



CULTURA FÍSICA DEPORTE Y RECREACIÓN
C.A.F.A. (CENTRO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO SOBRE ARENA)

LUISA FERNANDA GÓMEZ MOYANO
DAVID CAMILO POSADA URREA
DIEGO NEFTALI ROMERO ROJAS

CREACIÓN DE EMPRESA
C.A.F.A.
Centro de acondicionamiento físico sobre aren

BOGOTÁ
2016

INTRODUCCIÓN...	3
MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO...	4
LOGO...	5
SLOGAN...	5
MISIÓN...	6
VISIÓN...	6
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA...	7
MARCO REFERENCIAL...	10
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO...	12
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR...	14
CAPITULO III: CANALES...	15
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES...	17
CAPITULO V: INGRESOS...	20
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES...	23
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES...	26
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES...	27
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS...	28
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA...	30
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO...	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS...	32

INTRODUCCIÓN

El entrenamiento físico en todo el mundo se ha visto como una forma de entretenerse, hacer amigos, estar saludable o competir, pero hay una gran causa de deserción y es el nivel de lesionados que dejó ya sea a nivel amateur o elite la revista Qué! (2011) en un informe del hospital clínico de Barcelona destaca que en España mueren al año más de 100 deportistas por muerte súbita cardíaca.

Por eso CAFA es una empresa la cual quiere minimizar los riesgos de las lesiones desde las más pequeñas hasta la muerte de una persona, contamos con un escenario el cual permite que las articulaciones de las personas no sufran, en un campo de arena que permite que entrenen sin riesgo de lesiones según Prieto (2012) menciona que trotar sobre arena con precaución fortalece los músculos alrededor del tobillo y te ayuda a prevenir lesiones.

Aparte del campo de arena CAFA está amoblado con los mejores elementos para hacer ejercicio aquí se pueden realizar clases de entrenamiento funcional, usando la mejor técnica y sin que ocurran lesiones.

MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

C.A.F.A. ofrece servicios de entrenamiento funcional sobre arena para diferentes tipos de población, según las necesidades de estas.

Lo primordial para nosotros es la salud de nuestros clientes; queremos prevenir y disminuir los riesgos de enfermedades crónicas no transmisibles, a través de programas de entrenamiento funcional, utilizando el propio peso corporal, pero siempre trabajando sobre arena. Nos basamos en el entrenamiento personalizado y semi-personalizado, con clases máximo de 5 personas por sesión.

Nuestro interés también va dirigido a los deportistas, por ello ofrecemos programas de preparación física (Baloncesto, Voleibol, Futbol, deportes individuales, etc.) donde se mejoraran las capacidades físicas condicionales (fuerza, resistencia, flexibilidad, velocidad) capacidades coordinativas (acoplamiento, orientación, equilibrio, cambio, ritmo, relajación) y de esta manera mejorar el rendimiento en un deporte específico.

Dentro de nuestro brochure de acondicionamiento físico tenemos clases de; a toda máquina (potencia en arena, trabajos pliométricos) súper circuito (trabajo de fuerza de todo el cuerpo en una sola sesión) torneos de

LOGO Y SLOGAN

SUBE EL RENDIMIENTO CUIDA TU SALUD, ENTRENA

MISIÓN:

C.A.F.A, Centro de acondicionamiento físico en arena, será una organización físico – deportiva incluyente, con reconocimiento distrital y departamental; comprometida con promover actividades físicas para la salud, entrenamientos deportivos y generar esparcimiento, recreación y entretenimiento para la población en general, ofreciendo espacios altamente adecuados para el total cumplimiento de las actividades anteriormente mencionadas.

Contaremos con un grupo humano comprometido con el bienestar y alcance de objetivos de todos nuestros clientes, implementado profesionalismo, ciencia, investigación y planeación en todo momento.

VISIÓN:

Para el año 2021, C.A.F.A, Centro de acondicionamiento físico en arena será la cancha de arena bajo techo más importante a nivel distrital y departamental, reconocida por sus excelentes instalaciones, adecuados elementos y materiales de entrenamiento, calidad humana brindada por cada miembro del equipo de trabajo, responsabilidad y dedicación en el momento de entrenamientos y/o eventos deportivos, constancia en cada uno de los aspectos que nos hacen diferentes y sobretodo, seremos reconocidos por el gran valor que le damos a la vida humana.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Teniendo como referente los contenidos propuestos por la Universidad Santo Tomas, se desarrolla la presente propuesta de negocio, en la cual se van a ver inmersos los diferentes objetivos que enmarcan de manera crucial el concepto de humanismo y la aproximación a una realidad más acorde al mismo.

