



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Personería Jurídica 3645 del 6 de Agosto de 1965

ATLANTES

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESA

ELABORADO POR:

CRISTHIAN CAMILO MORA PARRA cód. 2141066

SEBASTIAN GUTIERREZ PACHON cód. 2100823

MARTHA HASBLEIDY MEDINA NOSSA cód. 2137636

TRABAJO PRESENTADO A:

GONZALO FLORIAN VELASQUEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN

BOGOTÁ, SEPTIEMBRE

TABLA DE CONTENIDO	Pág.
INTRODUCCION.....	3
LOGO.....	4
SLOGAN.....	5
MISIÓN.....	5
VISIÓN.....	5
JUSTIFICACIÓN.....	6
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	6
MARCO REFERENCIAL.....	7
1. SEGMENTOS DE MERCADO.....	12
2. PROPUESTA DE VALOR.....	15
3. CANALES.....	17
4. RELACION CON CLIENTES.....	20
5. INGRESOS.....	22
6. RECURSOS CLAVES.....	27
7. ACTIVIDADES CLAVES.....	29
8. ASOCIACIONES CLAVES.....	32
9. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	34
10. EVALUACIÓN DE IMPACTO.....	35
11. LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	46
12. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	51

INTRODUCCIÓN

Desde los últimos años se ha evidenciado que las personas que practican o realizan actividad física deben trasladarse grandes distancias para realizar dicha actividad en un espacio óptimo y con las condiciones y materiales pertinentes.

Algunas personas de la población general de la ciudad de Bogotá tienen la posibilidad de vivir en conjuntos residenciales que son diseñados con nuevos espacios de esparcimiento, pero no todos son aprovechados adecuadamente por falta de conocimiento de los mismos como falta de promoción de los espacios.

Es por esta razón que ATLANTES como empresa pretende aportar a las personas que habitan los diferentes conjuntos residenciales de la zona norte de Bogotá Prestando sus servicios de administración de escenarios y prestación de servicios docente como natación, squash, tenis.. etc, dependiendo de los escenarios que disponga la unidad residencial, ya que entendemos que el tiempo es importante para cada una de las personas, el fin de esta empresa es crear un espacio de apropiación y aprovechamiento de cada uno de los escenarios de los conjuntos a los cuales les brindaremos el servicio.

El servicio se enfoca fundamentalmente en apoyar a los residentes y propietarios de estos conjuntos cuidando y asesorando sus espacios dentro del mismo conjunto (Gimnasios, Zonas Húmedas, Canchas de Tenis O Squash). Es una empresa con ánimo de lucro, cuyo fin es ser reconocida en diferentes sectores de la ciudad de Bogotá D.C

NOMBRE DE LA EMPRESA:

ATLANTES.

LOGO



Significado

Color Azul: representa la calma que genera estar dentro del agua.

Tiburón: representa la fuerza y la grandeza que pueden adquirir los valientes al estar en otra atmosfera donde los cuerpos aumentan y se enfrentan a grandes retos, evitando los miedos, cuyo motivo es diferente en cada ser.

Color Blanco: representa la paz al nadar y estar tranquilo en otras actividades que llenan de felicidad a la persona que la ejerce.

SLOGAN

ATLANTES es más

Significado: ATLANTES es más bienestar, es más comodidad, más unión social dentro del conjunto residencial, es más vida saludable, más recreación y diversión en compañía de familia y amigos.

MISIÓN

La misión para ATLANTES es clara y se fundamenta en la formación de ambientes de trabajo para aumentar el bienestar, el descanso y el esparcimiento de los diferentes conjuntos residenciales de la zona norte de la ciudad de Bogotá, que propendan una mejor calidad de vida a nuestros clientes. A través de la prestación de servicios administrativos, operativos, deportivos y recreativos innovadores que garantizan el funcionamiento y la atención ideal de las instalaciones deportivas de las áreas comunes de los conjuntos del norte de la ciudad de Bogotá.

VISIÓN

ATLANTES busca ser una institución generadora de estrategias especializadas en el bienestar, descanso y esparcimiento. Líder en la optimización de instalaciones deportivas en el territorio nacional. Garantizando el mejoramiento de la calidad de vida de sus clientes con servicios administrativos, operativos, deportivos y recreativos. La empresa busca ser reconocida en la localidad de Usaquén con la participación de más de 20.000 mil personas para el año 2020 donde esperamos la empresa tenga un gran número de conjuntos residenciales con el uso de nuestros servicios recreo-deportivos.

JUSTIFICACIÓN:

Debido al gran auge de la actividad física que ha ido incrementando con el paso de los años particularmente en la ciudad de Bogotá, a nivel de metrópolis y sus edificaciones han adoptado un sistema de viviendas que combinen espacios de esparcimiento y de bienestar denominados como club house, los cuales cuentan con diferentes elementos y servicios para sus habitantes, es por esto que ATLANTES brinde la prestación de servicio de administración de estos espacios como también servicios deportivos generando un gran impacto en la calidad de vida de los residentes y/o propietarios

Esta empresa destinara personal idóneo y capacitado para hacer uso adecuado de las instalaciones de los conjuntos residenciales y permitirá que el propietario tenga espacios deportivos dentro de su lugar de residencia con una mejor asesoría y un espacio casi personalizado, también por medio de la empresa ATLANTES se busca integrar a todos los participantes del mismo conjunto residencial con el fin de generar un espacio de concientización de los recursos que poseen como dueños del conjunto.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTICA

De acuerdo al PEI USTA (2004) la misión de la universidad se fundamenta en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomas de Aquino, consistente en la formación integral del individuo en el campo de la educación superior, basado en tres preguntas del humanismo cristiano: ¿De dónde venimos? ¿Quiénes somos? ¿Hacia dónde vamos? Que surgen respectivamente de las reflexiones y cuestionamientos acerca de la relación entre Dios, el mundo y el hombre, las actividades humanas y el cristianismo como modelo para el hombre; por lo que el componente ético y moral no se puede dejar a un lado en la realización de este proyecto, basado en los criterios anteriores.

MARCO REFERENCIAL

El deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre está regulado por la ley 181 de 1995, que fomenta, patrocina, divulga, coordina, ejecuta y asesora todo lo referente al derecho de la ciudadanía a la práctica del deporte, además de la promoción de una formación física en la infancia, adolescencia y la adultez, como elemento fundamental de la educación.

Dentro del desarrollo de la norma se encuentran las siguientes claridades y definiciones, que son importantes puntualizar porque se hablará de ello a lo largo de la ejecución del proyecto:

La recreación. Es un proceso de acción participativa y dinámica, que facilita entender la vida como una vivencia de disfrute, creación y libertad, en el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano para su realización y mejoramiento de la calidad de vida individual y social, mediante la práctica de actividades físicas o intelectuales de esparcimiento. (Art. 5, ley 181 de 1995)

Igualmente el aprovechamiento del tiempo libre, es definido en el mismo artículo (5) como el uso constructivo en beneficio del enriquecimiento personal y del disfrute de la vida, en forma individual o colectiva de la persona. Sus funciones son el descanso, la diversión, la formación, la socialización, la creatividad, el desarrollo personal, la liberación en el trabajo y la recuperación psicobiológica.

Educación Física disciplina científica cuyo objeto de estudio es la expresión corporal del hombre y la incidencia del movimiento en el desarrollo integral y en el mejoramiento de la salud y calidad de vida de los individuos con sujeción a lo dispuesto en la Ley 115 de 1994.

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 15, ley 185 de 1992).

Específicamente y en lo competente a éste proyecto y el objeto de ATLANTES, en el mismo artículo 15 se define el Deporte social comunitario, como el aprovechamiento del deporte con fines de recreación, esparcimiento y desarrollo físico de una comunidad, procurando la integración y descanso, mediante la acción y la participación. Así mismo, los Proyectos de Renovación Urbana y los nuevos proyectos de urbanización, deben contemplar infraestructura para el desarrollo de actividades deportivas, recreativas y de aprovechamiento del tiempo libre que obedezca a las necesidades y tendencias deportivas de la comunidad en su zona de influencia, todo esto según el artículo 27. La Ley 675 de 2001 enmarca la reglamentación de todo lo referente a la propiedad horizontal, que se define como los edificios o conjuntos construidos o por construir: **EDIFICIO O CONJUNTO DE USO RESIDENCIAL:** inmuebles cuyos bienes de dominio particular se encuentran destinados a la vivienda de personas, de acuerdo con la normatividad urbanística vigente.” (Alcaldía de Bogotá 2001, art. 3.). Igualmente, los edificios o conjuntos residenciales de acuerdo a lo que establece esta ley, pueden ser de uso residencial o comercial, con la diferencia que en el último, la infraestructura está destinada únicamente a actividades mercantiles.

