

## **Plan De Negocio Para La Creación De La Empresa KartKings En Tunja**

Andrés Felipe Mendoza Ramírez

Facultad de Administración de Empresas, Universidad Santo Tomás de Aquino

### **Nota del Autor**

Andrés Mendoza, Universidad Santo Tomás de Aquino Tunja.

Este trabajo fue realizado con el apoyo de las empresas 360Karting, Sodikart y Kart1, de igual forma en colaboración y apoyo con el arquitecto Daniel Quintero y la ingeniera Lorena Muñoz de la Universidad Santo Tomás de Aquino Tunja. Cuenta con la corrección de la profesora Alba Rocío Robles, la profesora Ana Milena García y Deisy Lorena Barreto como directora del proyecto.

Cualquier mensaje con respecto a este plan de negocios debe ser enviado a la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás de Aquino, Tunja, Colombia.

E-mail: [aux.admon@ustatunja.edu.co](mailto:aux.admon@ustatunja.edu.co)

**Plan De Negocio Para Creación De La Empresa Kartkings en Tunja**

Nombre:

Andrés Felipe Mendoza Ramírez

Proyecto De Grado Para Optar Por título De Administrador De Empresas

Directora: Mg. Deisy Lorena Barreto López

Universidad Santo Tomás De Aquino, Tunja.

División De Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.

Facultad Administración De Empresas

2023

## Tabla de Contenido

### Contenido

Resumen Ejecutivo .....	11
1. Formulación.....	13
1.1 Nombre de la idea de negocio .....	13
1.3 Objetivos Específicos .....	13
1.4 Agentes promotores, Formuladores y Responsables de la ejecución.....	14
1.4.1 Agentes Promotores .....	14
1.4.2 Formulador .....	14
1.4.3 Responsable de la ejecución .....	14
1.4.4 Justificación de la idea de negocio.....	15
2. Estudio de Mercado.....	16
2.1 Identificación del bien o servicio .....	16
3. Análisis de la demanda.....	21
3.1 Objeto.....	21
3.2 Metodología del estudio .....	21
3.3 Naturaleza de la investigación .....	21
3.3.1 Alcance de la Investigación.....	22
3.3.2 Selección de la muestra.....	22
3.3.3 Población .....	22
3.4 Herramientas o Instrumentos para el Análisis .....	24
3.4.1 Fuentes de Información.....	24
3.4.2 Encuesta .....	25
3.5 Comportamiento Histórico.....	30
3.5.1 Segmentación de Mercado.....	30
3.5.2 Consumo aparente .....	31
3.5.3 Consumo per cápita.....	38
3.6 Características Teóricas de la Demanda .....	38
3.6.1 Función de la Demanda .....	38
3.6.2 Determinación de la Ecuación de la Demanda.....	41
3.6.3 Función de Ingreso .....	45
3.6.4 Elasticidad de la Demanda .....	47

3.6.5	Estimación de la Demanda Futura.....	51
4.	Análisis de la Oferta.....	52
4.1	Objetivo .....	52
4.2	Metodología de Analisis a Aplicar .....	52
4.2.1	Población y Muestra .....	52
4.3	Herramientas o Instrumentos de Análisis .....	53
4.4	Proveedores Actuales, Análisis de la Competencia y Análisis de Competitividad de los Oferentes Actuales .....	53
4.4.1	Proveedores Actuales .....	53
4.4.2	Proveedores con Suministros Básicos para la Producción .....	54
4.4.3	Análisis de la Competencia.....	57
4.4.3.1	Análisis de los Oferentes .....	64
4.5	Régimen y Características del Mercado.....	65
4.6	Régimen y Características del Mercado de Insumos .....	66
4.7	Comportamiento Histórico de la Oferta .....	68
4.8	Características Teóricas de la Oferta.....	71
4.8.1	Función de la Oferta .....	71
4.8.2	Función de precios.....	76
4.8.3	Precios Determinados por la Estructura de Costos del Mercado .....	79
4.8.4	Precios Internacionales .....	79
5.	Análisis de los sistemas Actuales de Comercialización.....	84
5.1	Canal de Distribución.....	84
5.2	Margen de Comercialización .....	85
5.3	Condiciones de Incertidumbre en la comercialización.....	87
6.	Análisis de la Demanda vs Oferta .....	87
3.1	Tamaño del proyecto .....	89
3.2	Análisis de los factores y condiciones del tamaño del proyecto. ....	92
3.2.1	Identificación de la demanda .....	92
3.2.2	Identificación de insumos y suministros.....	92
3.2.3.	Elaboración de la maquinaria, equipo y tecnología .....	93
3.3	Localización .....	98
3.3.1	Macro localización .....	98
3.3.2	Micro localización .....	98

3.3.3	Matriz de la planta física.....	100
3.4	Ingeniería del proyecto.....	101
3.5	Análisis de normas ISO aplicadas a los procesos.....	105
3.6	Aspectos tecnológicos .....	108
3.6.1	Objetivo .....	108
3.6.2	Definición de productos .....	109
3.6.3	Proceso productivo de cada Servicio.....	109
3.6.4	Insumos requeridos para cada proceso.....	111
3.6.5	Mano de obra requerida para la operación en las actividades ordinarias de la idea de negocio 111	
3.6.6	Maquinaria y equipos.....	112
3.7	Plan de acción y cronograma de la fase de inversión y operación del proyecto .....	113
3.8	Función de producción .....	115
4.	Análisis de impacto ambiental. ....	116
4.1	Marco teórico y conceptual del estudio ambiental.....	116
4.2	Determinación de impactos ambientales en el proyecto.....	118
4.2.1	Tipos de residuos que se pueden producir en las operaciones diarias de acuerdo al diagrama de operaciones. ....	119
4.3	Preparación del manejo ambiental .....	120
4.4	Determinación de requisitos y trámite de licencias y permisos ambientales .....	122
4.5	Análisis de sostenibilidad ambiental .....	122
5.	Organización y aspectos administrativos .....	124
5.1	Estructura orgánica y funciones a nivel de área.....	124
5.2	Planta de cargos requerida.....	125
5.3	Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargos. ....	127
5.4	Plataforma estrategia de la idea de negocio. ....	135
5.5	Mapa de procesos .....	142
6.	Marco legal.....	142
6.1	Identificación y Justificación del tipo de organización empresarial .....	142
6.2	Requisitos y trámites de formalización de la empresa.....	144
6.3	Registros en materia de propiedad intelectual. ....	144
6.4	Contratos por suscribir en cumplimiento del objeto social.....	145
6.5	Manejo de contratación laboral .....	146
7.	Estudio financiero.....	148

7.1	Presupuesto de inversiones.....	149
7.3	Costos de producción (Servicios).....	154
7.4	Balance inicial del proyecto.....	160
7.5	Estados de resultados.....	162
7.6	Flujo de caja neto. ....	164
7.7	Cálculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto. ....	166
7.7.1	Relación beneficio Costo (RBC).....	168
7.7.2	Indicador EBITDA.....	169
7.7.3	Indicador valor económico agregado (EVA) .....	172
7.7.4	Punto de equilibrio .....	172
7.8	Análisis de sostenibilidad financiera del proyecto. ....	174
8.	Impacto y responsabilidad social empresarial .....	175
8.1	Relación y Clasificación de partes interés.....	175
8.2	Actividades y programas de involucramiento de las partes interesadas. ....	177
8.3	Implementación y manejo de Gobierno corporativo. ....	182
9.	Planeación Estratégica.....	185
9.1	Matriz PESTEL. ....	185
9.2	Matriz POAM. ....	187
9.3	Matriz MEFE. ....	190
9.4	Matriz PCI. ....	192
9.5	Matriz MEFI .....	193
9.6	Matriz DOFA. ....	195
9.7	Matriz MEPC.....	199
9.8	Matriz QFD.....	202
10.	Formulación Estratégica. ....	203
10.1	Selección, formulación y priorización de estrategias. ....	203
10.2	Elaboración del cronograma.....	216
10.2.1	Cronograma de tareas de estrategias de mercado.....	216
10.2.2	Cronograma de tareas de estrategias operativas .....	219
10.2.3	Cronograma de tareas de estrategias financieras .....	221
10.2.4	Cronograma de tareas de estrategias de sostenibilidad ambiental, social y legal. ....	223
10.2.5	Cronograma de tareas de estrategias de responsabilidad social-empresarial.....	225
10.3	Responsables y plan de seguimiento. ....	227

11.	Control y Evaluación.....	229
11.1	Cuadro de mando: Balance Score Card.....	229
12.	Referencias.....	233
Referencias.....		233
13.	Anexos.....	235
Anexo 1. Resultados de la encuesta.....		235
Anexo 2. Entrevista Andretti Karts.....		247
Anexo 3. Costos.....		254
Anexo 4. Funcionamiento de Cada uno de los Servicios.....		259
Anexo 6. Diseño de pista, edificio y costos.....		271
.....		301
Anexo 7. Graderías.....		305
Anexo 8 Estatutos.....		308

### Lista de Tablas

Tabla 1 Crecimiento Poblacional.....	51
Tabla 2 Costos Variables .....	76
Tabla 3 Costos Fijos .....	77
Tabla 4 Costo Variable Unitario .....	78
Tabla 5 Costo Fijo Unitario .....	78
Tabla 6 Costo Total Unitario .....	78
Tabla 7 Aumento de Número de Servicios 2022 - 2034.....	91
Tabla 8 Herramientas.....	94
Tabla 9 Equipo de Oficina.....	96
Tabla 10 Equipos Básicos Para el Punto de Venta.....	96
Tabla 11 Decoración del Establecimiento .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 12 Plan de Acción de la Operación del Proyecto.....	113
Tabla 13 Proceso, Impacto y Descripción de Manejo de Residuos.....	119
Tabla 14 Descripción de Funciones y Perfiles Gerente.....	127
Tabla 15 Descripción de Funciones y Perfiles Jefe de Operaciones .....	128
Tabla 16 Descripción de Funciones y Perfiles Jefe de Marketing y Ventas .....	129
Tabla 17 Descripción de Funciones y Perfiles Jefe de Finanzas y Administración.....	130
Tabla 18 Descripción de Funciones y Perfiles Instructor de Karting .....	131
Tabla 19 Descripción de Funciones y Perfiles Mecánico .....	132
Tabla 20 Descripción de Funciones y Perfiles Atención al Cliente.....	133
Tabla 21 Descripción de Funciones y Perfiles Asistente Administrativo .....	134
Tabla 22 Principios Corporativos .....	137
Tabla 23 Presupuesto de Inversiones.....	149
Tabla 24 Ingresos.....	154
Tabla 25 Costos de Producción .....	158
Tabla 26 Balance Inicial del Proyecto .....	160
Tabla 27 Estado de Resultados.....	162
Tabla 28 Flujo de Caja Neto.....	164
Tabla 29 Relación Beneficio Costo .....	168
Tabla 30 Indicador EBITDA .....	169
Tabla 31 Punto de Equilibrio.....	173
Tabla 32 Matriz PESTEL .....	185
Tabla 33 Matriz POAM.....	187
Tabla 34 Matriz MEFE.....	190
Tabla 35 Matriz PCI.....	192
Tabla 36 Matriz MEFI.....	193
Tabla 37 Matriz DOFA.....	195
Tabla 38 Matriz MEPC.....	199
Tabla 39 Selección Formulación y Priorización de Estrategias .....	203
Tabla 40 Cronograma Anual Estrategias de Mercado .....	216
Tabla 41 Cronograma Anual Estrategias Operativas.....	219
Tabla 42 Cronograma Anual Estrategias Financieras.....	221
Tabla 43 Cronograma Anual Sostenibilidad Ambiental, Social y Legal .....	223

Tabla 44 Cronograma Anual Estrategias de Responsabilidad Social-Empresarial ..... 225  
Tabla 45 Balance Score Card ..... 230  
Tabla 46 Presupuesto Instalaciones y Circuito KartKings ..... 295  
Tabla 47 Cálculo de Cantidades de Obra..... 299

### Tabla de Ilustraciones

<i>Ilustración 1</i> .....	43
<i>Ilustración 2</i> .....	44
<i>Ilustración 3</i> .....	44
Ilustración 4 Posibilidad de Apertura Del Circuito de Karting .....	89
Ilustración 5 Servicio de Karting.....	90
Ilustración 6 Mapa de la Zona.....	99
Ilustración 7 Matriz de Planta Física.....	100
Ilustración 8 Diagrama General de Procesos del Servicio .....	102
Ilustración 9 Diagrama de Proceso de Servicio al Cliente .....	103
Ilustración 10 Ciclo PHVA En El Sistema De Gestión De Calida .....	106
<i>Ilustración 11 Proceso productivo de alquiler de karts</i> .....	109
<i>Ilustración 12 Proceso de producción eventos de karting</i> .....	110
<i>Ilustración 13 Proceso de producción de escuela de karting</i> .....	110
Ilustración 14 Cronograma de Actividades .....	115
Ilustración 15 Estructura organizacional de KartKings.....	124
Ilustración 16 Mapa de Procesos.....	142
Ilustración 17 Estado Civil.....	235
Ilustración 18 Cantidad de horas semanales dedicadas al ocio .....	236
Ilustración 19 Días más usados para realizar actividades lúdicas y sociales.....	236
Ilustración 20 Actividades Lúdicas y Sociales mejor valoradas.....	237
Ilustración 21 Interés de actividades con carácter lúdico y social.....	238
Ilustración 22 Conocimiento del deporte automovilístico.....	239
Ilustración 23 Práctica de karting.....	239
Ilustración 24 Frecuencia de uso del servicio.....	240
Ilustración 25 Posibilidad de la apertura del circuito de karting .....	241
Ilustración 26 Preferencia de ubicación .....	241
Ilustración 27 Factores importantes de un servicio de entretenimiento .....	242
Ilustración 28 Servicio de karting .....	243
Ilustración 29 Precio a pagar por el servicio .....	243
Ilustración 30 Eventos de karting.....	244
Ilustración 31 Participación en eventos.....	244
Ilustración 32 Precio a pagar por asistencia a evento de karting.....	245
Ilustración 33 Escuela de karting .....	245
Ilustración 34 Karting como opción de deporte para hijos.....	246
Ilustración 35 Precio a pagar por escuela de karting .....	247

### **Resumen Ejecutivo**

En los últimos 20 años, Tunja ha experimentado un significativo crecimiento en infraestructura y desarrollo comercial, convirtiéndose en una ciudad capital universitaria que prioriza la educación y calidad de vida. Sin embargo, presenta desafíos en áreas como la diversidad de entretenimiento y la participación universitaria en proyectos aplicados al desarrollo e impacto de la ciudad.