De esta manera relacionamos la fundamentación humanista de la USTA. Iniciando por el objetivo de poder comprender la vida humana y su realidad. Teniendo en cuenta CAFA es una empresa que tiene una consolidación bastante fuerte en cuanto a la generación de valores dentro de los servicios que ofrecemos ya que no nos preocupamos solo por los resultados que quiere obtener un cliente si no por lo que es mejor para su bienestar, si bien dentro de humanismo se habla de belleza, para nosotros hay aspectos que son relevantes con respecto a este, teniendo como principio lo que es mejor para las personas antes de los gustos o con lo que puede soñar un cliente.

Nosotros como empresa fomentamos la actividad física como una forma de mejorar la calidad de vida de las personas y no como una herramienta para embellecerse o buscar metas que aunque se puedan cumplir sean perjudiciales para las personas, buscamos que se logren objetivos planteados dentro de lo que una persona puede lograr sin que tenga un riesgo a atentar contra su propia vida o su salud.

Entendemos que el uso de la tecnología es necesaria para facilitar la vida de las personas en varios aspectos de su vida pero también entendemos que la tecnología cada día nos convierte en seres más sedentarios y menos sociales, es por ello que utilizamos la tecnología como una herramienta para ayudar a mejorar las cualidades humanas tanto físicas como sociales,

lo que hace que la tecnología en vez de ser un enemigo para el humano sea un complemento de su vida diaria sin convertirse tampoco en su único apoyo emocional y social.

Como profesionales nos comprometemos a dar una atención digna a cualquier persona que se acerque al centro de entrenamiento ya que confiamos en nuestra formación académica para atender cualquier necesidad de las personas que estén dentro de nuestro centro de entrenamiento.

Basándonos en la ética y el profesionalismo que nos rige la ley y nuestros principios morales, puesto que lo más importante para nosotros es respetar la libertad y el sentir humano de cada persona.

Por otro lado y sin apartarse de los dos objetivos anteriores, buscar comprender una realidad, el poder desarrollar a plenitud el plan de negocio de forma ética y profesional y por último el poder relacionar o integrar el hacer con el enseñar ya con una intención humanista.

Así mismo, con respecto a la empresa que se desea crear, C.A.F.A. Centro de acondicionamiento físico en arena será la cancha de arena Indoor más importante a nivel distrital y departamental, reconocida por sus excelentes instalaciones, adecuados elementos y materiales de entrenamiento, calidad humana brindada por cada miembro del equipo de trabajo, responsabilidad y dedicación en el momento de cada entrenamiento Enfocando también en promover la formación de seres humanos integrales, con valores y principios, que por medio del deporte y el ejercicio, realicen cambios significativos en una comunidad sumida en la tecnología y que muchas veces deja de lado aspectos más importantes de la vida.

VALORES

TRABAJO EN EQUIPO: es el trabajo hecho por varios individuos donde cada uno hace una parte pero todos con un objetivo común. (katzenbach J. 2000)

RESPONSABILIDAD: Como cualquier empresa adquieren una serie de responsabilidades, tanto de índole personal como de índole social; por lo tanto para nosotros el concepto de la responsabilidad es entender que se deben respetar una serie de lineamientos y reglas, además de contribuir en el crecimiento y la armonía del entorno en el que nos desenvolvemos y con las personas que interactuamos; tanto empleados como clientes

COMPAÑERISMO: el compañerismo para C.A.F.A. es el sentimiento de unidad entre los integrantes de alguna comunidad ya que en estos centros de entrenamientos se vuelven familias.

CONSTANCIA: es la virtud que nos conduce a llevar a cabo lo necesario para alcanzar las metas que nos hemos propuesto, pese a dificultades o a la disminución de la motivación personal por el tiempo transcurrido. La constancia sustenta el trabajo en la fuerza de voluntad y en el esfuerzo continuo para llegar a la meta propuesta.

DISCIPLINA: en su forma más simple es la coordinación de actitudes, con las cuales se instruye para desarrollar habilidades, o para seguir un determinado código de conducta u "orden".

