



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Crossfit KIDS

Creación de empresa

Presentado por:

Carlos Sebastián Pinzón Beltrán

Universidad Santo Tomás

División Ciencias De La Salud

Facultad Cultura Física, Recreación y Deporte

Bogotá 2019

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	
LOGO.....	
SLOGAN.....	
MISIÓN.....	
VISIÓN.....	
FUNDAMENTOS HUMANÍSTICOS	
MARCO REFERENCIAL	
CAPÍTULO I	SEGMENTOS DEL MERCADO
CAPÍTULO II	PROPUESTA DE VALOR
CAPÍTULO III	CANALES
CAPÍTULO IV	RELACIÓN CON LOS CLIENTES
CAPÍTULO V	FLUJO DE INGRESOS
CAPÍTULO VI	RECURSOS CLAVES
CAPÍTULO VII	ACTIVIDADES CLAVES.
CAPÍTULO VIII	ASOCIACIONES CLAVES.
CAPÍTULO IX	ESTRUCTURA DE COSTOS.
CAPÍTULO X	EVALUACIÓN FINANCIERA
BIBLIOGRAFÍA	

INTRODUCCIÓN

El crossfit es una metodología de entrenamiento que en los últimos años ha innovado en el área fitness. Por sus diferentes características, es capaz de contribuir al desarrollo de varios objetivos motrices que establece la legislación educativa para la educación física así como para otras competencias básicas (Gomez et-al, 2014).

Lo que se quiere con este proyecto es que los niños busquen alternativas de formación donde se pueda alcanzar un desarrollo de habilidades psicomotrices, básicas y específicas. Hacer de varias disciplinas como lo hace el Crossfit un solo tipo de entrenamiento completo y específico. Así mismo, el nivel de esta actividad física será recreativo y de baja y/o media intensidad, ya que se ha estipulado que un niño de 4 a 12 años no debería formarse como tal en una disciplina hasta que alcance una madurez psicomotora adecuada y claramente por su aptitud física en esas edades, ya que se ha demostrado que realizar esta practica regularmente produce beneficios a corto plazo a través de un desarrollo físico abarcando la totalidad del cuerpo mediante el trabajo de cadenas musculares completas llevando a una mejora de la composición corporal y capacidad cardiovascular (Gómez et-al, 2014).

IDEA DE NEGOCIO

Nuestra idea de negocio es sobre el Crossfit, este es un tipo de entrenamiento compuesto por ejercicios funcionales, constantemente variados, ejecutados a alta intensidad. Es un programa de fuerza y acondicionamiento físico general, cuyo objetivo es incrementar el fitness. El Crossfit se distingue por sus términos y por ser un programa observable, medible y repetible basado sus métodos. Siguiendo con lo anterior, CrossfitKids es un centro de actividad física recreativa aplicada a niños y niñas desde los 4 años con el fin de desarrollar sus diferentes inteligencias a través de su desarrollo motor. Podrá potenciar su inteligencia corporal – kinestésica, interpersonal, lógico – matemática, naturalista, intrapersonal, visual – espacial y musical, dichas inteligencias, contempladas en el trabajo de la Teoría de las Inteligencias Múltiples, del psicólogo Howard Gardner, en 1983.

Cuando nos referimos a los tipos de inteligencia es necesario mencionar a Howard Gardner (1983) citado por Blanes, el cual propone que la inteligencia es un potencial biopsicológico de procesamiento de información que se puede activar no solo en uno sino en varios marcos socioculturales y así poder resolver problemas o crear opciones que tengan valor para dichos marcos. Es así como Gardner menciona 8 inteligencias: la lingüística-verbal, musical, lógica-matemática, espacial, corporal cinestésica, intrapersonal, interpersonal y la naturalista

La importancia de esta modalidad radica tanto físicamente como mentalmente, así que se busca que el niño de 4 a 12 años cree una conciencia con base a su cuerpo y que pueda desarrollar un hábito de actividad física con una disciplina que le permita desempeñarse física y deportivamente.

El servicio que nos diferenciara del resto de programas existentes en el mercado es que haremos que los ejercicios tengan un efecto constructivo en la parte motriz y mental de los niños. En esta población infantil tendrá más beneficios que debilidades debido a su lógica viendo esto de manera progresiva, tales beneficios pueden ser la mejora de la capacidad aeróbica lo que afirma que es un entrenamiento eficaz para incrementar la resistencia cardiovascular y mejorar el rendimiento en otras actividades, igualmente, después de 11 semanas de entrenamiento el peso corporal disminuye entre un 2,6% y un 3,8%, esto significa un IMC (índice de masa corporal) más saludable alejándose del sobrepeso y la obesidad (Petrik, 2013) citado de Inazunta 2016.

Según Salvatierra (2014) la programación general de las sesiones se basa en ayudar al niño a tener un proceso continuo y creciente tanto individual como grupalmente incentivándolo al desarrollo que tienen los niños hacia movimientos funcionales. Del mismo modo, se busca que el joven aprenda algo nuevo en cada sesión de entrenamiento en el cual se enfoca el desarrollo de las 10 características esenciales del programa Crossfit: agilidad, fuerza, flexibilidad, coordinación, velocidad, potencia, precisión, balance, resistencia y endurance; Todo esto para desafiar al niño a cumplir metas a corto plazo.

Un estudio de Behringer (2010) citado por Salvatierra (2014), demostró que jóvenes (6 a 18 años) tenían beneficios con el entrenamiento de pesas. Estos chicos producían su ganancia de fuerza de manera lineal conforme avanzaba el proceso de entrenamiento y dependiendo el número de veces que asistían a la semana. Del mismo modo, con base a mecanismos neuromusculares y no de hipertrofia los niños consiguen sus mejoras de fuerza. Es así como el trabajo de fuerza en los jóvenes permite a sus músculos utilizar toda esa energía que en muchos casos es mal aprovechada. De esta manera, el entrenamiento de fuerza bien planificado en estas edades disminuye el riesgo de lesiones tanto en niños futuramente de alto rendimiento como los que no, así que lo ideal es que se comience el entrenamiento de fuerza a edades de 7 a 12 años.

Ahora bien, Carballo (2015) menciona que el procesamiento visual para el movimiento presenta dos etapas: un procesamiento temprano, el cual está determinado por unas neuronas específicas para la direccionalidad del movimiento, mientras la etapa de procesamiento tardío depende de otras neuronas que procesan información más compleja y general. Del mismo modo Carballo explica que el deterioro de la percepción del movimiento puede ocasionar una pérdida en la capacidad para realizar actividades tan sencillas como llenar un vaso de agua, a pesar de tener gran utilidad práctica, esta capacidad no se explora de la mejor manera individualmente por cada persona ni por los propios médicos en sus exámenes rutinarios. Es por esto que la práctica de ejercicio puede ayudar a prevenir la pérdida de esta capacidad y mejor aún desde edades infantiles.

Con respecto a las habilidades motrices que se adquieren por este tipo de entrenamiento dependen de diferentes factores así como lo menciona Falcon (2010), en la cual la conducta del hombre se va modificando normalmente por medio de un entrenamiento y experiencia. Todo aprendizaje cumple con tres fases según diferentes teorías las cuales son: 1) un estímulo, 2) activación de un proceso neurofisiológico y 3) generar una conducta y/o

respuesta. Estas habilidades básicas encuentran un soporte para su desarrollo en las habilidades perceptivas, las cuales están presentes desde el nacimiento y van evolucionando con el paso de los años.

LOGOTIPO



SLOGAN

“GO, GO, GO.!”

