



CLUB DEPORTIVO Y RECREATIVO LA CALERA
TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Brian Andrés Martínez Méndez

David Camilo López Ramírez

Erick Gustavo Pérez Plazas

Asesor: Gonzalo Florián

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



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	4
MODELO DE NEGOCIO.....	5
LOGO.....	6
SLOGAN.....	7
MISIÓN.....	7
VISIÓN.....	7
FUNDAMENTO HUMANISTA.....	8
MARCO REFERENCIAL.....	8
MARCO NORMATIVO.....	9
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO.....	10
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR.....	11
CAPITULO III: CANALES.....	12
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES.....	14
CAPITULO V: INGRESOS.....	14
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVE.....	15
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVE.....	19
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVE.....	.21
CAPITULO IX: COSTOS.....	24
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	25
REFERENCIAS.....	38



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo expondrá al lector la creación de un club deportivo. Se abordará desde: el conocimiento del club en una introducción, como este está comprendido (logo, slogan, misión, visión, fundamentos humanistas y marcos), por otra parte se explicará el segmento de mercado, luego las proposiciones de valor, los canales (información, evaluación, compra, entrega y postventa), también la relación con el cliente, los ingresos, los recursos, las actividades y asociaciones clave, y para finalizar, la estructura de costos y evaluación financiera. En estos últimos temas, se utilizarán cuadros mensuales para poderlo abordar. Se espera que el lector comprenda la composición de la empresa.

El club deportivo La Calera será una empresa en la cual se realice diez deportes y se busque llegar a ser un club de alto rendimiento deportivo. En una primera fase, que es en la que se enfatizará, es compuesta por diferentes actividades recreativas y de formación deportiva. En cuanto a la parte de deportes de formación se realizarán los deportes de nuevas tendencias como lo son el Parkour; BMX; Skate; Roller. También en esta primera fase, se involucran diferentes profesionales tales como: docentes, administrativos, personal de logística, entre otros.

Los inversionistas y el excelente servicio que se prestará, hará que el club deportivo, a través de voz a voz y diferentes campañas de difusión, sea conocido en el medio y competitivo con el fin de ser líder en la prestación del servicio.



MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

¿Cuál es el servicio a prestar?

Se pretende buscar una oportunidad diferente que en Colombia no hay, incentivar a las personas a realizar prácticas a los diferentes deportes que se han presentado actualmente en el país, a los que se le conoce como deportes de nuevas tendencias, en los cuales no se tiene el apoyo ni el conocimiento de ello, el servicio que se prestara es ofrecerle a las personas la oportunidad de practicar estos deportes que son nuevos para los colombianos.

En un club deportivo para la práctica de deportes de nuevas tendencias (Parkour; BMX; Skate) en el municipio de la Calera (km. 10 Vía Calera) en la Vereda el salitre ubicada al costado oriental.

Un servicio dirigido a cualquier tipo de población y familia de los mismos, que quieran disfrutar de un servicio recreativo de excelente calidad, donde todos sean incluidos en las actividades y se sientan a gusto cuando las realizan.

También disfrutar de un servicio de calidad en cuanto a la formación deportiva, donde se vea reflejado los diferentes procesos de periodización táctica que se aplicaran, para que los deportistas que “profundicen” en un deporte puedan pasar de un proceso de formación a un proceso competitivo y posteriormente a un proceso de alto rendimiento.

¿Cuántos servicios se van a prestar?

En la primera fase, que es la que se enfatizara el presente proyecto, y en la cual se va a desarrollar la idea, se prestara el servicio de formación deportiva (escuela deportiva) en los deportes de nuevas tendencias extremos como lo es el BMX. Parkour, Skate y Roller. Por otra parte, se prestará un servicio adicional a colegios y/o empresas, con eventos de estos deportes o talleres deportivos.

Se prestará un servicio de seis días a la semana, el cual se brindará Formación deportiva los dos días de la semana (sábado, domingo), esperando incrementar la intensidad horaria si se requiere, recreación institucional cuatro días (Martes, Miércoles, Jueves, Viernes). El día no mencionado (lunes) se utilizará para la búsqueda de clientes, organización de eventos, planeación de los mismos y retroalimentación del fin de semana en las escuelas deportivas.



Modelo de negocio

Es una escuela de formación deportiva, en deportes de nuevas tendencias extremos, los cuales se abarcaran deportes como BMX, Parkour, Skate y Roller, buscando el desarrollo y crecimiento de estos deportes en nuevas generaciones. También se brindara un espacio adecuado, para la práctica de los mismos. Por otra parte, se brindaran talleres deportivos y actividades dirigidas a colegios y/o empresas, con el fin de hacer conocer estos deportes. Estas dos actividades, serán la principal fuente de ingresos para la empresa.

Mediante un Gana-Gana con la Alcaldía de la Calera, se realizaran talleres para el conocimiento de estos deportes a la población, pero principalmente, estos se realizan, para incentivar a la actividad física y recreación en la población de modos diferentes. Por otra parte, a través del Gana-Gana, la alcaldía brindara los espacios (SkatePark) para que se pueda realizar el desarrollo de estos talleres y a su vez el desarrollo de las escuelas de formación.

Es una empresa que adquiere ingresos mediante dos actividades, y a su vez obtiene un beneficio por parte de la alcaldía. Lo cual no va a requerir pagar un préstamo de escenario y obtendrá ganancias beneficiosas a sus inversionistas.



Logo:

El logo se basa en un pulpo; que con sus largos y fuertes tentáculos logra coordinar y controlar todos sus movimientos, de ahí se evidencian las habilidades que se requieren para la práctica de las nuevas tendencias deportivas. Las características del pulpo se aplican al trabajo motor de los participantes del club, en cada uno de sus tentáculos se ubican los símbolos más representativos.



Slogan:

“Practica y ejercita en la Calera los deportes de la nueva era”:

El slogan fue seleccionado teniendo en cuenta el lugar de ubicación del club, ya que su topografía permite y recrea en la mente con el solo nombre un espacio natural, sano y tranquilo para experimentar la sensación de una práctica deportiva agradable y novedosa.