MARCO REFERENCIAL

La empresa que se quiere crear, es una que preste servicios físico deportivos a hombres y mujeres con objetivos de mejorar su calidad de vida, en Cundinamarca no se encuentran centros Indoor por esta razón se deben seguir ciertos parámetros legales, para que C.A.F.A. cumpla con toda la normatividad desde el punto de vista de constitución empresarial. A continuación se mencionan los aspectos de las leyes de creación y establecimiento de este centro de acondicionamiento físico.

1. El primer paso en Cámara de comercio es presentar el original del documento de identidad para realizar el registro como persona jurídica.
2. Se debe presentar el formulario del registro único tributario RUT y carátula única empresarial.
3. 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.
4. 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.

5. 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.

6. Como ya se mencionó, 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).

7. 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

8. Por último cumplir con todo lo que la ley exige

“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 con el objetivo de realizar la constitución legal de C.A.F.A.” la ley 181 de 1995 que en su 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”. frente a la necesidad que se hace evidente año tras año la problemática del sedentarismo, obesidad y demás enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) nos parece un mercado muy amplio, el cual requiere de prontas soluciones para satisfacer estas necesidades de la población, tanto para personas con alguna enfermedad o personas aparentemente sanas y deportistas.

La constitución política de Colombia. Capítulo 2. Artículo 52. Deporte y recreación. Garantiza a los colombianos el derecho a la recreación y el deporte con C.A.F.A. tendrán la oportunidad con precios justos de tener una mejor calidad de vida.

Ley 729 de 2001. (Diciembre 31). por medio de la cual se crean los centros de acondicionamiento y preparación física en Colombia. C.A.F.A. cumplirá con todas las normas para que esté al día con la ley 729 de 2001.

SEGMENTOS DE MERCADO

- **GEOGRÁFICA**

País - Colombia

Departamento - Cundinamarca

Municipio - Mosquera

- **DEMOGRÁFICA**

Hombres y mujeres de 12 años en adelante

- **PSICOGRÁFICA**

Personas con ganas de mejorar su estado de salud por medio del ejercicio y deportistas en busca de mejorar su rendimiento físico

CAFA es una empresa que se enfoca en atender necesidades de personas aparentemente sanas, deportistas y toda aquella persona que quiera realizar actividad física y deporte con el fin de mejorar su calidad de vida. Es por ello que el segmento al que vamos a seguir es un nicho de mercado, pues nos enfocamos en una población específica, atendiendo las necesidades que requiere el cliente, dichas necesidades están enfocadas en lo que el cliente requiere y necesita mejorar. El hecho que nos enfoquemos en una población específica, también hace atender a la necesidad de ser específicos en el trabajo que se tiene que realizar con cada cliente. Todo esto se hace por medio de entrenamientos personalizados y Semi-personalizado. Los nichos de mercado que atendemos son los siguientes:

- Deportistas en diferentes categorías de diferentes deportes que quieran mejorar sus capacidades tanto físicas como coordinativas y así obtener un mejor rendimiento dentro de su práctica.
- Personas desde los 12 años, aparentemente sanos que quieren mejorar su calidad de vida de mediante la actividad física, obteniendo un objetivo específico.
- Personas con algún tipo de riesgo cardiovascular, o enfermedades que estén asociadas a este tipo de riesgo, como, síndrome metabólico, o enfermedades crónicas no transmisibles que se pueden mejorar con el ejercicio físico.
- Personas que hayan salido de una lesión y requieran una rehabilitación deportiva o de actividades cotidianas como; caminar, correr, levantar cosas, entre otras.
- CAFA puede albergar varios tipos de cliente, pero todos tienen dos características en común, la primera; es que los clientes tienen la capacidad de pagar por el servicio que

están adquiriendo, segunda; todos, tanto deportistas como personas con riesgo cardiovascular, realizan ejercicio físico para mejorar sus condiciones.

PROPUESTA DE VALOR

C.A.F.A será el único centro de acondicionamiento físico en arena indoor que nuestros clientes podrán encontrar; Además de brindar profesionalismo en cada una de las clases semi - grupales y personalizadas, tendremos la posibilidad de entrenar Voleibol playa y organizar diferentes torneos durante todo el año, de esa manera las personas amantes o no de este deporte se involucraron en una novedosa y divertida manera de hacer actividad física.

