresas públicas: Las empresas públicas podríamos definirlas **perfectamente** como aquellas creadas por el gobierno, y son iniciadas para ayudar a distintos servicios públicos. (Benjamin, s.f.)

Club Deportivo: Los clubes deportivos son organismos de derecho privado constituidos por afiliados, mayoritariamente deportistas, para fomentar y patrocinar la práctica de un deporte o modalidad, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre en el municipio, e impulsar programas de interés público y social. (COLDEPORTES, s.f.)

Escuela deportiva: Las escuelas de formación deportiva, son programas de carácter formativo, donde los niños, niñas y jóvenes pueden iniciar el aprendizaje, fundamentación, perfeccionamiento y especialización de uno o varios deportes afianzando su formación integral como personas y deportistas. (COMFACAUCA, s.f.)

Consumidor: Se considera consumidor aquel que adquiere productos para satisfacer una necesidad empresarial cuando no esté íntimamente ligada a su actividad económica, es decir, cuando el sujeto adquiere un producto que esté por fuera de su esfera de especialidad. (REDCONSUMIDOR, s.f.)

Servicio: se define como el conjunto de actividades que realiza una empresa para poder satisfacer las necesidades de un cliente. (Mendez, 2019)

Segmentación de mercado: Se define como la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes de clientes según sus necesidades y hábitos de compras. (Fred, 2003)

3. Módulo de mercado.

3.1 Análisis del sector.

El INDERSANTANDER es el organismo rector del deporte en el departamento, este, postula en su plan de desarrollo los objetivos a cumplir durante el periodo 2016-2019, entre los cuales resaltamos para este estudio; “Promocionar y fomentar la cultura física y el desarrollo deportivo a nivel recreativo, formativo y competitivo como elemento esencial del desarrollo social”.

De igual manera, en su programa de deporte estudiantil y formativo, tiene entre sus objetivos “Generar en la niñez y juventud hábitos de vida saludable corporal, mental y desarrollo integral por medio de procesos de iniciación, fundamentación, perfeccionamiento técnico y competición deportiva”. Por lo cual, entre las metas para cumplir este objetivo está “El apoyo a la creación y/o renovación de 60 escuelas de formación deportiva para atender a niños, niñas y jóvenes en equidad de género y con enfoque diferencial. (INDERSANTANDER, 2016).

En ese orden de ideas, ante la iniciativa del INDERSANTANDER, se deslumbra la necesidad de la creación de instituciones que fomente el deporte formativo y competitivo direccionado al rendimiento, ya que, en primera instancia, se entiende que sea de orden público pero que no excluye en ninguna situación aquellos de carácter privado que tenga su respectivo reconocimiento deportivo ante el ente municipal y que se beneficien de recursos públicos para el apoyo de este plan de acción.

Ahora bien, el IDEFLORIDA ente que regula el deporte municipal en el espacio donde deseamos establecer nuestra empresa, también contextualiza pero de manera más expresa la necesidad de programas e instituciones deportivos que mejoren la situación y cobertura actual en Floridablanca, donde se expone la necesidad de sensibilizar a las entidades públicas y privadas para que la población pueda tener accesibilidad a los centros deportivos, a los servicios y a la infraestructura que facilite la práctica de la actividad física y el deporte. (Alcaldía Floridablanca, 2016)

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, Floridablanca es una población compuesta por 257.868 habitantes urbanos y 9.256 Rurales, de los cuales 74.489 lo conforman niños y niñas entre los 4 y 18 años de edad, y del cual 36.154 corresponden al género femenino y 38.335 al género masculino. (Observatorio Metropolitano, 2018)

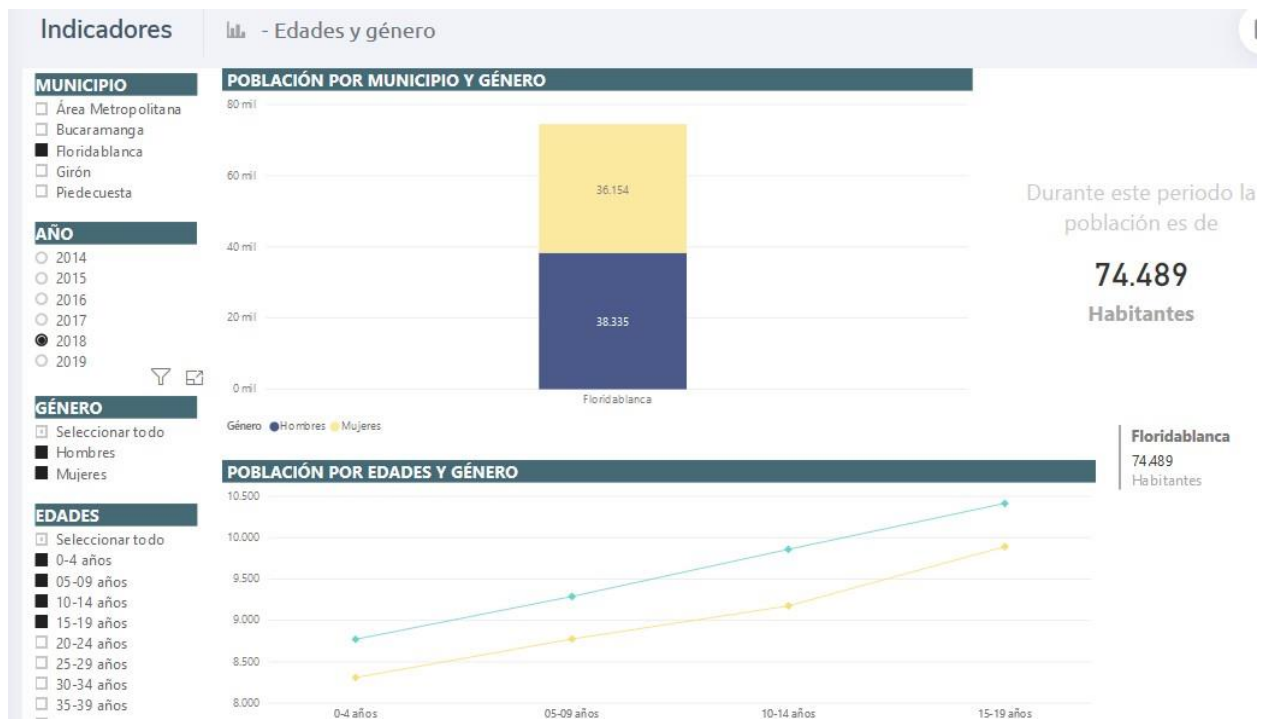


Figura 1. Población por Municipio y Género
Fuente: Observatorio Metropolitano 2018

Ahora bien, teniendo esta información se realizó una búsqueda en la página del IDERFLORIDA y se verificó la información con respecto al informe de gestión del 4 trimestre del año 2018, la cobertura que realiza esta institución con respecto al deporte formativo y para todos, en el cual, entre programas de recreo-vías, cobertura en gimnasios para jóvenes y cobertura de actividades puntuales en Colegios, cubre una cifra aproximada de 10.000 niños y jóvenes en programas ofertados por la alcaldía municipal. (Alcaldía de Floridablanca 2018, 2018) Siendo así, el ente municipal solo está haciendo cobertura de un 15% del total de la población infantil del municipio, por lo cual, se denota la importancia de que en el sector se fortalezcan la cobertura de acceso al deporte y recreación desde entidades privadas como la que proponemos en el área del patinaje de carreras para el municipio de Floridablanca.

3.2 Análisis del mercado.

Se realizó una encuesta como instrumento de medición para identificar el mercado y sus necesidades, este instrumento fue avalado por el comité de investigación de la facultad de Cultura Física el 15 de noviembre del 2019 con este, se determinó las condiciones para poder implementar un portafolio de servicios acorde a las necesidades expuestas según los resultados de la encuesta. Se encuestaron N=100 personas del municipio de Floridablanca – Santander, donde se escogió la población al azar y por conveniencia delimitando la encuesta a personas que tuvieran en su núcleo familiar un niño o joven.