Tunja junto con Boyacá han sido también consideradas como una de las cunas del deporte, en los últimos años se ha visto como ha engendrado nuevos talentos, en ocasiones deportistas legendarios como Nairo Quintana. Sin embargo, a día de hoy la ciudad no está a la altura para ofrecer espacios, equipamiento o simplemente el apoyo necesario para algunos deportistas, tampoco para aprovechar económicamente este sector.

Este plan de negocio propone impulsar el karting, un deporte aclamado internacionalmente, con enfoque en la participación e inclusión de universidades para promover la innovación y el desarrollo en futuros proyectos que generen impacto en la ciudad. La idea es ofrecer tres servicios principales: una escuela de karting, el alquiler de karts para entretenimiento y eventos emocionantes que fomenten el deporte. Se pretende generar un impacto económico considerable en la ciudad permitiendo a ésta beneficiarse del modelo de negocio con el aumento de turismo, hotelería, impulso económico a pequeños negocios, empleo y aumento de visibilidad de la ciudad y el departamento con respecto a los demás en el país.

La ubicación estratégica será en el sector norte de Tunja, cercano a la vía principal entre Tunja-Paipa, para facilitar el acceso a los clientes. La infraestructura será moderna y minimalista, tomando como referencia el circuito de Buckmore Park en Inglaterra.

La estrategia de comercialización se centrará en la construcción de una marca sólida, el fortalecimiento de la cultura deportiva en el departamento y en el país, así como en la promoción constante del servicio ofrecido.

KartKings busca convertirse en un referente prestigioso de karting no solo en el país sino en Latinoamérica, brindando un nuevo y emocionante servicio de entretenimiento en la ciudad, mientras impulsa la innovación y el desarrollo deportivo a través de la participación universitaria.

## **Fase 1: Formulación De La Idea De Negocio**

### **1. Formulación**

#### **1.1 Nombre de la idea de negocio**

Plan de negocio para la creación de la empresa de KartKings en Tunja.

#### **1.2 Objetivo General**

Diseñar un plan de negocio el cual permita la creación de una empresa de servicio de karting.

#### **1.3 Objetivos Específicos**

- Realizar un análisis de mercado de nivel micro y macro el cual permita entender el mercado del karting y determinar las estrategias a utilizar en los servicios que se ofrecerán.
- Realizar un análisis técnico-operativo que permita desarrollar la variedad de servicios de karting que se prestará al cliente.
- Efectuar la descripción administrativa y legal que permita establecer una base sólida para el funcionamiento eficiente y conforme a la normativa, garantizando el éxito y sostenibilidad de la empresa de karting.
- Identificar y cuantificar de manera precisa los factores financieros indispensables para la viabilidad de la idea de negocio para garantizar la estabilidad y el crecimiento sostenible de la empresa.
- Efectuar un examen exhaustivo que evalúe el impacto en diversas dimensiones: ambiental, regional, económica y social.

## **1.4 Agentes promotores, Formuladores y Responsables de la ejecución.**

### **1.4.1 Agentes Promotores**

La Universidad Santo Tomás en Tunja cumple un rol activo al actuar como facilitador, siendo el principal impulsor estudiantil que motiva a los creadores a concebir y avanzar con el contenido del proyecto de grado. En esta instancia, se enfoca en la elaboración de un plan de negocio destinado a establecer una empresa de karting en Tunja, Boyacá. Este proceso se lleva a cabo en estrecha colaboración con un profesor guía designado, quien brinda un continuo apoyo, orientación y supervisión.

### **1.4.2 Formulator**

El formulator del presente plan de negocio es el estudiante de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja: Andrés Felipe Mendoza Ramírez, identificado con cédula de ciudadanía 1.002.367.842 (Cod. 2250685).

### **1.4.3 Responsable de la ejecución**

El estudiante responsable de concebir y elaborar la totalidad del contenido de este proyecto es Andrés Felipe Mendoza Ramírez, cuyo número de cédula de ciudadanía es 1.002.367.842 (Código 2250685). Asimismo, las labores de apoyo, asesoramiento y evaluación son llevadas a cabo por el profesor tutor designado.

#### **1.4.4 Justificación de la idea de negocio.**

KartKings representa una oportunidad estratégica y prometedora respaldada por aspectos clave en la ciudad, como ser una capital universitaria y deportiva con poca variedad de oferta de entretenimiento. Aunque la escasa oferta de servicios de karting en la ciudad es una oportunidad de mercado, también se enfrenta a la amenaza de la aceptación de este nuevo servicio.

La introducción del karting no solo ofrece entretenimiento innovador, sino también promueve una cultura deportiva diversificada, estimulando un estilo de vida activo y saludable. La propuesta de negocio tiene un gran potencial para generar un impacto a nivel nacional y latinoamericano, atrayendo a competidores y aficionados de diferentes lugares y posicionando a la ciudad como un destino turístico deportivo.

Con un mercado en auge del interés por actividades deportivas y recreativas, se espera un flujo constante de clientes dispuestos a participar en el karting. Esta afluencia de clientes generará ingresos significativos para la empresa y contribuirá al crecimiento económico de la ciudad al estimular el turismo y el consumo local.

Además, la colaboración con universidades es un aspecto de alto impacto, brindando la oportunidad de generar conocimiento, implementar proyectos e ideas innovadoras que contribuyan al desarrollo de la ciudad.

En resumen, KartKings se basa en la escasa oferta, rentabilidad, crecimiento económico, cultura deportiva y colaboración con universidades, lo que la convierte en una oportunidad única y estratégica con el potencial de generar un impacto regional y más allá.

## **Fase 2: Análisis De La Idea De Negocio**

### **2. Estudio de Mercado**

#### **2.1 Identificación del bien o servicio**

Este proyecto tiene como objetivo la creación de una empresa de karting que se especialice en brindar servicios de entretenimiento a través del uso de karts y una pista diseñada para tal fin. La misión de KartKings es ofrecer a los clientes una experiencia única y saludable en la ciudad, promoviendo este emocionante deporte como una alternativa enriquecedora frente a otras formas de entretenimiento como bares, discotecas o restaurantes.

Teniendo en cuenta que un porcentaje de la población de Tunja dedica su tiempo al ocio, abre la posibilidad de abrir una nueva posibilidad de entretenimiento, aprovechando la ola de cultura deportiva y mentalidad de vida sana, la idea de KartKings se ajusta perfectamente a las necesidades de la población de la ciudad.

A continuación, se describe cada uno de los servicios que la empresa ofrece al cliente:

#### **- Alquiler de Karts**

Este servicio está encaminado a ofrecer al cliente el servicio de alquiler de un kart por cierto tiempo (10 minutos), dentro de este tiempo el cliente tiene la posibilidad de correr dentro de la pista que KartKings ofrece, una versión recortada de su totalidad, siendo esta una versión de 400 metros de longitud por 8 metros de amplitud. Dentro de este servicio se le ofrece al cliente los instrumentos necesarios para el desarrollo de la actividad tales como casco, overol, guantes y botas.

El fin de este servicio es lograr llamar la atención de nuevos clientes y acercarlos a adquirir los demás servicios que ofrece KartKings. Para el desarrollo de la idea de negocio se tendrá en cuenta como precio de alquiler de 10 minutos de kart un valor de

\$30.000 pesos, un precio muy acercado a la competencia y modelos de negocios similares en Colombia, de igual forma acorde al nivel de infraestructura que KartKings ofrece.

- **Escuela de Karting**

Este servicio está encaminado a fomentar el deporte del karting dentro de la ciudad de Tunja, dando la posibilidad a cualquier persona de cualquier edad (mínimo de 5 años de edad) de entrar en el programa y aprender de este. La escuela de karting contará con un profesional el cual impartirá las clases las cuales serán de 8 horas por un valor de \$850.000 pesos. KartKings ofrecerá las mejores instalaciones posibles para que el cliente pueda aprender y experimentar de la mejor manera el deporte, así mismo, se proporciona todo el equipamiento necesario para el desarrollo de este (casco, overol, guantes y botas), incluyendo el kart SR4 proporcionado por Sodikart. El objetivo de este servicio se basa en solidificar una base de clientes que permita asegurar un número de ventas tanto en el alquiler de karts (ya que puede usarse como entrenamientos) como para eventos de karting, ya sean organizados por los mismos pilotos o por terceros.

- **Eventos de Karting**

Este servicio permitirá al cliente distintas posibilidades, en primer lugar, se le ofrece al cliente la oportunidad de organizar un evento propio, ya sea familiar, empresarial, eventos de cumpleaños o celebraciones. Para este tipo de evento que esta más enfocado en recreación se ofrece una versión de la pista de 400 metros de longitud por 8 de amplitud donde el cliente tiene la posibilidad de hacer una carrera de 15 minutos por un valor de alquiler de \$500.000 pesos, el cual incluye todo el equipamiento (casco, overol, guantes, botas) y los 12 autos disponibles para realizar el evento.

Por otro lado se encuentran los eventos de karting profesional, estos hacen referencia a aquellos eventos organizados por terceros o la misma federación de karting colombiana,

dentro de este se hace el alquiler total de la pista, es decir, 1 kilómetro de longitud por 8 de amplitud, incluyendo el uso de las instalaciones, ya sea salón de eventos, centro médico, torre de control de carrera, paddock y parque cerrado, todo esto cumpliendo con la normativa de FEDEKART referente al carné A para llevar a cabo eventos de tal dimensión.

Para hacer un estimado se toma como referencia el precio que ofrecen los demás autódromos del país como al autódromo XRP de Cajicá, donde sus precios andan rondando entre los \$2.720.000 pesos y los \$8.500.000 pesos dependiendo el día en que se preste, en donde se prestan las instalaciones por todo un día. Teniendo en cuenta esto, se toma como referencia un precio medio de \$5.000.000 de pesos para el servicio que ofrecerá KartKings. Para este servicio se espera que se realicen entre 1 y 2 carreras por mes.

El objetivo de este servicio y teniendo en cuenta las posibilidades que las instalaciones ofrecen, es generar una amplia visibilidad y prestigio alrededor de Colombia y Latinoamérica, permitiendo ser referente y ofrecer el mejor espectáculo, de igual forma aprovechando las oportunidades para generar desarrollo y crecimiento a la ciudad.

Otro de los servicios que se espera ofrecer de manera exclusiva son los eventos universitarios. Este servicio funciona de manera peculiar, ya que como se mencionó anteriormente, se busca fomentar la participación de las universidades dentro de este modelo de negocio. Para el desarrollo de este “servicio”, primero se busca lograr acordar una colaboración donde las universidades tendrán la oportunidad de acceder libremente a las instalaciones de KartKings, dando la posibilidad de hacer estudios, hacer pruebas e inspirando a futuros proyectos desarrollados por estudiantes. El objetivo es hacer de KartKings un laboratorio para las distintas carreras universitarias.

A partir de esto se espera que las universidades puedan colaborar con fomentar el deporte del karting participando de eventos promovidos por la empresa con la participación de estas. Para el desarrollo de este servicio se tiene en cuenta las 5 universidades más importantes de Tunja: Universidad Santo Tomás, Universidad de Boyacá, UPTC, Fundación Juan de Castellanos y la Universidad de Nariño.

Para un año se realizarán 6 eventos, es decir, 6 carreras que se repartirán de tal manera que se realicen 1 cada 2 meses. Las universidades participarán con 2 autos para la carrera, estos autos serán desarrollados por estos mismos tomando como referencia la ficha técnica del auto SR4 de Sodikart.

El valor de participación para cada universidad será de \$400.000 pesos por auto y se repartirán recompensas para los 3 primeros autos de la siguiente:

Primer lugar \$1.000.000 pesos

Segundo lugar \$700.000 pesos

Tercer lugar \$400.000 pesos.

El objetivo de este servicio colaborativo exclusivo para las universidades, será fomentar el deporte, aumentar el conocimiento y desarrollo por parte de las universidades.

#### - **Entradas por Eventos**

Luego de haber solidificado una base de clientes, se busca llamar la atención del público aficionado que quiera apoyar o disfrutar del entretenimiento que el kartismo ofrece.

KartKings pretende ofrecer la posibilidad de disfrutar eventos de karting referentes a carreras ya sean profesionales u organizadas por el cliente, con la posibilidad de acceder a las instalaciones (graderías frente a la pista) y apoyar a los pilotos participantes. El precio de este servicio será de \$15.000 pesos y será apto para todas las edades.

Para el desarrollo de cada uno de estos servicios y su puesta a punto no será necesario adquirir una basta cantidad de insumos o materia prima, sin embargo, teniendo en cuenta sobre todo el mantenimiento de los karts será necesario algunos que se presentarán a continuación:

- Gasolina
- Neumáticos
- Frenos y aceites.

La materia prima que más estará en rotación son los neumáticos, ya que estos tienen una duración de 3-4 días a su máximo rendimiento.