Los inconvenientes más comunes que encontramos en las personas que hacen actividad física y que practican Voleibol playa son: La similitud de espacios que ofrecen los centros de acondicionamiento físico y la variabilidad del clima para poder jugar voleibol playa; Así que estos inconvenientes nosotros los vemos como la gran oportunidad de ofrecer algo totalmente diferente y lograr satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes.

En C.A.F.A encontrarán el lugar más apropiado para un excelente y programado entrenamiento de voleibol playa, adicional a eso una clase personalizada o en compañía de algunas cuantas personas: amigos, familiares, parejas o conocidos, también tendrás la posibilidad de apartar el espacio para divertirte en compañía de los tuyos y como si fuera poco, participar de torneos durante todo el año.

Los servicios y la idea en general de C.A.F.A son novedosos, ya que no existe nada similar en el campo del acondicionamiento físico, adicional a eso contará con todo lo necesario para ayudar a los clientes a mejorar su desempeño: En el deporte, en su estado físico, en su vida en general.

Como si fuera poco, ajustará cada servicio a las necesidades específicas de los clientes, de esa manera se trabajará la personalización todo el tiempo.

CANALES

- Canales de información: Dentro de este canal utilizaremos herramientas físicas y virtuales; los folletos, los volantes y tarjetas impresas serán repartidas en lugares de gran flujo de personas, pero que estén en el campo del deporte. Y por otro lado estas piezas gráficas también se pegaran en todas las redes sociales que creemos: Facebook, Instagram y Twitter, la información que nuestros posibles clientes recibirán será lo más general e intrigante para captar toda su atención, de esta manera crearemos incertidumbre y expectativas que sin lugar a duda debemos superar.

- Canales de evaluación: La evaluación que los clientes realicen de C.A.F.A o de la propuesta de valor es muy importante y se debe tener constantemente en cuenta; en este canal se utilizará una herramienta física que será diligenciada en el momento de firmar la asistencia a una clase semi o personalizada, o al firmar un entrenamiento de voleibol playa o al firmar cuando se entrega el espacio cuando fue solicitado, será en esos momentos donde nuestros clientes tendrán la oportunidad de comunicarnos lo conformes o no que están con el o los servicios prestados, de dejarnos sus sugerencias y así, C.A.F.A tener que día tras día corregir los errores y brindar siempre un mejor servicio.

- Canales de compra: Nuestros clientes podrán adquirir servicios utilizando tres (3) herramientas. Por un lado se podrán acercar a nuestras instalaciones y adquirir el o los servicios

que deseen pagar en efectivo (*Quizá más adelante como estrategia de venta podamos dar un porcentaje de descuento para los clientes que paguen en efectivo*). Pero también tendrán la posibilidad de adquirirlos pagando de una manera virtual que sería con tarjetas débito o crédito. Y por último en el caso de separación de espacios para prácticas libre, nuestros clientes podrán hacer una llamada telefónica, dejar todos sus datos, separar el espacio y cuando llegue a nuestra cancha podrá pagar por cualquier medio.

- Canales de venta: La manera de entregar a nuestros clientes los servicios que ofrecemos será de manera física únicamente. Ellos se acercan a nuestra cancha de voleibol playa Indoor y adquieren los servicios que necesite, nuestros profesionales brindarán lo mejor de cada uno para satisfacer las necesidades de los clientes.

- Canales de post-venta: C.A.F.A está mirando y analizando la posibilidad de ofrecer después de nuestros grandes servicios: Entrenamiento semi y personalizado, entrenamiento deportivos de Voleibol playa, espacio adecuado para práctica libre y torneos relámpagos, una shop deportiva donde los clientes puedan encontrar ropa y accesorios para sus días de entrenamiento.

Todos los canales y las herramientas que se mencionaron anteriormente son propios, C.A.F.A no tendrá socios comerciales o canales indirectos.

RELACIONES CON CLIENTES

VENTAJA DE LA PROPUESTA

Teniendo en cuenta los beneficios que se dan en entrenar sobre arena C.A.F.A. tendrá una gran ventaja sobre los demás gimnasios y es que se enfocara en no tener clientes lesionados, en cambio tener usuarios felices por cumplir sus objetivos.

Otra gran ventaja es que Mosquera es un municipio que está creciendo, por esta razón tiene muy pocos centros de acondicionamiento físico, así que la competencia será menor.

En C.A.F.A. la relación con los clientes al ser semi-personalizada o personalizada es de asistencia personal dedicada, ya que todo el tiempo se está interactuando con el cliente de manera directa y durante un largo tiempo.