Se direccionaron 13 preguntas en las que identificamos datos demográficos y otros ya específicos a los aspectos que deseamos resaltar en este análisis. Por tanto, procedemos a presentar los resultados de la encuesta en las siguientes graficas:



Figura 2. Identificación del sexo

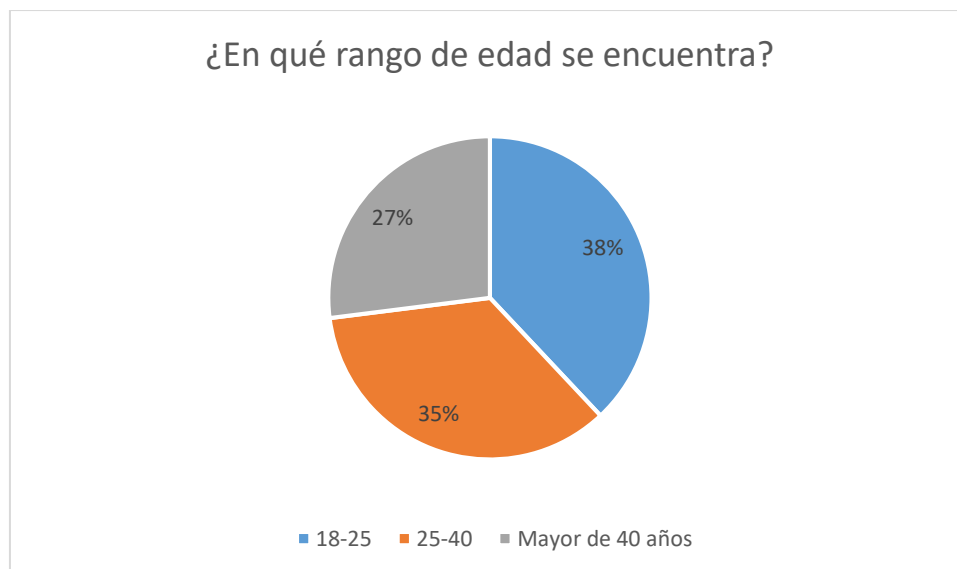


Figura 3. Edad de la población encuestada

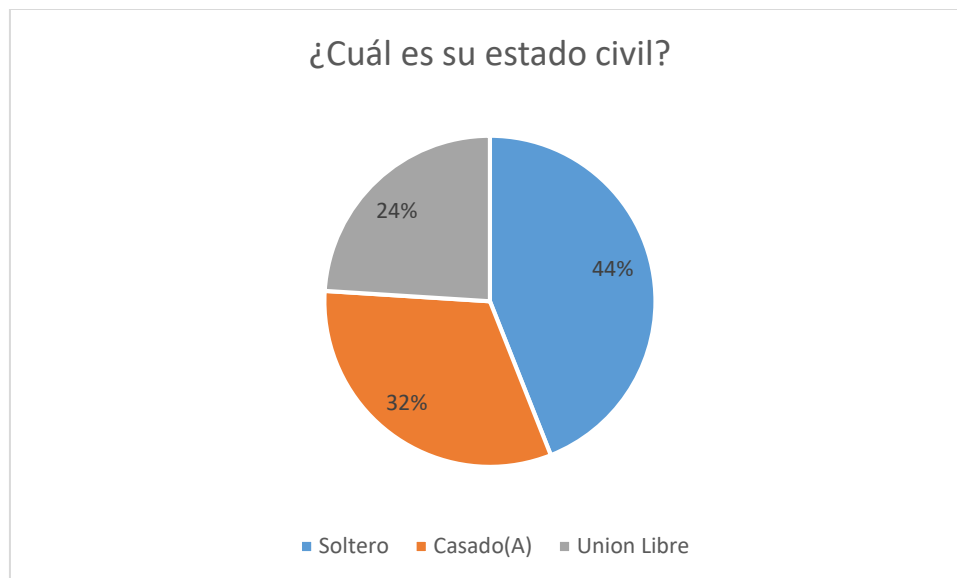


Figura 4. Identificación estado Civil



Figura 5. Identificación socioeconómica



Figura 6. Identificación de actividad deportiva

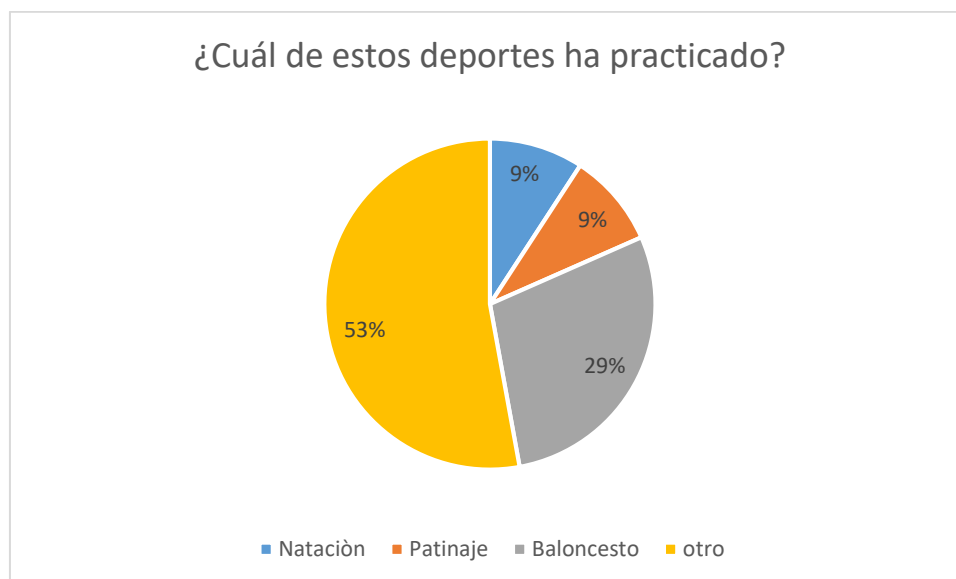


Figura 7. Identificación de actividades deportivas practicadas



Figura 8. Identificación de interés en el área propuesta

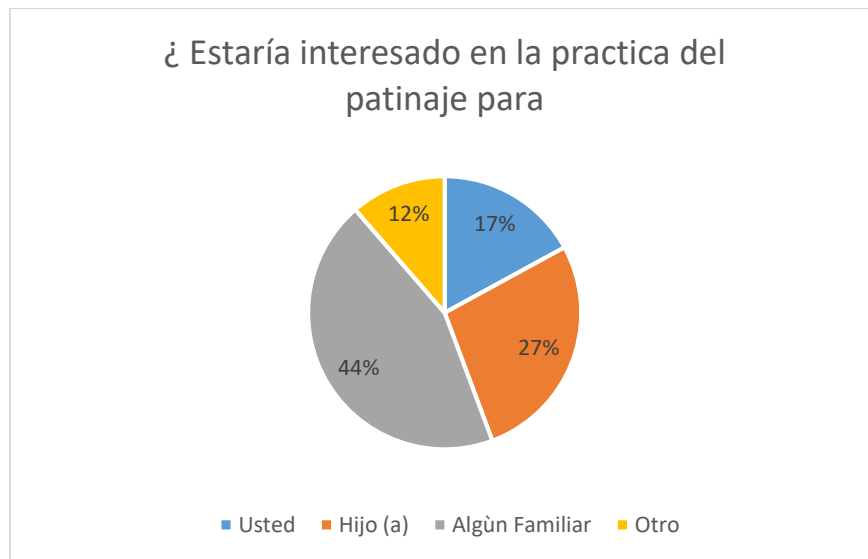


Figura 9. Interés en actividades para terceros o familiares

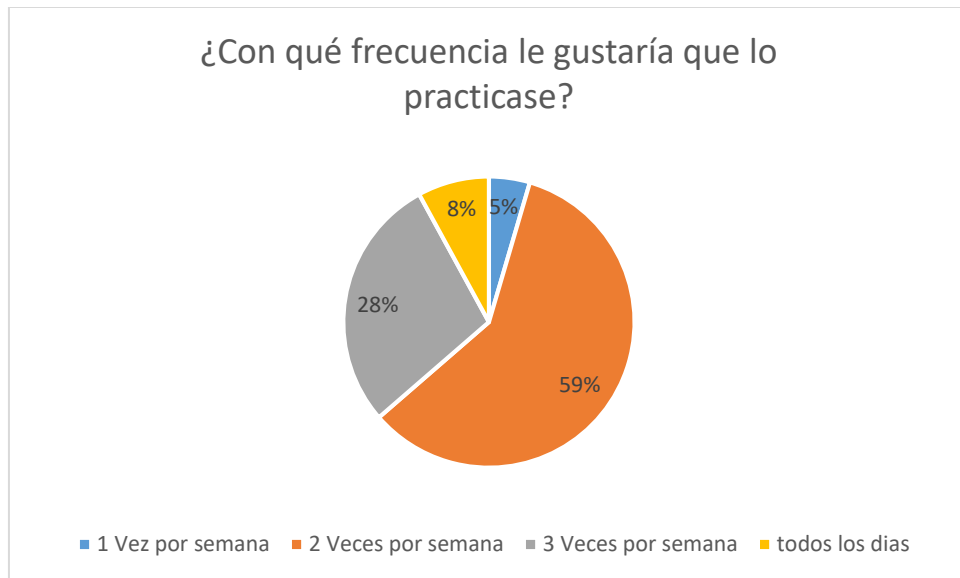


Figura 10. Identificación de frecuencia para la práctica

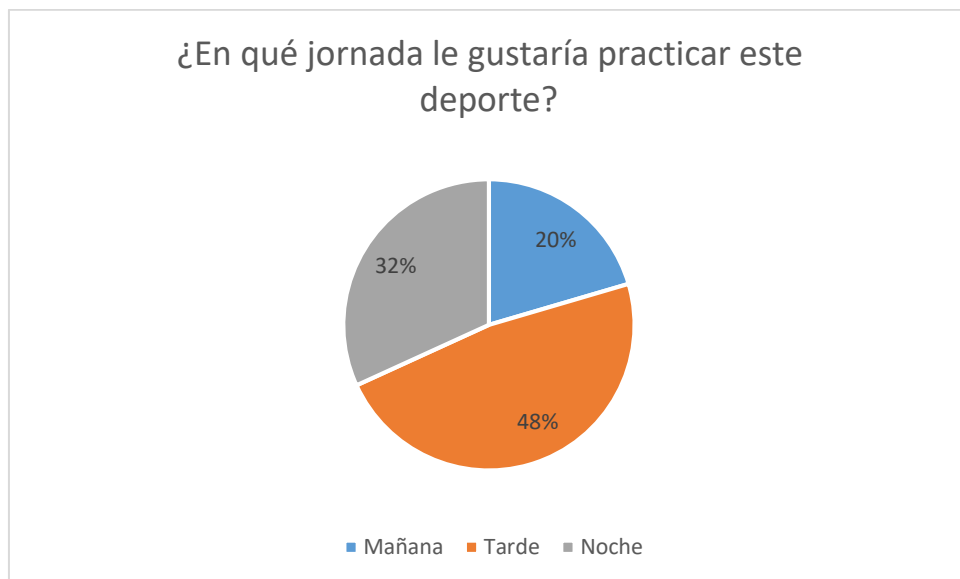


Figura 11. Identificación horaria