Este slogan hace referencia a la parte motivacional que se le debe inculcar a cada niño en cuanto a la participación e inclusión del ejercicio en su vida cotidiana, su asociación con los colores da una mejor perspectiva de actividad física y deporte en cuanto a su práctica, es más llamativa y genera algún tipo de curiosidad por encontrar el significado de este.

Significado de los colores y su asociación con el deporte y la actividad física:

Verde: Proporciona equilibrio y armonía, ayuda a romper los límites físicos y al crecimiento como atleta.

Azul: Mantiene la calma y favorece la visualización de las metas.

Amarillo: Mejora los reflejos y hace que se cumplan tus objetivos.

Rojo: Impulsa la descarga de adrenalina y se asocia al campeón y la victoria.

MISIÓN

Crossfit Kids tiene como principio operacional la creación de espacios para niños y niñas de Bogotá para su desarrollo físico, motor, cognitivo y social a través de la actividad física recreativa guiada.

VISIÓN

Crossfit Kids se pretende consolidar como un centro de entrenamiento y desarrollo recreativo para niños y niñas de Colombia y como un espacio que acoja y cubra el tiempo libre de los mismos, incentivando y fomentando la práctica de actividad física guiada a través de la recreación, liderando el mercado de servicios para la infancia y su desarrollo motriz, siendo la empresa preferida por padres de familia para la formación motora de sus hijos.

FUNDAMENTOS HUMANÍSTICOS

La empresa CrossfitKids busca formar personas íntegras y de calidad humana que contribuyan con el planeta en cuanto a lo social y ecológico. Para ello se necesita fomentar e inculcar los valores más importantes en cada persona que haga parte de esta empresa, incluyendo los valores éticos, humanísticos y sociales que conlleven a la empresa a un reconocimiento no solo deportivo sino también humano, donde se debe caracterizar por la parte cultural y formación de valores humanos, donde es el deporte una gran influencia para cumplir estas metas.

Por otro lado y sin ignorar de los objetivos anteriores, se busca poder desarrollar a plenitud el plan de negocio de forma ética y profesional y así poder relacionar e integrar el hacer con el enseñar ya con una intención humanista.

En la construcción del presente proyecto se tiene en cuenta que la Universidad Santo Tomás se inspira en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, construido en el diálogo crítico entre razón y fe, que afirma la dignidad de la persona, fundada en la semejanza con Dios, la necesidad del desarrollo armónico de todas sus potencialidades, así que como futuros egresados de esta universidad es conveniente aplicar los valores adquiridos por la filosofía humanista y así poner en acción el negocio planeado para que se desarrolle de manera íntegra (Formación humanista en la Universidad Santo Tomas).

Dimensiones de la persona humana		SENSIBILIDAD SER VER		INTELIGENCIA SABER JUZGAR		RAZÓN OBRAR ACTUAR	
Ejes Articuladores		Formación Espiritual		Formación Intelectual		Formación Moral	
Ámbitos de la formación	Filosofía Institucional	Antropología	Cultura Teológica	Epistemología	Filosofía Política	Ética	Cátedra opcional
Contenidos	Formación humanista cristiana tomista y PEI	Persona humana y formación integral	Diálogo fe, razón y realidad	Pensamiento disciplinar y pensamiento metódico, crítico y creativo tomista	Formación integral y bien común	Valores cristianos y dignificación de la persona humana	Humanismo y cultura contemporánea

Además se busca ofrecer, implementar e inculcar en los niños y jóvenes que ingresen al programa de Crossfit Kids los siguientes aspectos:

- Servicio y atención de calidad
- Puntualidad
- Disciplina
- Compromiso
- Sentido de pertenencia
- Integridad
- Respeto
- Honestidad
- Responsabilidad
- Amor por el ejercicio y actividad física.
- Aprender a ser persona antes que un deportista.

¹Formación humanista en la Universidad Santo Tomás.
http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/3momento_filosofiaainstitucional_trinidadorozco/la_formacin_humanista_en_la_universidad_santo_toms.html

MARCO REFERENCIAL

A continuación se mencionaran aspectos con el fin de dar cumplimiento a las leyes de creación y establecimiento de empresas; mediante reglamentos que se deben cumplir ante los entes de control del estado. Los requisitos de ley que se deben presentar ante la Cámara de Comercio de Bogotá son:

El primer paso en Cámara de Comercio es presentar el original del documento de identidad para realizar el registro como persona jurídica, se debe anexar el formulario del registro único tributario RUT y la carátula única empresarial. Por otro lado deben realizar algunas consultas que se pueden hacer de forma virtual, las cuales son: nombre del establecimiento, la actividad y el uso del suelo. Se deberá presentar el documento de constitución de la empresa; para el caso de esta empresa, sería una minuta de constitución la cual se realiza por documento privado bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. teniendo en cuenta los requisitos que se expresan en la ley 1258 de 2008. Posterior a esto se debe llevar a cabo el diligenciamiento de formularios como el Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) y el Formulario Adicional de Registro con otras Entidades. Para finalizar el proceso se deben presentar la totalidad de los documentos descritos anteriormente en cualquier sede de la Cámara de Comercio de Bogotá cancelando los derechos de la Matrícula Mercantil.

Esta empresa se constituirá por medio de la figura de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. por esta razón adicionalmente se debe dar cumplimiento a los requisitos de ley y normativa vigente para la creación de empresas mediante esta figura; teniendo en cuenta que “las Sociedades por Acciones Simplificadas pueden constituirse por una o más personas, mediante documento privado en el cual se indiquen los siguientes requisitos: Nombre, documento de identidad y domicilio del accionista o accionistas, razón social seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificada o S.A.S., duración (puede ser indefinida), enunciación de actividades principales, cualquier actividad comercial o civil lícita, capital autorizado, suscrito y pagado, forma de administración, nombre, identificación de los administradores”. Obtenido de (Cámara de Comercio de Bogotá).

Adicionalmente ya para la creación formal del centro de acondicionamiento existen leyes, en las cuales se debe regir esta empresa por el tipo de población a la cual se le está brindando el servicio.²

La ley 181 de 1995 artículo 3° cuenta con unos objetivos, el número 5 establece “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”. (Ley 181).

Teniendo en cuenta la necesidad de una gran parte de la población por el gusto hacia la práctica física es necesario conocer la normatividad vigente que se encuentra relacionada con el objeto del programa de entrenamiento y empresa.

LEY 181 DE 1995. (Artículo 81)³

² ley 1258 de 2008

³ ley 181 de 1995

Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el sistema nacional del deporte.

Artículo 81. Las academias, gimnasios y demás organizaciones comerciales en áreas y actividades deportivas de educación física y de artes marciales, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales conforme al reglamento que se dicte al respecto. Corresponderá al ente deportivo municipal o distrital, velar porque los servicios prestados en estas organizaciones se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. CAPÍTULO 3. DE LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE. ARTÍCULO 78. VIGILANCIA A PRODUCCIÓN, BIENES Y SERVICIOS.

La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público según comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. CAPÍTULO 2. ARTÍCULO 52. DEPORTE Y RECREACIÓN.

El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas 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 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.

LEY 232 DE 1995 (DICIEMBRE 26)

“POR MEDIO DE LA CUAL SE DICTAN NORMAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES”.

Artículo 1º Ninguna autoridad podrá exigir licencia o permiso de funcionamiento para la apertura de los establecimientos comerciales definidos en el artículo 515 del Código de

Comercio, o para continuar su actividad si ya la estuvieren ejerciendo, ni exigir el cumplimiento de requisito alguno, que no esté expresamente ordenado por el legislador.