La manera en que se desarrolla esta relación es cuando el entrenador está programando y supervisando todo el tiempo el trabajo de su cliente y a la vez, el cliente se siente satisfecho porque su instructor es quien se encarga de que el obtenga resultados en un lapso de tiempo y con unos objetivos determinados.

CLIENTES POTENCIALES (SEGMENTO DE CLIENTES)

POBLACIÓN OBJETIVO:

Población del municipio de Mosquera – Cundinamarca de estratos 3, 4 y 5 donde se trabaja con personas de ambos sexos de 12 años en adelante.

Según el director del DANE (Guerrero, 2005) y teniendo en cuenta la proyección para el año 2015 es de 72.700 habitantes.

Para determinar la población objeto nos permitimos considerar la estadística del DANE realizada por última vez en el año 2005 en la que proyectaba 72.700 personas en el

municipio de las cuales 5.000 personas aproximadamente cumplen con nuestros requisitos de estar en la edad o estrato para pertenecer a C.A.F.A. el cual tendrá un gran impacto evitando así el sedentarismo y mejorando la calidad de vida de estas personas.

CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN:

- De edades entre 12 años en adelante
- Hipertensos
- Con problemas articulares
- Sedentarios
- Personas que quieran mantener un estilo de vida saludable
- Personas con ganas de cumplir objetivos físicos y de calidad de vida
- Personas con sobrepeso

ü ESTRATEGIAS DE MERCADEO

- a)** Métodos promocionales: Dar a conocer en que consiste CAFA y los beneficios que traerá para mejorar la calidad de vida de ellos esto se realizara por medio de las redes sociales.

Con relación a la publicidad; el centro de acondicionamiento físico (CAFA) utilizará como medios publicitarios: Publicidad exterior, en conjuntos residenciales zonas aledañas al CAF la cual involucra posters, postales con código QR que una vez sea escaneado con Smartphone lo vincule con las redes

sociales (Instagram, twitter, Facebook o directamente con la página web) y folletos.

- b) Otros: clases de cortesía, promociones especiales cada mes que les genere ganas de comprar más paquetes.
- c) Descuentos: se realizaran descuentos por inscripción de uno o más referidos que se vinculen con nosotros.

1. Complementar el programa, respecto a la cadena de valor, ¿qué actividades plantearía para que su producto se mantenga y compita en el sector?

- Buscar patrocinio con diferentes empresas.
- Cumplir el objetivo de cada cliente es lo más importante
- Apertura de nuevas sedes en Bogotá.
- Clases con profesores reconocidos

Direccionamiento ¿Cómo vendo, estrategia?

- EL paso principal es abordar a los conjuntos residenciales cerca con el fin de que tomen clases de cortesía y que conozcan los beneficios del entrenamiento en arena.
- Entrega de volantes con códigos que les permitirá tener un descuento especial
- El paso a seguir es realizar una campaña de salud, donde las personas puedan conocer su estado físico y de salud y a partir de los diferentes resultados propagar la información y los procesos de entrenamiento que ofrecemos para mejorar su estado de salud

Dar pases de cortesía a actores, actrices, personas reconocidas públicamente en el cual tomaran el programa de entrenamiento, seguido a esto se tomara una entrevista y la información como tal se subirá en redes sociales como Facebook entre otras.

INGRESOS

CAFA obtiene sus ingresos de los servicios que ofrece, ya que somos una empresa dedicada a la promoción de la práctica deportiva y de la actividad física, nuestros costos se basarán en estos servicios.

En CAFA manejamos dos tipos de servicios especiales; el primero y quizá el más importante, es el entrenamiento, personalizado y Semi-personalizado como lo habíamos explicado anteriormente, a diferentes tipos de población; el segundo servicio que se ofrece es el alquiler del espacio para la práctica de deportes en arena (voleibol playa, fútbol en arena, balonmano en arena).

Entrenamiento: consta de una membresía, mensualidad.

Practica libre: consta del alquiler del espacio por horas o tiempo definido por día.

Los precios para lo mencionado anteriormente son los siguientes:

- **ENTRENAMIENTO:** Los precios de entrenamiento son precios fijos ya que son por primas por suscripción, como lo vemos en seguida, los clientes pagan una mensualidad la cual consta de 6 posibles entrenamientos a la semana durante el periodo suscrito, es decir, el valor del periodo de entrenamiento es uno solo y el cliente puede utilizarlo de uno a seis veces por semana.