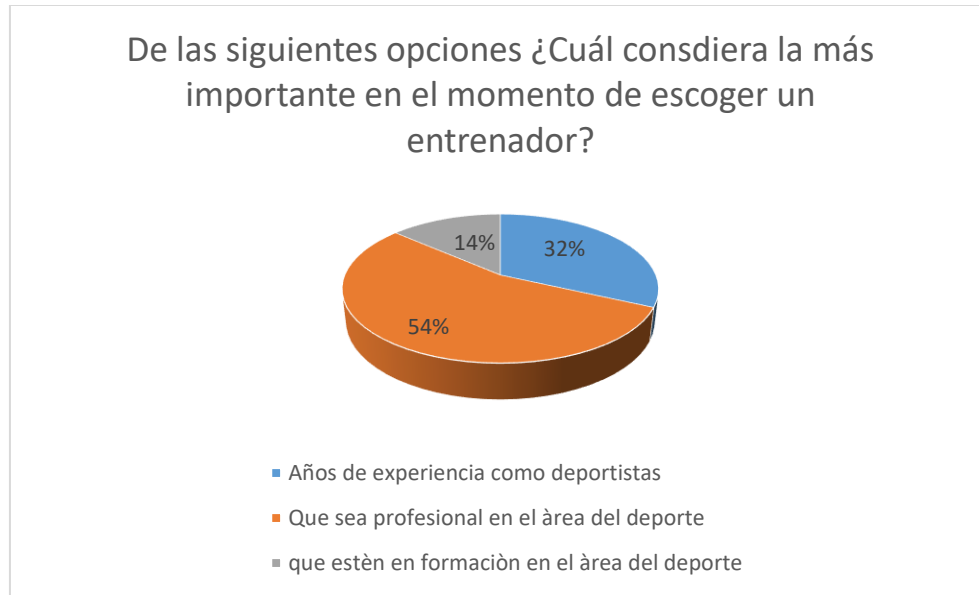


Figura 12. Identificación del perfil del encargado de clase

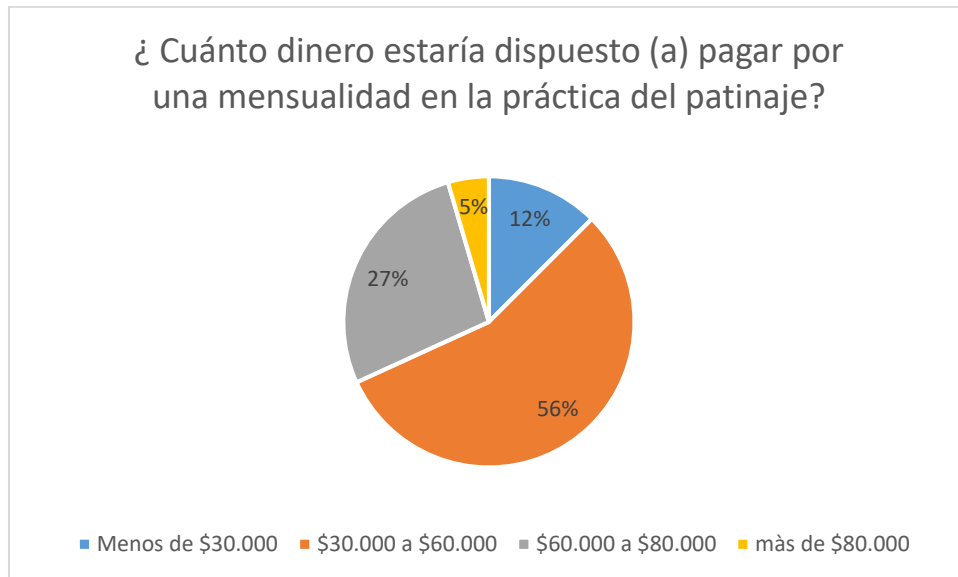


Figura 13. Identificación de oferta en valor

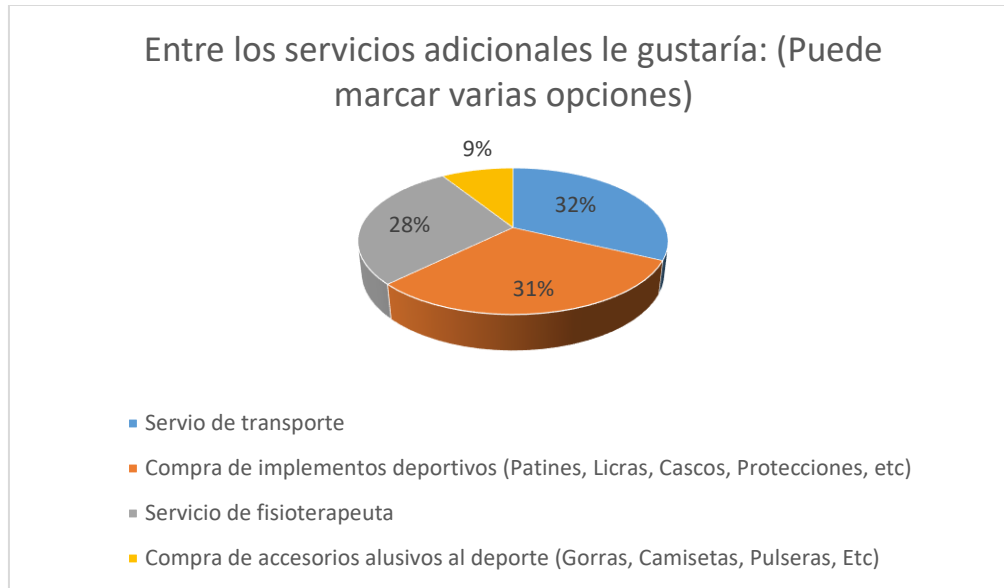


Figura 14. Identificación de Servicios adicionales de interés

Teniendo en cuenta las Figuras anteriores se logró identificar, que el porcentaje más alto de la población encuestada corresponde a mujeres con un 55% de participación y que el mayor porcentaje de personas encuestadas son Adultos jóvenes entre los 18 y 25 años con una participación del 38%, seguido a esto, adultos de 25 a 40 años con una participación del 35% y adultos mayores a 40 años con una participación del 27%. Ahora bien, se identificó que de los encuestados el 56% de las personas tienen alguna figura de unión marital con respecto a su estado civil dominando entre esto, los casados con un 32%, pero muy cercano se encuentra con un 44% del total de la población los que se identificaron como solteros.