Se menciona la nueva era ya que no se pretende desarrollar deportes tradicionales se va a la vanguardia en BMX, Parkour, Skate y Roller

Misión:

El “Club Deportivo y Recreativo la Calera” es una organización interesada en adquirir a través de la práctica de nuevas tendencias deportivas el fortalecimiento de valores exclusivos de la práctica deportiva en nuevas generaciones, como lo son la disciplina, responsabilidad, el respeto por sí mismo y por los demás, honestidad por medio de la recreación, entretenimiento para los usuarios, así como brindar una oportunidad para que el deporte trascienda desde la parte recreativa, a la formativa y por ende a una competición de alto rendimiento.

Para lograr nuestra misión contamos con personal idóneo con conocimiento en deportes de nuevas tendencias que tienen la capacidad de manejar grupos de niños, adolescentes y adultos teniendo en cuenta sus características en cuanto a desarrollo motor, habilidades y destrezas.

Esta organización pretende aumentar la práctica de nuevos deportes, que logre motivar y captar el interés desde el más pequeño, hasta el mayor de una comunidad; de igual manera se brinda la posibilidad de llevar uno de estos deportes desde la parte recreativa, a la parte de competición.

Visión:

El Club Deportivo y Recreativo La Calera hacia el año 2020 pretende alcanzar un reconocimiento como primer club capaz de brindar la enseñanza de práctica deportiva de deportes extremos en la calera, a su vez se busca la proyección de deportistas de rendimiento en las tendencias deportivas de BMX, Parkour, Skate y Roller.



FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

El club Deportivo y Recreativo la Calera y todos sus profesionales egresados de la universidad Santo Tomas, respetan, apoyan y confían en los clientes, inspirados en el humanismo tomasino contribuyen de manera ética, creativa y crítica a la comunidad, directamente a la salud del ser humano, utilizando la actividad física y el deporte como medio para una mejor convivencia en la población.

El personal que labore con la empresa, será tratado como un ser humano, comprendiendo la corporeidad que este trae, evitando al máximo la explotación del profesional y aumentando las posibilidades de empleo digno y bien pago para el mismo. A su vez se le exigirá el rendimiento que este debe tener, evitando llegar al punto de acoso laboral, buscando encarrilar los objetivos del él (trabajador) con los de la empresa.

En cuanto al cliente, se tratara de una forma digna, brindándole el servicio de la forma más honesta, ética y profesional, que abarca los valores inculcados desde la temática del deporte. Con el fin de a través del buen trato, mejorar la calidad de vida, mediante la formación recreativa y/o deportiva.

MARCO REFERENCIAL

Cumpliendo con la Ley 181 de 1995 por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre y teniendo en cuenta el tipo de sociedad con la que se forma el club la cual es por acciones simplificadas dictada por la Ley 1258 del 2008 en su Capítulo 1 Artículo 1 define la sociedad por acción simplificada como una en la cual podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que concurra la sociedad. Por otra parte se desarrolla la Ley 1014 de 2006, la cual fomenta la cultura de emprendimiento, cumpliendo también con uno de sus objetivos que es “fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial”



Marco normativo

Tiene que ser y saber transmitir que es un Club serio y señorial en el respeto a los demás. Ningún miembro de la organización (Directiva, Cuerpo Técnico, Jugadores, y cada empleado o departamentos que lo conforman), puede estar por encima del CLUB. Todos los integrantes del club deportivo la calera deben actuar buscando el interés de la Institución.

Los miembros del Club Deportivo y Recreativo La Calera deben actuar con una absoluta discreción en todos los aspectos (deportivos, internos o de índole administrativo). La imagen exterior siempre debe ser de unidad, dejando para el ámbito interno los problemas o las dificultades que puedan surgir, solucionándolos siempre en el seno del CLUB y persiguiendo el interés general de la Entidad.

Según Alea (2007) en su artículo *Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible* “reconozcan su capacidad de ocasionar serios impactos negativos sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial.” la idea es que la empresa sea asequible, como toda escuela de formación a un costo similar y que la gente pueda pagar, la idea no es ser excluyentes sino incluyentes en pos del deporte, lo cual para llegar al fin deportivo de rendimiento, primero se iniciara con una fase recreativa y deportiva de formación, para ser conocidos en el medio y adquirir “consumidores” del servicio.

Por otra parte se busca cumplir a cabalidad las leyes establecidas para las empresas, con el desarrollo legal óptimo y correspondiente que permitan tener un desarrollo adecuado del club deportivo.

Mediante el club deportivo, se cumple en principio el Artículo 52 de la constitución política de Colombia, donde a través del ejercicio del deporte, las manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas que realice el club, ayudara a la formación integral de las personas, perseverar y desarrollar mejor la salud del ser humano.

Según la Ley 181 de 1995, la cual trata sobre la legislación deportiva, y el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física, el club deportivo con el apoyo de la Alcaldía de la Calera,



buscan cumplir el Artículo 3° de la presente Ley. Para garantizar el acceso del individuo y la comunidad al conocimiento y práctica del deporte. En este caso de deportes alternativos y de nuevas tendencias.

CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

El club Deportivo y Recreativo la Calera, va dirigido a tres grupos de mercados específicos, el primero, que no requiere una especificación tan compleja, son las empresas y/o colegios que requieran el servicio de practica deportiva o de deporte espectáculo. Por otra parte el segundo grupo de mercado, será la población beneficiada por los talleres que se realicen a través de Gana-Gana con la Alcaldía, y el último grupo beneficiado, serán los usuarios de las escuelas de formación en BMX, Parkour, Skate y Roller.

Se brindara la información de este segmento de mercado visto desde diferentes criterios que según Staton & Etzel (S.F) “dividir un mercado total en consumidores finales y usuarios empresariales da por resultado segmentos que todavía son demasiado extensos y variados (...) necesitamos identificar algunas características de estos segmentos para dividirlos en grupos más específicos (...) cuatro bases para segmentar mercados de consumidores, las cuales se utilizan se manera separada o en combinación: Geográfica, Demográfica, Pictográfica y por comportamiento” es decir, que el mercado de la empresa será dividido según los criterios de Staton & Etzel del siguiente modo:

- Geográfico:

La propuesta de valor estará ubicada en una forma macro-localización en el municipio de La Calera y micro-localización estará en la Vereda el salitre ubicada al costado oriental.