Artículo 2º No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio. Las personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la entidad de planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrital respectiva;
- b) Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia;
- c) Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causante de pago por derechos de autor, se les exigirá los comprobantes de pago expedidos por la autoridad legalmente reconocida, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias;
- d) Tener matrícula mercantil vigente de la cámara de comercio de la respectiva jurisdicción, y
- e) Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o, quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.

NOTAS:

1. El artículo 47 del Decreto 2150 de 1995 señala los mismos requisitos contenidos en la norma que se acaba de transcribir y agrega la obligación de cancelar los impuestos de carácter distrital o municipal.
2. El literal c) del artículo 2º de la Ley 232 de 1995 fue declarado exequible, "en el sentido que también deberá exigirse el comprobante de pago en aquellos casos en que los autores acojan formas de asociación distintas a la gestión colectiva, o realicen sus reclamaciones en forma individual".

Artículo 3º En cualquier tiempo las autoridades policivas podrán verificar el estricto cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo anterior.

Artículo 4º El alcalde, quien haga sus veces, o el funcionario que reciba la delegación, siguiendo el procedimiento señalado en el libro primero del Código Contencioso Administrativo, actuará con quien no cumpla los requisitos previstos en el artículo 2º de esta ley, de la siguiente manera:

1. Requerir por escrito para que en un término de 30 días calendario cumpla con los requisitos que hagan falta.
2. Imponer multas sucesivas hasta por la suma de 5 salarios mínimos mensuales por cada día de incumplimiento y hasta por el término de 30 días calendarios.
3. Ordenar la suspensión de las actividades comerciales desarrolladas en el establecimiento, por un término hasta de 2 meses, para que cumpla con los requisitos de la ley.
4. Ordenar el cierre definitivo del establecimiento de comercio, si transcurridos 2 meses de haber sido sancionado con las medidas de suspensión, continúa sin observar las disposiciones contenidas en la presente ley, o cuando el cumplimiento del requisito sea imposible.

Artículo 5° Los servidores públicos que exijan requisitos no previstos ni autorizados por el legislador, incurrirán por ese solo hecho en falta gravísima, sancionable conforme a las disposiciones previstas en el código único disciplinario.⁴

LEY 729 DE 2001. (DICIEMBRE 31).

Por medio de la cual se crean los Centros de Acondicionamiento y Preparación Física en Colombia.

Artículo 1°. Créase los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, Municipales o Distritales.

Artículo 2°. Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, son establecimientos que prestarán un servicio médico de protección, prevención, recuperación, rehabilitación, control, y demás actividades relacionadas con las condiciones físicas, corporales y de salud de todo ser humano, a través de la recreación, el deporte, la terapia y otros servicios fijados por autoridades competentes y debidamente autorizados, orientados por profesionales en la salud, que coordinarán a licenciados en educación física, tecnológicos deportivos y demás personas afines que consideren que el tratamiento o rehabilitación de la persona (s) se realice en los CAPF.

Artículo 3° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales y distritales conforme al reglamento que se dicte al respecto.

Artículo 4° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, deberán contar con las instalaciones adecuadas para la realización de los diferentes programas. Cada una de sus áreas poseerá la implementación necesaria para el desarrollo de los mismos, previstos de servicio médico, fisioterapéutico, nutricional y demás servicios que las autoridades soliciten para su funcionamiento.

Artículo 5° Corresponde al ente deportivo municipal o distrital velar porque los servicios prestados en estas organizaciones se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva, atendidas por personal altamente capacitado, médico, nutricionista, fisioterapeutas, educadores, físicos, licenciados o tecnólogos en deporte y educación física entre otras y con una implementación diseñada técnicamente para este fin; los usuarios de los CAPF recibirán servicios de salud como: Prevención, atención, recuperación, rehabilitación y control. La vigilancia y control de los servicios, convenios, contratos, títulos y demás circunstancias afines en materia de salud se prestará por la respectiva Secretaría de Salud Municipal o Distrital o quien haga sus veces; se pasará a los entes deportivos municipales o distritales para que pueda expedir las certificaciones que acrediten su funcionamiento permanente. En cualquier incumplimiento certificado por los organismos de salud para la prestación del servicio médico acarreará las sanciones establecidas en la legislación nacional o la imposibilidad de que los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, presten su servicio.

En cualquier momento podrán las Secretarías de Salud o quien haga sus veces en el respectivo municipio realizar las visitas de control para supervisar que se preste eficientemente el servicio médico.

⁴ Ley 232 de 1995

Artículo 6° Las actividades desarrolladas por los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, se entenderán como servicio médico siempre y cuando estén relacionados con la rehabilitación, prevención, atención, recuperación y control de las personas debidamente remitidas por profesionales de la salud.

Artículo 7° Podrán los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, celebrar convenios y contratos con hospitales, EPS, IPS, ARS y entes territoriales en programas encaminados a la prevención, rehabilitación y control de salud.

Artículo 8° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, podrán asociarse para buscar representación nacional y participar en temas de salud y deporte.

Artículo 9° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, podrán recibir los beneficios que en materia deportiva se establezcan en Colombia.

Artículo 10° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, están autorizados para atender programas sociales a bajo costo para pensionados o grupos de tercera edad debidamente asociados y autorizados por los entes deportivos municipales para llevar control o prevención en salud. Se deberá hacer evolución médica interna sin ningún costo y elaborar el programa a seguir.⁵

Ley 181 de 1995

Artículo 10. 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 las 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.

Artículo 4. Derecho social. El deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, son elementos fundamentales de la educación y factor básico en la formación integral de la persona. Su fomento, desarrollo y práctica son parte integrante del servicio público educativo y constituyen gasto público social, bajo los siguientes principios:

Universalidad. Todos los habitantes del territorio nacional tienen derecho a la práctica del deporte y la recreación y al aprovechamiento del tiempo libre.

Artículo 15. 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.

Artículo 16. Entre otras, las formas como se desarrolla el deporte son las siguientes: Deporte formativo. Es aquel que tiene como finalidad contribuir al desarrollo integral del individuo.

⁵ Ley 729 de 2001

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.

Ley 1014 de 2006

Artículo 1. Definiciones

- a) Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;
- b) Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;
- c) Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a acabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;
- d) Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;
- e) Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.⁶

CAPÍTULO I SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- Mercado objetivo: niños entre 4 y 12 años (aunque no se excluyen niños de edades mayores)
- Justificación del mercado objetivo: Se mejoran las habilidades motoras del niño, al enseñarle la mejor manera de realizar el movimiento y las habilidades cognitivas, involucrar a los niños a controlar su propio cuerpo, contar sus repeticiones, recordar las secuencias, y trabajar por objetivos.
- Perfil del consumidor: los niños pueden concentrarse por más tiempo, empiezan a importarles lo que piensen otros niños, son un poco más conscientes de sus actos, son muy activos físicamente, son creativos y aventureros. También se evidencia la mejora del desarrollo físico, intelectual, social y psicológico los cuales son factores que determinan las etapas de crecimiento y evolución de los niños mediante la práctica deportiva.

⁶ Ley 1014 de 2006

AGRUPACIÓN DE CLIENTES

Por otra parte, se pretende abarcar y agrupar a los clientes de acuerdo a:

- Necesidades: Padres con niños cuya prioridad es la del desarrollo físico (motor), intelectual (cognitivo), social (inclusión) y psicológico (autoestima) del niño.
- Comportamientos: Padres con niños según su nivel y capacidad de interacción con el medio.
- Atributos comunes: Gustos, actividades y costumbres entre padres de familia.