Es importante aclarar lo que se entiende por el bien común dentro de una propiedad horizontal, ya que el CLUB HOUSE queda inmerso dentro de este concepto:

“BIENES COMUNES: partes del edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal pertenecientes en proindiviso a todos los propietarios de bienes privados, que por su naturaleza o destinación permiten o facilitan la existencia,

estabilidad, funcionamiento, conservación, seguridad, uso, goce, o explotación de los bienes de dominio particular.” (Alcaldía de Bogotá, 2001, art.3.)

Se puede evidenciar que no en todas las propiedades horizontales existe un GYM, Piscina, Cancha de Tenis, Canchas de Squash, Salón Comunal para eventos, y esto se debe a que en dicha ley se estipula lo que son BIENES COMUNES fachadas, losas, entre otros. En el artículo 66 se da cuenta que todas las unidades inmobiliarias deben disponer proporcionalmente al tamaño y al uso predominante de áreas comunes, las suficientes para actividades recreativas y deportivas, que podrán disminuirse cuando se garantice de otra manera el derecho a la práctica del deporte y a la recreación. (Alcaldía de Bogotá, 2001) por lo que dicho artículo justifica legalmente el hecho de que haya un GYM o no, siempre y cuando se garantice un espacio para actividades deportivas.

El capítulo VI de la ley 675 especifica todo lo relacionado con los bienes comunes, donde es importante resaltar que en el párrafo 2 de dicho capítulo, los conjuntos o edificios podrán explotar económicamente los bienes comunes, siempre y cuando esté autorizado por la asamblea general y dicha autorización no sea para negocios jurídicos que den lugar a la transferencia del derecho de dominio de los espacios comunes. En dicha autorización se debe garantizar que la explotación económica no debe impedir la circulación por las zonas comunes, no afecte la estructura de la edificación, ni contravenga disposiciones urbanísticas ni ambientales. Las ganancias obtenidas “serán para el beneficio común de la copropiedad y se destinarán al pago de expensas comunes del edificio o conjunto, o a los gastos de inversión, según lo decida la asamblea general.” (Alcaldía de Bogotá, 2001, cap. VI, párrafo 2).

De acuerdo a estas claridades, el GYM es un bien común dentro de la propiedad horizontal, al ser un bien común, la interrelación entre los propietarios debe ser pacífica

y solidaria de acuerdo al artículo 2 de la ley 675, por lo que, tanto el administrador como el consejo de administración del conjunto, dentro de sus deberes y obligaciones de acuerdo a al capítulo XI y XII, deben garantizar dicha convivencia pacífica por medio de una organización administrativa que garantice y defienda los derechos y deberes de todos los residentes, por lo que surge el comité de convivencia (Art. 58) y con él un manual que da la claridad a todos los residentes de sus derechos y deberes, para este caso de un bien común como lo es el GYM. Por lo que dentro de los manuales de convivencia de conjuntos residenciales se debe dar cuenta de toda la normatividad, tanto de la parte administrativa (mantenimiento de las maquinas, pago al entrenador, compra de nuevas máquinas, entre otros.) como de su funcionamiento diario, por ejemplo:

- El gimnasio es únicamente para propietarios y residentes del Conjunto.
- Para el uso del gimnasio de debe vestir con ropa deportiva y zapatos tenis.
- El horario.
- Las máquinas deben dejarse en perfecto estado de aseo una vez se hayan utilizado.
- Las máquinas no podrán utilizarse por más de 15 minutos consecutivos a menos que no se esté demandando su uso por otro copropietario.
- No está permitido el ingreso de menores de edad al gimnasio si no están acompañados de padres o adultos responsables.

Todo lo anterior, permite tener claridad de cómo funciona un GYM en una propiedad horizontal, de sus semejanzas y diferencias con un GYM en una zona urbana.

Para integrar la empresa a un punto dentro del tema recreo- deportivo es necesario tener en cuenta el Plan Nacional de Recreación, que actualmente busca integrar a la sociedad con el fin de aprovechar el tiempo libre y permitir al ser Humano una plenitud en su ser; este tratado se focaliza a futuro según su misión busca trabajar desde el 2013 al 2019, centrado y organizado para la población de la primera infancia, los adolescentes y los jóvenes como principales nichos de trabajo, porque son el futuro de la nación y está en las manos de los más sabios dejarles la misión de trabajar por una nación más sana y culturalmente mejor, para centrarlo con ATLANTES se puede decir que tiene relación con el trabajo con la comunidad, ATLANTES como organización busca promocionar los buenos hábitos de vida, beneficiando el bienestar de cada integrante cuyo deseo de participación será autónomo.

ATLANTES como proyecto de estudiantes universitarios, se rige bajo la normativa 1014 del 2006, la cual promueve el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, entendiéndose según la misma ley por emprendedor como la persona con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva, y del mismo modo el emprendimiento como una manera de pensar, razonar y actuar orientada hacia la creación de riqueza, centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante y la gestión de un riesgo calculado.

Dicha ley potencializa el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo, mediante la formación de competencias que para éste caso se ponen en práctica, propendiendo el desarrollo de la micro empresa como modalidad de grado. Para ello, se crea un órgano denominado Red Nacional del Emprendimiento, que la conforman el ministerio de comercio, el ministerio de educación, de protección social, entre otros, los

cuales entre demás funciones establecen las políticas y directrices para la cultura del emprendimiento.

SEGMENTO DE MERCADO

Según lo entendido por Osterwalder, quien menciona que los segmentos de mercado definen los diferentes grupos de personas u organizaciones a las cuales busca ATLANTES servir, por esta razón el principal foco de trabajo son los clientes los que permiten caracterizar y determinar hacia dónde va la empresa, esto basado en las necesidades de cada tipo de cliente.

Nicho de mercado: por esta razón ATLANTES busca servir y darse a conocer en un Nicho de Mercado especificado por su estratificación social dentro de la ciudad de Bogotá que se encuentren al norte de la ciudad, donde las condiciones de vida y elementos dentro de sus residencias son similares que permitan el surgimiento de la empresa.

Creamos este programa para la población de conjuntos residenciales de la zona norte de la ciudad de Bogotá, los cuales se dividirán dependiendo de la edad, los objetivos, deportes y necesidades, para esto nos preguntamos ¿cuáles podrían ser nuestros clientes más importantes?, nuestra empresa considera importante a todos los clientes que buscan nuestra ayuda y tiene la necesidad de ejercitarse y salir de la monotonía. Nuestros diferentes clientes se dividen en edad y necesidades por ende segmentamos el mercado así:

- Persona natural y jurídica.
- Clientes en estratos socio económicos 4-6.
- Clientes que residen en conjuntos residenciales con instalaciones recreo deportivas.

- Clientes que deseen comenzar procesos pedagógicos en medio acuáticos.
- Empresas con instalaciones de actividad física para sus empleados.
- Conjuntos residenciales conformados por 60-300 unidades o apartamentos.
- Clubes privados con necesidad de personal profesional para mantenimiento de sus instalaciones.
- Hoteles con la necesidad de brindar servicios de esparcimiento y aprovechamiento del tiempo libre a través de prácticas recreo deportivas.
- Mantenimiento de casas campestres con instalaciones de medio acuático.

Empresas privadas o estatales, conjuntos residenciales, zonas apartamentarias, clubes privados, casa y/o fincas campestres, condominios privados, personas naturales. En donde se busque generar un ingreso de usuarios entre los estratos 4-6.

Así mismo se agrupa a las personas que tienen necesidades como el no poder desplazarse a grandes distancias, por tiempo, por dificultad física o por no tener donde dejar a los hijos.

En nuestros tipos de segmentos lo dividimos en la parte geográfica donde encontramos área de desarrollo operacional: el área operante es dentro de los márgenes de Bogotá D.C, en zonas residenciales, apartamentarias y clubes privados en los estratos socio-económicos 4,5 y 6: Zona Norte, Arrayanes, Chapinero, Chico Alto, Suba como centro operacionales de nuestra empresa, las cuales sean propicias para el desarrollo de dichos proyectos de prestación de servicios.