En este orden de ideas y teniendo ya algunos aspectos sociodemográficos determinados, se identificó en la muestra encuestada que un 69% pertenece al estrato (3 – 4), que un 15% pertenece al estrato 5 en adelante y solo un 16% al estrato (1 - 2). Esta información permitió que los datos que buscamos tengan mayor validez, ya que un 84% de los encuestados pertenecen al nivel socioeconómico en el cual estamos enfocados, debido a que el patinaje es un deporte que

inicialmente requiere de una inversión significativa para los implementos deportivos, por tanto, la muestra encuestada nos dio un mayor acercamiento a lo que requeríamos conocer.

De igual manera, se identificó que el 70% de las personas encuestadas realizan o han participado de alguna modalidad deportiva, por tanto, la información suministrada va acorde a personas que conocen la importancia de realizar deporte en sus vidas y esto, significa una mejor proyección para incluir a sus hijos en una modalidad como la que estamos proponiendo en el área. De igual manera se identificó que un 82% de la población encuestada practico una modalidad deportiva pero direccionado a los deportes de conjunto (Como el baloncesto, El futbol y el voleibol), que en modalidades individuales solo abarco un 18% de la población encuestada, esto se convierte en un gran reto debido a que siguen siendo más populares la práctica de deportes de conjunto por la facilidad de encontrar escenarios, por el direccionamiento que se dan desde las instituciones de educación básica y media vocacional con respecto a los deportes de conjunto y un enfoque muy somero sobre los deportes individuales.

Ahora bien, a los encuestados les genera interés en un gran porcentaje (76%) la práctica de patinaje de carreras en el municipio que residen, pero este, enfocado en un 44% para familiares y solo un 27% para sus propios hijos, ahora, un 17% con fines propios y un 12% con otros tipos de población allegada. Esto permite reforzar que la propuesta tiene una gran posibilidad de surgir en la zona y de fortalecerse en el medio, ya que, si bien hay buena aceptación, también se reconoce la importancia propia y de que un familiar practica la disciplina pero en una proporción no mayor a 3 veces por semana según los resultados analizados, ya que un 59% de los encuestados resalto la importancia de que fueran la frecuencia de los entrenamientos de 2 veces por semana y un 28% de hasta 3 veces por semana, solo el 5% determino que le gustaría practicar 1 vez por semana y un 8% de los encuestados manifestaron su interese porque fuera una actividad para practicar todos los

días. Esto permitió enfocar los servicios y su frecuencia en una proporción de mínimo 2 clases por semana y un máximo de 3 para los servicios que propusimos en el portafolio, con una mayor prevalencia a que esta actividad se practique en jornada de la tarde según lo respondido por 48% de la población encuestada quien manifestó su interés en esta franja, o en caso de un horario diferente, sería en la noche con un 32%. El horario de la mañana solo recibió un 20% de aceptación, teniendo en cuenta esta situación, el servicio debe ir direccionado a mayor oferta de franjas para practicar el patinaje de carreras en horarios de la tarde y noche.

Se encontró una tendencia fuerte con respecto a la importancia del perfil del entrenador, el cual se determinó que en primera instancia sea profesional en un área a fin a las ciencias del deporte con un 54% y seguido que tenga experiencia en la modalidad que está promocionando con un 32%, por tanto, las personas están requiriendo en el mercado, personal idóneo y con experiencia en la actividad propuesta para sus allegados.

Con respecto a la inversión que están dispuestos a realizar por el servicio propuesto, existe parte de la muestra (12%) que estaría dispuesta a no pagar más de \$30.000 pesos mensuales, el 56% de los encuestados estarían en posición de pagar entre \$30.000 y \$60.000 pesos mensuales, el 27% un valor mayor a los \$60.000 pesos, pero que no superen los \$80.000, y un 5% están dispuestos a realizar un pago mensual superior a los \$80.000 pesos. Teniendo en cuenta lo anterior, un 88% de la población encuestada estaría dispuesta a pagar por un servicio acorde a los gastos operativos y profesionales que se generen en la propuesta.

En este análisis también se encontró aceptación de las personas para adquirir servicios adicionales como el de transporte puerta a puerta con un (32%), Compra de elementos deportivos con un (31%) incluso con servicios adicionales profesionales como el de fisioterapeuta con un (28%) y un 9% para la compra de accesorios relacionados con el patinaje. En este sentido, se

convierten en posibilidades anexas a nuestro portafolio de servicios las anteriormente mencionadas y a su vez pueden generar ingresos adicionales para soportar el ejercicio operativo y contable de la institución planteada.

En orden a lo anteriormente expuesto, se entiende que existe una importante demanda del servicio, con posibilidades de recibir una prestación económica acorde a nuestra proyección y que por el perfil de la empresa cumplimos con las expectativas que tienen los futuros clientes de nuestra empresa deportiva.

3.3 Análisis de la competencia.

En Floridablanca hace presencia 6 empresas que ofertan servicios de formación o especialización deportiva en el área de patinaje de carreras, Estas corresponden a:

Tabla 1. *Análisis de la competencia*

Nombre	Tipo de empresa	Costo matricula	Mensualidad	Profesional a cargo	Escenario que ocupa	HORARIOS
Idelflorida	Publica	Gratuita	Gratuita	Tecnólogo deportivo	Pista lagos	Mañana
Popeye	Privada	\$ 15.000	\$ 73.000		Recrear niza	Tarde
Fundacion sobre ruedas	Privada	No tiene costo	\$ 55.000		Recrear niza	Tarde – noche
Patinandes	Privada	\$15.000	\$60.000		Experiencia deportiva	Mañana - noche
FUTURO SKATE	Privada	\$ 10.000	\$ 65.000	Técnico en orientación deportiva y profesional en cultura física	Recrear Niza	Tarde – Noche
DINASTIA	Privada	\$ 10.000	\$ 45.000		Pista Zapamanga	Mañana - Noche
ESTRELLAS DEL MILENIO	Privada	No tiene costo	\$ 25.000	Tecnólogo Deportivo	Patinodromo Real de Minas	Noche

JT SPORT	Privada	No tiene costo	\$ 60.000	Profesional en Actividad Física y Deportes	Patinodromo Real de Minas	Mañana - Tarde
Olympus	Privada	No tiene costo por este mes	\$ 43.000	Especialista en entrenamiento deportivo	Patinodromo real de minas	Mañana – noche
Titanes elite	Privada	\$ 10.000	\$ 60.000	Tecnóloga deportiva	Patinodromo real de minas	Tarde
Apuestas del pueblo	Privada	\$35.00	\$ 65.000	Lic. En educación física recreación y deporte	Patinodromo real de minas	Mañana - tarde
INDERBU	Privada	\$ 25.000	\$ 60.000	Deportista de alto rendimiento	Patinodromo Real de Minas	Mañana
Rueditas	Privada	\$ 20.000	\$ 65.000	Profesional en actividad física	Patinodromo real de minas	Tarde - noche

Tabla 2. (Continuación) *Análisis de la competencia*

En el anterior esquema podrán visualizar el orden de las instituciones que prestan servicios direccionados a la formación en el patinaje de carreras del municipio de Floridablanca y Bucaramanga, se dejan algunas de las instituciones de Bucaramanga debido a la cercanía que tienen la pista de patinaje de Real de Minas con el casco urbano de Floridablanca, por lo cual, muchas personas tienen como opción la oferta de servicios de la capital Santandereana. En ese orden de ideas, el cuadro anterior contiene en sus primeras seis (6) filas las escuelas adscritas a la zona de interés de este estudio, y el resto corresponden al municipio de Bucaramanga. Vale resaltar que se tomó un igual número de instituciones de Bucaramanga para poder parametrizar de forma equitativa la información.

Teniendo en cuenta lo anterior podemos determinar que solo se encontró una empresa pública con servicio gratuito para la comunidad, la cual corresponde al IDEFLORIDA, por tanto,

el dominio del mercado de empresas de este medio corresponde al sector privado. Ahora bien, el 60% de las escuelas están dirigidas por profesionales en el área de las ciencias del deporte y la actividad física frente a un 40% por personas formadas en otras áreas u oficios. Ahora bien, de las 6 escuelas que existen en Floridablanca 3 (tres) Trabajan en el Antiguo recrear el Niza, Dos (2) en Zapamanga y una en el Club Campestre, Vale aclarar que esta última solo ofrece servicio exclusivo a miembros del Club por tanto tiene restricción para el público en general.