<i>MEMBRESIA (con obsequio)</i>	<i>50.000 pesos</i>
--	----------------------------

PERSONALIZADO:

<i>MES</i>	<i>250.000 pesos</i>
<i>TRIMESTRE</i>	<i>450.000 pesos</i>
<i>SEMESTRE</i>	<i>700.000 pesos</i>

SEMI – PERSONALIZADO

<i>MES</i>	<i>150.000 pesos</i>
<i>TRIMESTRE</i>	<i>350.000 pesos</i>
<i>SEMESTRE</i>	<i>600.000 pesos</i>

- **ALQUILER PARA PRÁCTICA DEPORTIVA LIBRE:** El alquiler del espacio para la práctica deportiva constituye un precio variable debido a que cambia respecto al día y hora en que se solicite, es decir mediante oferta y demanda.

<i>HORA</i>	<i>LUNES A VIERNES</i>	<i>SABADOS</i>	<i>DOMINGOS</i>	<i>FESTIVOS</i>
<i>7am-11am</i>	<i>25.000</i>	<i>40.000</i>	<i>45.000</i>	<i>45.000</i>
<i>11am-3pm</i>	<i>25.000</i>	<i>30.000</i>	<i>35.000</i>	<i>40.000</i>
<i>3pm-7pm</i>	<i>35.000</i>	<i>45.000</i>	<i>55.000</i>	<i>60.000</i>
<i>7pm-10pm</i>	<i>45.000</i>	<i>55.000</i>	<i>65.000</i>	<i>N/A</i>

La estrategia a utilizar es tener precios bajos con el fin de captar una gran cantidad de clientes, debido a que en el sector no existe competencia directa pero si similar, como gimnasios y centros de entrenamiento funcional.

· COMPETIDORES

En el sector de Mosquera hay tres competidores, a pesar que no son competidores directos es decir que no son centros de entrenamiento sobre arena, son gimnasios que ofrecen servicios a la comunidad que quiere realizar actividad física y entrenamiento deportivo. Los gimnasios competidores son los siguientes.

Ø BODY-POWER GYM maneja precios muy bajos pero la calidad de los materiales e infraestructura no es tan buena. 80.000 pesos la mensualidad, en ocasiones dos meses por el precio de uno.

Ø ATHLETIC LIFE quizá el competidor más fuerte, tiene buenas instalaciones, personal profesional pero sus precios son muy altos, por lo que se podría hacer competencia con respecto a los precios. 300.000 pesos la mensualidad

Ø RX-FUNCTIONAL es un gimnasio que se especializa en entrenamiento funcional (fitball, trx, dr.rope, crossfit) desconocemos las tarifas que manejan.

· DESCUENTOS:

Los descuentos y las tarifas especiales que manejamos son las siguientes.

1. Clase de cortesía antes de inscribirse en el gimnasio.
2. Kit de tula, toalla y botella para agua por una única vez.

3. Fechas especiales como día de la madre, día del padre, amor y amistad, entre otras tienen un descuento del 12% en la membresía para la persona a la que quieran obsequiar un plan de entrenamiento.
4. En la prestación del espacio para práctica libre, si la persona completa 10 sesiones alquiladas se le brinda un espacio de una hora gratis en el horario que elija.

RECURSOS CLAVE

- Recursos físicos:

La planta física de C.A.F.A será una bodega cubierta que cuente con mínimo 8 mts de alta, por 181. RECURSOS CLAVE

- Recursos físicos:

La planta física de C.A.F.A será una bodega cubierta que cuente con mínimo 8 mts de alta, por 18 mts mínimo de largo con 10 mts como mínimo de ancho; Estas medidas en primera instancia son para garantizar las medidas exactas de la cancha de voleibol playa.

Ubicado en el barrio “La cabaña” a 300 mts de la avenida principal Funza – Mosquera, contaremos con 1 planta donde estará la cancha de voleibol, los baños para hombre y mujer, una bodega para guardar y almacenar los elementos que no se utilizan.

Ubicado en el barrio “La cabaña” a 300 mts de la avenida principal Funza – Mosquera, contaremos con 1 planta donde estará la cancha de voleibol, los baños para hombre y mujer, una bodega para guardar y almacenar los elementos que no se utilizan.