- Demográfica:
Será un servicio brindado a:
 - Hombres y mujeres
 - Entre los 14 a los 45 años
 - Familias o grupos de amigos
 - Deportistas o personas comunes
 - Estrato 3, 4 y 5
- Psicográfico:
 - Personas competitivas



- Que les guste ganar pero que sepan afrontar la derrota
 - Dedicadas a lo que les gusta
 - Con espíritu deportivo
 - Respetuosas de normas
 - Que tengan agrado por la actividad física
- Conductual:
 - Fieles al servicio que se les brindara
 - Condicionales: cuando quieran hacer actividad física
 - Leales a la marca que usan

La empresa se segmentara a partir de un mercado de masas, donde se le prestara el servicio a un público en general, en el primer y segundo grupo de clientes mencionados al principio, donde buscaran a la compañía para satisfacer las necesidades que se le presenten, pero con el tercer grupo, este mercado de masas, estará dirigido a la población juvenil, es decir, desde los 12 a los 17-18 años, donde a través de la práctica deportiva, se le satisface las necesidades que estos presenten, frente al aprendizaje de los deportes (BMX, Parkour, Skate o Roller). También les ayudara no solamente a sus necesidades deportivas, sino también a otras necesidades innatas del ser humano, que también se pueden satisfacer con esta propuesta de valor (vivir en comunidad, vida social, identidad, etc.)

CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

El Club Deportivo y Recreativo la Calera, en una primera instancias, será una propuesta de novedad, ya que este satisface las necesidades de los practicantes de deportes de BMX, Parkour, Skate y Roller, ya que no existe ningún club similar en este lugar (Municipio de la Calera).

Por otra parte también será una propuesta de personalización, ya que el servicio, por los talleres con los cuales se realizara el Gana-Gana con la alcaldía, se adaptara a las diferentes poblaciones que participen en estos, de igual modo se adaptara a las empresas y/o colegios que requieran el servicio.

Para concluir, la propuesta de valor será en cierto modo “mixta” ya que esta se deberá adaptar a los diferentes clientes y/o poblaciones, y a su vez será una propuesta innovadora en el munición de la calera, siendo la primera empresa en enfatizarse en la enseñanza los deportes de nueva tendencia



extremos. También será innovador ya que dictara cuatro de estos deportes, los cuales son difíciles de practicar en escenarios particulares, ya que los escenarios deportivos, de estos deportes, necesitan unas medidas o elementos específicos (por ejemplo un skatepark).

CAPITULO III: CANALES

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

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

El tipo de canal que se utiliza es propio y directo, ya que los clientes recibirán información directamente de los trabajadores del club en el sitio de práctica o en la calle. Por medio de publicidad física como volantes que son un brochure para brindar información del club deportivo

Información

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

Se detendrá, principalmente, en tres aspectos fundamentales:

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

En este elemento lo que se pretende es informar a los clientes de las diferentes instalaciones, los objetivos del club y como pretende lograr sus metas para incentivar a que las personas decidan practicar estos deportes y preferir el club, en vez de otros en Bogotá.

A partir de lo anterior se busque tomar los datos de las personas interesadas en ingresar al club y con estos datos llamarlos y brindarle una mejor información y diseñar planes y hacer mercadeo telefónico con el cliente



La evaluación

Se realizara una serie de llamadas y encuestas para evaluar si la información del producto fue clara y si ha dado frutos a partir de la gente que se inscriba y sea parte del club y sugerencias para mejorar el servicio día a día y así brindar el mejor servicio en el mercado.

Compra

Se realiza virtual por medio de una plataforma creada para la compra de los servicios en el club, estos pagos son con tarjeta, sale un cupón con el pago realizado y con ese pago le llega una tarjeta de afiliación al club que lo certifica como cliente. No solamente se maneja la plataforma virtual, también se maneja el pago por consignaciones en los casos de los eventos y pagos en efectivo en el sitio donde se realice la actividad de las escuelas deportivas.

La entrega

La entrega de este servicio es por medio de un sobre enviado por servientrega donde tiene el carnet que lo hace parte de la familia del club, es una tarjeta recargable con dinero para que obtenga descuentos en las distintas actividades que se realicen en el club y por el uso frecuente de la tarjeta el club le obsequia diferentes actividades totalmente gratis para el podrán estar a gusto en un club que se encarga de consentir al cliente.

La posventa

Se organiza en común acuerdo y programado una visitara al domicilio de las personas para realizar la afiliación para que puedan disfrutar de los beneficios de ser socios del club y de la cantidad de descuentos que los benefician a los clientes

Creación colectiva

Hacer participar al cliente en la construcción de un mejor club, que ayude a identificar las falencias que la empresa está teniendo y ayude a crear propuestas de valor que ayuden a mejorar el servicio, sabiendo que la idea es satisfacer a ellos mismos, las ideas se dan a partir de la propia necesidad de ellos y de esta manera mejorar cada vez de manera abultada el servicio que se presta en el club, de esta manera creamos un sentido de pertenencia por el club.



CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

En el Municipio de La Calera nace el punto focal de clientes, entre edades de 14 a 45 años de edad, estas personas deben tener capacidad de pagar un servicio, el cual se brinda por medio del deporte, donde se desarrolla un plan para incentivar la práctica deportiva en el municipio, alejando a los niños de los vicios, en especial en los pueblos donde se toma mucho licor a diario.

La idea con este plan, es que no solo se limite a el municipio sino que por la iniciativa creada, personas de municipios aledaños como Sopo, Guasca y la ciudad de Bogotá lleguen a este club, identificando la propuesta planteada para la práctica deportiva de deportes poco convencionales.