El promedio de cobro por inscripción se encuentra en un valor aproximado a los \$11.667 pesos, este es bastante bajo debido a que el 41% de estas empresas no cobran costo de inscripción, por tanto, aquellas que si generan este rubro pueden incurrir en cobros desde los \$10.000 hasta los \$35.000 pesos. En nuestro caso, vemos como necesidad el cobro de inscripción ya que es una fuente de ingreso primaria para poder solventar costos de materiales y materia prima para la actividad, la cual se pretender generar en un valor de \$15.000 pesos.

Ahora bien, el valor de pensión o costo de sostenimiento mensual esta en promedio en los \$52.167 pesos, esto, dependiendo del número de clases a las cuales se asista, estas pueden ir de 2 hasta 3 sesiones por semana. Precios que están estipulados desde valores mínimos mensuales de 25.000 hasta los 73.000 pesos Mtce. Por tanto, se toma como opción el valor de 65.000 pesos mensuales como tarifa para el cobro mensual del servicio para cada individuo, este valor se calcula en base a que los procesos iniciaran en cabeza de dos profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación con experiencia en el área, formación profesional y que la oferta de sesiones por semana serán 3 días (Tres).

En Floridablanca, los escenarios usados por las escuelas están enfocados en los espacios de Zapamanga y Niza, por tanto, la cobertura de horarios es bastante amplia, teniendo en cuenta la presente situación, se decidió tomar el escenario del Polideportivo de los Andes, el cual, tiene

disposición completa para poder adaptar los espacios y horarios convenientes para nuestra empresa.

Con respecto a lo anterior, se puede visualizar un panorama propicio para las pretensiones que nuestra empresa desea promocionar en el sector, con un escenario adecuado, con libertad de horarios y costos cercanos al promedio del pago realizado por las empresas del sector.

4. Identidad corporativa

4.1 Nombre y logo empresa

SPEED WHEELS (Escuela de Patinaje)

LOGO



Figura 15. Logo

4.2 Descripción de la empresa

Speed Wheels es una empresa que se esfuerza por ser referente de disciplina y buenos procesos en el municipio de Floridablanca, que se dedica a la oferta de servicios deportivos y de formación

a través de la disciplina del patinaje de carreras, Deseamos ser el lugar de encuentro para niños y jóvenes que tienen un interés en común.

Nuestra oferta de servicio va dirigida a niños y jóvenes en edades de 4 a 17 años del municipio de Floridablanca, y contamos con un cuerpo docente profesional en Cultura Física Deporte y Recreación que garantiza procesos metodológicos acordes a la edad, capacidades y destrezas de cada niño según su edad.

4.3 Disponibilidad de escenarios

Floridablanca cuenta con (cuatro) 4 escenarios deportivos aptos para la práctica del patinaje de carreras, tres de índole privado y uno público.



Figura 16. Pista Patinaje Zapamanga

El público pertenece al parque del barrio Zapamanga, vale resaltar que este escenario es un espacio adaptado por la alcaldía municipal para la práctica de la disciplina pero que no cuenta con

las medidas reglamentarias, por tanto, es de tipo netamente recreativo.



Figura 17. Patinodromo los Andes, Floridablanca

El siguiente escenario corresponde al Polideportivo del barrio Andres en Floridablanca, este escenario es privado, funciona dentro de un polideportivo y es administrador por la junta de acción comunal del barrio, esta entidad cobra por el ingreso.



Figura 18. Patinodromo Recrear Niza – Floridablanca

Este escenario es administrado por la alcaldía de Floridablanca, quien se encarga de dar mantenimiento y a su vez desarrollar actividades deportivas y recreativas. De igual manera, al ser una corporación sin ánimo de lucro, genera un cobro administrativo para el mantenimiento y pago de los cuidados del escenario, por tanto, lo vamos a catalogar en las instituciones de carácter privado.



Figura 19. Patinodromo Club Campestre – Floridablanca

El siguiente escenario pertenece al Club Campestre Ubicado en el municipio de Floridablanca, es una institución de tipo privado, por tanto, el uso del escenario corresponde al pago que se haga por el mismo, está ubicado en la vía Ruitoque por tanto, hace su accesibilidad algo distante para la movilización de personas al sitio.

5. Proyección personal

Esta direccionado a seres integrales y humanos, que resalten por su preparación profesional y personal en ética y valores, que se destaquen por su conocimiento en el área y por su experiencia en su labor profesional, que se convierta en ejemplo para la población a trabajar tanto fuera como dentro de los escenarios deportivos. La persona encargada de los procesos de formación debe ser metódico y sistémico en los procesos de enseñanza y aprendizaje, que, a su vez, permita evaluar y hacer seguimiento a los procesos realizados con sus grupos de trabajo. Debe ser de actitud positiva, propositivo y dinámico, proactivo ante cualquier situación y que, en su vocación, este la atención a niños y niñas de cualquier edad, raza y/o condición social.

6. Perfil profesional requerido

Profesional en carreras afines a la cultura física y/o las ciencias del deporte, ya sea a nivel técnico, tecnológico o profesional. Que cuente con experiencia en la actividad deportiva del patinaje de carreras y en su proceso de enseñanza y aprendizaje, al igual, que tenga conocimientos suficientes en el área pedagógica y de formación físico deportiva, para que planee, organice y ejecute los procesos adecuados para la fundamentación del deporte a desarrollar.

7. Prototipo de portafolio de servicio

7.1 Portafolio de servicios

La empresa Speed Wheels es un emprendimiento y oportunidad de negocio conformada por Profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación, quienes con su experiencia en el área del patinaje de carreras ven la oportunidad de constituir una institución dedicada a la oferta de servicios en esta área deportiva en el municipio de Floridablanca – Santander, desarrollando procesos de enseñanza y aprendizaje en niños y jóvenes de la zona y a su vez, fortaleciendo en valores, hábitos de vida saludable y aprovechamiento del tiempo libre a esta población.

7.2 La empresa estará dedicada a la oferta de servicios en el siguiente orden

7.2.1 Patinaje de carreras – Formación.

Este servicio fue dirigido especialmente a niños y jóvenes, que deseen practicar la disciplina con fines formativos pero que busquen un proceso progresivo, guiado y controlado en miras de avanzar a una modalidad competitiva.

Este servicio este subdividió en 3 Niveles: **Nivel 1** (Iniciación en Pasto), **Nivel 2** (Fundamentación técnica) Nivel 3(PreClub - Competencia)

Nivel 1: En este nivel, se ofrece el proceso de enseñanza desde 0, es decir, se realiza proceso metodológico para que el niño y/o joven, tenga la posibilidad de dominar los patines y su respectivo control corporal con un medio externo de desplazamiento. (En este nivel deben iniciar todas las personas que se inscriban a nuestra empresa).

Al momento de la inscripción se realiza un reconocimiento del estado de iniciación de la persona, para determinar sus experiencias previas y si requiere permanecer en este nivel por un tiempo prolongado o si en su defecto, trae experiencias motrices bien fundamentadas con la modalidad deportiva podría promoverse al siguiente nivel.

Este nivel comprende los procesos de familiarización y seguridad con el medio, en el cual , el individuo aprenderá del autocuidado y la responsabilidad que debe tener al realizar la actividad deportiva, aprenderá la forma correcta para usar los elementos de protección al igual que los procedimientos que tienen que ver con la posición del patinador, manejo del centro de gravedad, desplazamientos, diferentes técnicas para frenar y caer , formas de levantarse y se impulsa el fortalecimiento de las capacidades volitivas.

Nivel 2. En este nivel, se ofrece la fundamentación técnica propia del patinaje de carreras, se realizan proceso de formación dirigidos al mejoramiento del empuje, desplazamiento, y las capacidades coordinativas como; Salto, trabajo en curva (traspie), técnica de recta y lateralidad etc.

Nivel 3. En este nivel se ofrece un trabajo más direccionado a la especialidad que va tomando cada corredor (Fondo o velocidad) y se organiza un proceso dirigido a las capacidades condicionales de cada individuo. Se trabaja elementos técnicos propio de la carrera como; Velocidad, Fondo, Relevos y Contrarreloj. Se busca un procedimiento metódico y sistémico para generar mayor rendimiento en la especialidad a la cual se adapta mejor. En este ciclo el entrenamiento es más personalizado y organizado por tiempos y unidades de entrenamiento.