Segmentación geográfica: persona residentes de los diferentes conjuntos residenciales de la Zona Norte, específicamente de los conjuntos y empresas u

organizaciones que se vinculen por poseer los espacios recreo deportivos dentro de sus instalaciones. Los cuales pueden ser niños de los 4 años hasta las 12 años, Jóvenes de los 13 a los 25 años, los Adultos Jóvenes de los 26 años hasta los 50 años, las personas de la tercera edad también son bienvenidas desde que se cuente con un certificado médico donde se informe que no tiene o posee algún tipo de restricción medica al momento de realizar actividad física para evitar lesiones en este tipo de población.

Segmentación demográfica: son personas a las cuales les gusta tener un ritmo de vida ágil, con múltiples tareas, acciones o funciones, donde todos están en la condición de elegir abiertamente la fundamentación deportiva o actividad lúdico recreo deportiva que desea escoger, son personas con un nivel de vida favorable y en las personas mayores buscan estos espacios por cuidado de la salud, mejora en la calidad de vida u otros por vanidad y belleza. ATLANTES permite que todos escojan según lo que desean mejorar y la necesidad de cada individuo por lo cual es más vida, comodidad y mejora social.

Son personas en su mayoría con dos o tres títulos académicos, con ingresos dentro del núcleo familiar superior a los 3.000.000 por ello la importancia de dar y brindar el mejor servicio ya que este tipo de clientes son de recursos y de un alto prestigio social en su mayoría.

Segmentación psicográfica: muchos de los clientes llevan un ritmo de vida cotidiano lleno de ocupaciones, es en este justo momento donde ATLANTES entra a jugar el papel de entretenimiento, relajante mental y espiritual, por medio de actividad física o momentos recreativos solicitados por la junta de acción comunal o el bienestar de la organización, cuya vinculación y organización se dará al iniciar el año por medio del cronograma anual de los conjuntos y las empresas donde se prestara el servicio teniendo en cuenta a ganancia emocional y lucrativa para ambas partes.

Segmentación conductual: ATLANTES busca el beneficio de la personalidad y el aumento del autoestima con ayuda de la autoconfianza, esperando que la actividad física, el deporte y la recreación, esperando que la intensidad horaria sea más de 4 horas diarias en diferentes espacios y servicios ofertados, con la intencionalidad a la semana de más de 28 horas de participación semanal y mensual un promedio de 868 horas o minutos bien distribuidos según la necesidad de cada integrante de este grupo poblacional.

PROPUESTA DE VALOR

En ATLANTES el tipo de propuesta de valor considerado es personalizado ya que este ajusta los servicios a las necesidades específicas del cliente.

Para ATLANTES es necesario que todos los clientes nos son iguales e imparten diferencias socio económicas por tal razón para la organización es importante centrar un punto medio de lo que se busca con la propuesta de valor que daremos a nuestros clientes todo con el fin de dar un servicio de calidad con los mejores en busca del éxito con todos los participantes e integrantes de la empresa.

Por ello a continuación explicaremos como se determinara la propuesta de valor de ATLANTES:

¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?

La empresa ATLANTES busca generar un impacto en sus elementos diferenciadores al mercado existente los cuales tienen como principal ente la innovación en los cuales sobresalen:

- Cumplimiento
- Personal uniformado
- Circulares informativas

- Institucionalidad de las instalaciones que se controlan
- Procesos de control de usuarios
- Informes estadísticos

¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?

Para ATLANTES la solución de problemas es una de las primordiales tareas que se llevan a cabo diariamente, uno de los problemas que se ayudan a solucionar es la administración adecuada de las instalaciones de los conjuntos residenciales y así evitar su mal uso, como la brindar seguridad oportuna a los usuarios dentro de las instalaciones recreativas residenciales

Mejorar la calidad de vida de los usuarios mediante servicio de calidad profesional

¿Qué necesidades satisfacemos?

ATLANTES primordialmente ayuda a satisfacer aquellas necesidades que implican tiempo y dedicación, como por ejemplo el desarrollo de programas dirigidos a procesos de formación en medio acuático el cual ayuda a que los niños de la unidad residencial logren ser más independientes y autónomos en este medio

Otra de las necesidades que ayuda ATLANTES a satisfacer es la organización de los niños del conjunto incluyéndolos en cursos vacacionales donde estos podrán direccionar su energía hacia una sola actividad lo cual ayudara a que no estén por las zonas comunes de la unidad residencial provocando daños y demás.

CANALES

Para ATLANTES es importante todo tipo de cliente y por ello se combinan los tipos de clientes el combinado como el asociado debido a que se busca llegar a los mismos por las vías más usuales tanto por la internet como en un punto específico de ubicación por tal razón se combinan las características de nuestra empresa. El tipo de canal que tiene ATLANTES es propio directo por las características de reconocimiento de la empresa.

Como se pretende hacer llegar los servicios a los clientes

- Canales de distribución: Personalizada y grupal.
- Servicio post-venta y garantía (seguimiento).

Se buscara generar los canales de distribución mediante el empleo de los programas que se encuentren dentro del plan de portafolio de servicios de la empresa, mediante clases o sesiones personalizadas, semi personalizadas y grupales dentro de los diversos grupos de trabajo que se generen dentro de la comunidad cliente, mediante un servicio post venta buscando generar un aprovechamiento oportuno de las sesiones de clase como el cumplimiento de los objetivos trazados con el usuario, con garantías del desarrollo profesional de su servicio contratado y el adecuado funcionamiento de las instalaciones recreo deportivas a servicio de la comunidad de usuarios

Plan de medios. Medidas promocionales a implementar.

1. **Mailings:** Mediante un método de mercadotecnia directa que se emplea mediante la utilización del correo electrónico como medio de comunicación comercial se buscara generar una apertura de contacto con nuestros clientes
2. **Presentación formal:** se establecerá un medio de comunicación mediante la presentación al cliente “conjuntos residenciales, apartamentos, condominios y

clubs, privados” sobre quiénes somos y nuestro portafolio de servicios que podemos prestar nuestros futuros clientes

3. **Entrega de portafolios:** Se dará entrega del portafolio comercial de servicios en los cuales se describirá dando a conocer claramente al futuro cliente nuestros servicios, tarifas y la respectiva descripción de los mismos

4. **Folletos:** A los usuarios como estrategia de mercado se buscará dar a conocer nuestros servicios y ventajas ante la competencia mediante estos folletos informativos que difundan nuestros servicios como beneficios y descripción de los mismos

5. **Cortesías:** mediante clases de cortesías se buscará afiliar nuevos clientes, generando motivación como apego a las prácticas deportivas y sentido de pertenencia buscando nuevos clientes

6. **Página WEB:** Mediante los medios masivos de comunicación como lo es la web se buscará generar y confianza nombre entre los principales clientes que busquen satisfacer sus necesidades tanto a nivel pedagógico como a nivel administrativo de sus entes deportivos contruidos en propiedad horizontal generando un canal continuo de información y conocimiento de nuestra empresa, como el desarrollo de nuestros diversos servicios dentro del portafolio comercial con ayuda de facebook, twiter e instagram.

7. Precios de servicios

Servicios Atlantes	Tiempo	Cantidad	Valor Unid.
<i>Administración y operación de Club House.</i>	6 meses	1	\$ 3.500.000
<i>Asesoría Profesional para Recibimiento y entrega Club House. Ley 1209 del 2008.</i>	3 meses	1	\$ 500.000
<i>Personal Salvavidas certificado para piscina.</i>	6 meses	1	\$ 1.500.000
<i>Personal Piscinero, especializado en operación de equipos de piscinas.</i>	6 meses	1	\$ 1.000.000
<i>Mantenimiento Integral de Piscinas.</i>	6 meses	1	\$ 600.000
Servicios deportivos.			
<i>Clases de Natacion</i>	1 mes	20	\$ 70.000
<i>Clases de Rumba</i>	1 mes	15	\$ 45.000
<i>Clases de Pilates</i>	1 mes	10	\$ 45.000
<i>Acondicionamiento Físico</i>	1 mes	10	\$ 60.000
<i>Entrenamiento Personalizado</i>	1 mes	5	\$ 200.000
Servicios Recreativos.		60	
<i>Acua Fiesta Básica</i>	1 mes	1	\$ 100.000
<i>Acua Fiesta Pirata</i>	1 mes	1	\$ 140.000
<i>Acua Fiesta Princess</i>	1 mes	1	\$ 150.000
<i>Acua Fiesta Tiburón</i>	1 mes	1	\$ 150.000
<i>Acua Fiesta Extrema</i>	1 mes	1	\$ 200.000
<i>Feria Acuática</i>	1 mes	1	\$ 200.000
		6	
Comercialización de Implementos Deportivos.			
<i>Power Gym</i>	1 mes	3	\$ 110.000
<i>Trx</i>	1 mes	3	\$ 110.000
<i>Bandas</i>	1 mes	3	\$ 110.000

Qué va hacer para que el cliente acepte su producto del servicio y lo compre

- Individualización, cada cliente es único y se pretende que el cliente así lo perciba.
- Comunicación Directa y personalizada
- Promoción de servicios desde las ventajas para solucionar un problema.
- Ventajas económicas para el cliente, descuentos, precios, cantidad, horarios.