Referencia	Equipo / Material	Cantidad - Unidades
001	Fitball	03
002	Kit de tensión tubulares (5 cuerdas por kit)	03
003	Cuerda batida	03
004	Bozu	03
005	Escaleras de coordinación	03
006	Conos	20
007	Balón medicinal (2Kg)	03
008	Balón medicinal (5kg)	03
009	Balón medicinal (7Kg)	03
010	Core bag (10 Kg)	01
011	Core bag (15 Kg)	01
012	Core bag (20 Kg)	01
013	Pesas rusas (5Kg)	01
014	Pesas rusas (7Kg)	01

015	Pesas rusas (10Kg)	01
016	Pesas rusas (15Kg)	01
017	TRX	03
018	Platillos (100)	100
019	Kit de vallas (3)	03

Recursos intelectuales: La idea intelectual de C.A.F.A fue por parte de nuestro compañero David Camilo Posada Urrea, a partir de ella todos (*los 3 integrantes y socios de C.A.F.A*) fuimos aportando ideas para el desarrollo y funcionamiento del centro de acondicionamiento.

Adicionalmente se realizan reuniones semanales para aportar nuevas ideas, hacer modificaciones y evaluar el desempeño de cada uno.

Talento humano: C.A.F.A contará con tres (3) profesionales en cultura física, deporte y recreación debidamente capacitados encargados de planificar cada una de las sesiones de entrenamiento de nuestros clientes, adicional a eso comprometidos a realizar las diferentes actualizaciones en el campo del deporte, obteniendo los certificados confiables y verídicos otorgados por entidades de calidad; una (1) persona encargada de servicios generales la cual será enviada por la compañía con que hayamos hecho contrato y una (1) persona que estará en la cafetería del establecimiento.

Recursos financieros: La inversión inicial de cada socio de C.A.F.A, en este caso tres (3), será de \$30. 000. 000 los que se utilizarán para el pago de por los menos 6 meses de arriendo por

adelantado, la compra de algunos elementos deportivos, la compra de la arena especializada y la adecuación de todo el espacio.

Adicional a eso uno de los socios de C.A.F.A donará algunos elementos deportivos para que hagan parte de los activos de la compañía; de dichos elementos se hará el inventario correspondiente, se verificará el estado de los mismos.

ACTIVIDADES CLAVES

Actividades por delegar: Toda la parte de publicidad de C.A.F.A será desarrollada y ejecutada por terceros, la manera en que se trabaje con una agencia de publicidad o directamente con un publicista será por prestación de servicios. Adicional a eso podríamos mirar la posibilidad de solicitar una persona para servicios generales de una empresa especializada en aquello.

Actividades sin delegar: Estas serán las actividades claves que C.A.F.A realizará para que su modelo de negocio funcione exitosamente.

1. **PRODUCCIÓN:** Esta actividad es indispensable en C.A.F.A, pues se diseñará un plan de entrenamiento para cada persona que adquiera el entrenamiento semi o personalizado sobre arena.
2. **RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS:** Soluciones de problemas individuales de cada cliente.
 - Dirigir entrenamientos semi y personalizados.
 - Hacer los montajes respectivos para cada clase de acondicionamiento físico.
 - Garantizar la solución de problemas cada cliente según sus objetivos.

- Hacer actualización de la información de cada cliente para que sus objetivos se mantengan o se modifiquen con el progreso.
- Evaluar permanentemente el estado de la cancha de arena y de los elementos deportivos.
- Contar en cada entrenamiento con un profesional en cultura física, deporte y recreación.

ASOCIACIONES CLAVE

SOCIOS

Para comenzar C.A.F.A. invertirá por medio de los socios es la mejor manera de crecer, trabajando en equipo las ideas serán más eficientes, complementándolas con el conocimiento profesional y lo más importante conociendo propuestas que a no todos se nos hubieran pasado por la cabeza.

También se compartirá la responsabilidad de la empresa. Los primeros meses los socios seremos los mismos empleados ya que contamos con grandes conocimientos en este tema del ejercicio para la salud y la administración deportiva de C.A.F.A.