7.2.2 Patinaje de Carreras Competitivo.

Este servicio va dirigido a patinadores que terminaron su ciclo de formación y desean continuar en el proceso de fortalecimiento y especialización para el desempeño a nivel competitivo. En este espacio las cargas van dirigidas a la especialidad deportiva, a generar trabajos condicionados a las capacidades fisiológicas y volitivas de cada uno. A estructurar trabajos para la competencia a nivel de club en eventos ligados y federados.

7.2.3 Patinaje de Carreras – Lúdico recreativo.

Este servicio va enfocado a Adultos, quienes desean practicar la modalidad deportiva o aprender la misma, pero cuyo único fin es realizar actividad física para la salud o con fines recreativos.

Venta de Bienes: Se tendrá venta directa de uniformes de Patinaje, al igual que de patines de carreras recreativos y profesionales, accesorios, cascos, gafas, tablas de deslizamiento, implementos para mejorar técnica y habilidades (escaleras, paracaídas, bandas elásticas).

Servicios complementarios:

- Entrenamiento personalizado con fines estéticos.
- Cursos vacacionales para empresas o instituciones deportivas en actividades recreativas a demanda.
- Fisioterapia y asesoría para fortalecimiento muscular y motor. (En convenio)
- Servicio tercerizado de escuela de patinaje para cajas de compensación o instituciones de educación básica primera y ciclo profesional, que no cuentan con la modalidad deportiva en su portafolio.
- Servicio de transporte puerta a puerta.

8. Módulo organizacional

8.1 Plan Estratégico

Tabla 3. *Plan estratégico*

ESTRATEGIAS	Acciones	4 P	Descripción
Posicionamiento de marca y calidad en el servicio en la disciplina del Patinaje de carreras en el municipio de Floridablanca-Santander	Estrategias de marketing precio, producto, plaza y promoción (Bravo, 1991)	Precio	Se estableció según el estudio de mercado realizado donde se analizó la competencia y se estudió a una muestra de habitantes de la zona quienes expresaron el valor que podrían pagar por este servicio, con esta información se regulara la oferta del servicio con un precio adecuado a las necesidades detectadas.
		Producto	El servicio está dirigido por profesionales en el área de la cultura física el deporte y la recreación. Quienes cuentan con experiencia en la modalidad deportiva y que gracias a su formación profesional cuenta con las herramientas indicadas para realizar un proceso de enseñanza y aprendizaje acorde a la necesidad del niño.
		Promoción	Tendrá como eje fundamental, la promoción por redes sociales y por aquellas herramientas que faciliten la web 3.0 y las TIC (Tecnologías de la información y comunicación). De igual manera pero en menor proporción , se realizara campañas de material impreso (Volantes, Flayers, etc)
		Plaza	Se cuenta con la disposición del polideportivo de los ANDES, pero se tiene proyectado realizar presencia en otras sedes deportivas del municipio para así generar mayor cobertura en la zona.

9. Misión

La empresa deportiva Speed Wheels fomenta la práctica del patinaje de velocidad en niños, jóvenes y adultos, bajo parámetros de calidad, respeto, trabajo en equipo e igualdad. Mejorando así la calidad de vida a través del ejercicio físico con programas de impacto y direccionado por profesionales en el área que garantizara procesos deportivos acordes a las necesidades del individuo.

9.1 Visión

Para el año 2023 se ve posicionada a nivel local como una empresa con procesos deportivos enfocados al alto rendimiento y mejor posicionada en la región generando así reconocimiento. También se brindara un portafolio de servicios actualizado que comprende diferentes disciplinas deportivas ya sean estos de conjunto o individual acorde a lo que demande la población como natación, baloncesto, voleibol, entre otros deportes.

10. Objetivos corporativos

10.1 General.

Generar espacios propicios para la formación, práctica y masificación del patinaje de carreras en el municipio de Floridablanca – Santander, Construyendo así una opción dedicada y profesional en este ámbito deportivo.

10.2 Objetivos específicos.

- Constituir el patinaje de carreras como una opción de aprovechamiento del tiempo libre, en la población infantil y juvenil del municipio de Floridablanca Santander.
- Contribuir a la masificación en actividades deportivas que promueve el INDERSANTANDER e IDEFLORIDA desde la empresa privada a niños y jóvenes del municipio de Floridablanca Santander.
- Incentivar la práctica del patinaje de carreras desde una óptica metodológica y sistémica dirigida por profesionales en Cultura Física Deporte y Recreación.
- Ofertar otras modalidades de patinaje; Hockey en línea y patinaje artístico como opciones de especialización deportiva.

11. Matriz DOFA

DEBILIDADES

- ✓ Poco tiempo en el mercado.
- ✓ No se cuenta con escenario óptimo y propio.
- ✓ Horarios de difícil acceso para la práctica deportiva.
- ✓ Costos elevados para el arrendamiento del escenario.

FORTALEZAS

- ✓ Personal profesional y con experiencia deportiva en el área de patinaje de carrera.
- ✓ Sede vigilada y con reserva del derecho de admisión.
- ✓ La organización y buena gestión de la liga de patinaje quien promueve la masificación del deporte.
- ✓ Oportunidad de diversificar los servicios ofrecidos.

OPORTUNIDADES

- ✓ Generar convenios con las entidades deportivas del departamento y colegios.
- ✓ Generar alianzas con los diferentes escenarios deportivos que encontramos en el municipio
- ✓ Trabajos simultáneos en diferentes escenarios deportivos por su cercanía.

AMENAZAS

- ✓ Condición social y económica de las personas del área y del entorno.
- ✓ La masificación de programas gratuitos.
- ✓ El uso de otras modalidades deportivas en escenarios propios para el patinaje.
- ✓ El conflicto de intereses entre las personas que constituyen la empresa que pueda llevar a disolverla.
- ✓ El costo de los implementos deportivos para que los niños practiquen la disciplina son altos.

12. Organigrama.

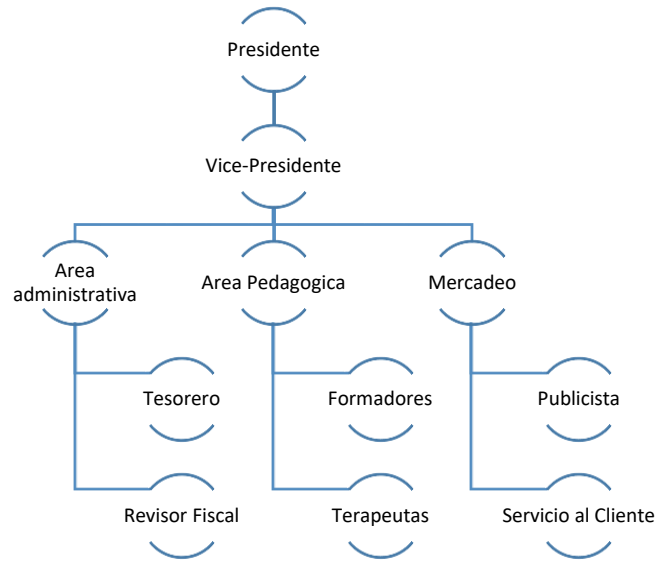


Figura 20. Organigrama

13. Target Group

Nuestro grupo objetivo en primera instancia está conformado por clientes potenciales (Padres de familia), quienes busquen en nuestras alternativas servicios para usuarios potenciales (Hijos). En este orden de ideas, es indispensable que la razón socioeconómica de esta población este entre el estrato 3 en adelante, que preferiblemente estén ubicados en la zona urbana de Floridablanca y que pertenezcan a instituciones públicas y/o privadas con jornadas regulares mas no extendidas de clases, que sean niños y jóvenes que estudien en jornada de la mañana. De igual manera, apunta muy bien como clientes, aquellas personas que requieren actividades extracurriculares para que sus hijos realicen una actividad que forme en valores y disciplina, por tanto, también va direccionada a padres y madres que trabajan todo el día y que requieren de espacios adicionales que ayuden en la formación de sus hijos en su ausencia.