Los recursos a utilizarse también se relacionan con los servicios públicos, (energía, agua e internet), así como el recurso humano referente a la persona que trabaja para ofrecer el servicio. Para más información referente a los servicios, el tipo de pista, ficha técnica del kart y costos de estos puede remitirse a los anexos al final del documento.

La idea de negocio se muestra bastante competente frente a los demás modelos de negocio similares, a pesar de que se experimenta similitud de servicios, KartKings cuenta con la posibilidad de ofrecer la mejor experiencia con la mejor pista y sus distintas variables que se pueden ajustarse a cualquier modelo que se requiera, ofreciendo distinción en aspectos como creatividad e innovación en instalaciones, autos modernos y fiables, validación por la FIA y FEDEKART, cercanía a la ciudad permitiendo a el cliente la amplitud y facilidad de acceso.

Uno de los aspectos más importante con el que cuenta KartKings como ventaja es la colaboración con las universidades permitiendo así que cualquier desarrollo que se pueda lograr de esta genere una ventaja competitiva a futuro (ya sea desarrollo de motores, modalidades de pista, diseño de karts, entre otros).

### **3. Análisis de la demanda**

#### **3.1 Objeto**

Reconocer la posible demanda que podría tener la compañía de karting implica también analizar cómo los residentes de Tunja se relacionan con el ámbito del entretenimiento. Este proceso busca desarrollar una propuesta de negocio que se alinee con las expectativas del mercado objetivo, contribuyendo así a satisfacer las necesidades identificadas y lograr una incursión exitosa en dicho mercado.

#### **3.2 Metodología del estudio**

Para la realización del estudio de mercado de la empresa de karting se tendrá en cuenta la metodología mixta. Este tipo de metodología de investigación según (Arias, 2020) “es aquella que aúna los métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de disponer de las ventajas de ambos y minimizar sus inconvenientes.” De igual forma, este autor menciona que esta metodología lo que hace es “utilizar los dos métodos, pudiendo así conseguir un estudio más completo y detallado sobre un fenómeno determinado.”

Este tipo de metodología lo que genera es una versatilidad la cual permite un análisis amplio. Esta metodología se adapta perfectamente al modelo de negocio, permitiendo conocer las necesidades del cliente, entender sus gustos y tomar decisiones que encaminen la idea de negocio hacia lo que se demanda.

#### **3.3 Naturaleza de la investigación**

Este estudio de mercado tiene como finalidad la recolección, análisis e interpretación de aquellos datos obtenidos por encuestas aplicadas a una población representativa de la ciudad de Tunja, esto con el propósito de entender la demanda que puede existir para el modelo de negocio

que ofrece la empresa de karting. Para este caso la naturaleza de investigación a manejar es de tipo descriptivo.

### **3.3.1 Alcance de la Investigación**

Este estudio de mercado tendrá un alcance de tipo exploratorio, esto debido a que es un tema que no es muy recurrente en la ciudad, de hecho, pocas empresas se han arriesgado a implementar un tipo de negocio similar a este. Teniendo en cuenta esto, la investigación pretende lograr un entendimiento inicial sobre el problema y dar un sentido más claro a la idea de negocio.

### **3.3.2 Selección de la muestra**

En este análisis, la elección de una muestra adecuada cobra un rol de suma relevancia. En este sentido, se optará por un enfoque de muestreo probabilístico específicamente, el muestreo aleatorio simple. Este método se ajusta óptimamente a las necesidades del estudio, ya que en este escenario, cada individuo en la población de la ciudad comparte una probabilidad uniforme de ser escogido para integrar esta muestra.

En el caso de la participación de las universidades, no hacen parte específica de la muestra ya que al contar con su trabajo en la participación de proyectos y/o estudios realizados referentes a la idea de negocio, se pretende manejar un modelo de participación colaborativa en la que estas entren en el modelo de negocio como participación en eventos de carreras universitarias.

### **3.3.3 Población**

Según los datos proporcionados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el año 2018, específicamente en el informe de proyecciones de población que detalla cifras a nivel nacional, departamental, municipal y en subdivisiones como cabecera-resto (incluyendo centros poblados y áreas rurales dispersas), se estima que la población de

Tunja, Boyacá, para el año 2022 alcance la cifra de 180.568 residentes. De este total, 173.991 habitantes se distribuirán en la cabecera municipal, mientras que 7.719 habitantes estarán ubicados en centros poblados y áreas rurales dispersas.

Para el desarrollo de la investigación de mercado se toma como población aquellos habitantes de la cabecera municipal, es decir 173.991 en su totalidad, ya que la naturaleza de los servicios que se ofertan no llega a restringir a alguna parte en específico de los habitantes, sino que por lo contrario busca acoplar la mayor parte de estos, es por ello que el objetivo se enfoca en la totalidad de la población urbana de la ciudad de Tunja.

En este caso de estudio, se emplea la fórmula estadística diseñada para muestras de poblaciones finitas. A partir de la población total de la ciudad, se establecieron las variables de probabilidad de éxito y fracaso en un 50% para lograr un nivel de precisión, respaldado por un 95% de confianza, y considerando un margen de error del 10%.

Fórmula estadística para determinar población finita:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * E^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) * 173.991}{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) + 173.991 * (0,1)^2}$$

$$n = \frac{167100,95}{1740,87}$$

$$n = 95,98$$

Donde:

n = La muestra, (95).

N = Tamaño de la población (173.991).

Z = Nivel de confianza (95%), puntuación = 1,96.

P = Probabilidad de éxito, (50%).

Q = Probabilidad de fracaso (50%)

E = Margen de error (10%)

### **3.4 Herramientas o Instrumentos para el Análisis**

En el desarrollo de este estudio, se consideran diversas metodologías de recopilación de datos, entre las que se incluyen el uso de fuentes bibliográficas, la observación en primera instancia, así como la administración y posterior análisis de encuestas aplicadas a una muestra representativa de la población de Tunja, Boyacá.

#### **3.4.1 Fuentes de Información**

- Fuente primaria: Ciudadanos de Tunja, teniendo en cuenta opiniones y conocimientos gracias a su recurrencia en la ciudad.
- Fuente secundaria: Hace referencia a la información obtenida de otras investigaciones relacionadas con el tema de estudio, esto permite la amplitud de conocimiento, comprensión de temas que se manejen y una visión para el desarrollo de la investigación.

### 3.4.2 Encuesta

#### ENCUESTA PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE KARTING EN LA CIUDAD DE TUNJA-BOYACÁ

La siguiente encuesta tiene como propósito reconocer y evaluar la posible demanda de los servicios de karting que ofrecerá la empresa de karting, de igual manera entender la percepción y aceptación de la idea de negocio por parte de los encuestados.

Fecha de Nacimiento:

Estado Civil

Soltero      Casado      En una relación

1.      ¿Cuántas horas semanales dedica al ocio?

- Ninguna
- Dos horas
- Entre dos y cinco horas
- Entre cinco y diez horas
- Mas de diez horas

2.      ¿Qué días encuentra usted más cómodos para realizar actividades lúdicas y sociales?

(Selecciones máximo 2)

- Lunes
- Martes y miércoles.
- Jueves y viernes.

- Sábados.
  - Domingos y Festivos.
3. ¿De cuáles de las siguientes actividades lúdicas y sociales valoras más?
- Leer un libro
  - Recreación al aire libre
  - Cine o series.
  - Práctica deportiva.
  - Restaurantes y/o Bares.
  - Ir de compras.
  - Encuentro con amigos.
    - Jugar Videojuegos.
  - Otro (especifique).
6. ¿Está usted interesado usted en actividades deportivas con carácter lúdico y social?  
(Indique una puntuación de 0 a 5)
7. ¿Tiene usted conocimiento alguno sobre el mundo del deporte automovilístico?
- Sí.
  - No.
  - Conozco un poco.
8. ¿Ha practicado usted alguna vez el karting?

- Si.
  - No.
9. Si alguna vez has practicado con ellos, ¿con que frecuencia has acudido a ellos?
- Más de una vez al mes.
  - Cada seis meses.
  - Una vez al año.
10. Ante la posibilidad de la apertura de un circuito de karting y sus distintos servicios de entretenimiento en la ciudad de Tunja, ¿estaría usted a favor?
- Si.
  - No.
11. Teniendo en cuenta su comodidad y la de los habitantes de la ciudad, así mismo como la forma de desplazamiento a la pista de karting y el espacio que esta pueda ofrecer, ¿Dónde considera usted que se debería situar esta?
- A las afueras de la ciudad (saliendo de Tunja).
  - Dentro de la ciudad (Sector Norte).
  - ¿Otro? \_\_\_\_\_
13. ¿Cuáles son para usted aquellos factores más importantes a la hora de decantarse por un servicio de entretenimiento? (Marque mínimo 3)
- Facilidad de pago.

- Distancia.
- Calidad de servicio.
- Precio.
- Atención personalizada.
- Instalaciones.
- ¿Otro? \_\_\_\_\_

14. ¿Le gustaría usted encontrar un servicio de entretenimiento deportivo como el karting en el cual usted pueda alquilar un kart por un tiempo específico?

- Sí.
- No.
- Tal vez

15. Teniendo en cuenta la pregunta anterior, y la posibilidad de implementar un servicio de alta calidad, ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de servicio?

- Menos de \$15.000.
- Entre \$15.000 y \$25.000.
- Entre \$25.000 y \$35.000.
- ¿Otro rango? \_\_\_\_\_

16. ¿Le gustaría ver o participar en competencias de karting entre universidades / colegios o competencias realizadas por equipos en general?

- Si.
- No.

17. Teniendo en el punto anterior, ¿le gustaría disfrutar de eventos de karting como carreras y shows de entretenimiento, siendo usted parte del público o participando en la carrera?

- Si.
- No.
- Tal vez.

18. Si usted pagara una entrada para asistir a un evento de karting como anteriormente se mencionó, ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la entrada?

- Menos de \$10.000.
- Entre \$10.000 y 25.000.
- Entre \$25.000 y 35.000.

19. Con la posibilidad de implementar una escuela de karting, ¿consideraría usted la posibilidad de aprender del mundo del automovilismo mediante el karting?

- Me gustaría aprender.
- No lo considero necesario.
- Otra: \_\_\_\_\_

20. Si usted es padre de familia ¿consideraría una opción a la escuela de karting por encima de los deportes habituales (fútbol, basquetbol, tenis.)?

- Lo consideraría como una opción fuerte.
- Lo consideraría como una opción a la altura.
- Lo consideraría como una opción descartable.
  - Otra: \_\_\_\_\_

21. Si usted considera la escuela de karting como una opción, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en total por un curso de karting profesional?

- Menos de \$600.000
  - Entre \$650.000 y \$750.000.
  - Entre \$750.000 y \$850.000.

### **3.5 Comportamiento Histórico**

#### **3.5.1 Segmentación de Mercado**

Para el presente plan de negocio se pretende segmentar el mercado para cuatro servicios en específico, alquiler de karting, escuela de karting, eventos de karting y entradas de eventos de karting. Como anteriormente se mencionó, uno de los objetivos es ofrecer estos servicios a cada habitante de la ciudad, sin embargo, no todos estos pueden ser totalmente accesibles, es por ello que se decide tener una visión de segmento de mercado para aquellas personas que están interesadas en adquirir un servicio de entretenimiento distinto a bares y/o restaurantes y que les interese el deporte en general o el automovilismo. Esto también incluye a personas que quieran practicar un nuevo deporte como hobby o actividad externa a su diario vivir.

Como bien se sabe, el automovilismo es uno de los deportes más costosos alrededor del mundo y no todas las personas pueden pensar en tener una carrera en este, para este tipo de

servicio se necesita más que un pago normal por alquiler, en ocasiones los mismos pilotos deben proveer el kart por ellos mismos y usar la pista aparte, es por ello que se decide segmentar el mercado a ciertas personas que puedan o tengan la capacidad de adquirir este tipo de servicio.

### 3.5.2 Consumo aparente

Según (MUÑOZ, 2015), “es un indicador de la cantidad de producto disponible para ser consumido durante cierto periodo, calculado en base a la suma de la producción nacional e importaciones, menos la cantidad exportada.” Este permite hacer una estimación de lo consumido por una población en determinado tiempo, utilizando valores de producción y de comercio internacional, también conocido como importaciones y exportaciones.

Teniendo en cuenta que esta idea de negocio se enfoca en ofrecer un servicio de karting, el desarrollo de este punto se verá influenciado por este viéndose cambios y propuestas cercanas que ayuden a su resolución.

El consumo aparente como anteriormente se mencionó, se enfoca en hacer una estimación de lo consumido por una población basándose en la siguiente fórmula:

$$Ca = P + I - E + \Delta i.$$

Esta fórmula como se puede apreciar, está compuesta por producción, importaciones y exportaciones, a pesar de ello su aportación no resulta de mucha utilidad en esta idea de negocio.

Según (MIRANDA, 2005), “Cabe anotar que para proyectos nuevos de “prestación de servicios”, el concepto de consumo aparente no resulta de mucha utilidad y, en tal circunstancia, se aconseja abordar el estudio de demanda estimando la magnitud de la necesidad.”

Teniendo en cuenta esto, se realizó una entrevista a la única empresa dedicada al alquiler de karts en Tunja, Andretti Karts.

Gracias a la colaboración de la responsable de Andretti Karts, se pudo obtener datos cruciales para el desarrollo de este punto en específico.

A partir de lo mencionado por el autor Juan José Miranda Miranda, lo que se hizo fue hacer una aproximación de lo que sería la demanda que esta empresa tiene diariamente y aproximarla a un número anual de clientes, dando así la posibilidad de obtener una demanda anual del servicio de alquiler de karts.

### **Demanda Diaria Alquiler de Karting.**

30 – 40 Personas

Demanda Anual (Tomando 35 personas diarias como referencia)

$35 \times 365 = 12.775$  Personas al año.