RELACIÓN CON EL CLIENTE

ATLANTES tiene como categoría de relación la asistencia personal ya que esta se relaciona con base en la interacción humana. El cliente puede comunicarse con un representante real del servicio de atención al cliente para que le ayude durante el proceso de venta, posteriormente o ya prestado el servicio.

ATLANTES busca mejorar la calidad de vida de las personas que se encuentran viviendo en los diversos conjuntos residenciales de la zona norte de Bogotá, la empresa buscará por medio de las relaciones sociales llegar a los clientes directos los cuales serán los propietarios de cada apartamento que unificarán en votación dentro de sus representantes oficiales del conjunto la aprobación o desaprobación de que la empresa les apoye en el manejo de los espacio lúdico- recreativos y deportivos que se encuentren internamente en el conjunto y los cuales deberán tener un control, seguimiento y manejo adecuado por los participantes del conjunto y los profesionales de la empresa. Para esto se tendrá en cuenta:

- **La preventa:** en este proceso evaluaremos a los propietarios de los apartamentos para con ello definir con exactitud la necesidad más importante e ir desglosando las menos importantes y ejecutar un orden de trabajo, basado en el marketing de la empresa y su enfoque empresarial, esto en convenio con la administración de los conjuntos residenciales.
- **La venta:** se realizará en los diferentes eventos sociales de las localidades Usaquén, Suba y parte de Chapinero - Engativá. En aprovechamiento de las juntas administrativas, bazares locales, buscando contactos dentro de los conjuntos, ofreciendo el servicio directamente a los residentes de los conjuntos por medio de publicidad.

- **Gestión de servicio al cliente:** les daremos un reconocimiento a los clientes que acepten y aprueben el servicio por medio de elementos sencillos (esferos, portapapeles, otros elementos sencillos y prácticos de llevar) para que recuerden a la empresa en cada lugar que asistan, así también podrá llegar más clientela.

- **Posventa:** en este proceso nuestra línea de atención al cliente realizara llamadas constantemente para evaluar el nivel de satisfacción de los residentes y propietarios de los conjuntos, adicional a ello se aplicará un día a la semana para escuchar sugerencias e inconformismos con el servicio que será controlado y manejado por el gestor de cada zona.

Para complementar la relación con los clientes de ATLANTES evaluaremos los tipos de relaciones de clientes así:

- **Relación personal:** este paso lo realizaremos por medio de la administración de los conjuntos residenciales quienes servirán como canal de información dentro de los mismos, seguidamente los interesados en participar y en aprobar el servicio serán llamados por la línea de atención al cliente.

Para complementar y ampliar la relación de clientes con el apoyo del área de diseño y tecnología crearemos una plataforma donde los clientes suban sus actividades y experiencias frecuentemente, también se habilitarán espacios en los diferentes medios masivos de comunicación y para completar se organizara un grupo de trabajo enfocado en el manejo de redes sociales donde permita ampliar el desarrollo y sustento de los diferentes servicios que damos a los conjuntos residenciales.

En relación con el cliente ATLANTES busca una mejor comodidad para ellos para prestar un mejor servicio y las personas que adquieran nuestro servicio estén satisfechas y hablen bien de ATLANTES

INGRESOS

En los ingresos la fuente más relativa es primas de suscripción ya que esta esta fuente de ingreso se genera por vender acceso continuo a un servicio. También tiene un mecanismo de precios fijos, dependiendo el segmento de mercado y el volumen; como cuando compran más es más barato o si lo compran con más gente, la clase o el servicio es grupal sale más económico.

Precios de los servicios

Servicios de administración y operación de un Club House:	Tiempo establecido de administración y operación por semestre (6 meses) \$3.500.000 (Ley 675/01)
Asesoría profesional para recibimiento y entrega de un Club House ley 1209 de 2008:	Un tiempo establecido de asesoría por trimestre (3 meses) \$500.000.
Talento humano suministrado personal de piscinas “salvavidas”:	Tiempo establecido de operación semestral (6 meses) \$1.000.000
Servicios Deportivos:	Clases de Natación, rumba y Pilates: tiempo establecido de operación mensual (30 días) Natación: \$70.000 (20 sesiones)

	Rumba: \$45.000 (10 sesiones) Pilates: \$45.000 (10 sesiones).
Servicios recreativos:	Acua fiestas: tiempo establecido de operación mensual (30 días) \$100.000-\$200.000.
Comercialización de implementos Deportivos:	Power Gym, Trx, Bandas de Residencia: comercialización oportuna por pedido: \$110.000 Power Gym, \$110.000 Trx, \$110.000 Bandas de Residencia.

Se divide en tres programas de control de producción, la primera a nivel semestral, segunda a nivel trimestral y la tercera a nivel mensual.

Servicios ATLANTES	Tiempo	Valor	Cantidad Contratos
Administración y Operación de un Club House	6 meses	\$3.500.000	10 unidades
Talento Humano suministrando personal de piscinas “salvavidas”.	6 meses	1.500.000	10 unidades
Talento Humano suministrado personal de piscinas “princess”.	6 meses	\$1.000.000	10 unidades

-Por cada semestre con un mínimo de cinco unidades de contrato de Club House:\$17.500.000 - Por cada semestre con 10 Unidades de contrato de Club de House: \$35.000.000
- Por cada semestre con un mínimo de cinco unidades de contrato salvavidas: \$7.500.000 -Por cada semestre con diez unidades de contrato salvavidas: \$15.000.000
- Por cada semestre con un mínimo de cinco unidades de contrato piscinero: \$5.000.000 -Por cada semestre con diez unidades de contrato piscinero: \$10.000.000

Valor trimestral

SERVICIO	TIEMPO	VALOR	CANTIDAD DE CONTRATOS
Asesoría profesional para la entrega de un Club House Ley 1209 de 2008.	3 meses	\$500.000	8 unidades

Valor mensual

SERVICIO	TIEMPO	VALOR	CANTIDAD DE CONTRATOS
Servicios Deportivos: Natación	1 mes	\$70.000	50 unidades
Servicios Deportivos: rumba	1 mes	\$45.000	50 unidades

Servicios Deportivos:					
CANTIDAD DE CONTRATOS	1 mes	TRIMESTRE	SEMESTRAL	ANUAL	
Pilates	1 mes	\$45.000	50 unidades		
Servicios Recreativos	1 mes	\$2.000.000	\$100.000	10 unidades	\$8.000.000
4 unidades			\$4.000.000		
8 unidades		\$4.000.000	\$8.000.000		\$16.000.000

Proyección de servicios

Natación

CANTIDAD DE CONTRATOS	MENSUAL	TRIMESTRE	SEMESTRAL	ANUAL
25 unidades	\$1.750.000	\$5.250.000	\$10.500.000	\$21.000.000
50 unidades	\$3.500.000	\$10.500.000	\$21.000.000	\$42.000.000

Rumba

CANTIDAD DE CONTRATOS	MENSUAL	TRIMESTRE	SEMESTRAL	ANUAL
25 unidades	\$1.125.000	\$3.375.000	\$6.750.000	\$13.500.000
50 unidades	\$2.250.000	\$6.750.000	\$13.500.000	\$27.000.000

Pilates

CANTIDAD DE CONTRATOS	MENSUAL	TRIMESTRE	SEMESTRAL	ANUAL

5 unidades	\$1.125.000	\$3.375.000	\$6.750.000	\$13.500.000
50 unidades	\$2.250.000	\$6.750.000	\$13.500.000	\$27.000.000

Servicios recreativos

CANTIDAD DE CONTRATOS	MENSUAL	TRIMESTRE	SEMESTRAL	ANUAL
5 unidades	\$500.000	\$1.500.000	\$3.000.000	\$6.000.000
10 unidades	\$1.000.000	\$3.000.000	\$6.000.000	\$12.000.000

Planeación de mercados

El ingreso necesario para el normal y adecuado funcionamiento de cada uno de los diversos programas es de \$2.500.000 por cada servicio ofrecido, en el cual entra los diversos pasivos y obligaciones con el personal contratado “salario mínimo legal vigente” y gastos de operación para encontrarse en un punto estable de ingresos, se tendrá en cuenta la inversión en dotación de los diversos escenarios deportivos en un promedio de \$ 1.500.000 dentro de los cuales se encuentran la adquisición de implementos propios de cada una de las diferentes disciplinas, adecuación de las instalaciones y elementos varios que puedan ser necesarias dentro de las instalaciones, en donde el total necesario para un adecuado funcionamiento de : mantenimiento de los escenarios deportivos, pago de salarios del personal de planta y personal administrativo es aproximado a \$6.000.000 por contrato de unidad de trabajo “conjunto residencial , clubs privados y condominios”

Este dinero se establecerá como básico para el normal funcionamiento administrativo de la sede, en donde se obtendrá gracias a un crédito de libre inversión o por capital de

trabajo de la empresa por un valor de \$6.000.000 el cual se espera ser retribuido en un periodo menor a 6 meses.