14. Estudio financiero

14.1 Estado de ingresos y egresos

Tabla 4. *Ingresos por servicios*

INGRESOS POR SERVICIOS	VALOR	Total
20 Niños Cuota de inscripción (Única)	\$15.000	\$300.000
20 Niños Cuota de sostenibilidad (Mensual):	\$65.000	\$1.300.000
TOTAL INGRESOS		\$1.600.000

Tabla 5. *Egresos por servicio*

EGRESOS POR SERVICIO (Gasto Fijo Mensual)	VALOR
Alquiler Patinodromo Polideportivo ANDES: 1.000 Pesos por ingreso de cada niño (Se calcula en base a dos clases por semana y con una base de 20 niños inscritos)	\$160.000 Mes
Costos y honorarios por labor realizada: \$20.000 pesos Clase, Teniendo en cuenta 3 profesores por clase 1 para cada nivel.	\$480.000
EGRESOS OCASIONALES	
Adquisición de implementos deportivos necesarios:	
- 50 Aros:3.000 (x 5 Unidades)	\$150.000
- 100 Conos:4.000 (x 10 Unidaes)	\$400.000
Costos variables:	
• Papelería.....\$20.000	\$100.000
• Desgaste (materiales).....\$30.000	
• Imprevistos.....\$50.000	
TOTAL EGRESOS EN EL MES	\$740.000

Tabla 6. *Utilidad mensual de la empresa*

UTILIDAD MENSUAL DE LA EMPRESA	VALOR
Ingreso Ocasional	\$300.000
Total ingresos	\$1.600.000
Total egresos	\$740.000
TOTAL UTILIDAD	\$2.640.000

14.2 Impacto social del proyecto

Buscamos generar mayor cobertura en el municipio con programas que faciliten y propicien el deporte, con una oferta de servicios direccionada a una población de estrato 3 en adelante, que por no ser de escasos recursos no quiere decir que no tenga necesidades de espacios de tiempo ocio y recreación dirigidos por profesionales en el área y que permitan generar disciplina y valores para la vida, que los mantengan alejados de las pantallas o cualquier tipo de condicionante y vicio en su desarrollo, a su vez, que vean en la práctica de un deporte como una opción de formación para la vida. Nuestra empresa desea generar impacto positivo en la población infantil y juvenil de Floridablanca, con una estrategia que permita el trabajo en equipo pero que fortalezca la personalidad de cada individuo por medio de la práctica de un deporte individual.

15. Resultados

Logramos determinar que es viable la constitución de la empresa deportiva, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta aplicada en la población objetivo, donde se determinó que un alto porcentaje (76%) muestran intereses por la disciplina deportiva y que esta sea practicada por ellos mismos y/o alguno de sus familiares (88%), de igual manera, las personas de estrato 3 en adelante las cuales se consolidan en un 84% de la población encuestada, muestran una aceptación igual al 88% con respecto a la posibilidades económicas para pagar un servicio deportivo en un presupuesto que parte de los \$60.000 pesos en adelante por 2 o máximo 3 sesiones por semana y con preferencia de horarios de la tarde o noche. Esto indica que nuestro portafolio de servicio y los rubros expuestos allí dan respuesta a la disposición de la población en pagar un servicio deportivo, pero resaltando que, es importante que el profesional encargado de la oferta de este servicio tenga formación adecuada y experiencia en el ámbito deportivo.

Ahora bien, en comparación con la competencia, nuestro portafolio se ajusta al promedio de costos, actividades, horarios y espacios que ofrecen al público en el municipio de Floridablanca otras empresas de similar características, se estima un valor de inscripción de 15.000 pesos y de mensualidad 65.000, los cuales se desvían del promedio que cobran las instituciones de área, las cuales se encuentran en un costo de 12.000 pesos por inscripción y 53.000 por mensualidad, pero esto, debido a que el servicio ofrecido al público estará a cargo de dos profesionales en el área con experiencia en la actividad deportiva y con un escenario con flexibilidad horaria y seguridad privada, por tanto, existen algunos valores agregados que permiten generar un rubro adicional sin excederse de los estándares encontrados en el análisis de la competencia.

Se generó un portafolio de servicios que responde a la demanda de la población, con una frecuencia de actividades de 2 a 3 veces por semana, con un proceso explícito por niveles y que permite la evaluación del progreso de los niños y jóvenes participantes. Se ofrecen servicios adicionales para la comodidad de las personas al igual, la carga horaria está más direccionada a los horarios de la tarde y noche para facilitar así la asistencia a las jornadas de entrenamiento.

16. Conclusiones

El municipio de Floridablanca por su escasas de cobertura en el total de la población infantil y juvenil, requiere del apoyo de instituciones de carácter privado que permita generar mayor impacto en los objetivos trazados en el plan de Desarrollo, la constitución de la empresa deportiva SPEED WHEELS es una alternativa idónea por su características y por su cuerpo humano, quien puede atender una población que generalmente no cubren los programas locales ya que están en su mayoría estipulados para poblaciones vulnerables o de escasos recursos. En este orden de ideas, la empresa deportiva SPEED WHEELS es una alternativa adicional para apoyar el sector y la demanda de actividades deportivas en la comunidad de Floridablanca Santander.

Al ser una empresa dirigida por profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación responde a la demanda de la comunidad con respecto a procesos dirigidos por personal con formación y experiencia en el área, esto se convierte en un PLUS para el servicio que ofertamos ya que , en Floridablanca ninguna de las empresas analizadas tienen personas con nuestro perfil profesional y con formación en administración deportiva, por tanto, es prospero el panorama para aplicar los conocimientos adquiridos dentro de la formación profesional recibida en nuestra alma mater.

Es un reto bastante grande poder transferir los conocimientos adquiridos en la formación profesional y materializarlos en una empresa, pero la situación del mercado y la competencia viabiliza nuestro sueño como profesionales y empieza a formar nuestra base para vivir del deporte y para el deporte.

Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Floridablanca 2018. (2018). <https://instituto-municipal-para-el-deporte-y-la-recreacion.micolombiadigital.gov.co>. Obtenido de www.ideflorida.gov.co: https://instituto-municipal-para-el-deporte-y-la-recreacion.micolombiadigital.gov.co/sites/instituto-municipal-para-el-deporte-y-la-recreacion/content/files/000003/119_informedegestion4totrimestre2018.pdf
- Alcaldía Floridablanca. (2016). www.floridablanca.gov.co. Obtenido de www.floridablanca.gov.co : <https://es.scribd.com/document/348642141/PLAN-DE-DESARROLLO-MUNICIPAL-FLORIDABLANCA-2016-2019-pdf>
- Benjamin. (s.f.). <https://dineroytrabajo.com>. Obtenido de <https://dineroytrabajo.com>: <https://dineroytrabajo.com/que-es-empresa-publica-todo-lo-que-has-saber/>
- Bravo, J. (1991). *El marketing Mix; concepto, estrategia y aplicaciones*. Diaz Santos.
- Carrusel. (20 de Abril de 2015). El tiempo. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15601949>
- Castro Bernal, I., Moreno Mena, M. F., & Preciado Perez, J. D. (2012). www.usta.edu.co. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co>:

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4382/MorenoMar%C3%ADa2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CCB. (s.f.). <https://www.ccb.org.co>. Obtenido de <https://www.ccb.org.co>:
<https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-una-empresa>

COC. (s.f.). <http://www.coc.org.co>. Obtenido de <http://www.coc.org.co>:
<http://www.coc.org.co/olympic-info/paralympics/>

COLDEPORTES. (s.f.). <https://www.coldeportes.gov.co>. Obtenido de
<https://www.coldeportes.gov.co>:
https://www.coldeportes.gov.co/coldeportes/eventos_programas_institucionales/fomento_desarrollo/deporte_social_comunitario

COLDEPORTES. (s.f.). <https://www.coldeportes.gov.co>. Obtenido de
<https://www.coldeportes.gov.co>:
https://www.coldeportes.gov.co/atencion_ciudadania/glosario_tematico/inspeccion_vigilancia_control/clubes_deportivos

COLDEPORTES. (s.f.). <https://www.coldeportes.gov.co/>. Obtenido de
<https://www.coldeportes.gov.co>:
https://www.coldeportes.gov.co/atencion_ciudadania/glosario_tematico/centro_alto_rendimiento/deporte_competitivo

COLDEPORTES. (s.f.). www.coldeportes.gov.co. Obtenido de www.coldeportes.gov.co:
https://www.coldeportes.gov.co/atencion_ciudadania/glosario_tematico/centro_alto_rendimiento/deporte_formativo

COLDEPORTES. (s.f.). www.coldeportes.gov.co. Obtenido de www.coldeportes.gov.co:
https://www.coldeportes.gov.co/atencion_ciudadania/glosario_tematico/centro_alto_rendimiento/deporte_competitivo

COMFACAUCA. (s.f.). <https://www.comfacauca.com>. Obtenido de <https://www.comfacauca.com>: <https://www.comfacauca.com/escuelas-de-formacion-deportiva>

Constitucion, Política de Colombia . (2019). <http://www.constitucioncolombia.com>. Obtenido de <http://www.constitucioncolombia.com>: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-52>

Diaz, M. F. (06 de 06 de 2018). www.cuidatudinero.com. Obtenido de www.cuidatudinero.com:
<https://www.cuidatudinero.com/13111429/que-es-una-empresa-privada>

FEDEPATIN. (s.f.). www.coc.org.co. Obtenido de <http://www.fedepatin.org.co/>:
<http://www.coc.org.co/national-federations/federacion-colombiana-de-patinaje/>

Fernandez, V. (2013). *Nuevas investigaciones sobre la gestión de la empresa familiar en españa*. Omnia sciencie.