Consumo Aparente = 12.775

Se debe mencionar el hecho de que este consumo aparente se relaciona con el número de personas que llegan a usar el servicio de alquiler de karting, sin embargo, para lograr un consumo aparente de cada servicio se hace un poco más complicado debido a la falta de información. Para lograr encontrar el consumo aparente de los dos servicios restantes se tomará como referencia en primer lugar las encuestas realizadas y otras empresas de karting que realicen o tengan similitud en los servicios que ofrecen.

### **Demanda diaria Escuela de Karting**

Si de las 95 personas encuestadas, 48 respondieron y 29 están dispuestas a adquirir el servicio de escuela de karting, entonces podemos calcular el porcentaje de personas dispuestas a adquirir el servicio en base a la población total de la ciudad.

Para ello, podemos usar la siguiente fórmula:

% de personas dispuestas a adquirir el servicio = (número de personas dispuestas a adquirir el servicio / población total de la ciudad) x 100

% de personas dispuestas a adquirir el servicio =  $(29 / 173,991) \times 100 = 0.0167 \times 100 = 1.67\%$

Esto significa que aproximadamente el 1.67% de la población de la ciudad estaría dispuesta a adquirir el servicio de escuela de karting.

Si consideramos que la escuela de karting puede ofrecer sus servicios durante 6 días a la semana, y que cada día se realizan 3 sesiones de 3 horas cada una, podemos estimar la demanda diaria de la siguiente manera:

Demanda = (Número total de personas dispuestas a adquirir el servicio) / (Número total de sesiones diarias)

Demanda =  $(0.0167 \times 173,991) / (6 \times 3) = 79.44 / 18 = 4.41$  personas por sesión

Por lo tanto, podemos estimar que la demanda diaria para la escuela de karting sería de aproximadamente 4 o 5 personas por sesión.

Demanda Anual (Tomando 4 personas diarias como referencia)

$4 \times 365 = 1.460$  Personas al año.

Consumo Aparente = 1.460.

### **Demanda Diaria de Entradas en Eventos de Karting**

Cada evento que se realizará tendrá un estimativo para cada competición (universitaria y profesional), teniendo en cuenta la dimensión del evento.

Para la competición universitaria se estima una participación entre 20 y 50 espectadores, y para los eventos de competición entre 50 y 100 espectadores.

Dado que se realiza una carrera universitaria cada 2 meses con un rango de 20 a 50 espectadores, podemos estimar una demanda diaria de entre 0.3 y 0.8 espectadores por día (considerando que un mes tiene 30 días).

En cuanto a las carreras de competición profesional, se realiza entre 1 y 2 carreras al mes con un rango de 50 a 100 espectadores, lo que resulta en una demanda diaria de entre 1.7 y 3.3 espectadores por día (considerando un mes de 30 días).

Por lo tanto, la demanda diaria total de entradas de eventos de karting sería de entre 2 y 4.1 espectadores por día, dependiendo del mes y la cantidad de eventos que se lleven a cabo.

Demanda Anual (Tomando 2 personas diarias como referencia)

$$2 \times 365 = 730 \text{ Personas al año.}$$

$$\text{Consumo Aparente} = 730$$

### **Demanda Diaria Eventos de Karting**

### **Demanda Diaria Competición de Universidades.**

Si cada universidad participa con dos autos, entonces el número total de autos en el evento universitario de competición de karting será:

$$5 \text{ universidades} \times 2 \text{ autos/universidad} = 10 \text{ autos}$$

Dado que se realizan 6 carreras al año, la demanda diaria del evento universitario de competición de karting se calcula de la siguiente manera:

6 carreras al año / 365 días al año = 0.0164 carreras por día

Como no es posible realizar una fracción de carrera, se podría decir que la demanda diaria es de 1 carrera cada 61 días (aproximadamente). Es decir, que el evento universitario de competición de karting se llevará a cabo aproximadamente cada 2 meses.

Demanda anual = 60 personas al año.

Consumo aparente = 60.

### **Demanda Diaria Eventos de Cumpleaños / Celebración.**

Si se alquila la pista por 15 minutos para un cumpleaños con 12 autos y si se asume que hay una demanda de 2 eventos de cumpleaños por día, entonces la demanda diaria para este tipo de evento sería de 24 personas.

Demanda diaria = 24 personas

Demanda anual =  $24 \times 365 = 8760$  personas al año.

Consumo Aparente = 8.760.

### **Demanda Diaria Eventos de Competición Profesional.**

Suponiendo que se realizan 1 carrera por mes, y que hay 4 categorías distintas, cada una con 12 personas corriendo, entonces el número total de personas participando en cada carrera sería:

4 categorías x 12 personas por categoría = 48 personas por carrera

Por lo tanto, la demanda diaria de eventos de competición de karting sería:

48 personas por carrera x 1 o 2 carreras por mes = 48 o 96 personas por mes

Es importante tener en cuenta que esta es solo una estimación y que la demanda real puede variar según varios factores como la popularidad del deporte en la zona, la temporada del año, la disponibilidad de los corredores, entre otros. Para este caso tomaremos en cuenta que se realiza una carrera al mes.

Demanda diaria = 1.6 personas.

Demanda anual =  $1.6 \times 365 = 584$  personas.

Consumo aparente = 584

Para hacer una estimación total, el consumo aparente total de eventos es:

Consumo aparente eventos = 2.116

### **Demanda Diaria de Entradas para Eventos de Karting**

Para estimar la demanda diaria realista, primero, se debe calcular la proporción de personas que estarían interesadas en adquirir el servicio de entrada a eventos de karting en Tunja.

Luego, usaremos esta proporción para calcular la demanda diaria esperada.

Calcular la proporción de interesados en el servicio de karting:

$$\begin{aligned} \text{Proporción de interesados} &= (\text{Personas interesadas en el servicio} / \text{Total de personas encuestadas}) \\ &= (78 / 95) \approx 0.821 \end{aligned}$$

Calcular la estimación de la población interesada en el servicio de karting en Tunja:

$$\text{Población interesada} = \text{Proporción de interesados} * \text{Población total} = 0.821 * 173,991 \approx 142,765$$

Calcular la demanda diaria esperada considerando la cantidad de eventos al mes:

Supongamos que el número de eventos al mes se encuentra en el punto medio (1.5 eventos al mes).

Demanda diaria esperada = Población interesada / (Número de eventos al mes \* Días del mes)

Demanda diaria esperada =  $142,765 / (1.5 * 30) \approx 3,185$

Realismo de la estimación:

Dado que el objetivo es mantener la demanda diaria en un número realista, se tomará como base un número entre 100 y 200 personas máximo por evento, ya que es evidente que no todas las personas adquirirían el servicio, se necesita ajustar la frecuencia de los eventos para lograrlo.

Si se realizan entre 1 y 2 eventos al mes y asisten aproximadamente 150 personas por evento, podemos calcular la demanda diaria promedio de personas que adquieren el servicio de karting de la siguiente manera:

realiza el evento al mes)

Demanda diaria promedio =  $150 \text{ personas} / 30 \text{ días (aproximadamente)} \approx 5 \text{ personas por día}$

Por lo tanto, en un escenario donde hay 1 evento al mes y asisten aproximadamente 150 personas por evento, la demanda diaria promedio de personas que adquieren el servicio de karting sería de aproximadamente 5 personas por día.

Demanda anual =  $150 \times 12 = 1800 \text{ personas}$

Consumo aparente = 1.800.

Ahora el consumo total aparente de todos los servicios es de:

Consumo total aparente = 12.775 + 1460 + 2116 + 1.800

**Consumo total aparente = 18.151.**

### **3.5.3 Consumo per cápita**

Al calcular el consumo per cápita para este análisis, se utiliza como punto de partida la estimación anual del consumo aparente de cada servicio. Esto equivale a un consumo total aparente anual de 16.351. A partir de esta cifra, se divide entre el tamaño total del mercado objetivo para la propuesta de Kart Kings (150.154), que representa el 86,3% de la población total de la cabecera municipal (173.991) de Tunja. Esto refleja el porcentaje de ciudadanos de Tunja que muestran interés en adquirir los servicios de karting.

Formula

$$C_p = C_a / D_p$$

$$C_p = 16.351 / 150.154$$

$$C_p = 0.1089$$

Como se puede observar el consumo per cápita da un resultado de 0,1089, haciendo esta referencia a el consumo por cabeza, o por persona que tiene a lo largo del año.

## **3.6 Características Teóricas de la Demanda**

### **3.6.1 Función de la Demanda**

Para el cálculo de la función de la demanda, se toma como referente el presupuesto que las personas encuestadas están dispuestas a pagar por el servicio de karting y de igual forma precios de otras empresas de karting que ofrecen servicios similares. Para este caso se deberá tomar 3 modelos independientes teniendo en cuenta que son tres tipos de servicio que se ofrecen.

Para el primer servicio, alquiler de karting, 54,7% de los encuestados respondieron que están dispuestos a pagar entre un rango de \$15.000 pesos y \$25.000 pesos, de igual manera se tienen en cuenta el otro 33,7 % los cuales respondieron entre un rango de \$25.000 pesos y \$35.000 pesos.

Teniendo en cuenta lo anterior la cantidad se plasmará en los porcentajes, es decir el número de personas que eligieron el rango de precios en la encuesta en relación al total de la cabecera municipal, es decir (173,991).

Teniendo en cuenta estos datos se realizará la función de la demanda en base a lo siguiente:

***Tabla 1***

*Función de la Demanda Alquiler de Karting*

<b>No.</b>	<b>Q (cantidad personas)</b>	<b>P(precio)</b>
<b>1</b>	95.173	\$ 15.000
<b>2</b>	58.634	\$ 25.000

Para el segundo servicio, escuela de karting, 46,8% de los encuestados respondieron que están dispuestos a pagar entre un rango de \$650.000 pesos y \$750.000 pesos, de igual manera se tienen en cuenta el otro 29,8% los cuales respondieron entre un rango de \$750.000 pesos y \$850.000 pesos. Por último, un 23,4% respondió menos de \$600.000 pesos.

**Tabla 2***Función de la Demanda Escuela de Karting*

---

<b>No.</b>	<b>Q (cantidad personas)</b>	<b>P(precio)</b>
<b>1</b>	81.428	650.000
<b>2</b>	51.936	750.000

---

Para el tercer servicio, eventos de karting, se hicieron distintas preguntas sobre esto, sin embargo, fue difícil encontrar la manera de buscar un precio destinado a los eventos de carreras, es decir, alquiler de pista para carreras de competición. Para determinar la función de la demanda lo que se hará es tomar en cuenta tanto la encuesta realizada como precios de otras empresas que ofrecen este tipo de servicio. Según la encuesta realizada, el 82,1% de las personas están dispuestas a participar (espectador o participante), esto representa una demanda potencial.

Para el desarrollo de este punto es necesario que se realice desde dos perspectivas, por un lado, el espectador y por otro el participante.

El 64,2% de los encuestados respondieron que están dispuestos a pagar entre \$15.000 y \$25.000 pesos por una entrada a un evento de karting, un 29,5% entre \$25.000 y \$35.000 pesos, y un 6,3% menos de \$10.000 pesos.

**Tabla 3***Función de la Demanda Eventos de Karting Entradas*

No.	Q (cantidad personas)	P(precio)
1	111.701	15.000
2	51.343	25.000

Para el alquiler de la pista para eventos es muy complicado hacer una estimación de la demanda debido a la falta de datos estimativos en la cantidad y los precios, sin embargo, en el estudio financiero esto se especificará, dando a entender un aproximado de carreras a realizarse y sus respectivos costos.

### 3.6.2 Determinación de la Ecuación de la Demanda

#### Alquiler de Karting

Ecuación de la demanda

Pendiente

$$Y - Y_1 = m (X - X_1).$$

$$M = \frac{Y_2 - Y_1}{X_2 - X_1}$$

$$M = (15.000 - 25.000) / (95.173 - 58.634)$$

$$M = - 10.000 / (36.499)$$

$$Y - Y_1 = M (X - X_1)$$

$$Y - 25.000 = - 10.000 / (36.499) (X - 95.173)$$

$$Y = - 10.000 / (36.499) X - 3473.719 + 25.000$$

$$Y = - 10.000 / (36.499) X + 21526.280$$

$$P = - 10.000/ (36.499) Q + 21526.280$$

### Escuela de Karting

Ecuación de la demanda

Pendiente

$$Y - Y1 = m (X-X1).$$

$$M = \frac{Y2 - Y1}{X2 - X1}$$

$$M = (650.000 - 750.000) / (81.428 - 51.936)$$

$$M = - 100.000/ (29.492)$$

$$Y - Y1 = M (X - X1)$$

$$Y - 750.000 = - 100.000/ (29.492) (X - 81.428)$$

$$Y = - 100.000/ (29.492) X - 2401.474 + 750.000$$

$$Y = - 100.000/ (29.492) X + 747598.525$$

$$P = - 100.000/ (29.492) Q + 747598.525$$

### Eventos de Karting (entradas)

Ecuación de la demanda

Pendiente

$$Y - Y1 = m (X-X1).$$

$$M = \frac{Y2 - Y1}{X2 - X1}$$

$$M = (15.000 - 25.000) / (111.701 - 51.343)$$

$$M = - 10.000/ (60.358)$$

$$Y - Y1 = M (X - X1)$$

$$Y - 25.000 = - 10.000/ (60.358) (X - 111.701)$$

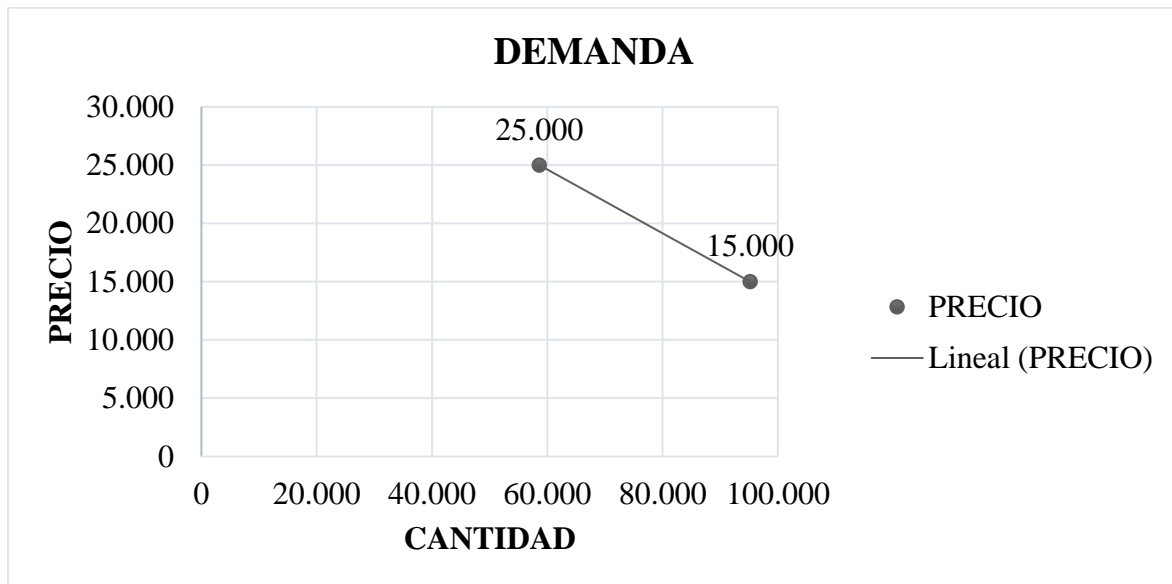
$$Y = - 10.000/ (60.358) X - 6681.690 + 25.000$$