ESTRUCTURA DE COSTOS**COSTOS FIJOS:**

COSTOS FIJOS	VALOR EN PESOS	VALOR MENSUAL
ARRIENDO	3.000.000	3.000.000
CAJA DE ARENA	25.000.000	2.083.333
SERV. PUBLICOS	180.000	180.000
MANTENIMIENTO	50.000	50.000
COMPUTADOR	3.000.000	250.000
TELEFONO ALÁMBRICO	30.000	2.500
EQUIPO DE SONIDO	1.200.000	100.000
TOTAL A PAGAR MENSUALMENTE		5.665.833

Los costos fijos que nosotros constituimos están programados a 12 meses es decir que el valor total de los costos que se adquieren una sola vez se dividieron entre 12 y ese es el valor mensual.

COSTOS VARIABLES	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	CANTIDAD DE USUARIOS	COSTO VARIABLE UNITARIO
salario	3	800.000	70	34.782

entrenadores				
balón medicinal	4	130.000	70	7.428
juego de platillos	12	2.083	70	359
juego de conos	12	4.166	70	718
cuerda batida	2	100.000	70	2.857
TRX	3	150.000	70	6.521
COSTO TOTAL		1.186.249	TOTAL VARIABLE UNITARIO	\$52.665

COSTOS VARIABLES

COSTOS TOTALES:

\$52.665 (\$5.665.833/70)

\$52.665 + 109.511

= \$162.176 COSTO TOTAL

PRECIO DE VENTA DEL SERVICIO:

PV = \$162.176 + (\$162.176*30%)

PV = \$162.176+\$48.652
PV = \$210.900 PESOS

Este valor es una estimación de lo que debería costar un servicio personalizado por un mes.

EVALUACIÓN FINANCIERA

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = CF / (PV - CV)$$

$$PE = \$ 5.665.833 / (\$250.000 - \$52.665)$$

$$PE = \$ 5.665.833 / \$197.335$$

$$PE = 28 \text{ CLIENTES.}$$

Esto quiere decir que para sostener los costos de la empresa se debe tener por lo menos a 28 clientes que paguen el paquete más económico.

LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

SOCIOS CLAVES

- BEBIDAS HIDRATANTES
- ALMACENES DEPORTIVOS
- SUPLEMENTOS NUTRICIONALES
- DISTRIBUIDORES DE ROPA DEPORTIVA Y ACCESORIOS

PROPUESTA DE VALOR

Servicios de entrenamiento sobre arena indoor.

SEGMENTOS DE CLIENTES

Personas con ganas de mejorar su estado de salud de 12 años en adelante que pertenezcan al municipio de Mosquera-Cundinamarca.

ACTIVIDADES CLAVE

PRODUCCIÓN:

Diseño de plan de entrenamiento

RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS:

Garantizar el alcance de los objetivos de cada cliente.

RECURSOS CLAVE

- Local adaptado en arena
- Elementos para el entrenamiento
- Profesionales en el campo del deporte
- ideas y actualizaciones constantes por parte de los socios
- Capital inicial de cada socio

ESTRUCTURA DE COSTOS

mensualmente costos fijos 5.665.833
total en un año 67.989.996
Costos variables 1.186.249
punto de equilibrio 28 clientes a 1 año

RELACIÓN CON CLIENTES

- Cumpliendo el objetivo de cada cliente y el efecto será un voz a voz.
- Compras y entregas directas
- Bebidas y accesorios deportivos

CANALES

- Redes sociales
- Pg. web
- Volantes

FUENTE DE INGRESOS

Pago en efectivo o con tarjeta
Entrenamiento semi-personalizado 150.000 mes
Entrenamiento personalizado 250.000 mes
Derecho de 1 a 6 clases a la semana

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Guerrero, B. (2005). *Censo general* . Mosquera : DANE.
- Katzenbach J. (2000); Compiler; trabajo en equipo, ventajas y desventajas pg.9
- Heredia J. (2006); Entrenamiento Funcional: Revisión y replanteamientos; extraído de <http://www.efdeportes.com/efd98/efunc.htm>
- Ayllón, F. N. (2001). Entrenamiento de la fuerza con pesas: cómo determinar la intensidad del esfuerzo y los diferentes tipos de fuerza a entrenar. *Revista Digital*, 6(29).
- Miranda, J. (1991). ¿ Salud, forma física, estética, bienestar?¿ Qué lleva al usuario al gimnasio. *Apunts: Educación Física y deportes*, 26, 61-70.
- Capdevila Ortís, L., Niñerola i Maymí, J., & Pintanel i Bassets, M. (2004). Motivación y actividad física: el auto informe de motivos para la práctica de ejercicio físico (AMPEF). *Revista de psicología del Deporte*, 13(1), 0055-74.