CAPÍTULO II PROPUESTA DE VALOR

Los servicios que se encuentran a continuación son aquellos con los que cuenta **CROSSFIT KIDS** para cada uno de sus clientes, los cuales harán de una mayor progresión en los métodos de entrenamiento con los cuales contamos. Además es de gran importancia resaltar que cada uno de los servicios ofrecidos son innovadores y se ofrecen en conjunto con el entrenamiento, algunos con costos adicionales siendo estos 100% personalizados e individualizados con el fin de facilitar el desarrollo del trabajo de los clientes.

Horarios de atención:

Los horarios de atención serán los siguientes:

Lunes a viernes: 8 a.m. -8 p.m. (Jornada continua)

Sábados: 7:00 a.m. – 4:00 p.m. (Jornada continua)

Domingos y festivos: 8:00 a.m. – 3:00 p.m. (Jornada continua)

CROSSFIT KIDS busca ofrecer horarios flexibles de atención que garanticen atender y dar solución a las problemáticas relacionadas con horarios para los clientes.

Cliente principal, el padre de familia o el acudiente, usuario del servicio, el niño, quién por defecto, será el beneficiario y el que hará uso del servicio brindado. El valor se crea para ambos, pues el beneficio, directa e indirectamente, será tanto para cliente como para usuario beneficiado.

Beneficios para los alumnos entrenados son los siguientes:

- Mejorar la calidad vida.
- Mejorar los estilos de vida.
- Mejorar los hábitos alimenticios.
- Mejorar el nivel técnico, táctico y físico de los deportistas.
- Rehabilitar lesiones y traumas a nivel físico.
- Aumentar la autoestima y confianza.
- Mejorar el bienestar tanto físico como mental.
- Conocer el estado y la evolución de la condición física.

- Mantener un control médico con profesionales en el área de la salud.
- Establecer objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.

Beneficios para los padres o acudientes son los siguientes:

- Mejor aprovechamiento del tiempo libre por parte de su hijo
- Identifica las capacidades físicas y cognitivas de su hijo
- Contribuye a que su hijo mejore su condición cardiovascular
- Fortalece el autoestima y criterio de su hijo frente a situaciones de destreza
- Permite a su hijo descubrir talentos o aptitudes escondidas

La propuesta de valor será en cierto modo “mixta” ya que esta se deberá adaptar a los diferentes clientes y/o poblaciones, y a su vez será una propuesta innovadora en el entrenamiento deportivo, siendo la primera empresa en enfatizarse en el entrenamiento funcional de deportistas y escuelas deportivas.

¿QUÉ VALOR PROPORCIONAMOS A NUESTROS CLIENTES?

Brindamos innovación en cuanto a la formación motora y cognitiva infantil por medio de la actividad física recreativa y guiada. El valor del servicio se expresa en la satisfacción del niño, quién haciendo lo que más le puede agradar en esta etapa de la vida, que es el juego, favorece el desarrollo motriz y sus inteligencias corporal – cinestésica, interpersonal, lógico – matemática, naturalista, intrapersonal, visual – espacial y musical, que siendo vitales en estas edades, le permitirán en un futuro, una mejor realización de la actividad deportiva, ya sea de alto rendimiento o aficionado sin dejar de lado el trabajo cognitivo que dichas actividades implican.

¿QUÉ PROBLEMAS AYUDAMOS A SOLUCIONAR?

En este caso, no solucionaremos un problema, sino trabajaremos en pro de prevenirlo en un futuro. En este caso, el problema a prevenir es la falta de capacidad motriz que una persona puede llegar a tener por la falta de su estimulación en edades tempranas, para lo cual **CROSSFIT KIDS** generará un servicio para la formación, estimulación y desarrollo motriz y cognitivo del niño, de manera temprana. En pocas palabras, daremos solución a un problema a manera de prevención, trabajando con la primera etapa de vida, para que las siguientes tengan un buen funcionamiento físico, motriz y cognitivo.

¿QUÉ NECESIDADES SATISFACEMOS?

Las necesidades a satisfacer se expresan en términos de:

- Expectativas recreativas del niño.
- Desarrollo del acervo motor del niño.
- Desarrollo de las inteligencias cognitivas del niño.

- Desarrollo social y convivencial del niño por medio de la actividad física recreativa.
- Espacios de ocio, juego y entretenimiento para el niño.
- Bienestar físico, emocional e integral del niño.

¿QUÉ SERVICIOS OFRECEMOS A CADA PAQUETE DEL SEGMENTO DE MERCADO?

Segmentado:

- Recreación al niño espontáneo.
- Entrenamiento al niño deportista.
- Ocio al niño divertido.
- Lúdica al niño curioso.

Multilateral:

Actividades que integren usuario – cliente (padre – niño):

- Recreativas.
- Cognitivas.
- Deportivas.
- De juego.
- Lúdicas.

· ESTRATEGIA DE VALOR

- *Novedad*

El valor empresarial radica en el ofrecimiento de un servicio novedoso, que involucra desarrollo a nivel físico, cognitivo, recreativo, social, integral y emocional, de aquella población exclusiva para hacer un trabajo que involucre dichos atributos, y que teniendo en cuenta que son niños, de manera novedosa, se guiará un proceso formativo, basado y fundamentado en la recreación, para su desarrollo motor y de su inteligencia, a temprana edad, y fortalecido a medida que se madura.

- *Mejora de rendimiento*

Se pretende generar un cambio en el estilo de formación deportiva, haciendo énfasis en el trabajo sobre la capacidad física y cognitiva de los niños en Bogotá, pues el común encontrado es el trabajo de rendimiento a tempranas edades, sin

fortalecer aquel trabajo de iniciación vital en el comportamiento motriz del niño. Son muchas las empresas que trabajan con esta población, pero no hay alguna que estimule el desarrollo de esta etapa dejando de lado la competición y el rendimiento para que de forma recreativa, se trabaje el desarrollo motor guiado.

SERVICIO O VALOR AGREGADO

Los valores agregados manejados por **CROSSFIT KIDS** son formar, educar, recrear, estimular y desarrollar la capacidad cognitiva por medio de la actividad física en una sola sesión de actividad. Para aquellos posibles usuarios secundarios, se les brinda la opción de participar en menor medida de tiempo, pero en igual medida de integración y dinámica. Es decir, si se es acudiente o familiar del usuario principal (niño), se tiene la oportunidad de participar junto a él en las diversas actividades, haciendo de la actividad educativa, un proceso donde interviene el profesor o entrenador, el acudiente o familiar y el niño.

MEJORA DEL SERVICIO DEPORTIVO

Parte del mejoramiento y optimización del servicio en el aspecto deportivo, es en primera medida, llevando un control de la valoración y condición de cada niño, cuando inicia y durante su formación en **CROSSFIT KIDS**. Esto permitirá saber si la formación y enseñanza de los distintos aspectos trabajados, son los realmente eficientes para su desarrollo motor. Dicha valoración, se hará periódicamente mediante evaluaciones de componentes motrices y cognitivos en pruebas establecidas por el profesor que enseñe cada inteligencia.

En segunda media, se tiene en cuenta la adquisición de materiales y recursos que permitan un buen desarrollo deportivo de las actividades realizadas. Materiales como zonas sintéticas, sonido, elementos deportivos, entre otros. Todos los anteriores, con el fin de garantizar una actividad deportiva de calidad.

En tercera medida se tiene en cuenta que para la mejora constante de nuestro servicio, se tiene la evaluación de la satisfacción del cliente, que según Alexander (cit. por Cabrera, 1998) determina que “la satisfacción del cliente es una medida de cómo el producto global de una organización actúa en relación con una serie de expectativas del cliente” Es por esto que se debe realizar evaluaciones constantes a los usuarios para verificar si están contentos con el servicio o que falencias se tiene para mejorarlas.