$$Y = - 10.000/ (60.358) X + 18318.31$$

$$P = - 10.000/ (60.358) Q + 18318.31$$

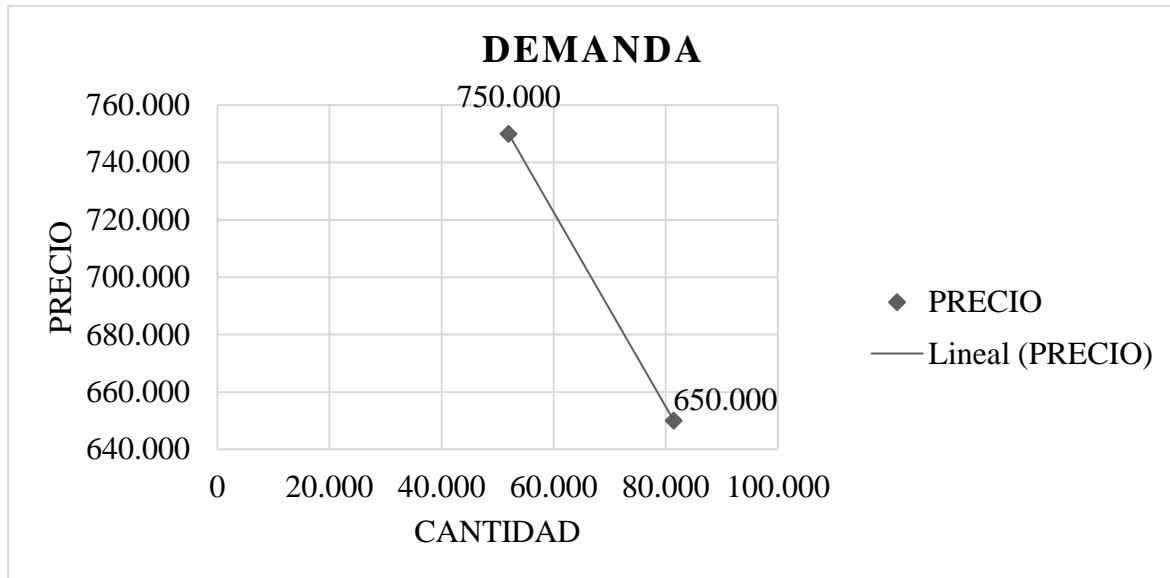
***Ilustración 1***

*Representación de la función de la demanda alquiler de kartings.*



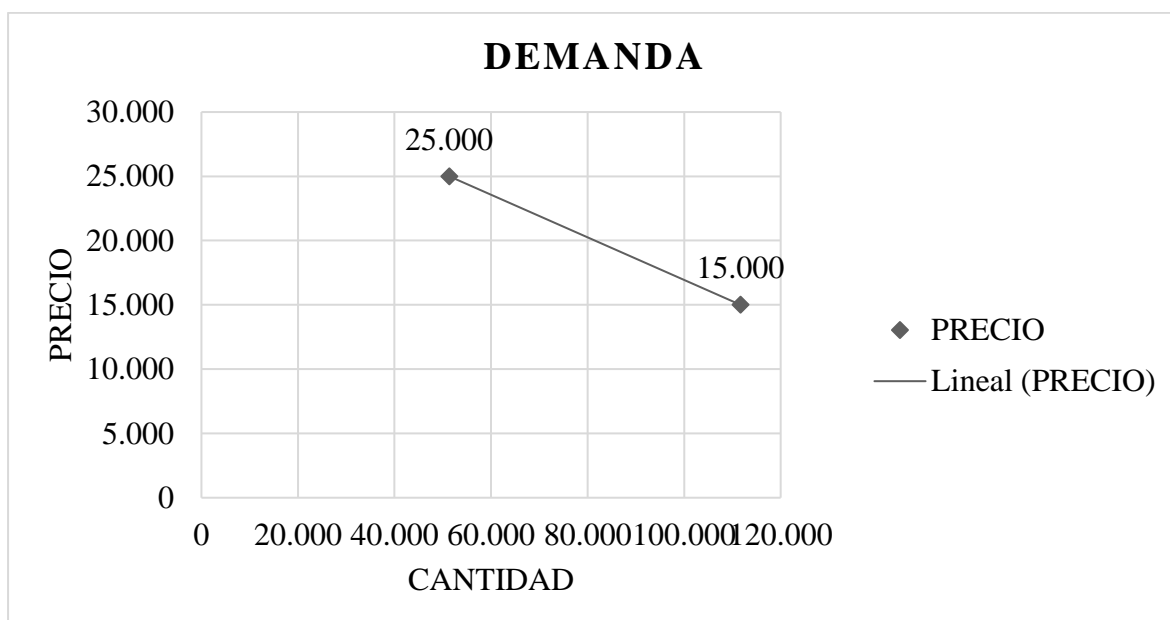
**Ilustración 2**

*Representación de la función de la demanda Escuela de karting.*



**Ilustración 3**

*Representación de la Función de la Demanda Eventos de Karting (Entradas).*



### 3.6.3 Función de Ingreso

Para el desarrollo de la función de ingreso, se toma el valor de consumo aparente anual y los precios a tomar se toman en referencia al valor mínimo de venta propuesto por la competencia o mínimo propuesto por KartKings, para así hacer una evaluación realista y no tan optimista.

Luego en el estudio financiero si aplicarán los precios finales que KartKings ofrecerá en sus distintos servicios.

#### **Alquiler de Karts.**

Según la entrevista realizada a Andretti Karts, el consumo aparente se encuentra alrededor de 12.775 y el precio unitario de su servicio más económico el cual cuesta \$15.000.

$$I = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$$

$$I = \$15.000 \times 12775$$

$$I = \$191.625.000$$

#### **Escuela de Karting**

Para este se tomará en cuenta la encuesta realizada (46,8% entre \$650.000 y \$750.000) y los precios que ofrece Andretti Karts (850.000), para obtener un estimado entre los dos (800.000)

$$I = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$$

$$I = \$800.000 \times 1.460.$$

$$I = \$1.168.000,000$$

## Eventos de Karting

Para este servicio se tendrá en cuenta las dos perspectivas, por un lado, la parte de profesional, es decir eventos de competición, y por otro lado la parte de espectadores. Para obtener un resultado estimado lo que se hará es tomar como referencia algunos precios de la competencia.

Competiciones Universidades:

$I = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$

$I = \$300.000 \times 60.$

$I = \$18.000.000$

En este caso se toma como referencia el número de autos que compiten es decir al ser 5 universidades, cada una compite con dos autos, pagando un precio de inscripción y compitiendo en 6 carreras al año.

Competición Profesional

$I = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$

$I = \$5.000.000 \times 12.$

$I = \$60.000.000$

En este caso se toma como referencia el número de carreras que se realizaran al año, estimando una carrera por mes (lo mínimo), pagando un precio de alquiler de pista a la competición, dentro de esta tendrá acceso a un día completo de aprovechamiento de pista.

Eventos cumpleaños.

$I = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$

$I = \$500.000 \times 550.$

$I = \$275.000.000$

Para este caso se toma como referencia el número de eventos que se realizan al año, teniendo en cuenta una estimación de entre 1 y 2 eventos al día, estos eventos tienen un valor que puede rondar entre los \$400.000 y \$600.000 pesos dependiendo el número de autos que corran en la pista. Su tiempo de duración será de 15 minutos.

Ahora se hará la función de ingreso para las entradas de los espectadores en los eventos de competición.

$I = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$

$I = \$15.000 \times 730.$

$I = \$ 27.000.000.$

En este caso los datos hacen referencia al precio por entrada y un número estimado de espectadores para los diferentes eventos de competición.

### **3.6.4 Elasticidad de la Demanda**

#### **Alquiler de Kartings**

Para analizar la relación entre el aumento en la cantidad demandada del servicio y su variación en el precio, se emplean los puntos de la curva de demanda indicados en la función de demanda. En este contexto, se considera una cantidad inicial de 95.173 unidades del servicio a un precio total de \$15.000 pesos. Además, se observa una variación en la cantidad de 58.632 unidades del servicio junto con un ajuste en el precio total a \$25.000 pesos.

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P).$$

$$\Delta X = 58.634 - 95.173$$

$$\Delta X = - 36.539$$

$$\Delta P = 25.000 - 15.000$$

$$\Delta P = 10.000$$

$$\Delta X / X = - 36.539 / 95.173$$

$$\Delta X / X = - 38,39\%$$

$$\Delta P / P = 10.000 / 15.000$$

$$\Delta P / P = 66,66\%$$

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P)$$

$$E_p = (- 36.539 / 95.173) / (10.000 / 15.000)$$

$$E_p = - 57,58 \%$$

Los datos obtenidos señalan que un incremento del 66,66% en el precio se traduce en una reducción aproximada del 38,39% en la cantidad demandada. En consecuencia, la elasticidad se establece en -57,58%, lo que indica que la cantidad varía en un porcentaje equivalente ante un aumento en el precio del servicio.

### **Escuela de Karting**

Con el fin de determinar cómo cambia el porcentaje de aumento en la cantidad demandada del servicio en relación con la variación porcentual del precio, se utilizan los valores de la curva de demanda representados en la función correspondiente. En este contexto,

consideramos una cantidad inicial de 81.428 unidades del servicio a un precio total de \$650.000 pesos. Posteriormente, se observa una variación en la cantidad de 51.936 unidades del servicio junto con un ajuste en el precio total a \$750.000 pesos.

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P).$$

$$\Delta X = 51.936 - 81.428$$

$$\Delta X = - 29.492.$$

$$\Delta P = 750.000 - 650.000$$

$$\Delta P = 100.000$$

$$\Delta X / X = - 29.492 / 81.428$$

$$\Delta X / X = - 36,2\%$$

$$\Delta P / P = 100.000 / 650.000$$

$$\Delta P / P = 15,3\%$$

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P)$$

$$E_p = (- 29.492 / 81.428) / (100.000 / 650.000)$$

$$E_p = - 21,9\%$$

Los datos obtenidos reflejan que un aumento del 15,3% en el precio conlleva una reducción cercana al 36,2% en la cantidad demandada. Como resultado, la elasticidad se establece en -21,9%, lo que implica que la cantidad variará en un porcentaje equivalente ante un aumento en el precio del servicio.

**Eventos de Karting (entradas)**

Con el propósito de calcular cómo cambia el porcentaje de incremento en la cantidad demandada del servicio en relación con la variación porcentual del precio, consideramos los valores de los puntos en la curva de demanda representados en la función correspondiente. Inicialmente, tenemos una cantidad de 111.701 unidades del servicio a un precio total de \$15.000 pesos. Luego, se observa una modificación en la cantidad, con un aumento de 51.343 unidades del servicio, acompañado de un ajuste en el precio total a \$25.000 pesos.

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P).$$

$$\Delta X = 51.343 - 111.701$$

$$\Delta X = - 60,358$$

$$\Delta P = 25.000 - 15.000$$

$$\Delta P = 10.000$$

$$\Delta X / X = - 60,358 / 111.701$$

$$\Delta X / X = - 54,01\%$$

$$\Delta P / P = 10.000 / 15.000$$

$$\Delta P / P = 66.67\%$$

$$E_p = (\Delta X / X) / (\Delta P / P)$$

$$E_p = (- 60,358 / 111.701) / (10.000 / 15.000)$$

$$E_p = - 81\%.$$

Los datos revelados muestran que si el precio aumenta en un 66.67%, la cantidad demandada disminuye alrededor de un 54.01%. Como resultado, la elasticidad se sitúa en -81%, lo que significa que la variación de la cantidad disminuirá en ese mismo porcentaje en respuesta a un incremento en el precio del servicio.

### 3.6.5 Estimación de la Demanda Futura

Para prever la demanda futura proyectada entre los años 2022 y 2032, nos basamos en el incremento de la población en la cabecera municipal de Tunja durante los años posteriores, utilizando los datos proporcionados por el DANE para el período de 2018 a 2023. A partir de esta información, calculamos el porcentaje de crecimiento y lo aplicamos al consumo aparente del producto, como se detalla en la tabla siguiente.