RECURSOS CLAVE

En ATLANTES los recursos claves fueron utilizados las cuatro categorías ya que esta empresa vincula lo físico, intelectual, humano y financiero; ya que es muy importante vincular estas cuatro categorías porque en ATLANTES se generara estos recursos.

- **Físicos:** materiales implementos para cada uno de los deportes que ofrece la empresa modalidades y actividades complementarias como: La empresa deberá así mismo tener materiales aparte del espacio ya adquirido en el conjunto, pelotas, lasos, pitos, aros, platillos, bandas elásticas, balones, raquetas, bicicletas, cascos, guantes, chalecos salvavidas, aletas, tablas para pies y para manos, lasos, colchonetas, TRX, balones de baloncesto, metros, bascula, aros, pesas , carro de transporte para los implementos de cada clase o sesión. En cuanto terrenos los conjuntos donde la empresa ejecutara su trabajo, instalaciones de fábrica, edificios, maquinas, equipos redes de distribución que nosotros diseñamos para que no sean fácil copiar

- **Intelectuales:** marca personal de la empresa que los clientes identificaran, la metodología que maneja la empresa una forma particular, con el debido conocimiento sobre cada una de las actividades, deportes y rutinas con variedades y la preparación adecuada de cada uno de los trabajadores para atender cordial, humana y profesionalmente , contamos así mismo con página web donde los clientes podrán encontrarnos con las mejores oferta, los mejores paquetes de

nuestra empresa y con toda la información que llenara las expectativas de nuestros clientes.

- **Humanos:** todos nuestros trabajadores están capacitados en los deportes y diferentes actividades que ofrece nuestra empresa atlantes en donde cada uno de ellos cumple con actualizaciones de información y los últimos métodos, ya que se requieren capacitaciones cada año para la mayor seguridad y satisfacción de los clientes por otro lado nuestras actividades se caracterizan por ofrecer innovación en cada una de las sesiones donde la creatividad es el elemento más importantes, ya que ninguna de las sesiones es igual a otra debido a nuestro talento humano que se caracteriza por ser el mejor y el diseño mismo del programa.

- **Económicos:** para poder llegar a una ganancia representativa, es de gran importancia y así mismo lo más importante, la inversión inicial en cuanto a calidad de elementos y presentación de la empresa como una buena imagen a la compañía así mismo será la ganancia, y dicho factor será el económico, la empresa tendrá diferentes formas de pago como efectivo como línea de crédito financieras, diferentes planes que ofrece la entidad con el objetivo de incentivar a los clientes y así obtener mayores clientes.

Estos recursos permiten que atlantes crea y oferte una proposición de valor, alcanzar mercados, mantener relaciones y generar ingresos.

ACTIVIDADES CLAVE

En ATLANTES las actividades claves fueron utilizadas las tres categorías ya que esta empresa vincula la producción, solución de problemas y plataforma/red; también se

generaran las siguientes actividades: ventas, soporte y capacidades; así esta empresa funcionara.

Producción: el proceso de producción de ATLANTES va dirigido a las ventas del servicio enfocado a la población de los diferentes conjuntos residenciales de la zona norte de la ciudad de Bogotá.

Se realizarán actividades enfocadas a los espacio lúdico recreo deportivos de cada conjunto a los que ofreceremos un cuidado de los mismos y un uso adecuado de sus zonas.

Cada profesional o docente encargado del área asignada deberá responder por las tareas mandadas por la coordinación de la empresa y deberá soportar mes a mes su desempeño laboral.

Resolución de problemas: ATLANTES el enfoque primordial es la atención al cliente y la satisfacción de los mismo para poder aumentar nuestra imagen corporal y así generar un mayor reconocimiento en la ciudad. Por medio de la evaluación de las diferentes poblaciones y de los recursos físicos con los que se cuente en cada conjunto residencial de la zona del norte.

A medida que se presta el servicio mes a mes la empresa realizara una encuesta de satisfacción a los clientes directos es decir a los dueños o residentes de los apartamentos que se encuentran dentro del selecto grupo de conjuntos residenciales a los que les estamos dando el servicio y apoyo administrativo.

Ventas: este proceso se realizara por medio de llamadas a los diferentes administradores y contactos directos de los apartamentos quienes recibirán el servicio, se apoyara también por medio de panfletos publicitarios y se realizara un pre inscripción y asociación inicial con dos o tres conjuntos que pueden ayudarnos como base para iniciar seguir expandiéndonos en otros conjuntos residenciales.

Esta tarea estará a cargo de especialistas en ventas y también en jóvenes emprendedores que deseen trabajar como enlace entre ATLANTES y conjuntos residenciales.

Plataforma: también se realizara una página informativa en el internet como medio masivo de información y comunicación con nuestros ya clientes y futuros clientes. Al mismo tiempo para masificarnos nos introduciremos en el mundo de las redes sociales como Facebook, twitter, whatsapp entre otras que permitan un acercamiento más íntimo y directo con los clientes.

Soporte: de acuerdo a las necesidades de los conjuntos, determinar una base de datos que contendrá el seguimiento de la población, integración y conectividad de la misma, vínculos administrativos, contabilidad, para que de ésta manera se considere el tipo de profesional y la cantidad de los mismos de acuerdo a los espacios y personas a intervenir y demás talento humano necesario para el funcionamiento adecuado del proyecto.

Igualmente y con base a lo anterior, se brindará un soporte económico para observar la rentabilidad de las actividades ejecutadas, determinar fortalezas, obligaciones y amenazas, que se presentarán en un informe trimestral, todo para generar la credibilidad de la empresa y el constante mejoramiento y ampliación de la misma.

Capacidades:

- Red de distribución: los profesionales se dirigirán a los puntos de intervención previamente acordados con el cliente, llevando con sigo los insumos necesarios de la intervención, que será gestionado por un coordinador respectivo

que se comunicará con los profesionales indicando los sitios a dónde se tienen que trasladar.

- Vínculo: después de cada servicio se realizará una encuesta virtual a los clientes, evaluando el servicio que le prestó el profesional, obteniendo reclamos y/o sugerencias para ser corregidos u ofrecer nuevos servicios para la satisfacción del cliente, ya que así, también será un factor para la obtención de nuevas ofertas.

- Marca: realizar la publicidad respectiva en las zonas de intervención y potencializar la misma utilizando las redes sociales, videos, fotos, comentarios, publicaciones, etc.

Red de colaboración:

- Bancos para el sostenimiento económico del proyecto, mostrando la rentabilidad del mismo para la confianza del banco.

- Empresas deportivas para la obtención de materiales a precios más bajos de lo usual.

- Empresas de transporte que garanticen el traslado de personal a los puntos.

- Universidad Santo Tomas estableciendo alianza en el aporte de capacitación y personal idóneo.

Modelo operativo

Oferta	Actividades que busca la obtención de nuevos clientes, ofrecimiento de servicios y realización de publicidad.
Citas	Contacto con el cliente, concertación de la cita (hora, lugar, tiempo, objetivo, datos) y demás temas respecto a la comunicación
Intervención del espacio	Realización de actividades.

Estas actividades son las acciones más importantes para que la empresa pueda operar exitosamente.

ASOCIACIONES CLAVE

En las sociedades claves se basó en la reducción de riesgo e incertidumbre ya que ATLANTES no tiene tipo de alianza y vende sus servicios si ayuda de otra empresa. Pero de igual manera se nombraran empresas que son competencia.