Finalmente, y lo más primordial para el excelente servicio deportivo, es el personal que lo planea, lo dirige, lo ejecuta y lo evalúa. Por tal motivo se contará con profesionales del área de la pedagogía, la recreación y el deporte para la enseñanza de las distintas actividades a realizar, en cada una de las ramas de enseñanza de **CROSSFIT KIDS**. Para ello, apoyaremos dicho proceso a través de diferentes actividades que en conjunto que ayuden a prestar un óptimo servicio por medio de capacitaciones a todos nuestros trabajadores enfocado a todos los tema del desarrollo motor a edades tempranas y su influencia en el acervo motriz y así pueda tener una mejor respuesta a futuras actividades deportivas.

FORMA DE TRABAJO DE LA ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA

Si bien se tiene en cuenta que por inteligencia enseñada en **CROSSFIT KIDS**, se tienen varias actividades para su desarrollo. Las actividades abordarán temáticas a las cuales se les destinará un tiempo determinado para su aprendizaje y para su evaluación. Durante su periodo de aprendizaje, se dejarán tareas tanto individuales como colectivas para ir desarrollando sesión a sesión. Dichos deberes serán trabajo independiente y autónomo que los niños deberán desarrollar fuera del espacio del **CROSSFIT KIDS**, para dar avance al proceso de desarrollo motor.

Aquellos deberes, son como la “tarea” en el colegio, pues serán evaluados y serán requisito para ver una temática determinada y dar paso a la siguiente. Los deberes enmarcan actividades relevantes tales como la preparación de una rutina de baile corta, el preparar un estiramiento de tren inferior y superior, el traer en un dibujo, el gesto de pegada de un balón de fútbol. Tareas de éste tipo serán las asignadas para desarrollarlas, correspondientes al tema visto.

FORMAS DE TRABAJO INDIVIDUAL O PARA LA CASA

- Corrección sobre el error
- El niño que corrige, ayuda y guía a su compañero (tutores)
- Asesoría corporal individual

PRÁCTICAS INDIVIDUALES PARA LA CASA

Nombre de la actividad	Desarrollo
Pinturas o Artes	Se pretende realizar actividad que no solo desarrolle la actividad motora del niño sino también la creatividad mediante pinturas.

Lanzamiento de globo	Es necesario solo un globo para realizar actividades como golpear, desplazarse, atrapar. Básicos para mejorar las habilidades básicas de los niños. El niño lanzará la bomba lo más alto que pueda y la golpeará varias veces y luego precederá a intentar atraparla.
Saltar laso	Es una de las actividades más sencillas de realizar y que es un excelente ejercicio aeróbico que se puede realizar a cualquier edad.
Juegos con aros	Los aros son económicos y casi todos tenemos uno en la casa, este nos puede ayudar a realizar actividad física básica para los niños, como saltos, movilidad articular de la cadera, brazos y piernas.

CAPÍTULO III CANALES

Según Gómez (2014) los canales de distribución los define como “una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.” Es decir que son una serie de herramientas que se emplean para hacer llegar al consumidor el servicio a prestar.

Las diferentes herramientas que se utilizaran, para el desarrollo de los canales se explicaran a continuación, de tal modo, que se buscará detallar e informar al lector cómo será el desarrollo de los mismos.

El tipo de canal que se utiliza es propio y directo, ya que los clientes recibirán información directamente de los trabajadores de la empresa en el sitio de práctica o en la calle. Por medio de publicidad física como volantes que son un brochure para brindar información de empresa o proyecto que en este caso es CROSSFIT KIDS. Además el canal más importante será el canal de comunicación donde se tendrá una comunicación directa del personal de CROSSFIT KIDS y los respectivos clientes con una comunicación verbal y física por medio de la alianza estratégica con la empresa “acontraluz publicidad” encargada del material de promoción.

Información

Para brindarles la información a los clientes se desarrollará un brochure, este tiene el objetivo de informar al público acerca de la importancia que tiene la imagen corporativa de una compañía.

Se detendrá, principalmente, en tres aspectos fundamentales:

1. Características generales y morfológicas del brochure.
2. Funciones publicitarias del brochure.
3. Proceso de producción del brochure.

En este elemento lo que se pretende es informar a los clientes de las técnicas de entrenamiento que manejamos, el método de entrenamiento y los grupos con los cuales se trabaja. También brindará información de las diferentes redes sociales, donde a través del ingreso de estas, se puedan solicitar los datos del sujeto interesado y crear una base de datos.

La evaluación

Se realizará una serie de llamadas y encuestas con la información obtenida de la base de datos y de los clientes inscritos, para evaluar si la información del producto fue clara y si ha dado frutos a partir de los equipos que se inscriban, aceptando sugerencias para mejorar día a día y así brindar el mejor servicio en el mercado.

Compra

Este se realizará de forma virtual a través de un botón PSE activado en la plataforma virtual que se maneja, también se puede realizar por medio de consignaciones o en efectivo directamente en las oficinas donde se labora.

La entrega

La entrega de este servicio es proporcionado directamente al deportista o club deportivo, donde tiene el carnet que lo hace parte de **(CROSSFIT KIDS)**, es una tarjeta, que permite

conocer la frecuencia con la que se está asistiendo el deportista y poder llevar un control de garantía del proceso, reconociendo si el deportista asiste tendrá resultados en competencia.

La posventa

Se les brindarán charlas a los padres de los niños sobre el rendimiento que han obtenido lo deportistas con el entrenamiento ofrecido, también se brindará un “descuento especial” si se vuelven a inscribir e iniciar el proceso con **CROSSFIT KIDS**.

CAPÍTULO IV RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Creación colectiva

Hacer participar al cliente en la construcción de un centro de entrenamiento, que ayude a identificar las falencias que la empresa está teniendo y ayude a crear propuestas de valor que ayuden a mejorar el servicio, sabiendo que la idea es satisfacer y mejorar el proceso de entrenamiento de los niños, hijos, jugadores, etc; las ideas se dan a partir de la propia necesidad de los padres, clubes o escuelas de formación deportivas y de esta manera mejorar cada vez el servicio que se presta en **CROSSFIT KIDS**, de esta manera creamos un sentido de pertenencia por la empresa y el proceso de entrenamiento. La idea con este plan, es que no solo se limite a la ciudad de Bogotá, también este llegue a ser solicitado por escuelas de formación en los alrededores de la ciudad y posiblemente en un futuro fuera de la ciudad mediante otras sucursales.

La meta con esto es fidelizar al cliente con **CROSSFIT KIDS mediante una relación de asistencia personal, donde el trato sea directo con el cliente, basado en mantener una relación humana**. Buscando que los clientes y la empresa creen una fraternidad, una unión entre los dos mejorando la relación empresa-cliente y cliente-empresa, el plan consiste en brindarle a los usuarios una evaluación continua de su proceso, sus aspectos que mejoraron y los que les falta trabajar. Va a mantener una fidelidad a nuestra empresa mediante el conocimiento de la evolución de su trabajo y de esta manera promocionar a **CROSSFIT KIDS** por medio del voz a voz.