**Tabla 4**

#### *Crecimiento Poblacional*

AÑO	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C. APARENTE
2022	173.991	-	16.351
2023	175.150	0,67%	16.461
2024	177.130	1,13%	16.647
2025	179.214	1,18%	16.843
2026	181.218	1,12%	17.032
2027	183.106	1,04%	17.209
2028	184.887	0,97%	17.376
2029	186.515	0,88%	17.529
2030	188.027	0,81%	17.671
2031	189.431	0,75%	17.803
2032	190.808	0,73%	17.933
2033	192.118	0,69%	18.057
2034	193.372	0,65%	18.174

Considerando la proyección de crecimiento poblacional, se anticipa un incremento aproximado del 1% en el consumo aparente cada año. No obstante, es esencial comprender que en un entorno de mercado normal, diversos factores de índole micro o macroeconómica, tanto internos como externos, podrían incidir y alterar la estimación previamente expuesta.

#### **4. Análisis de la Oferta**

##### **4.1 Objetivo**

El objetivo de este análisis de mercado es identificar las condiciones y el volumen de oferta en el ámbito del entretenimiento, en particular en el ámbito deportivo, en la localidad de Tunja, Boyacá. Se busca evaluar tanto la competitividad como la receptividad del mercado en términos de disponibilidad y demanda.

##### **4.2 Metodología de Análisis a Aplicar**

La metodología a utilizar como análisis de la oferta será la cualitativa, esta permite evaluar e interpretar aquella información adquirida por medio de la encuesta realizada. Los principales factores a analizar dentro de este estudio se enfocan al comportamiento histórico, características del mercado y mercado de insumos, competencia actual y proveedores.

###### **4.2.1 Población y Muestra**

Según los datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 2018, para Tunja, Boyacá, considerando desgloses nacionales, departamentales, municipales y entre cabecera y zonas rurales (centros poblados y dispersos), se proyecta una población de 180.568 personas en 2022. Esto se distribuye con 173.991 en la cabecera municipal y 7.719 en centros poblados y áreas rurales.

En este estudio, se seleccionaron 95 residentes de Tunja para participar en una encuesta sobre sus opiniones sobre el sector del entretenimiento, específicamente enfocado en el modelo de negocio de la empresa de karting.

Actualmente existen distintitos recintos que ofrecen entretenimiento a los habitantes de la ciudad de Tunja como los son centros comerciales, bares, discotecas, cines, entre otros, sin embargo, solo se encuentra un establecimiento el cual ofrece el alquiler de karts, llamado Andretti Karts. Teniendo como base estos datos se realizará un análisis del factor de competencia existente actual.

Para realizar la recolección de información en actual análisis se tendrá en cuenta la observación directa y algunas entrevistas, con el fin de tener una visión del panorama actual del mercado de entretenimiento en Tunja.

### **4.3 Herramientas o Instrumentos de Análisis**

Para realizar este análisis se utilizará como herramienta una matriz que permita estudiar la competencia de la empresa de karting, aquellos establecimientos que ofrezcan servicios de entretenimiento en la ciudad de Tunja, de igual forma se hará uso de las encuestas anteriormente aplicadas, permitiendo de igual forma tener una perspectiva de los posibles clientes.

### **4.4 Proveedores Actuales, Análisis de la Competencia y Análisis de Competitividad de los Oferentes Actuales**

#### **4.4.1 Proveedores Actuales**

Hay que tener en cuenta que para KartKings su núcleo gira en torno a los karts y sus distintos servicios, es por ello que el porcentaje mayor de proveedores tendrán que ver entonces

con mantenimiento y construcción de karts. Es de importancia mencionar que los autos serán proveídos por parte de Sodikart.

Dentro de Colombia no existen muchas empresas dedicadas a proveer partes específicas para karts, sin embargo, las partes para su mantenimiento no llegan a ser tan difíciles de conseguir.

Normalmente las partes que se necesitan para mantenimiento de karts se pueden conseguir con empresas que se dedican a la fabricación de autopartes, incluso empresas ya dedicadas al mundo del deporte automovilístico proveen algunos suministros básicos para empresas o personas externas al modelo de negocio.

Dentro de Colombia según (Infobae, 2022), *“Hay cerca de 600 empresas en la actividad de fabricación de autopartes y accesorios para vehículos; más de 4.800 empresas en la actividad de mantenimiento y reparación de vehículos y motos, y aproximadamente 6.400 en la actividad de comercio de autopartes y accesorios para vehículos.”*

Teniendo esto en cuenta la posibilidad de adquirir partes de repuesto y demás componentes para la construcción y mantenimiento del núcleo del negocio tiende a ser relativamente sencilla, con posibilidad de encontrar variedad de precios y calidad de productos.

#### **4.4.2 Proveedores con Suministros Básicos para la Producción**

Ya que esta idea de negocio se enfoca en ofrecer servicios enfocados al deporte del karting, se entiende que no existe una producción de producto, sin embargo, existen suministros necesarios para la realización de estos servicios.

Los proveedores en este sentido se encuentran divididos por las distintas partes de mantenimiento de un kart como se muestra a continuación.

**Tabla 5***Proveedores y Suministros Básicos*

<b>Parte</b>	<b>Proveedor</b>	<b>PRECIO UND</b>	<b>Contacto</b>
Chasis	Kart Republic Colombia	\$ 900.000	3023611480
Kit de Dirección	AutoSport	\$ 360.000	3044654901
Motor	Maquitec de Colombia SAS	\$ 2.219.000	3185175929
Neumáticos	XPR Colombia	\$ 50.000	3101234567
Husillos	Bigtronica	\$ 170.000	3156435352
Rueda de espigas	Bigtronica	\$ 170.000	3156435352
Cadena	Bigtronica	\$ 80.000	3156435352
Kit de freno	Ocompra.com	\$ 456.000	Internet
Eje vivo	Facebook, EBay, Mercado libre	\$ 370.000	Internet
Pedales	Ocompra.com	\$ 160.000	Internet
Asiento	AutoSport	\$ 212.000	3044654901
Cable del acelerador	Ocompra.com	\$ 130.000	Internet
Casco	AutoSport	\$ 215.900	3044654901
Guantes	AutoSport	\$ 57.000	3044654901
Overol	AutoSport	\$ 87.000	3044654901
Botas	AutoSport	\$ 175.000	3044654901

Estos son elementos son los que componen cada parte del kart, por ende, es necesario mencionar que cada uno cuenta como repuesto al momento de que se haga el mantenimiento de

kart, sin embargo, las únicas partes que tienen a contar con mayor necesidad para la realización del servicio son los neumáticos, estos serán proveídos por la empresa XRP Colombia, la cual cuenta con este servicio, estos neumáticos tienen una duración entre 3-4 días a rendimiento máximo.

El equipo de igual forma es esencial sobre todo para el uso de los karts. Para el servicio de alquiler solo será necesario el casco y se desea los guantes, sin embargo, para el servicio de escuela de karting será necesario todo el conjunto (overol, botas, guantes y casco).

Teniendo esto en cuenta las otras partes que componen el kart no suelen tener un desgaste tan alto y pueden llegar a tener una duración más larga, proporcionando así una mejor fiabilidad.

KartKings busca ofrecer a los clientes la mejor experiencia con los mejores vehículos y la mejor fiabilidad existente. Es por ello que su proveedor principal de karts será Sodikart, una empresa francesa dedicada a la venta de karts comerciales y de competición en el mundo. Actualmente cuenta con una sede latinoamericana ubicada en el país de Chile.

Esta empresa es la más grande del mundo respecto a autos karts, ya sea de competición o de alquiler. Para este plan de negocio se decide utilizar el auto SR4 el cual provee una velocidad y fiabilidad a la altura y permite de igual forma ofrecerle al cliente la mejor experiencia de Racing.

Con esta empresa se pudo contactar para encontrar los distintos precios y también discutir la información técnica de cada uno de los karts que ofrecen (Anexo 5).

Sodikart

Jean-Robert

jrchaubadindeguy@sodikart.com

+1 809 782 9587

#### **4.4.3 Análisis de la Competencia**

Para la realización del análisis de competencia es necesario mencionar que como competencia directa dentro de la ciudad de Tunja solo existe una sola empresa que se dedique al karting como negocio (Andretti Karts), además cabe recalcar, que mediante la entrevista que se le realizó a la responsable de esta empresa se mencionó en un momento que los socios y dueños del negocio tenían planeado en un futuro muy cercano dejar sus actuales instalaciones y construir unas nuevas en el municipio de Villa de Leyva, Boyacá.

A pesar de esto y teniendo en cuenta el futuro de esta empresa, ya que se encuentra situada dentro del mismo departamento se tomará como competencia, la competencia directa de Kartkings, ya que su modelo de negocio es muy similar al propuesto en este plan de negocios.

KartKings es denominado como una empresa dedicada al ocio y entretenimiento deportivo, el cual, según el DANE, se encuentra dentro de la categoría de entretenimiento, deporte y demás actividades recreativas. Es por ello que para el análisis de competencia no solo se tendrá en cuenta la empresa Andretti Karts, sino que, además, se añadirán distintas empresas dedicadas al entretenimiento y al ocio.

Con el propósito de llevar a cabo este análisis, se eligieron 6 establecimientos comerciales en la ciudad de Tunja, todos ellos clasificados dentro de la categoría de entretenimiento, deportes y otras actividades de ocio. Se realizó una serie de visitas a cada uno de estos establecimientos durante un periodo determinado, con el fin de comprender y evaluar distintos aspectos como su ambiente, gama de productos, servicios, tecnología utilizada y el perfil de sus clientes.

**Tabla 6***Análisis de Dimensión*

<b>Establecimiento</b>	<b>Aspecto a Analizar (Dimensión / Ambiente)</b>
Andretti Karts	Instalaciones bastante deterioradas, poca decoración o interés en lo estético, excelente ubicación en sector norte, espacio relativamente bueno.
Estadio 49	Instalaciones semi-modernas, espacio muy bien distribuido, buena cantidad de sillas y parqueadero, buena iluminación y estado del césped sintético. Su ubicación en el sector norte le permite facilidad de acceso.
Madame Lilli	Instalaciones en excelente estado, espacio relativamente bueno, ambiente confortable y elegante con distinciones en diseño, iluminación acorde al lugar. Su ubicación le permite buena accesibilidad (zona norte, cc. Viva Tunja)
La Cordillera	Instalaciones modernas, espacio reducido pero acogedor, calidad de muebles y máquinas, iluminación un poco apagada sin embargo crea un ambiente único. Su ubicación en el centro de la ciudad no es tan favorable ya que la priva de la clientela.
Royal Films	Instalaciones modernas acordes a un cine tradicional, espacios amplios y limpios, sillas y pantallas de calidad, ambiente acogedor. Ubicación zona norte en cc. Viva Tunja.
Bruder	Cuenta con instalaciones bastante llamativas en cada una de sus sedes, con modernidad y ambiente acogedor, espacios relativamente amplios e iluminación acorde, calidad de muebles y demás. Cuenta con múltiples ubicaciones en la ciudad, sin embargo, se tiene en cuenta la de cc. Viva Tunja, excelente ubicación.

Durante la visita y análisis se evidencio un alto nivel de instalaciones e impresión de ambiente que proporciona la mayoría de estos establecimientos, es de mencionar que cada una es muy variada ofreciendo ambientes totalmente distintos generando una identidad clara como marca.

#### Análisis de productos

Como se mencionó anteriormente la única empresa con la que hay competencia directa es Andretti Karts, sin embargo, para este punto específico se tratará de mostrar aspectos importantes en cuanto al producto que ellos ofrecen y no tanto en los precios, ya que no llegan a ser tan relevantes debido a las diferencias entre estos.

**Tabla 7***Análisis de Productos*

<b>Establecimiento</b>	<b>Aspecto a Analizar (Productos / Servicio)</b>
Andretti Karts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 servicios distintos de karting:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 minutos por \$15.000 pesos.</li> <li>- 10 minutos por \$30.000 pesos.</li> <li>- Curso de karting de 8 horas por \$750.000 pesos.</li> </ul> </li> </ul> <p>Cada uno de estos servicios cuentan con la inclusión del kart, y equipamiento de seguridad.</p> <p>Karts relativamente a la altura si solo se busca pasar el rato, no existe diseño estético en estos, la pista de igual forma no se encuentra en su mejor estado.</p>
Estadio 49	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su servicio se enfoca en el alquiler de cancha pequeña o grande por un tiempo de 1 hora, se ofrece petos(equipamiento) en debidos casos, y un balón para el respectivo juego.</li> </ul> <p>Sus precios se encuentran entre \$70.000 pesos la cancha pequeña y \$150.000 la cancha grande</p>
Madame Lilli	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de platos, estéticamente llamativos acordes al ambiente que proporciona el establecimiento, platos que pueden ser perfectamente enfocados para ocaciones especiales y sello distintivo del restaurante.</li> </ul> <p>Sus precios por plato rondan entre los \$27.000 y \$70.000</p>
La Cordillera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena calidad de servicio en cuanto al tejo, a pesar del espacio reducido, funciona muy bien al tener un “gastrobar” como producto principal, el cual añade un plus al juego.</li> </ul> <p>Los precios que manejan tienden a ser un poco altos para el espacio que ofrecen.</p>
Royal Films	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de servicio estándar, lo que se puede esperar de un cine, los precios son bastante asequibles teniendo en cuenta las instalaciones y su servicio, los productos complementarios como comidas y bebidas tienden a ser un poco altos, sin embargo, estan acordes con lo que se ofrece.</li> </ul>
Bruder	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos con alta calidad, bebidas únicas y comidas estándar, acordes con el ambiente que ofrece el establecimiento.</li> </ul>

---

Sus precios rondan entre los \$25.000 pesos y los \$200.000 pesos teniendo en cuenta bebidas y comidas.