La meta con esto es fidelizar al cliente con el club, se trata de que los clientes y la empresa creen una fraternidad, una unión entre los dos mejorando la relación empresa-cliente y cliente-empresa, el plan consiste, el club registra el mes de cumpleaños de los clientes y que en el mes de sus cumpleaños los clientes puedan invitar a personas que quieran con 50% de descuento este mes, para que el cliente se incentive, así de esta manera el cliente estará satisfecho y va a mantener una fidelidad a nuestro club y de esta manera promocionar el club deportivo por medio del voz a voz.

CAPITULO V: INGRESOS

En el presente capitulo, se hará énfasis y se describirán de la forma más detallada los diferentes medios, por los cuales El Club Deportivo y Recreativo la Calera adquiere los ingresos económicos.

La primera fuente de ingreso del club será por medio de Cuota de suscripción, ya que los clientes del club tendrán que pagar una cuota por la prestación del servicio prestado, esta cuota se cobrara a aquellos que quieran estar en las escuelas de formación de BMX, Parkour, Skate, y Roller. Por medio de esta cuota, los clientes obtendrán el beneficio de utilizar las instalaciones deportivas, también tendrán la atención de un personal capacidad para la enseñanza de los deportes, contaran con un material de calidad, podrán fortalecer y mejorar sus habilidades en el deporte, y podrán contar con la atención de profesionales de otras áreas que se llevaran de modo casual a las instalaciones.



Los costos y demás de la cuota de suscripción se podrán observar en la evaluación financiera que se realizó para la presente empresa.

Por otra parte, la segunda fuente de ingresos, serán los servicios que requieran colegios y/o empresas, estos se brindara a través de eventos deportivos, haciendo ver el deporte como espectáculo, o por otra parte mediante talleres deportivos, donde se enseñara sobre los deportes de nuevas tendencias extremas, las recomendaciones, beneficios e información adicional sobre estos. Brindando una experiencia de educación experiencial para satisfacer la necesidad de los colegios y/o empresas que contraten el servicio.

La fuente de ingresos, es de forma mixta y a su vez permite obtener ganancias bastante altas, ya que los ingresos que se obtienen no se emplean en el arriendo de un espacio, ya que este es negociado por un Gana-Gana con la Alcaldía.

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVE

Para el perfecto desarrollo del club, los recursos clave que se utilizaran, serán los físicos, y los económicos, también se tendrá en cuenta el talento humano que se requiera. Al contar con estos tres recursos clave, El club podrá prestar el mejor servicio a los diferentes segmentos de mercado ya mencionados.

En cuanto a los recursos físicos, se necesitara el espacio adecuado para la práctica de los deportes de BMX, Parkour, Skate y Roller, ya que aunque estos deportes se puedan practicar en la calle, para la enseñanza de los mismos se necesita un espacio adecuado, denominado como Skatepark, donde se cuentan con rampas, barras, barandas, y demás objetos que benefician el aprendizaje de los deportes antes mencionados. Este principal elemento físico, se adquiere a través del Gana-Gana que se realiza con la alcaldía, por la prestación de servicio de talleres, se le solicita a la alcaldía la prestación del escenario.

Los sistemas, como computadores e impresoras, también serán necesarios para poder realizar principalmente la contabilidad de la empresa, la organización de los eventos y demás archivos que requiera realizar la empresa. Estos elementos, se adquieren a través del dinero que se da por la inversión inicial, y se le serán entregados a cada uno de los administrativos de la empresa o personas encargadas de las funciones ya mencionadas.



En cuanto a las redes de distribución, es otro de los recursos físicos a resaltar, ya que mediante estos, es como se puede hacer conocer el club a los clientes a los cuales se espera llegar. Este recurso se tiene en cuenta en los gastos de la compañía, los cuales se pueden observar bajo el ítem de publicidad, es bastante necesario este recurso, ya que a través de la publicidad se puede ampliar el mercado y a su vez posiblemente aumentar los ingresos.

Por otra parte, se abarcaran también los recursos económicos, estos principalmente se obtendrán a partir de la inversión inicial, y el pago que se realiza por la prestación del servicio a diferente población. Por otro punto para lograr tener un mejor desarrollo y fortalecer el desarrollo del municipio la Calera, se le solicitara dinero a la Alcaldía, el cual también ayudara al desarrollo de las actividades planeadas.

Por último, en cuanto al talento humano, este será el más importante de todos, ya que es el eje principal del desarrollo de la compañía, este será principalmente distribuido de la siguiente forma:

Profesor de escuela deportiva:

- Persona no mayor a 27 años.
- Que cuente con experiencia en el deporte.
- Que cuente con formación académica en áreas deportivas a partir de sexto semestre en adelante.
- Buen manejo de grupo.
- Buena relación inter personal.
- Manejo de situaciones difíciles o que sean bajo presión.
- Egresado (en lo posible) de la Universidad Santo Tomas.
- Responsable y dedicado a su profesión
- Comprometido con el trabajo

Coordinador deportivo:

- Persona entre 25-34 años de edad



- Que cuente con experiencia en coordinación deportiva
- Que cuente con experiencia en el deporte.
- Que sea profesional en el área del deporte.
- Buena relación interpersonal
- Manejo de situaciones difíciles o que sean bajo presión.
- Egresado (en lo posible) de la Universidad Santo Tomas.
- Responsable y dedicado a su profesión
- Comprometido con el trabajo

Administrativos:

- Son los creadores del proyecto.
- Que cuenten con conocimiento de los deportes.
- Manejo de situaciones difíciles o que sean bajo presión.
- Egresado de la Universidad Santo Tomas.
- Responsable y dedicado a su profesión
- Comprometido con el trabajo
- Buena relación interpersonal.

Personal para eventos y talleres:

- Persona no mayor a 27 años.
- Que cuente con experiencia en el deporte.
- Que cuente con formación académica en áreas deportivas a partir de sexto semestre en adelante.
- Buen manejo de grupo.
- Buena relación inter personal.
- Manejo de situaciones difíciles o que sean bajo presión.



- Egresado (en lo posible) de la Universidad Santo Tomas.
- Responsable y dedicado a su profesión
- Comprometido con el trabajo

En el siguiente cuadro se mostraran los recursos físicos, económicos y de talento humano que se requiere de una forma resumida.