La organización se relacionará con los clientes de forma personal en una primera instancia, donde habrá interacción directa organización – cliente. Posteriormente, ya a manera de apoyo y fortalecimiento de la comunicación entre la empresa y los clientes, se propone una comunicación automatizada, generada por la interacción virtual y a distancia. De igual manera, la relación con el cliente se basa en la interacción que permita el fortalecimiento de la adquisición del servicio, del uso del servicio, del visto bueno del servicio y de la recomendación del mismo. La integración de la relación entre el cliente y la empresa y nuestro modelo de negocio, se refleja en la implementación de dicha interacción basada en tres pilares de procesos de relación, los cuales son:

- *Captación de clientes*

Proceso de relación entre nuevos posibles clientes. Será una relación directa y personal, en la cual la primera interacción será con el objetivo de exponer el servicio, beneficios del servicio, costos del servicio y políticas de uso del mismo.

- *Fidelización*

Relación con los clientes ya asociados con la empresa. Será una relación personal y automatizada, en la cual el cliente ya hace uso del servicio, y éste expone su nivel de satisfacción para mediante esta interacción, generar mejoras que mantengan al cliente en constante relación con la empresa, y mantengan su uso del servicio.

- *Estimulación de ventas*

Relación de la empresa con la posterior venta sugestiva del servicio. Será una relación personal y automatizada, en la cual la venta será el medio de interacción entre el cliente y la empresa, y la cual será estimulada por niveles de demanda adquiridos por los clientes.

TIPO DE RELACIÓN PARA EL SEGMENTO DE CLIENTE

Para el cliente, se genera una relación en la cual exista una interacción directa, personal y presencial. Por ello, para el segmento de cliente se plantean los siguientes tipos de relación:

- *Asistencia Personal*

Relación en donde habrá interacción humana con el cliente, puede ser grupal y colectiva. Se genera en los puntos de venta de la empresa y en espacios dentro de la misma organización y fuera, involucrando al cliente de forma virtual mediante correos electrónicos y páginas web.

- *Asistencia Personal Exclusiva*

Relación donde se interactúa con un cliente únicamente. Esta relación se genera para procesos de solución de necesidades, para planteamiento de puntos de vista, para quejas y sugerencias, para asesoría y capacitación y para cuestiones económicas o financieras.

CAPÍTULO V FLUJO DE INGRESOS

Valor del producto: se tendrá un lugar en arriendo con un espacio agradable. Se dará una clase de cortesía a los niños interesados o los padres que deseen ver cómo será la dinámica de actividades para sus hijos, esto con el fin de fidelizar al cliente. Habrá una inscripción de

\$100.000 pesos, con una mensualidad de \$480.000 pesos la cual es válida para 16 sesiones de clase al mes que serían programadas en los días preferidos por los clientes durante toda la semana, cada clase durará aproximadamente 1 hora y media, así que la clase estaría valiendo \$30.000 pesos. Pero del mismo modo se puede adquirir el servicio a la cantidad de clases que quiera la persona, la cual tendrá un costo de \$38.000 pesos cada una, así que será más económico si cancela la mensualidad completa.

CROSSFIT KIDS presta los servicios de entrenamiento funcional personalizado y semipersonalizado, adicionalmente se prestará el servicio de entrenamiento especializado por un costo de 500.000 y la valoración nutricional por costo de 250.000 pesos.

Se generarán ingresos por medio de diferentes planes de servicios (entrenamientos) los cuales están estipulados y no serán modificados en lo posible. Los precios han sido estudiados para que sean accesibles a nuestros clientes objetivos y comparados con las competencias directas e indirectas, así se puede tener más tranquilidad y firmeza a la hora de cobrar por los servicios prestados.

COMPETENCIA DIRECTA

FÚTBOL CLUB BOGOTÁ GLADIADORES, es una empresa legalmente constituida desde 2009 nació por iniciativa y finalidad de satisfacer las necesidades de Formar niños, niñas y jóvenes en su parte técnica, táctica, técnico táctica y física teniendo como base la filosofía Moral en Valores, ayudándoles a superar sus falencias y potencializar sus virtudes. El precio de inscripción es gratis presentando el boletín de calificaciones o certificado de estudio - seguro deportivo (35.000) - papelería (25.000) incluye: carnet del deportista, afiliación a la plataforma del club. Mensualidad (75.000) Días sábados y domingos. Mensualidad competencia (95.000) Días: martes, sábados y domingos.

<https://www.fcbogotagladiadores.com/costos>

INGRESOS

PRODUCTO/SERVICIO	VENTAS PROM X MES	VALOR UNITARIO
inscripcion	15	100.000
mensualidad	15	480.000
pago x clase individual	8	38.000
entre. Especializado	5	500.000
valoracion nutricional	9	250.000
TOTAL INGRESOS	52	13.754.000
media de costos por servicio		273.600

PROYECCION DE VENTAS POR MES						
aumento de ventas por mes						
5%						
ENERO				FEBRERO		
PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL		PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
inscripcion	15	1.500.000		inscripcion	15,75	1.575.000
mensualidad	15	7.200.000		mensualidad	15,75	7.560.000
pago x clase individual	8	304.000		pago x clase individual	8,4	319.200
entre. Especializado	5	2.500.000		entre. Especializado	5,25	2.625.000
valoracion nutricional	9	2.250.000		valoracion nutricional	9,45	2.362.500
TOTAL INGRESOS	52	13.754.000		TOTAL INGRESOS	54,6	14.441.700

MARZO				ABRIL		
PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL		PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
inscripcion	15,785	1.578.500		inscripcion	15,789	1.578.900
mensualidad	15,785	7.576.800		mensualidad	15,789	7.578.720
pago x clase individual	8,42	319.960		pago x clase individual	8,421	319.998
entre. Especializado	5,262	2.631.000		entre. Especializado	5,263	2.631.500
valoracion nutricional	9,472	2.368.000		valoracion nutricional	9,473	2.368.250
TOTAL INGRESOS	54,724	14.474.260		TOTAL INGRESOS	54,735	14.477.368
MAYO				JUNIO		
PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL		PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
inscripcion	15,7894	1.578.940		inscripcion	15,79	1.579.000
mensualidad	15,7894	7.578.912		mensualidad	15,79	7.579.200
pago x clase individual	8,425	320.150		pago x clase individual	8,426	320.188
entre. Especializado	5,2635	2.631.750		entre. Especializado	5,2636	2.631.800
valoracion nutricional	9,4736	2.368.400		valoracion nutricional	9,4737	2.368.425
TOTAL INGRESOS	54,7409	14.478.152		TOTAL INGRESOS	54,7433	14.478.613

JULIO					AGOSTO		
PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL			PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
inscripcion	15,8	1.580.000			inscripcion	15,879	1.587.900
mensualidad	15,8	7.584.000			mensualidad	15,879	7.621.920
pago x clase individual	8,5	323.000			pago x clase individual	8,542	324.596
entre. Especializado	5,3	2.650.000			entre. Especializado	5,326	2.663.000
valoracion nutricional	9,49	2.372.500			valoracion nutricional	9,5	2.375.000
TOTAL INGRESOS	54,89	14.509.500			TOTAL INGRESOS	55,126	14.572.416
SEPTIEMBRE					OCTUBRE		
PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL			PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
inscripcion	15,9	1.590.000			inscripcion	16	1.600.000
mensualidad	15,9	7.632.000			mensualidad	16	7.680.000
pago x clase individual	8,9	338.200			pago x clase individual	9	342.000
entre. Especializado	5,35	2.675.000			entre. Especializado	5,5	2.750.000
valoracion nutricional	9,53	2.382.500			valoracion nutricional	9,8	2.450.000
TOTAL INGRESOS	55,58	14.617.700			TOTAL INGRESOS	56,3	14.822.000
NOVIEMBRE					DICIEMBRE		
PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL			PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
inscripcion	16,8	1.680.000			inscripcion	16,84	1.684.000
mensualidad	16,8	8.064.000			mensualidad	16,84	8.083.200
pago x clase individual	9,45	359.100			pago x clase individual	9,5	361.000
entre. Especializado	5,53	2.765.000			entre. Especializado	5,6	2.800.000
valoracion nutricional	9,85	2.462.500			valoracion nutricional	10	2.500.000
TOTAL INGRESOS	58,43	15.330.600			TOTAL INGRESOS	58,78	15.428.200

CAPÍTULO VI RECURSOS CLAVES

Para nuestra organización es importante disponer de aquellos recursos que nos permitan hacer una entrega de la propuesta de valor de forma eficiente y acorde al tipo de relación que queremos llevar con los clientes. Para ello, se dispone de una clasificación de cuatro recursos en donde se buscará la mejor calidad y la mejor disposición para la entrega del servicio.