1. Empresas no competidoras: colaboración directa, nuestros proveedores de servicio para aumentar nuestra propuesta de valor en los club house serán : Papas margarita, Coca-Cola, Postobón y Crem Helado con las cuáles no se sufren tensiones ya que éstas y Atlantes actúan en segmentos distintos

2. Empresas competidoras: ATLANTES considera no tener ningún tipo de alianzas con empresas de la competencia, pero es pertinente tener conocimiento de éstas:

- Casa limpia
- Casa Laser
- Pool security solution
- Swim service Ltda.
- Almar centro deportivo
- Dolphins gym club
- Aqua sports

3. Empresas conjuntas que crean negocios: es importante para nosotros generar conexiones solidas que nos permitan innovar en el mercado como parte del modelo de negocio, con empresas que no necesariamente se dedican al mismo segmento o actividad de mercado.

ATLANTES a largo plazo pretende realizar Joint Ventures con Biomec (Comercialización de productos y equipos médicos para el análisis computarizado de movimiento) para acceder a nuevos mercados y diseñar nuevas formas de comercialización

4. Relación cliente proveedor: para asegurar que nuestros servicios garanticen calidad, continuidad y economía debemos aliarnos con empresas que nos provean materia prima e insumos que utilizaremos para el desarrollo de nuestras actividades.

ESTRUCTURA DE COSTOS

En la estructura de costos ATLANTES está en el extremo de impulsados por el valor ya que esta empresa proporciona valor de primera y un alto grado de servicio; y como estructura la característica que se utiliza es costos fijos.

Costos mensuales del sueldo de los docentes

Los profesores trabajarán sábados y domingos, dos horas diarias con un Sueldo de \$780.000 (setecientos ochenta mil pesos M/cte.) y mensual de todos los docentes de \$2.340.000 (dos millones trescientos cuarenta mil pesos M/cte.) y el salvavidas tendrá un sueldo de \$1.200.000 (un millón doscientos mil M/cte.)

Costos de material con larga duración de vida (12 meses)

Implemento	Costo
BALONES DEPORTIVOS(Futbol, Baloncesto, Futbol sala, voleibol)	30.000 la unidad 10 valones de cada uno
Pelotas (tenis, squash)	20.000 la caja de pelotas de 5 unidades y hay 5 unidades de cajas con 5 pelotas
Piscina	140.000.000 millones (esta la tiene el conjunto)

sonido, micrófonos, pitos, cuerdas, conos, cintas de cerramiento (eventos deportivos)	sonido 3,000.000 micrófonos cada uno 200.000 la unidad y hay 6 pitos 2 bolsas de 20 unidades por un costo de cada bolsa de 10.000 conos hay 80 conos con un valor de 160.000 cintas de cerramiento el rollo tiene valor de 40.000 cada uno y hay 4
Total	3,800.000 + 140;000.000 millones de la piscina

COSTES: La estructura de costes que soporta el modelo de negocio de ATLANTES tiene 3 elementos clave: coste del marketing y publicidad, coste de la producción y coste de la logística.

EVALUACION DE IMPACTO

Para ATLANTES se requiere un estudio de financiamiento económico ya que nuestra empresa busca lucrarse con el o los servicios que presentará a cada uno de los conjuntos residenciales de la zona norte y se apoyara dicha financiación a su vez con los pagos de administración que cada residente o propietario deberá hacer mensualmente para poder obtener el beneficio de nuestros servicios.

El valor agregado en este club house es principalmente en que se incluye a todo rango de edad y se trata de afianzar los lazos sociales entre jóvenes, niños, adultos y adultos mayores que residan en los mismos.

La siguiente debe tener claro:

Factibilidad: el proceso para hacer factible la creación de este proyecto económico, se basa específicamente en el adecuado manejo del dinero y los recursos que los administradores y demás personal requiera manejando un cronograma y una planeación muy bien estructurada según la necesidad de cada conjunto residencial.

Viabilidad: que se pueda llevar (costo – efectivo)

Valor actual neto: un valor estimado de 20.000.000 millones de pesos

Razones de cobertura: El nivel de la deuda de nuestra empresa ATLANTES la cual indica la cantidad de dinero prestado por otras personas que se utiliza para tratar de obtener utilidades, cuanto mayor sea la deuda que la empresa utiliza en relación con sus activos totales, mayor será el apalancamiento financiero de la misma.

Razones de deuda: esta misma mide la proporción de los activos totales financieros por los acreedores de la empresa, cuanta más alta sea esta razón, mayor será la cantidad de dinero prestado por terceras personas que se utiliza para tratar de generar utilidades.

Los siguientes serán tipos de inversión fundamentales para la evaluación financiera.

Inversiones fijas: comprende todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para las operaciones del proyecto o la empresa. Se caracterizan por ser despreciables, excepto el terreno cuando éste no va ser usado como factor central de explotación de recursos naturales. Algunos de los principales rubros que componen la

inversión fija son el terreno, construcciones civiles, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos, herramientas y otros.

Para entregar éste modelo de negocio, los principales recursos que utiliza ATLANTES son las capacidades y habilidades de los docentes que estarán apoyando las funciones en los espacios de los conjuntos, también se contará con personal logístico y profesionales especialistas en temas netamente deportivos, personal cualificado en ámbito administrativo y recreativo.

Inversiones diferidas: Son aquellos gastos que se realizan antes de iniciar la operación de la empresa, como estudios previos, gastos de constitución, intereses en el período pre operativo, cuando haya financiamiento, gastos de puesta en marcha e imprevistos, los cuales se amortizan en el período de operación del proyecto.

Capital de trabajo: Tiene como objetivo fundamental garantizar el normal funcionamiento del proyecto o empresa. Está en función del efectivo requerido para cubrir gastos de nómina, la necesidad de inventario de materias primas e insumos o rotación, y también está en función de la cartera, de acuerdo al porcentaje de ventas a crédito. Esta representado por el capital adicional con el cual se cuenta para iniciar el funcionamiento, teniendo en cuenta que hay que financiar la primera producción que llevara a cabo la compañía, así como incurrir en compra de materia prima, gastos de mano de obra directa, otorgar créditos en las primeras ventas y contar con efectivo para suplir los gastos diarios en el inicio de operaciones de la empresa.

Este modelo de negocio mantiene la relaciones con los clientes y genera ingresos todo en costos. Pero los costos fijos pueden bajar en el servicio cuando se integran más personas del núcleo familiar o amistades o cuando adquieres más de un servicio se puede hacer descuento.

PUNTO DE EQUILIBRIO

PROMEDIO DE INGRESOS DE UN MES

CO D	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	SERVICIOS	\$260.000	30	\$7.800.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.800.000

PROMEDIO DE EGRESOS DE UN MES

COSTOS FIJOS				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
F1	balones	\$30.000	40	\$1.200.000
F2	cintas	\$40.000	4	\$160.000
F3	conos	\$2.000	80	\$160.000
F4	pitos	\$10.000	2	\$20.000
F5	microfonos	\$200.000	6	\$1.200.000
F6	sonido	\$3.000.000	1	\$3.000.000
F7	pelotas de tenis	\$20.000	5	\$100.000
F8	salario de los profesores	\$738.000	3	\$2.214.000
F9	salvavidas	\$1.200.000	1	\$1.200.000
F10	prestamo banco	\$4.500.000	1	\$4.500.000
			TOTAL COSTOS FIJOS	\$13.754.000

COSTOS VARIABLES				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
V1	CLORO	\$83.000	1	\$83.000
V2	AGUA	\$150.000	1	\$150.000
V3	LUZ	\$80.000	1	\$80.000
V4	INTERNET	\$70.000	1	\$70.000
V5	KID PARA CONTRL CLORO	\$80.000	1	\$80.000
V6				\$0
V7				\$0
				\$0
				\$0
			TOTAL COSTOS VARIABLES	\$463.000