Recursos	Características
Físicos	• Espacios adecuados para la práctica de los deportes de BMX, Parkour, Skate y Roller. • Skatepark (escenario deportivo adecuado) que cuente con rampas, barras, barandas. • Computadores e impresoras, necesarios para toda la logística digital requerida (organización de archivos, contabilidad, organización de eventos, y demás documentos digitales) • Redes de distribución, se observan los gastos en cuanto a la publicidad, ya que es lo que ayuda a llegar al mercado seleccionado.
Económicos	• Se obtienen a partir de la inversión inicial. • Pago que se realiza por la prestación del servicio. • Dinero solicitado a la Alcaldía de la Calera, para el desarrollo de las actividades.
Talento Humano	• Profesor de escuela deportiva • Coordinador deportivo • Responsables administrativos. • Personal para eventos y talleres.



CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVE

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

La principal actividad clave de la empresa, es la prestación de un servicio deportivo, el cual busca satisfacer las necesidades de diferentes poblaciones, principalmente jóvenes que quieran realizar la practica deportiva, por otra parte también satisfacer las necesidades de compañías, haciendo énfasis en los deportes de nuevas tendencias como lo es el BMX, Parkour, Skate y Roller.

Buscando que los clientes tengan, en una primera instancia, una verdadera experiencia de ocio en la práctica de los deportes ofrecidos, para que posteriormente, si les interesa, se pueda realizar ya una experiencia deportiva con énfasis al rendimiento deportivo.

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

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



Para poder realizar un excelente desarrollo del servicio, es decir, una prestación de este de excelente calidad se le brindaran, por lo menos una vez al mes, capacitaciones a los trabajadores del club donde se enfatizara la cadena de valor de la compañía, la importancia del usuario/cliente, la importancia del servicio prestado, la imagen del trabajador, y demás (metodología, didáctica, procesos, etc.), que permita reconocer el club deportivo como uno de los mejores en la región donde se encuentra.

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

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

El manejo de las redes sociales, es una de las principales actividades clave para los canales, ya que mediante esta se manejara la información que se les brindara a los usuarios y/o clientes que pertenezcan al club. También se mostraran los avances que el club tenga, los deportistas de rendimiento destacados y toda aquella información que sea de interés y agrado a los clientes. Mediante el manejo de estas, ayudara a tener un control para el pago del servicio, la entrega de las sesiones de clase, los procesos de los



usuarios/clientes, la asistencia de los mismos, y todo aquello que virtualmente se pueda manejar en el club.

Si el desarrollo de estas actividades clave se realiza de la mejor forma posible, y posteriormente se mejoran con el paso del tiempo, garantizará al club un reconocimiento en el mercado que le garantizará un aumento económico, cabe enfatizar, que este proceso de actividades clave está centrado principalmente en la prestación del servicio, independiente de si es un usuario natural (persona) o un usuario jurídico (empresa).

CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVE

En este capítulo se explicaran las asociaciones clave que maneja la empresa, respondiendo a los múltiples interrogantes que son: ¿Quién es (son) nuestros socios claves?, ¿Quién es (son) nuestros proveedores clave?, ¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios? y ¿Qué actividades clave realizan los socios?, también se explicaran los beneficios que adquiere el socio al hacer parte de la empresa.

En una primera instancia se maneja una asociación de Gana-Gana donde el socio clave de la empresa, será la Alcaldía Local del Municipio de la Calera, está, a partir de los proyectos que presenta y los múltiples recursos destinados al deporte, ayudara a la creación del escenario deportivo. Recibiendo como beneficio, un reconocimiento por el municipio y un cumplimiento de sus planes municipales instaurados desde el inicio de la Alcaldía.

El principal proveedor clave de los recursos, será los inscritos al club y la inversión inicial en los comienzos del club, realizada por los creadores del presente proyecto, ya que estos brindaran un capital económico que ayudara al crecimiento del club y el reconocimiento merecido al pasar el tiempo.

La alcaldía municipal podrá destinar de mejor forma sus recursos y evitar los fraudes (“elefantes blancos”) que se podrían presentar si no se le da un manejo adecuado a los recursos (no saber qué hacer con ellos o a donde destinarlos).

La actividad clave que realizan los inversionistas es la entrega de recursos económicos, que ayuda a la creación del club y el mantenimiento de este al comienzo. Mientras que los afiliados al club es generar el reconocimiento del



club a otras personas y así lograr más afiliados que también generen recursos económicos y reconocimiento local.

Estas asociaciones, permiten una optimización y economía de escala, ya que reducen bastante los costos de los primeros inversionistas y puede devolver recursos a los mismos, sin exceptuar, que se les devolverá el dinero de la inversión y se les otorgara el reconocimiento adecuado.

Resaltando que la asociación clave, es entre empresas no competidoras, buscando una colaboración y ayudando al crecimiento de modelo de negocio de la otra empresa, es decir que a través de la Alcaldía, esta tendrá una ganancia sobre el reconocimiento y aumento de presupuesto posteriormente, mientras que el club deportivo adquiere los recursos necesarios para lograr su creación.

En el siguiente cuadro se explicaran los beneficios del Gana-Gana entre el club deportivo y la Alcaldía del Municipio de la Calera.

Beneficio	Alcaldía del municipio de la calera	Club Deportivo y Recreativo la Calera
Reconocimiento	La alcaldía de La Calera, se empieza a reconocer por la buena inversión de sus recursos en el desarrollo y fomento del deporte	Ser reconocido como el primer club que brinda el servicio de diferentes modalidades deportivas de nuevas tendencias.
económico	Reduciría la mala inversión de los recursos, y evitaría los desfalcos económicos al cambio de administración	Reduce los costos del alquiler del escenario deportivo aumentando las ganancias del club



Social	Sera reconocida por apoyar y satisfacer las necesidades de la población juvenil, brindándoles espacios adecuados para la práctica de los deportes	Se brindara un espacio adecuado y correspondiente para la práctica deportiva, y se enseñara sobre los deportes practicados
---------------	---	--