---

Los productos y servicios que ofrece cada empresa son de buena y calidad exceptuando la empresa de karting, cada una de estas muestra un aspecto de distinción y precios que no sobrepasan lo exorbitante.

Análisis del servicio

### **Tabla 8**

#### *Análisis del Servicio*

<b>Establecimiento</b>	<b>Aspecto a Analizar (Servicio)</b>
Andretti Karts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen servicio, se encuentran 3 personas en cuanto al área de servicio y mantenimiento. Amabilidad y buen trato en todo momento.</li> <li>• Cuentan con dotación del establecimiento.</li> </ul>
Estadio 49	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La calidad del servicio es buena.</li> <li>• Cuentan con 2 personas encargadas.</li> <li>• Su atención para alquiler por medios comunicativos suele ser demorada.</li> </ul>
Madame Lilli	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio al cliente es bastante bueno.</li> <li>• Las comidan toman su tiempo, pero no llega a ser tan largo.</li> <li>• El personal cuenta con dotación del establecimiento.</li> </ul>
La Cordillera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio al cliente es bueno.</li> <li>• Poco personal.</li> <li>• En caso de que llegue a estar lleno el establecimiento puede que ser tarde un buen tiempo en ser atendido debido al poco personal.</li> </ul>
Royal Films	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena calidad de servicio</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su atención suele ser rápida y eficaz.</li> <li>• El personal cuenta con dotación de la empresa.</li> </ul>
Bruder	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La calidad de servicio al cliente puede variar dependiendo de la sede en que se encuentre.</li> <li>• Las comidas suelen tardarse un buen tiempo.</li> <li>• El personal cuenta con dotación del establecimiento.</li> </ul>

El servicio al cliente en la mayoría de estos suele ser de buena calidad, sin embargo, en algunos momentos puede llegar a ser un poco tedioso el tiempo de respuesta en general. La experiencia como cliente llega a ser bastante tranquila y buena, no llega a estándares altos en ningún momento, no se genera un sentimiento de fidelización a la marca en este sentido.

Análisis de Tecnología.

### **Tabla 9**

#### *Análisis de Tecnología*

<b>Establecimiento</b>	<b>Aspecto a Analizar (Tecnología)</b>
Andretti Karts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se cuenta con caja registradora.</li> <li>• No se cuenta con datafono.</li> <li>• Cuenta con cámaras de seguridad.</li> <li>• Herramientas necesarias para el mantenimiento de los karts.</li> <li>• No cuenta con pantallas enfocadas a proveer información del servicio y/o de número de vueltas o tiempos de vuelta.</li> <li>• Cuenta con equipos de seguridad.</li> </ul>
Estadio 49	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con caja registradora.</li> <li>• No cuenta con datafono.</li> <li>• Cuenta con cámaras de seguridad.</li> </ul>

---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con temporizadores para vigilar el tiempo de juego.</li><li>• Cuenta con pantallas de entretenimiento.</li><li>• Neveras y hornos para productos complementarios.</li></ul>
Madame Lilli	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con caja registradora.</li><li>• Cuenta con datafono.</li><li>• Cuenta con cámaras de seguridad.</li></ul>
La Cordillera	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con caja registradora.</li><li>• Cuenta con datafono.</li><li>• Cuenta con cámaras de seguridad.</li><li>• No cuenta con pantallas informativas para llevar número del juego.</li><li>• Cuenta con pantallas de entretenimiento.</li><li>• Cuenta con neveras y equipo de concina para productos complementarios.</li><li>• Cuenta con equipo de sonido.</li></ul>
Royal Films	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con caja registradora.</li><li>• Cuenta con datafono.</li><li>• Cuenta con cámaras de seguridad.</li><li>• Cuenta con pantallas informativas.</li><li>• Cuenta con neveras y equipo de cocina para productos complementarios.</li></ul>
Bruder	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con caja registradora.</li><li>• Cuenta con datafono.</li><li>• Cuenta con cámaras de seguridad.</li><li>• Cuenta con pantallas de entretenimiento.</li><li>• Cuenta con equipo de sonido.</li><li>• Cuenta con pantalla táctil para realización de pedidos.</li></ul>

---

Se evidenció un alto nivel de tecnología en la mayoría de las empresas, sin embargo, las más cercanas a la competencia de KartKings como lo es Estadio 49 y Andretti Karts se encuentran por debajo de las demás en cuanto a lo que podrían ofrecer como ayudas de pantallas informativas y demás, de igual forma el no tener la posibilidad de pagar con tarjeta o el hecho que no puedan llevar un registro de sus ventas las limita mucho en su crecimiento y la comodidad del cliente.

Análisis de clientes.

El perfil de los clientes puede variar entre estos ya que al existir diferencia entre los servicios que se ofrecen, el perfil llega a ser muy variado. A pesar de esto, estos servicios tienen algo en común, su ambiente llega a ser acogedor y en momentos bastante familiar, para compartir con amigos o pareja.

Normalmente en establecimientos como los de Bruder o Madame Lili el perfil del cliente tiende a ser un poco más refinado, con más capacidad económica, mientras que, en los servicios de Royal Films, Estadio 49 o Andretti Karts el perfil tiende a ser más estándar con más variedad de personas en cuanto a la capacidad económica.

#### **4.4.3.1 Análisis de los Oferentes**

Mediante el análisis realizado se pudo abarcar un gran campo en comparación al modelo de negocio que busca tener KartKings. Como se mencionó anteriormente, el único modelo de negocio que es completamente comparable a KartKings es Andretti Karts, sin embargo, los otros modelos de negocios llegan a ser competencia ya que hacen parte de la categoría de entretenimiento, deportes y ocio, categoría en la que la mayoría de las personas invierten su tiempo.

Dentro del análisis se pudo encontrar bastantes similitudes entre algunos de estas empresas, sobre todo aquellas empresas como Bruder, Madame Lili o Royal Films, su servicio es bueno, el ambiente que se presenta es agradable y acogedor, su tecnología tiende estar al nivel necesario para ofrecer una experiencia eficiente tanto para el cliente como para la persona que ofrece el servicio.

Cada una de estas empresas cuentan con un sello distintivo así sea mínimo, evidentemente, algunas sobrepasan esto llegan a generar un reconocimiento de marca más alto que los demás, de igual forma se puede evidenciar como en algunas empresas como Bruder y Madame Lili buscan la forma de llegar a ser icónico y especial.

En cuanto al ambiente deportivo sin embargo no se notó un nivel alto ya sea de servicio o de tecnología, en algunos momentos parece que la empresa trabajara para sostenerse más que para buscar un crecimiento o un beneficio de experiencia al cliente. Empresas como Andretti Karts o Estadio 49 se encuentran lejos de ofrecer eficacia y facilidad al cliente, de igual forma a comparación con las demás empresas su ambiente y diseño de instalaciones no llega a ser un punto a favor, en comparación con La cordillera que aplica un modelo de negocio similar se quedan bastante cortos.

#### **4.5 Régimen y Características del Mercado**

La dinámica existente del mercado local en cuanto a la cultura de karting y sus diferentes servicios que se pueden prestar alrededor es bastante escaso, de hecho, si se lleva a una dimensión departamental sigue siendo aun así un mercado bastante escaso. Teniendo en cuenta la idea del modelo de negocio que se presenta con KartKings enfocado en el alquiler de karts y pista, escuela de karting y eventos, son escasos los clubes o empresas que se dediquen a este tipo de servicio. Es por ello KartKings pretende sembrar la cultura del karting y el automovilismo en

Tunja y en futuro en todo Boyacá, innovando en el sector de entretenimiento y ocio, con la posibilidad de ofrecer el mejor servicio y la posibilidad de algún día tener una carrera en este deporte.

El panorama en Colombia sin embargo es distinto, a pesar de que no se llega a niveles que se manejan en países europeos o incluso países americanos, el deporte crece en áuge al mismo tiempo que la Formula 1 retoma popularidad en el mundo, en Colombia existen variedad de pistas y servicios similares a este, con enfoque profesional y/o de entretenimiento, Colombia como país tiene pensando entrar en el mundo de la Formula 1, según varios medios colombianos e internacionales el país estaría peleando un puesto por hacerse parte de la categoría reina del automovilismo, esto es solo una muestra del auge y el interés que tiene el país en invertir en este deporte, de hecho en Oicatá, Boyacá, se pretende construir una pista que cumpla con todos los requisitos necesarios para ser aceptada por la FIA como una de las pistas aptas para que la Formula 1 pueda correr.

Esto muestra una señal positiva de posibilidad de auge en el mercado en los siguientes años favoreciendo así a la idea de negocio, dando oportunidad para que se pueda convertir en la marca de karting número uno de Boyacá.

#### **4.6 Régimen y Características del Mercado de Insumos**

Para entrar en contexto y teniendo en cuenta la idea de negocio de KartKings, el mercado de insumos se encuentra en el sector de autopartes, según (Repuestock, 2022), *“En el país el sector de autopartes, se constituye como el segundo dentro de la cadena productiva de la Industria Automotriz, ubicada como la cuarta en la región. Representa el 6.2% del PIB industrial y genera más de 25 mil empleos directos altamente capacitados y bien remunerados.”*

Dentro del país se producen variedad de repuestos automotrices, aquellos que competen al modelo de negocio, dentro de estos se encuentran: sistemas de suspensión, sistemas de dirección, sistemas de escape, sistemas de transmisión, sistemas de refrigeración, material de fricción, partes eléctricas como baterías y cableados, productos químicos, rines, llantas, filtros para aire, lubricantes y combustibles, tapicerías en tela y cuero, vidrios templados, laminados y para blindaje, bastidores de chasis, aires acondicionados, partes de caucho y metal y accesorios, entre otros. De igual forma, algo con lo que se caracteriza la industria es por su bajo volumen de producción por pieza, una amplia gama de referencia y la versatilidad que llega a tener para cambiar o modificar líneas de producción para atender la demanda.

Colombia de igual forma se consolida como el centro de distribución de repuestos más grande de Latinoamérica, según (Repuestock, 2022) *“con cerca de 70.000 partes y una inversión de US\$40 millones tanto en infraestructura como en repuestos en todo el país, para atender a todas las marcas de vehículos de carga pesada en sus distintos puntos de atención”*

Para la actual idea de negocio aquellos insumos que pretenden tener un peso considerable a la hora de dar la posibilidad de llevar al cliente el servicio es aquellos relacionados con:

- Ruedas/Neumáticos.
- Rueda de espigas.
- Cadena.
- Kit de freno.
- Eje vivo.
- Pedales.
- Asiento.
- Cable del acelerador.

- Gasolina.
- Frenos
- Husillos.

Estos hacen referencia a partes esenciales para el mantenimiento de los karts, donde usualmente los que más entran en rotación son los neumáticos ya que estos tienden a durar entre 3-4 días en su máximo rendimiento.

#### **4.7 Comportamiento Histórico de la Oferta**

Para el sector del automovilismo y el karting en Colombia es muy difícil encontrar datos acordes al crecimiento y el comportamiento que el deporte ha tenido a través de los años, es difícil encontrar fuentes que entreguen información completa con porcentajes y gráficos representativos sobre este deporte, sin embargo, se mencionará a breve manera la forma en que el deporte fue creciendo a medida que se fue implementando más y más dentro del país.

A principios de los años 50 se creó el primer kart y esta fiebre se desató alrededor del mundo, en Colombia en el mismo año se le dio la bienvenida al deporte, para entonces aquellos autos no eran tan veloces como lo son ahora.

Para el año 2000, el karting ya era reconocido como un deporte completo, según (Bolaños, s.f.) *“Ya existían empresas fabricantes de karts, aficionados, competencias, escuelas de aprendizaje y pistas en varios países.”* En Colombia aquellas primeras carreras se vieron en la Feria de Exposición Internacional.

De esta forma el deporte empieza a crecer el deporte y de igual forma surgen distintas instituciones relacionadas a este como lo fue Francolkart Club, Bogotá Karting Club, Kart Club Medellín de aproximadamente un año luego de su llegada.

Al igual que los demás deportes, en 1962 se fundó ASOKART (Asociación Colombiana de Karts) que tiempo después se convirtió en federación gracias a Coldeportes.

A día de hoy el deporte se ha expandido más no solo como competencia sino también como entretenimiento, llegando a estar en distintas ciudades del país y ofreciendo el servicio como una opción diferente a los deportes habituales.

Su oferta actual dentro del país se encuentra debajo de la oferta de deportes más frecuentes como lo es el fútbol, el baloncesto o tenis de campo. Sin embargo, cabe mencionar que es un deporte que suele ser de nicho cuando se habla en temas profesionales, cuando es recreacional o de alquiler, las personas en ciudades donde este servicio se ofrece suelen hacer uso de este de manera frecuente, llegando a tener una cantidad de clientes sólida y compitiendo con los otros deportes.

Para dar contexto a lo que puede ser el costo del servicio de alquiler de karting en empresas que ofrecen este servicio se muestra a continuación 2 ejemplos que son representativos:

### **1. Andretti Karts**

La actual competencia de zona cuenta con unos precios de alquiler de karting de la siguiente forma: 5 minutos \$15.000 pesos, 10 minutos \$30.000 pesos.

### **2. La Pista Indoor (Bogotá)**

Esta empresa maneja distintos tiempos de servicio: 10 minutos \$40.900 pesos, 15 minutos \$59.900 pesos y 20 minutos \$69.900.

Teniendo en cuenta que también se ofrecerá el servicio de alquiler de pista total para eventos de karting profesional el mejor ejemplo que se puede dar son los precios que el autódromo XRP ofrece a este tipo de clientes.