No. Personas inscritas **30**

Costo Variable Unitario **\$ 15.433**

TOTAL DE COSTOS	\$14.217.000,00
------------------------	------------------------

Capacidad Máxima de Producción/Atención en un mes

120 PERSONAS
INSCRITAS

Punto de Equilibrio=
$$\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

PE=
$$\frac{\$13.754.000}{\$260.000 - \$15.433}$$

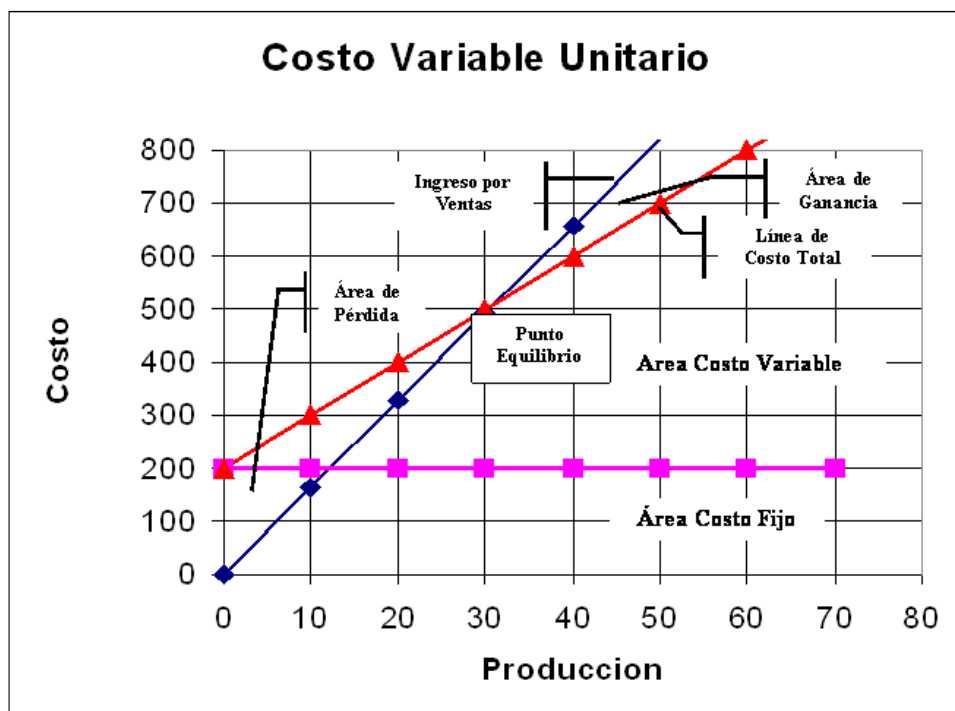
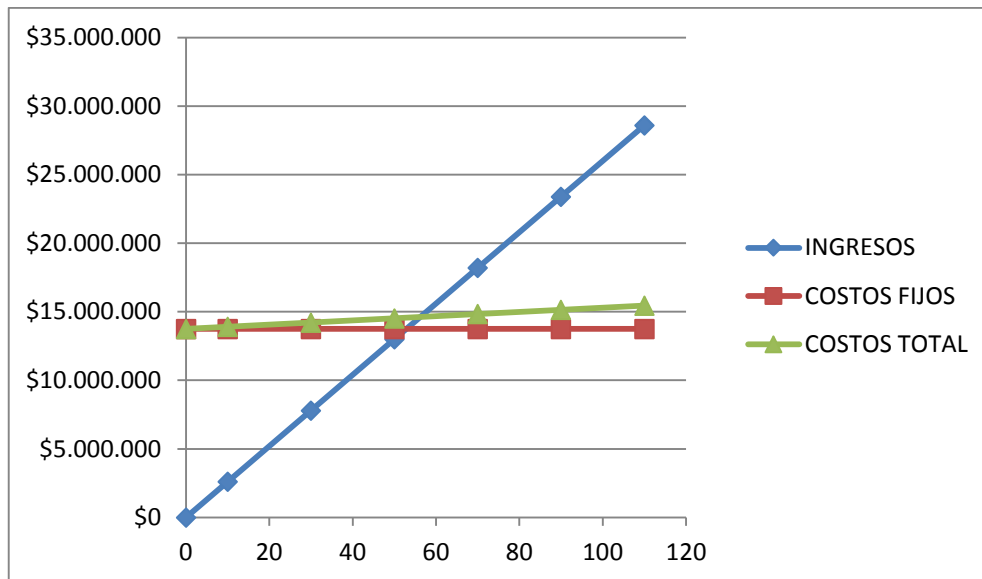
PE= **56,23824451** PERSONAS
INSCRITAS

Valor de Equilibrio= Punto de Equilibrio * Precio Unitario

PE= 56,23824451 260000

VE= **\$ 14.621.944** Pesos

PRODUCCIÓN	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS TOTAL
0	\$0	\$13.754.000	\$13.754.000
10	\$2.600.000	\$13.754.000	\$13.908.333
30	\$7.800.000	\$13.754.000	\$14.217.000
50	\$13.000.000	\$13.754.000	\$14.525.667
70	\$18.200.000	\$13.754.000	\$14.834.333
90	\$23.400.000	\$13.754.000	\$15.143.000
110	\$28.600.000	\$13.754.000	\$15.451.667



Según la última tabla que es un ejemplo de donde está el punto de equilibrio y con que de la empresa se establece el punto de equilibrio recibiendo alrededor de unidades de inscripción **56,23824451**, y el valor de equilibrio es de **14.621.944**.

Inversión Inicial= \$4.500.000

\$4.500.000

	INGRESOS
AÑO	VALOR
1	93600000
2	114098400
3	139085949,6
4	169545772,6
5	206676296,8
TOTAL	723006418,9

	EGRESOS
AÑO	VALOR
1	85302000
2	96749528,4
3	109733315,1
4	124459526
5	141161994,4
TOTAL	557406363,9

VNA=VPN= \$60.652.040,83

TIR= 266,54%

CREDITO

TASA DE INTERÉS	1,70%
NUMERO DE PERIDOS - n =	6 meses
CUOTA =	\$1.060.335,69

TABLA DE AMORTIZACIÓN

No.	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 6.000.000
1	\$1.060.335,69	\$ 102.000	\$958.335,69	\$ 5.041.664
2	\$1.060.335,69	\$ 85.708	\$974.627,39	\$ 4.067.037
3	\$1.060.335,69	\$ 69.140	\$991.196,06	\$ 3.075.841
4	\$1.060.335,69	\$ 52.289	\$1.008.046,39	\$ 2.067.794
5	\$1.060.335,69	\$ 35.153	\$1.025.183,18	\$ 1.042.611
6	\$1.060.335,69	\$ 17.724	\$1.042.611,29	\$ -
			\$ 6.000.000,00	

PRESUPUESTO DE INGRESOS

PERIODOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
CANTIDADES (Unidades)		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	CON META DE FIRMAR 5 CONTRATOS MENSUALES POR UN AÑO	
PRECIO POR UNIDAD		\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000		
TOTAL INGRESOS (MILLONES DE PESOS)		4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000		

BALANCE INICIAL

BALANCE GENERAL INICIAL

ACTIVOS

FIJOS	4.760.000	44%
BALONES	120.000	3%
PELOTAS	100.000	2%
SONIDO	3.000.000	63%
MICROFONO	1.200.000	25%
PITOS	20.000	0%
CONOS	160.000	3%
CINTAS DE CERRAMIENTO	160.000	3%
DIFERIDOS	6.000.000	56%
<i>TOTAL ACTIVOS</i>	10.760.000	100%

PASIVO

OBLIGACIONES	3.414.000	43%
SALVAVIDAS	1.200.000	35%
INTEGRANTE 1	738.000	22%
INTEGRANTE 2	738.000	22%
INTEGRANTE 3	738.000	22%
TOTAL PASIVOS	3.414.000	43%
PATRIMONIO	4.500.000	57%
<i>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</i>	7.914.000	100%

BALANCE GENERAL PROYECTADO:

PERIODOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS											
EFFECTIVO	4.500.000	10.526.513	10.526.513	10.526.513	10.526.513	10.526.513	10.526.513	11.586.849	11.586.849	11.586.849	11.586.849
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.470.000	4.400.556	4.331.111	4.261.667	4.192.222	4.122.778	4.053.333	3.983.889	3.914.444	3.845.000	3.775.556
DIFERIDOS	6.000.000	5.041.664	4.067.037	3.075.841	2.067.794	1.042.611	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS	14.970.000	19.968.733	18.924.661	17.864.021	16.786.530	15.691.902	14.579.847	15.570.738	15.501.293	15.431.849	15.362.405
OBLIGACIONES LABORALES	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151
OBLIGACIONES FINANCIERAS	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336				
TOTAL PASIVOS	4.473.487	4.473.487	4.473.487	4.473.487	4.473.487	4.473.487	4.473.487	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151
DEUDAS SOCIOS	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000
UTILIDAD DEL EJERCICIO		-3.901.287	-772.287	-772.287	-772.287	-772.287	-772.287	712.183	712.183	712.183	712.183
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANT		0	-3.901.287	-772.287	-772.287	-772.287	-772.287	-772.287	712.183	712.183	712.183
TOTAL PATRIMONIO	4.500.000	598.713	-173.574	2.955.426	2.955.426	2.955.426	2.955.426	4.439.896	5.924.366	5.924.366	5.924.366
TOTAL PASIVO + PTRIMONIO	8.973.487	5.072.200	4.299.913	7.428.913	7.428.913	7.428.913	7.428.913	7.853.047	9.337.517	9.337.517	9.337.517