CAPITULO X: EVALUACION FINANCIERA

inflación
crecimiento en ventas6%
2%-6%inflación
Crecimiento de egresos6%
3%-7%

FLUJO DE CAJA

AÑO 1

MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 25.704.000	\$ 23.287.500	\$ 2.416.500
FEBRERO	\$ 28.413.936	\$ 25.425.293	\$ 2.988.644
MARZO	\$ 28.982.215	\$ 27.759.334	\$ 1.222.880
ABRIL	\$ 29.561.859	\$ 30.307.641	\$ (745.782)
MAYO	\$ 30.153.096	\$ 33.089.883	\$ (2.936.787)
JUNIO	\$ 30.756.158	\$ 36.127.534	\$ (5.371.376)
JULIO	\$ 109.620.706	\$ 39.444.042	\$ 70.176.664
AGOSTO	\$ 111.813.120	\$ 43.065.005	\$ 68.748.115
SEPTIEMBRE	\$ 114.049.382	\$ 47.018.372	\$ 67.031.010
OCTUBRE	\$ 116.330.370	\$ 51.334.659	\$ 64.995.711
NOVIEMBRE	\$ 118.656.977	\$ 56.047.180	\$ 62.609.797
DICIEMBRE	\$ 121.030.117	\$ 61.192.311	\$ 59.837.805
TOTAL	\$ 865.071.935	\$ 474.098.753	\$ 390.973.182

La perdida que se presenta en el mes de Abril, Mayo y Junio, se muestra por el crecimiento de egresos que se manejan este año (3%), tambien por el crecimiento de ventas (2%) que se da este año, estos tres meses de perdida, son contemplados en la inversion inicial para superar las perdidas y seguir con el proyecto.



FUJO DE CAJA AÑO 2

MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 132.140.681	\$ 67.458.404	\$ 64.682.277
FEBRERO	\$ 144.271.196	\$ 74.366.145	\$ 69.905.051
MARZO	\$ 157.515.292	\$ 81.981.238	\$ 75.534.054
ABRIL	\$ 171.975.196	\$ 90.376.117	\$ 81.599.079
MAYO	\$ 187.762.518	\$ 99.630.631	\$ 88.131.888
JUNIO	\$ 204.999.118	\$ 109.832.807	\$ 95.166.310
JULIO	\$ 223.818.037	\$ 121.079.687	\$ 102.738.350
AGOSTO	\$ 244.364.532	\$ 133.478.247	\$ 110.886.286
SEPTIEMBRE	\$ 266.797.197	\$ 147.146.419	\$ 119.650.777
OCTUBRE	\$ 291.289.179	\$ 162.214.213	\$ 129.074.966
NOVIEMBRE	\$ 318.029.526	\$ 178.824.948	\$ 139.204.578
DICIEMBRE	\$ 347.224.636	\$ 197.136.623	\$ 150.088.013
TOTAL	\$ 2.690.187.108	\$ 1.463.525.478	\$ 1.226.661.629

FLUJO DE CAJA AÑO 3

MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 382.780.439	\$ 219.413.061	\$ 163.367.378
FEBRERO	\$ 421.977.156	\$ 244.206.737	\$ 177.770.419
MARZO	\$ 465.187.617	\$ 271.802.098	\$ 193.385.518
ABRIL	\$ 512.822.829	\$ 302.515.736	\$ 210.307.093
MAYO	\$ 565.335.886	\$ 336.700.014	\$ 228.635.873
JUNIO	\$ 623.226.281	\$ 374.747.115	\$ 248.479.166
JULIO	\$ 687.044.652	\$ 417.093.539	\$ 269.951.113
AGOSTO	\$ 757.398.025	\$ 464.225.109	\$ 293.172.916
SEPTIEMBRE	\$ 834.955.582	\$ 516.682.546	\$ 318.273.036
OCTUBRE	\$ 920.455.034	\$ 575.067.674	\$ 345.387.360
NOVIEMBRE	\$ 1.014.709.630	\$ 640.050.321	\$ 374.659.308
DICIEMBRE	\$ 1.118.615.896	\$ 712.376.008	\$ 406.239.888
TOTAL	\$ 8.304.509.027	\$ 5.074.879.959	\$ 3.229.629.067



FLUJO DE CAJA AÑO 4

MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 1.245.019.492	\$ 800.425.682	\$ 444.593.810
FEBRERO	\$ 1.385.706.694	\$ 851.332.756	\$ 534.373.939
MARZO	\$ 1.542.291.551	\$ 905.477.519	\$ 636.814.032
ABRIL	\$ 1.716.570.496	\$ 963.065.889	\$ 753.504.607
MAYO	\$ 1.910.542.962	\$ 1.024.316.880	\$ 886.226.082
JUNIO	\$ 2.126.434.317	\$ 1.089.463.433	\$ 1.036.970.884
JULIO	\$ 2.366.721.395	\$ 1.158.753.308	\$ 1.207.968.087
AGOSTO	\$ 2.634.160.912	\$ 1.232.450.018	\$ 1.401.710.894
SEPTIEMBRE	\$ 2.931.821.095	\$ 1.310.833.839	\$ 1.620.987.256
OCTUBRE	\$ 3.263.116.879	\$ 1.394.202.871	\$ 1.868.914.008
NOVIEMBRE	\$ 3.631.849.087	\$ 1.482.874.174	\$ 2.148.974.913
DICIEMBRE	\$ 3.813.441.541	\$ 1.577.184.971	\$ 2.236.256.569
TOTAL	\$ 28.567.676.421	\$ 13.790.381.341	\$ 14.777.295.081