A continuación, se plantean los recursos claves asociados con nuestros canales, nuestra relación con los clientes y nuestras aspiraciones financieras.

Recursos Físicos

- *Infraestructura:*

- Ø Local de una planta de 400 mts².
- Ø Computadores.
- Ø Vallas publicitarias – stans publicitarios.
- Ø Equipos de primeros auxilios.

Ø Cafetería.

- *Salón musical:*

Ø Instrumentos de percusión: Batería, timbales, congas, tambores, marimba, xilófono, congas. (opcionales)

Ø Parlantes.

Ø Tornamesa.

Ø Reproductores.

Ø Maracas.

Ø Panderetas.

Ø Cascabeles.

- *Salón espacial (opcional):*

Ø Pinturas.

Ø Lienzos.

Ø Pizarrones.

Ø Colores.

Ø Marcadores.

Ø Pinceles.

Ø Acuarelas.

Ø Arcilla.

Ø Plastilina.

Ø Escarcha.

Ø Murales.

- *Salón de Movimiento:*

Ø Aros.

Ø Colchonetas planas.

Ø Colchonetas de figuras.

Ø Minitramp.

Ø Balones.

Ø Aros.

Ø Lazos.

Ø Barras

Ø Mancuernas

Ø Cuerdas

(entre otros)

- *Salón de pensamiento:*

Ø Papel.

Ø Cubos rubik.

Ø Legos.

- Ø Armatodos.
- Ø Laberintos.
- Ø Software de agilidad mental.
- Ø Tapetes ambientales.

Recursos Intellectuales

- *Softwares:*
 - Ø Para llevar asistencia.
 - Ø Para medir el rendimiento físico.
 - Ø Para evaluar capacidades físicas.
- *Copyrights:*
 - Ø De seguridad.
 - Ø De privacidad.
 - Ø De carácter empresarial.
- *Marcas:*
 - Ø Thera-band.
 - Ø SportFitness.
 - Ø UnderArmour

Recursos Humanos

- *Personal Administrativo:*
 - Ø Personas especializadas en el manejo de recursos organizacionales.
 - Ø Personas con un alto grado de valores integrales y humanos.
 - Ø Personas calificadas y cordiales con los clientes.
- *Personal operativo:*
 - Ø Personas especializadas en entrenamiento en niños.
 - Ø Personas con alto grado de valores integrales y humanos.
 - Ø Personas calificadas y cordiales con los clientes.
- *Personal de mantenimiento:*
 - Ø Personas especializadas en la reparación de equipos y maquinaria.
 - Ø Personas con alto grado de valores integrales y humanos,
 - Ø Personas calificadas y cordiales con los clientes.

CAPÍTULO VII ACTIVIDADES CLAVES

En este capítulo se profundizará sobre los servicios de la empresa, las actividades que realizará y las fuentes de ingreso que esta tendrá. Se hará un énfasis en: la producción (diseño, fabricación y entrega de los servicios), en la resolución de los problemas (accidentes, inconvenientes u otros) y las plataformas que se manejarán para informar sobre el servicio que se ofrece (canales).

La principal actividad clave de la empresa, es la prestación de un servicio deportivo, basado en el entrenamiento funcional de las habilidades físicas, enfatizado en potencializar a los niños mediante un proceso diferente, pero asociado con los deportes que las escuelas practican.

Buscando que los clientes tengan, en una primera instancia, una verdadera experiencia de entrenamiento de alto rendimiento la práctica de los deportes, para que posteriormente a través del entrenamiento constante, potencialicen su rendimiento deportivo y lleguen a ser deportistas de alto rendimiento.

Al momento de realizar el servicio, este será enfatizado en priorizar al usuario y/o cliente. Será diseñado para generar un desarrollo y perfeccionamiento de habilidades físicas, a través de un entrenamiento metodológico deportivo, donde se manejen los aspectos específicos de las sesiones de clase. Es decir, una fase inicial, una fase central y posteriormente una fase final, y se enfatice el usuario y/o cliente en el desarrollo de todas fases.

Dado el caso que el usuario y/o cliente, quiera tener un énfasis en la práctica del deporte en rendimiento, se manejará un diseño diferente en cuanto a la producción del servicio, donde las fases de la sesión de clase cambiarán, por una fase de calentamiento, una fase de potencialización de capacidades físicas, fase de manejo técnico, fase de manejo técnico-táctico, aplicación del conocimiento, fase final y retroalimentación del proceso. Estos dos diseños del servicio (énfasis del acercamiento de alto rendimiento y énfasis en rendimiento) llevarán un proceso de control y evaluación mediante la realización de formatos, donde el profesor indicado llenará y entregará a su supervisor.

Para poder realizar un excelente desarrollo del servicio, es decir, una prestación de esté de excelente calidad se le brindarán, por lo menos una vez al mes, capacitaciones a los trabajadores de la empresa, donde se enfatizará la cadena de valor de la compañía, la importancia del usuario/cliente, la importancia del servicio prestado, la imagen del trabajador, y demás (metodología, didáctica, procesos, etc.), que permita reconocer a **CROSSFIT KIDS** como una de las mejores empresas de entrenamiento juvenil.

La entrega del servicio, se realizará mediante la prestación del mismo en los espacios establecidos para la práctica deportiva. Es decir, el servicio se le entregará al cliente a través de la práctica de clases guiadas por los docentes a cargo, esta clase se realizará en los espacios indicados. Garantizado la mejor experiencia posible al usuario/cliente, haciendo que este disfrute de una verdadera experiencia de entrenamiento de alto rendimiento

Cuando se presente algún problema específico de los usuarios o con los usuarios, la empresa tendrá la capacidad de darle un manejo adecuado al inconveniente presentado. Si un usuario presenta una PQRS (pregunta, queja, reclamo o sugerencia) se contará con una atención en está y a su vez con un botón en la web donde él pueda hacernos conocer su PQRS. Si el inconveniente, se presenta con un accidente o riesgo físico, en primera instancia, se le brindará al usuario/cliente la atención médica correspondiente en la zona del cuerpo afectada, es decir una atención de primeros auxilios. Posteriormente y dependiendo la gravedad, se le brindara un servicio médico más especializado, en la zona de enfermería, con la que cuenta el escenario deportivo, donde se le brindara el cuidado correspondiente para su posterior traslado al hogar del sujeto/cliente. Si el accidente supera la capacidad para poderlo tratar, se trasladará al sujeto a un sitio especializado (hospital o clínica) más cercano. Se le realizará un seguimiento al sujeto afectado, y se le acompañará en su recuperación, demostrando el interés que tiene **CROSSFIT KIDS** por su usuario/cliente.