Fred, R. D. (2003). *Conceptos de administracion estrategica*. Prentice Hall.

gil, C. R. (2015). La desigualdad en la asignación de presupuesto para deportes no destacados en Colombia: un análisis al poder y la corrupción deportiva. *Universidad Militar de la nueva granada*, 16-20.

Grelon, B. (2016). *Curso de patinaje sobre ruedas*. Ireland: De Vecchi.

INDERSANTANDER. (2016). <http://indersantander.gov.co>. Obtenido de <http://indersantander.gov.co>:
<http://indersantander.gov.co/assets/plandesarrollo20162019.pdf>

Laura Sanchez. (05 de 01 de 2010). <https://www.emprendepyme.net>. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net>: <https://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html>

Mendez, D. (18 de Julio de 2019). <https://www.economiasimple.net>. Obtenido de <https://www.economiasimple.net>: <https://www.economiasimple.net/glosario/servicio>

MINEDUCACION. (18 de 01 de 1995). <https://www.mineduccion.gov.co>. Obtenido de <https://www.mineduccion.gov.co>: https://www.mineduccion.gov.co/1621/articulos-85919_archivo_pdf.pdf

Observatorio Metropolitado. (2018). <http://www.observatoriometropolitano.com.co>. Obtenido de <http://www.observatoriometropolitano.com.co>: <http://www.observatoriometropolitano.com.co:8080/Indicador/Index/7>

Pacheco, Y. (08 de agosto de 2017). www.las2orillas.co. Obtenido de www.las2orillas.co: <https://www.las2orillas.co/presidente-santos-sin-recursos-no-deporte/>

Plimpton, J. L. (1863).

Quintero Garzon, C., Colorado Echeverria, J., & Piñeros Pagotty, W. (s.f.). www.unipiloto.edu.co. Obtenido de <http://polux.unipiloto.edu.co>: <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003776.pdf>

REDCONSUMIDOR. (s.f.). <http://www.redconsumidor.gov.co>. Obtenido de <http://www.redconsumidor.gov.co>: http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/quien_es_un_consumidor_pub

Rivera, J. L., & Vera Rivera, D. A. (2012). *Metodología para la Enseñanza y Entrenamiento: Patinaje de Carreras*. Academia Española .

Sergio, A. C. (2011). *Proyecto Deportivo Escolar* . bizkaia. Obtenido de [http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/ProyectoDeportivoEscolar\(1\).pdf?hash=847ebcad256c5eeff37ca3d1bcd1377](http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/ProyectoDeportivoEscolar(1).pdf?hash=847ebcad256c5eeff37ca3d1bcd1377)

skatefeelings. (16 de mayo de 2014). Obtenido de <http://skatefeelings.com/blog/?p=9>

torres, m. e. (2008). factibilidad para la creacion de una fundacion deportiva de patinaje dirigida a niños y niñas en la ciudad de bucaramanga . *entrega de trabajos de grado, trabajos de investigacion o tesis y autorizacion de su uso a favor de la uis*, 166.

Torres, M. R. (2008). [www.uis.edu.co](http://tangara.uis.edu.co). Obtenido de [uis.edu.co](http://tangara.uis.edu.co): <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2008/129143.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Instrumento

ENCUESTA EMPRESA DEPORTIVA SPEED WHEELS

1. ¿Cuál es su sexo?
 - 1.1. Femenino
 - 1.2. Masculino
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - 2.1. 18 - 25 años
 - 2.2. 25 – 40 años
 - 2.3. Mayor de 40 años
3. ¿Cuál es su estado civil?
 - 3.1. Soltera (o)
 - 3.2. Casada (o)
 - 3.3. Unión libre
4. ¿Cuál es su nivel socioeconómico?
 - 4.1. 1 – 2
 - 4.2. 3 – 4
 - 4.3. 5 o más.
5. ¿Ha practicado o practica usted algún deporte? (Si su respuesta es no, pase a la pregunta 7).
 - 5.1. Si
 - 5.2. No
6. ¿Cuál de estos deportes ha practicado?
 - 6.1. Natación
 - 6.2. Patinaje
 - 6.3. Baloncesto
 - 6.4. Otro ¿Cuál? _____

7. ¿Estaría usted interesado en el patinaje de carreras? (De responder si, continúe con el cuestionario).

7.1. Si

7.2. No

8. Estaría interesado en la práctica de patinaje para: (Puede marcar varias opciones)

8.1. Usted

8.2. Hijo (a)

8.3. Algún familiar

8.4. Otro

9. ¿Con qué frecuencia le gustaría que lo practicase?

9.1. 1 vez por semana

9.2. 2 veces por semana

9.3. 3 veces por semana

9.4. Todos los días

10. ¿En qué jornada le gustaría practicar este deporte?

10.1. Mañana

10.2. Tarde

10.3. Noche

11. De las siguientes opciones ¿Cuál considera la más importante en el momento de escoger un entrenador?

11.1. Años de experiencia como deportista

11.2. Que sea profesional en el área del deporte

11.3. Que estén en formación en el área del deporte

12. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto (a) a pagar por una mensualidad en la práctica del patinaje?

12.1. Menos de \$30.000

12.2. \$30.000 - \$60.000

12.3. \$60.000 - \$80.000

12.4. Más de \$80.000

13. Entre los servicios adicionales le gustaría: (Puede marcar varias opciones).

13.1. Servicio de transporte

13.2. Compra de implementos deportivos (patines, licras, cascos, protecciones, etc.)

13.3. Servicio de Fisioterapeuta

13.4. Compra de accesorios alusivos al deporte (gorras, camisetas, pulseras, etc.)

Apéndice B. Consentimiento informado

Consentimiento informado

Se le ha informado participar en el Proyecto de Investigación denominado “Plan para la implementación de una empresa deportiva enfocada en el patinaje de carreras, Speed Wheels”. Este es un estudio el cual permitirá conocer la demanda de los servicios deportivos en el municipio de Floridablanca, para así, generar un portafolio de servicios donde la empresa deportiva Speed Wheels se adecue a las necesidades del medio y responda a estas inicialmente a través de la modalidad deportiva del patinaje de carreras. Antes de que usted acepte su participación en este estudio, es importante que lea y comprenda lo que se hará en este estudio, de manera que usted tenga la información necesaria, clara y precisa que le permita tomar esta decisión.

El objetivo de este estudio es diseñar un plan para la constitución de una empresa deportiva enfocada en el patinaje de carreras en el municipio de Floridablanca-Santander. Una vez usted haya aceptado su participación en este proyecto, se le entregará un formato en el cual encontrará preguntas relacionadas al servicio que presentara esta empresa.

Este proyecto se considera una investigación sin riesgo según la resolución 008430 de 1993 y por lo tanto su participación en este proyecto es totalmente voluntaria. En caso de no aceptar participar en él, no se tomará ninguna represalia o discriminación en s contra. Aun después de

aceptar la participación tendrá derecho a negarse y contestar alguna pregunta en el momento que así lo considere.

Toda la información obtenida será custodiada por los investigadores protegiendo su identidad; no aparecerá ni en los formatos de encuesta ni en las bases de datos. Solo los investigadores tendrán acceso al archivo en el cual se vincula su identificación y datos personales con un código numérico. Los datos del proyecto se presentarán en forma de promedios y porcentajes y no será identificado de forma individual en ningún caso.

Como se mencionó inicialmente, esta investigación es considerada sin riesgo, por lo tanto, usted no recibirá pago por la participación en este proyecto.

Por favor, siéntase en libertad de hacer cualquier pregunta si hay algo que no haya entendido. También, si usted tiene alguna pregunta adicional acerca del proyecto más adelante, usted puede contactar con los investigadores principales, Heidi Carolina Blanco Ramos 3216780622 y Neyder Alberto Flórez Rincón 3144106412.

Declaro que he leído, comprendido y se me ha explicado tanto el objetivo como las dudas respecto al presente proyecto de investigación y estoy dispuesto a participar en él.

Dadas las condiciones del presente consentimiento informado, autorizo al personal designado para realizar la encuesta, registrar, guardar y analizar los datos obtenidos de manera privada y confidencial.

Nombre del Participante: _____