FLUJO DE CAJA AÑO 5

MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 4.284.782.915	\$ 1.788.843.195	\$ 2.495.939.721
FEBRERO	\$ 4.814.382.084	\$ 2.028.905.951	\$ 2.785.476.132
MARZO	\$ 5.409.439.709	\$ 2.301.185.130	\$ 3.108.254.579
ABRIL	\$ 6.078.046.457	\$ 2.610.004.174	\$ 3.468.042.283
MAYO	\$ 6.829.292.999	\$ 2.960.266.735	\$ 3.869.026.265
JUNIO	\$ 7.673.393.614	\$ 3.357.534.530	\$ 4.315.859.084
JULIO	\$ 8.621.825.065	\$ 3.808.115.664	\$ 4.813.709.401
AGOSTO	\$ 9.687.482.643	\$ 4.319.164.786	\$ 5.368.317.856
SEPTIEMBRE	\$ 10.884.855.498	\$ 4.898.796.701	\$ 5.986.058.797
OCTUBRE	\$ 12.230.223.637	\$ 5.556.215.218	\$ 6.674.008.419
NOVIEMBRE	\$ 13.741.879.279	\$ 6.301.859.300	\$ 7.440.019.978
DICIEMBRE	\$ 15.440.375.557	\$ 7.147.568.818	\$ 8.292.806.739
TOTAL	\$ 105.695.979.457	\$ 47.078.460.203	\$ 58.617.519.254



Inversión Inicial= \$ 140.000.000

Flujo de ingresos por año

	A
Año	Valor
1	\$ 865.071.935
2	\$ 2.690.187.108
3	\$ 8.304.509.027
4	\$ 28.567.676.421
5	\$ 105.695.979.457

Flujo de Egresos por año

	B
Año	Valor
1	\$ 474.098.753
2	\$ 1.463.525.478
3	\$ 5.074.879.959
4	\$ 13.790.381.341
5	\$ 47.078.460.203



Flujo de Efectivo neto por año

	A-B
Año	Valor
1	\$ 390.973.182
2	\$ 1.226.661.629
3	\$ 3.229.629.067
4	\$ 14.777.295.081
5	\$ 58.617.519.254

VAN= \$ 3.683.068.233
 TIR= 71%

Valores VAN	
Año	Valor
1	\$ 289.609.765
2	\$ 673.065.366
3	\$ 1.312.657.244
4	\$ 4.448.974.040
5	\$ 13.072.498.248

Formulacion de datos

o=	\$ (400.000.000)
f1=	\$ 289.609.765
f2=	\$ 673.065.366
f3=	\$ 1.312.657.244
f4=	\$ 4.448.974.040
f5=	\$ 13.072.498.248
n=	5 años
i=	35%

Cabe resaltar que en el presente capítulo de evaluación financiera los valores establecidos para los egresos e intereses, se realizan por encima del crecimiento que se puede realizar con los ingresos, con el fin de dar soporte de la rentabilidad y sostenibilidad del club, si las ganancias llegasen a ser mínimas.

El valor actual neto (VAN), representa el precio que podría obtener el club en efectivo, si este se llegase a vender a los 5 años de ejecución de la empresa, es decir que con una inversión de \$400'000.000 (cuatrocientos millones de pesos) a la vuelta de 5 años se convierte en \$3.683'068.233 (tres mil seiscientos ochenta y tres millones sesenta y ocho mil doscientos treinta y tres pesos) lo cual demuestra que es una inversión bastante rentable. Para obtener los criterios de obtención del VAN se tomó la inversión inicial (o), el flujo de efectivo por año (f1= año 1, f2= año 2,... f5= año 5), el número de años (n) y la tasa de descuentos (i).

En cuanto a la Tasa Interna de Retorno (TIR) esta nos muestra el porcentaje de rentabilidad de recuperar la inversión, esta se tomó a partir de los dos primeros años para saber la rentabilidad de la misma en un tiempo corto, lo cual dio un resultado de 71% (setenta y un por ciento) lo cual indica que es rentable la inversión para dos años de desarrollo del club



PROYECCIÓN DE VENTAS POR MESES

aumento de ventas promedio
2%

ENERO

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	10,0	\$ 6.120.000
escuela de formación PARKOUR	10,0	\$ 6.120.000
escuela de formación SKATE	10,0	\$ 6.120.000
escuela de formación ROLLER	10,0	\$ 6.120.000
eventos empresariales y/o Colegios	2,0	\$ 1.224.000
TOTAL	42,0	\$ 25.704.000

FEBRERO

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	10,2	\$ 6.242.400
escuela de formación PARKOUR	10,2	\$ 6.242.400
escuela de formación SKATE	10,2	\$ 6.242.400
escuela de formación ROLLER	10,2	\$ 6.242.400
eventos empresariales y/o Colegios	3,0	\$ 1.836.000
TOTAL	43,8	\$ 26.805.600



MARZO

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	10,4	\$ 6.367.248
escuela de formación PARKOUR	10,4	\$ 6.367.248
escuela de formación SKATE	10,4	\$ 6.367.248
escuela de formación ROLLER	10,4	\$ 6.367.248
eventos empresariales y/o Colegios	3,1	\$ 1.872.720
TOTAL	44,7	\$ 27.341.712

ABRIL

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	10,6	\$ 6.494.593
escuela de formación PARKOUR	10,6	\$ 6.494.593
escuela de formación SKATE	10,6	\$ 6.494.593
escuela de formación ROLLER	10,6	\$ 6.494.593
eventos empresariales y/o Colegios	3,1	\$ 1.910.174
TOTAL	45,6	\$ 27.888.546

MAYO

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	10,8	\$ 6.624.485
escuela de formación PARKOUR	10,8	\$ 6.624.485
escuela de formación SKATE	10,8	\$ 6.624.485
escuela de formación ROLLER	10,8	\$ 6.624.485
eventos empresariales y/o Colegios	3,2	\$ 1.948.378
TOTAL	46,5	\$ 28.446.317



JUNIO

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	11,0	\$ 6.756.975
escuela de formación PARKOUR	11,0	\$ 6.756.975
escuela de formación SKATE	11,0	\$ 6.756.975
escuela de formación ROLLER	11,0	\$ 6.756.975
eventos empresariales y/o Colegios	3,2	\$ 1.987.345
TOTAL	47,4	\$ 29.015.244

JULIO

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	37,7	\$ 23.096.880
escuela de formación PARKOUR	37,7	\$ 23.096.880
escuela de formación SKATE	37,7	\$ 23.096.880
escuela de formación ROLLER	37,7	\$ 23.096.880
eventos empresariales y/o Colegios	18,0	\$ 11.028.240
TOTAL	169,0	\$ 103.415.760