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN:

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000
COSTOS TOTALES	4.470.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD BRUTA	30.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000
GASTOS LABORALES	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151	3.413.151
GASTOS BANCARIOS	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD DE OPERACIÓN	-4.443.487	26.513	26.513	26.513	26.513	26.513	1.086.849	1.086.849	1.086.849	1.086.849	1.086.849	1.086.849
- DEPRECIACION	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444	69.444
- AMORTIZACION DIFERIDOS	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	1.060.336	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMP.	-5.573.267	-1.103.267	-1.103.267	-1.103.267	-1.103.267	-1.103.267	1.017.405	1.017.405	1.017.405	1.017.405	1.017.405	1.017.405
IMPUESTOS 30%	-1.671.980	-330.980	-330.980	-330.980	-330.980	-330.980	305.221	305.221	305.221	305.221	305.221	305.221
UTILIDAD DESPUES DE IMP.	-3.901.287	-772.287	-772.287	-772.287	-772.287	-772.287	712.183	712.183	712.183	712.183	712.183	712.183



Lienzo de atlantes

Para poder realizar el lienzo hay que tener en cuenta el modelo canvas los cuales están conformados por 9 bloques agrupados por 4 áreas principales.

- **Aliados:** Como
- **Actividades Claves:** Como
- **Recursos Claves:** Como
- **Oferta :** El Que
- **Relaciones Con Los Clientes:** A Quien
- **Canales De Distribución Y Comunicación.** A Quien
- **Seguimiento De Clientes:** A Quien
- **Estructura De Costos:** Con Qué Recursos
- **Flujo De Ingresos:** Con Qué Recursos

ATLANTES es una empresa que busca beneficiar a los propietarios y residentes de los conjuntos residenciales de la zona norte de la ciudad de Bogotá,

donde requieran apoyo en el cuidado de los espacios y asesorías correspondientes a temas netamente deportivos.}



La siguiente gráfica es de la autoría de los estudiantes de la universidad Santo Tomás

	ALIANZAS: Se buscará apoyo con empresas calificadas y reconocidas con mayor tiempo en el ámbito laboral de este tipo de servicio y también con empresas de entrenamiento personalizado bien sea de tipo funcional o tradicional, también se realizarán alianzas con organizadores de eventos recreativos para incrementar la credibilidad de la empresa.
--	--

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

1. Alcaldía de Bogotá. (2001). Régimen de propiedad horizontal. Recuperado de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4162>

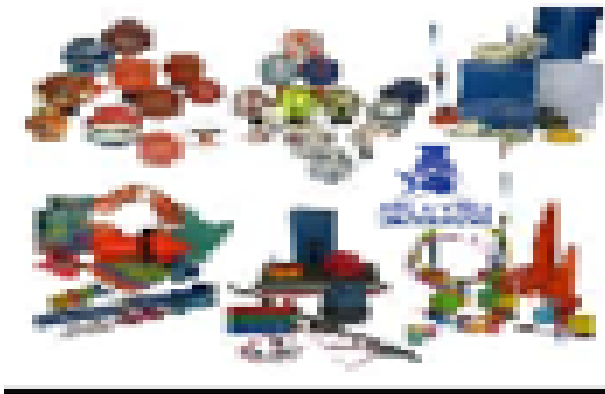
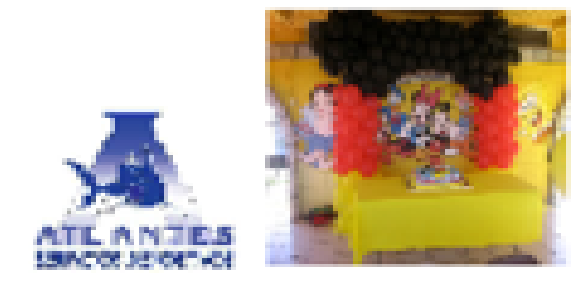
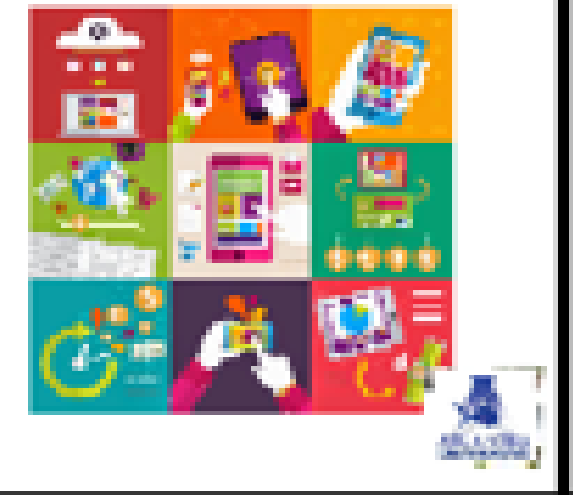
ACTIVITIES KEYS 	ACTIVIDADES: La empresa Atlantes tiene la capacidad de administrar efectivamente todos los sectores y recursos. De forma similar a lo comentado en el punto anterior, para entregar la propuesta de valor debemos llevar una serie de actividades clave internas (típicamente abarcan los procesos de producción, marketing...etc). Éstas son las actividades que nos permiten entregar a nuestro cliente la propuesta de valor vía una serie de canales y con un tipo concreto de relaciones.
VALUE PROPOSITION 	PROPUESTA DE VALOR: La propuesta de valor para ATLANTES es clara” ayudar y beneficiar a los residentes y propietarios de los conjunto residenciales de la ciudad de Bogotá”.

2. USTA (2004). PEI. Recuperado de:

<http://www.usta.edu.co/images/documentos/documentos-institucionales/pei.pdf>

3. http://cedroverde.com/cedroverde/Manuales/manual_convivencia.pdf

4. <https://www.marketinglovers.net/modelo-canvas-segmentacion-de-mercados-y-clientes/>

CUSTOMER SEGMENT 	RELACIÓN: La relación, uno de los aspectos más clave, se gestiona a través del club ATLANTES, que no sólo fideliza y premia periódicamente a sus clientes sino que es capaz de avisarle a los administradores de los conjuntos residenciales a los que se les está realizando el seguimiento de los espacios con los que cuenta cada uno de los conjuntos residenciales al presenciar alguna falla en alguno de los mismos o sugerencias para la mejora de los mismos.
CUSTOMER RELATIONSHIP 	CLIENTES: Se dirige principalmente a dos tipos de clientes el amigable y el difícil a su vez dentro de estos dos tipos de clientes encontramos a los clientes de un poder adquisitivo medio- alto de rol administrativo de los conjuntos residenciales incluyen todas las edades.
KEY RESOURCES 	RECURSOS: Para entregar éste modelo de negocio, los principales recursos que utiliza ATLANTES son las capacidades y habilidades de los docentes que estarán apoyando las funciones en los espacios de los conjuntos, también se contará con personal logístico y profesionales especialistas en temas netamente deportivos, personal cualificado en ámbito administrativo y recreativo.

	CANAL: para entregar esta propuesta utiliza diversos canales; tales como los medios alternativos de comunicacion (whatsapp, twitter, facebook, instagram), por medio de las páginas web que se crearán a futuro, por medio de teléfonos tanto locales como celulares de los encargados de la empresa.
	COSTES: La estructura de costes que soporta el modelo de negocio de ATLANTES tiene 3 elementos clave: coste del marketing y publicidad, coste de la producción y coste de la logística.
	INGRESOS: Los principales ingresos de ATLANTES son provenientes de los respectivos pagos que los propietarios hacen mensualmente a los conjuntos residenciales de la zona norte en donde se estará prestando el servicio de inicio.

5. Plan Nacional de Recreación. (s.f.) Indígena Vaupes. Recuperado de.
http://www.coldeportes.gov.co/recursos_user/2015_Doc/Planeacion/Documento-Plan-Nacional-de-Recreacion%202013-2019.pdf