El manejo de las redes sociales, es una de las principales actividades clave para los canales, ya que mediante esta se manejará la información que se les brindará a los usuarios y/o clientes que pertenezcan a la empresa. También se mostrarán los avances que el gimnasio tenga, los deportistas de rendimiento destacados y toda aquella información que sea de interés y agrado a los clientes. Mediante el manejo de estas, ayudará a tener un control para el pago del servicio, la entrega de las sesiones de clase, los procesos de los usuarios/clientes, la asistencia de los mismos, y todo aquello que virtualmente se pueda manejar en el gimnasio.

Si el desarrollo de estas actividades clave se realiza de la mejor forma posible, y posteriormente se mejoran con el paso del tiempo, garantizara que **CROSSFIT KIDS** tenga el reconocimiento en el mercado que le garantizara un aumento económico, cabe enfatizar, que este proceso de actividades clave está centrado principalmente en la prestación del servicio.

CAPÍTULO VIII ASOCIACIONES CLAVES

Sería importante y muy vistoso el patrocinio de una o diferentes marcas deportivas para CROSSFIT KIDS, ya que la empresa podría adquirir diferentes beneficios con respecto a los clientes como credibilidad, confianza, diferenciación, entre otros. Del mismo modo, tener como socio a este tipo de compañías deportivas nos permite acceder a ciertas ventajas económicas y publicitarias, un ejemplo puede ser el montaje logístico, económico y administrativo de un evento deportivo y/o fitness para una población específica por parte de alguna de nuestras marcas deportivas asociadas. Es por esto, que se han elegido 3 marcas para ser nuestras asociaciones claves.

- **Under Armour, Inc.** es una empresa estadounidense de ropa y accesorios deportivos. La compañía vende ropa deportiva y de vestimenta informal. Under Armour empezó ofreciendo calzado en el 2006. La sede global de Under Armour se encuentra en Baltimore, Maryland.

- **Gatorade** es una bebida isotónica, usada para rehidratar y recuperar carbohidratos y electrolitos agotados durante el ejercicio. Es comercializada por Quaker Oats Company, una división de PepsiCo. En un principio fue elaborada sólo para atletas.
- **Sport Fitness** es una empresa pionera en la venta de equipo profesional de acondicionamiento físico, habiendo iniciado sus operaciones en 1987 en la ciudad de México con el objetivo de ofrecer al mercado mexicano equipo para gimnasio de la máxima calidad.

CAPÍTULO IX ESTRUCTURA DE COSTOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COSTOS VARIABLES			
Materia prima			
Parlantes	4	100.000	400.000
Tornamesa	2	200.000	400.000
Reproductores	2	200.000	400.000
Maracas	15	2.000	30.000
Panderetas	15	2.000	30.000
Cascabeles	15	2.000	30.000
Pinturas.	50	1.000	50.000
Lienzos	15	2.000	30.000
Pizarrones	15	30.000	450.000
Colores	100	300	30.000
Marcadores	50	1.000	50.000
Pinceles	50	1.000	50.000
Acuarelas	50	1.500	75.000
Arcilla	15	3.000	45.000
Plastilina	50	300	15.000
Escarcha	50	500	25.000
Aros.	50	3.000	150.000
Colchonetas planas	20	60.000	1.200.000
Colchonetas de figuras	15	70.000	1.050.000
Minitramp	1	150.000	150.000
Balones	20	15.000	300.000
Lazos	20	7.000	140.000
Barras	20	20.000	400.000
Mancuernas	20	30.000	600.000

Cuerdas	20	10.000	200.000
Papel.	3	4.000	12.000
Cubos rubik.	20	2.000	40.000
Legos	10	50.000	500.000
Armatodos	10	40.000	400.000
Laberintos	15	15.000	225.000
Software de agilidad mental	1	-	-
Vallas publicitarias – stans publicitarios.	5	200.000	1.000.000
Equipos de primeros auxilios	5	200.000	1.000.000
Cafetería	1	150.000	150.000
Computadores	3	600.000	1.800.000
TOTAL COSTOS VARIABLES			11.427.000
COSTOS FIJOS			
Arriendo	1	2.000.000	2.000.000
Personal Administrativo	2	2.500.000	5.000.000
Personal operativo	4	1.200.000	4.800.000
Personal de mantenimient	1	850.000	850.000
reparacion y mantenimiento	1	300.000	300.000
otros gastos	1	200.000	200.000
TOTAL COSTOS FIJOS			13.150.000
TOTAL DE COSTOS			24.577.000

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$Pe = CF / (PVU - CVU)$$

Pe: punto de equilibrio

CF: costos fijos

PVU: precio de venta unitario

CVU: costo variable unitario*

El resultado de la fórmula será en unidades físicas, si queremos hallar el punto de equilibrio en unidades monetarias, simplemente debemos multiplicar el resultado por el precio de venta.

*El costo variable unitario (CVU) se obtiene al dividir los costos variables totales entre el número de unidades producidas y vendidas

$$Pe = 13.150.000 / (580.000 - 308.837)$$

$$Pe = 48,4 \text{ unidades físicas}$$

$$Pe = 48,4 * 580.000 = 28.072.000$$

Esto quiere decir que el proyecto es muy viable y rentable ya que se estaríamos recuperando la inversión aproximadamente en el segundo mes y obteniendo ganancias desde el tercer mes de apertura del negocio, todo esto suponiendo que haya las cantidad de ventas esperadas y sin ningún percance mayor. También cabe la posibilidad de que las ganancias sean mucho mayores si se obtienen ventas por encima de lo esperado.

CAPITULO X EVALUACIÓN FINANCIERA

	AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	VALOR PRESENTE	TASA DE INTERES	3%
	0	- 22.577.000	-22.577.000,00 €		
	1	175.384.509	170.607.499,03 €		
5%	2	263.076.763	248.940.902,78 €		
5%	3	394.615.144	363.240.616,43 €		
5%	4	591.922.716	530.020.354,72 €		
5%	5	887.884.074	773.376.003,96 €		
		Valor Presente Neto (VPN):	2.063.608.376,91 €		
			2.063.608.376,91 €		
		Tasa Interna de Retorno (TIR):	827%		

BIBLIOGRAFÍA

Albán, I., & Sebastián, R. (2016). El crossfit en el desarrollo muscular de los estudiantes del bachillerato de la Unidad Educativa San Alfonso María de Ligorio de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Cultura Física)

Blanes, A. LA TEORÍA DE LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES.

Carballo Reina, O., & Barcas Trovajo, B. (2015). Validación y consistencia del test de exploración visual de la percepción del movimiento. *MediSan*, 19(8), 938-946.

Falcón, V. C., & Rivero, E. D. (2010). Aprendizaje motor. Las habilidades motrices básicas: coordinación y equilibrio. *EFDeportes. com*, 1-1.

Ley 1258. Constitución política de Colombia, 5 de diciembre de 2008.

Ley 181. Constitución política de Colombia, 18 de enero de 1995.

Ley 232. Constitución política de Colombia, 26 de diciembre de 1995.

Ley 729. Constitución política de Colombia, 31 de diciembre de 2001.

Ley 1014. Constitución política de Colombia, 26 de enero de 2006.

Mármol, A. G., Martínez, B. J. S. A., Llamazares, M. P., & Marín, A. R. (2014). El crossfit en la educación física escolar. *EmásF: revista digital de educación física*, (30), 19-34.

Salvatierra Cayetano, G. (2015). Estudio del nuevo fenómeno deportivo Crossfit.

<https://www.fcbogotagladiadores.com/costos>

http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/3momento_filosofiainstitucional_trinidadorozco/la_formacin_humanista_en_la_universidad_santo_toms.html