AGOSTO

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	38,5	\$ 23.558.818
escuela de formación PARKOUR	38,5	\$ 23.558.818
escuela de formación SKATE	38,5	\$ 23.558.818
escuela de formación ROLLER	38,5	\$ 23.558.818
eventos empresariales y/o Colegios	18,4	\$ 11.248.805
TOTAL	172,4	\$ 105.484.075



SEPTIEMBRE

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	39,3	\$ 24.029.994
escuela de formación PARKOUR	39,3	\$ 24.029.994
escuela de formación SKATE	39,3	\$ 24.029.994
escuela de formación ROLLER	39,3	\$ 24.029.994
eventos empresariales y/o Colegios	18,7	\$ 11.473.781
TOTAL	175,8	\$ 107.593.757

OCTUBRE

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	40,0	\$ 24.510.594
escuela de formación PARKOUR	40,0	\$ 24.510.594
escuela de formación SKATE	40,0	\$ 24.510.594
escuela de formación ROLLER	40,0	\$ 24.510.594
eventos empresariales y/o Colegios	19,1	\$ 11.703.257
TOTAL	179,3	\$ 109.745.632

NOVIEMBRE

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	40,9	\$ 25.000.806
escuela de formación PARKOUR	40,9	\$ 25.000.806
escuela de formación SKATE	40,9	\$ 25.000.806
escuela de formación ROLLER	40,9	\$ 25.000.806
eventos empresariales y/o Colegios	19,5	\$ 11.937.322
TOTAL	182,9	\$ 111.940.544

DICIEMBRE

SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
escuela de formación BMX	41,7	\$ 25.500.822
escuela de formación PARKOUR	41,7	\$ 25.500.822
escuela de formación SKATE	41,7	\$ 25.500.822
escuela de formación ROLLER	41,7	\$ 25.500.822
eventos empresariales y/o Colegios	19,9	\$ 12.176.068
TOTAL	186,6	\$ 114.179.355



PUNTOS DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PORCENTAJE

CF	\$	16.800.000
CV	\$	6.487.500
It		según mes
PE		según mes

$$PE = (CF / (It - CV)) \times 100$$

Mes	Ingreso Total	PE
Enero	\$ 25.704.000	87
Febrero	\$ 33.660.000	62
Marzo	\$ 43.758.000	45
Abril	\$ 56.885.400	33
Mayo	\$ 73.951.020	25
Junio	\$ 96.136.326	19
Julio	\$ 128.948.400	14
Agosto	\$ 167.632.920	10
Septiembre	\$ 217.922.796	8
Octubre	\$ 283.299.635	6
Noviembre	\$ 368.289.525	5
Diciembre	\$ 478.776.383	4

El punto de equilibrio por porcentaje, se calcula para conocer cuánto porcentaje de los ingresos se determina para cubrir los gastos fijos y variables que se tienen. Para el primer mes, se puede decir que el 87% de los ingresos obtenidos se van a emplear para el pago de los gastos fijos y variables.

En cuanto a punto de equilibrio en efectivo es conocer cuánto de dinero en efectivo se necesita para cubrir los gastos fijos y variables que se presenten, cabe resaltar que estos gastos e ingresos aumentan por la proyección de incremento de ventas por mes.

Para finalizar, el punto de equilibrio por unidades, se determina para conocer la cantidad de servicios que se deben prestar para cubrir los gastos fijos y variables que presente el club.



PUNTO DE EQUILIBRIO EN EFECTIVO

Ingreso total (lt)		según el mes
CF	\$	16.800.000
CV	\$	6.487.500
PE		según mes

$$PE = CF / (1 - (CV/lt))$$

Mes	Ingreso Total	PE
Enero	\$ 25.704.000	\$ 22.471.688
Febrero	\$ 33.660.000	\$ 20.811.041
Marzo	\$ 43.758.000	\$ 19.724.297
Abril	\$ 56.885.400	\$ 18.962.590
Mayo	\$ 73.951.020	\$ 18.415.540
Junio	\$ 96.136.326	\$ 18.015.744
Julio	\$ 128.948.400	\$ 17.689.998
Agosto	\$ 167.632.920	\$ 17.476.346
Septiembre	\$ 217.922.796	\$ 17.315.477
Octubre	\$ 283.299.635	\$ 17.193.733
Noviembre	\$ 368.289.525	\$ 17.101.242
Diciembre	\$ 478.776.383	\$ 17.030.770



PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES

CF	\$	16.800.000
Unidades producidas (UP)		según mes
It		según mes
CV	\$	6.487.500
PE		según mes

$$PE = (CF \times UP) / (It - CV)$$

Mes	Ingreso Total	Servicios estimados	PE
Enero	\$ 25.704.000	42	37
Febrero	\$ 33.660.000	55	34
Marzo	\$ 43.758.000	72	32
Abril	\$ 56.885.400	93	31
Mayo	\$ 73.951.020	121	30
Junio	\$ 96.136.326	157	29
Julio	\$ 128.948.400	211	29
Agosto	\$ 167.632.920	274	29
Septiembre	\$ 217.922.796	356	28
Octubre	\$ 283.239.635	463	28
Noviembre	\$ 368.289.525	602	28
Diciembre	\$ 478.776.383	782	28



REFERENCIAS

Alea (2007) *Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible*; Revista Futuro; N°7; Vol. V

Amat O. (2000) *Costes- contabilidad*; Contabilidad y gestión de costes; 3° edición

García J. (2001) *Contabilidad de costos- análisis*; Contabilidad de costos; 3° edición

Giménez C. (1995) *Costos para empresarios*; Editorial: Macchi; Buenos Aires

Gómez (2014) *Canales de distribución*; Canales de distribución; Universidad ICESI

Ley 181 (1995) *Disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte*; Congreso de Colombia.

Ley 1014 (2006) *Fomento da la cultura del emprendimiento*; Congreso de Colombia; Congreso de Colombia

Ley 1258 (2008) *sociedad por acciones simplificadas*; Congreso de Colombia.

Rolim L. (2014) *Business Model Canvas* e Alexander Osterwalder.

Stanton & Etzel (S.F) *segmentos de mercado*; Fundamentos del marketing; 13ª edición