**Ilustración 4**

*Precios Autódromo XRP*

**TARIFAS Y PRECIOS**

Alquiler de pista para  
**Eventos NO Masivos**

Incluye uso de pista y zonas alquilables con exclusividad y disfrute de las zonas comunes (ver mapa del lugar) de 9:00 am a 5:00 pm, para eventos pequeños (max. 300 personas en tribuna) y eventos grandes (hasta 1.000 personas en tribuna).

\* Si el servicio de comidas o el servicio de catering es tomado exclusivamente con *Mi Cafetería Gourmet* tendrá un descuento de 300.000 en el alquiler de pista.

Lunes o martes <b>\$2.720.000 + IVA</b>	Miércoles, jueves o viernes <b>\$3.374.000 + IVA</b>
Sábado <b>\$3.710.000 + IVA</b>	Domingo <b>\$5.700.000 + IVA</b>
Sábado + Domingo <b>\$7.500.000 + IVA</b>	

**Quiero reservar →**

Alquiler de pista para  
**Eventos Masivos**

Incluye uso de pista y zonas alquilables con exclusividad y disfrute de las zonas comunes (ver mapa del lugar) de 9:00 am a 5:00 pm, para eventos masivos (más de 1.000 personas en tribuna).

\* Si el servicio de comidas o el servicio de catering es tomado exclusivamente con *Mi Cafetería Gourmet* tendrá un descuento de 300.000 en el alquiler de pista.

Lunes o martes <b>\$3.420.000 + IVA</b>	Miércoles, jueves o viernes <b>\$4.374.000 + IVA</b>
Sábado <b>\$4.710.000 + IVA</b>	Domingo <b>\$6.700.000 + IVA</b>
Sábado + Domingo <b>\$8.500.000 + IVA</b>	

**Quiero reservar →**

Alquiler del autódromo  
**Todo incluido x día**

Alquiler de todo el autódromo de 9:00 am a 5:00 pm para eventos pequeños y grandes.

Incluye: uso exclusivo de la pista, zona de pits, pre-grilla, tribuna, sonido tribuna y pits, salon big blue, sonido salon, telón y video beam y ambulancia básica 8 horas diarias.

\* Si el servicio de comidas y bebidas o el servicio de catering es tomado exclusivamente con *Mi Cafetería Gourmet* tendrá un descuento adicional del 5% en el paquete todo incluido.

Lunes o martes <b>\$3.420.000 + IVA</b>	Miércoles, jueves o viernes <b>\$4.374.000 + IVA</b>
Sábado <b>\$4.710.000 + IVA</b>	Domingo <b>\$6.700.000 + IVA</b>
Sábado + Domingo <b>\$8.500.000 + IVA</b>	

**Quiero reservar →**

**SERVICIOS ADICIONALES**

Los servicios adicionales cuentan con tarifas unificadas para toda la semana y el costo es diario, menos en la ambulancia que es por hora.

- Salón Big Blue exclusivo** \$500.000 + IVA
- Video Beam + Telón** \$280.000 + IVA
- Sonido parcial tribuna + Pits** \$1.000.000 + IVA
- Sonido salón torre + Micrófono** \$500.000 + IVA
- Ambulancia básica** Según cotización

Para precios referentes a escuelas de karting, se toma como referencia Andretti Karts, ya que por medio de la entrevista realizada se pudo ver el costo de este servicio el cual se encuentra actualmente por \$750.000 pesos con una duración de 8 horas.

## 4.8 Características Teóricas de la Oferta

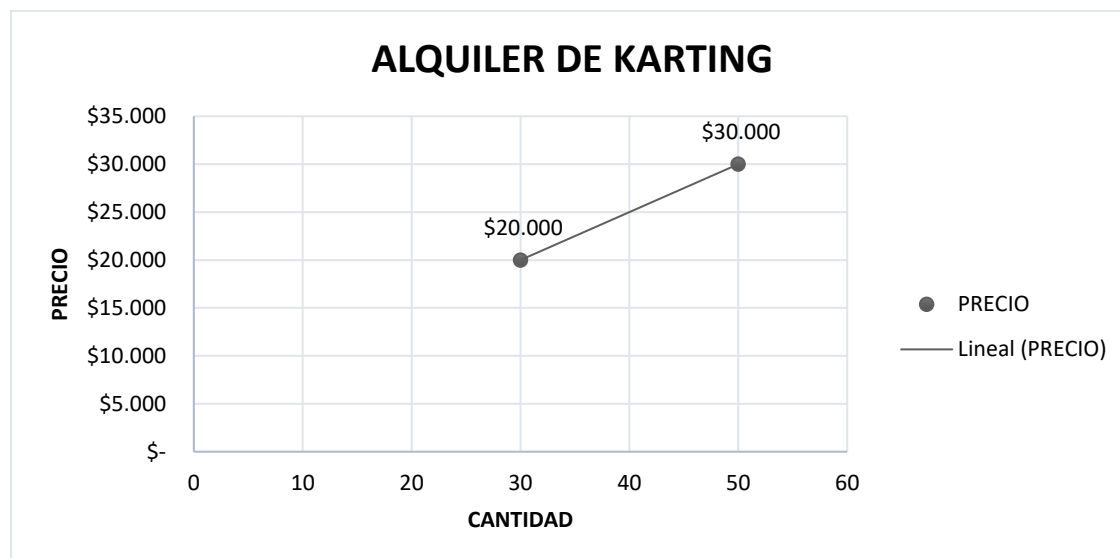
### 4.8.1 Función de la Oferta

#### Alquiler de Karting

Con el propósito de avanzar en esta sección, se fijó una meta de ventas de 30 usuarios para el servicio de alquiler de karting durante un lapso de 10 minutos, con un precio mínimo de \$20.000 pesos por servicio. A fin de contrastar y analizar el comportamiento de la oferta, se establecieron valores adicionales considerando que 50 personas adquieren el servicio a un precio de \$30.000 pesos.

#### *Ilustración 5*

#### *Función de la Oferta Alquiler de Karting*



Q = Cantidad de personas que adquieren el servicio.

P = Precio al cual adquieren el servicio.

Datos correspondientes

(Q1 = 30, P = 20.000); (Q2 = 50, P2 = 30.000)

Formulas a implementar:

$$P - P1 = m (Q - Q1)$$

$$m = (P2 - P1) / (Q2 - Q1)$$

Aplicando así

$$m = (30.000 - 20.000) / (50 - 30)$$

$$m = 10.000 / 20$$

$$m = 500$$

$$P - 20.000 = 500 (Q - 30)$$

$$P - 20.000 = 500Q - 15.000$$

$$P = 500Q - 15.000 + 20.000$$

$$P = 500 Q + 5.000$$

## Escuela de Karting

Con el fin de avanzar en esta etapa, se estableció un objetivo de ventas de 10 clientes para el servicio, con un precio mínimo de \$650,000 pesos por unidad. Para analizar la dinámica de la oferta, se consideraron datos complementarios: 20 personas adquiriendo el servicio a un precio de \$750,000 pesos.

### Ilustración 6

#### Función de la Oferta Escuela de Karting



Q = Cantidad de personas que adquieren el servicio.

P = Precio al cual adquieren el servicio.

Datos correspondientes

(Q1 = 10, P1 = 15.000); (Q2 = 20, P2 = 25.000)

Formulas a implementar:

$$P - P1 = m (Q - Q1)$$

$$m = (P_2 - P_1) / (Q_2 - Q_1)$$

Aplicando así

$$m = (750.000 - 650.000) / (20 - 10)$$

$$m = 100.000 / 10$$

$$m = 10.000$$

$$P - 650.000 = 10.000 (Q - 20)$$

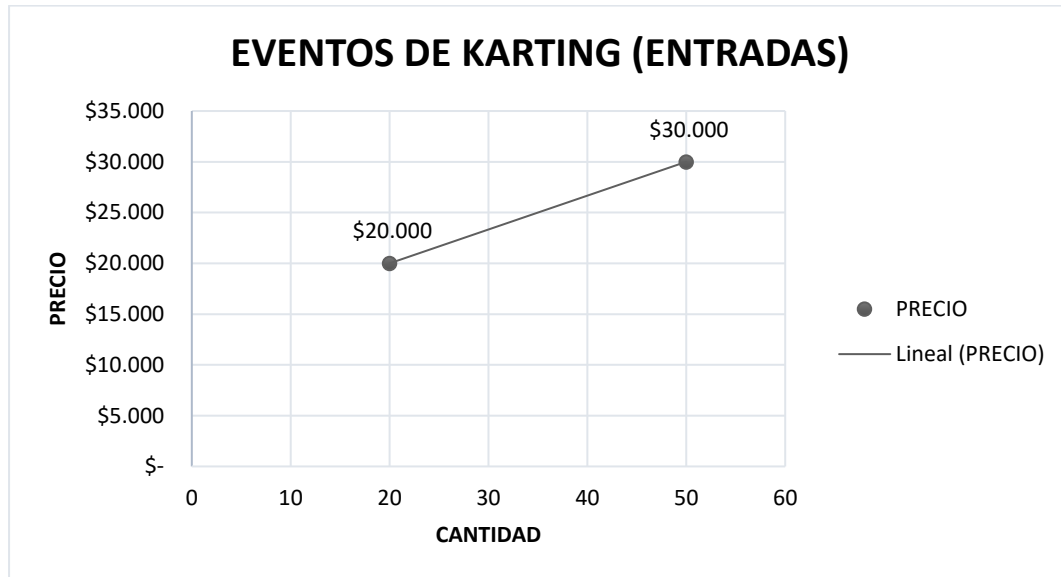
$$P - 650.000 = 10.000Q - 200.000$$

$$P = 10.000Q - 20.000 + 650.000$$

$$P = 10.000 Q + 630.000$$

### **Eventos de Karting (entradas)**

Con el propósito de avanzar en esta sección, se estableció un objetivo de ventas de 50 usuarios para el servicio, valorado a un precio mínimo de \$20,000 pesos por unidad. Para obtener una perspectiva comparativa de la oferta, también se consideraron valores adicionales: 100 personas adquiriendo el servicio a un precio de \$30,000 pesos.

**Ilustración 7***Función de la Oferta Eventos de Karting (Entradas)*

Q = Cantidad de personas que adquieren el servicio.

P = Precio al cual adquieren el servicio.

Datos correspondientes

(Q1 = 50, P = 20.000); (Q2 = 100, P2 = 30.000)

Formulas a implementar:

$$P - P1 = m (Q - Q1)$$

$$m = (P2 - P1) / (Q2 - Q1)$$

Aplicando así

$$m = (30.000 - 20.000) / (100 - 50)$$

$$m = 10.000 / 50$$

$$m = 200$$

$$P - 20.000 = 200 (Q - 100)$$

$$P - 20.000 = 200 Q - 20.000$$

$$P = 200 Q - 20.000 + 20.000$$

$$P = 200 Q$$

#### 4.8.2 Función de precios

Los costos de los distintos servicios de un kart pueden variar dependiendo su demanda. Ya que el enfoque de negocio ronda totalmente entorno a los karts los siguientes serían los costes de producción:

**Tabla 10**

*Costos Variables*

<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Detalle	Valor
<b>Costo Mantenimiento Karts</b>	
Neumáticos	\$ 500.000
Gasolina	\$ 239.991
Frenos	\$ 96.000
<b>Total</b>	<b>\$ 835.991</b>

El proceso para la resolución de los precios indicados en la tabla anterior se encuentra en los anexos

**Tabla 11***Costos Fijos***COSTOS FIJOS**

Detalle	Valor
<b>Personal</b>	
Gerente	\$ 2.000.000
Jefe de Operaciones	\$ 1.800.000
Jefe de Marketing y Ventas	\$ 1.800.000
Jefe de Finanzas y Administración	\$ 1.800.000
Ingeniero Mecánico	\$ 1.300.000
Ingeniero Mecánico	\$ 1.300.000
Instructor Karting	\$ 1.300.000
Atención al Cliente	\$ 1.300.000
Atención Al cliente	\$ 1.300.000
Auxiliar Administrativo	\$ 1.300.000
<b>Kart</b>	
Depreciación (mensual)	\$ 400.000
<b>Servicios Básicos</b>	
Agua	\$ 150.000
Luz	\$ 150.000
Internet	\$ 80.000
<b>Total</b>	<b>\$ 15.980.000</b>

**Tabla 12***Costo Variable Unitario*

<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	
Cantidad de Servicios Mensual	1.362
Costos Variables	\$ 835.991
<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>\$ 613</b>

**Tabla 13***Costo Fijo Unitario*

<b>COSTO FIJO UNITARIO</b>	
Cantidad de Servicios Mensual	1.362
Costos Variables	\$ 15.980.000
<b>Costo Fijo Unitario</b>	<b>\$ 11.732</b>

**Tabla 14***Costo Total Unitario*

<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	
Costo Variable Unitario	\$ 613
Costos Fijo Unitario	\$ 11.732
<b>Costo Total unitario</b>	<b>\$ 12.345</b>

### **4.8.3 Precios Determinados por la Estructura de Costos del Mercado**

Dentro del mercado tanto nacional como departamental, el valor de autopartes ha ido incrementando debido a las secuelas que la pandemia dejó no solo en Colombia sino en el resto del mundo, de igual forma, la guerra en Ucrania ha mantenido a la economía mundial en vilo, afectando así la cadena de producción del sector de autopartes.

Según (Chávez, 2022), “Cesvi determinó que los costos promedio de adquisición de repuestos en Colombia presentan una variación al alza de su valor comercial hasta del 25%, con respecto a su valor de compra del primer trimestre del 2021.”

Teniendo en cuenta la situación actual que no solo sucede en el país sino alrededor del mundo es de esperar que siga incrementando los precios y sobre todo los tiempos de promesa que como menciona (Chávez, 2022), “el incumplimiento en las entregas de las autopartes aumentó de dos a tres días, lo que a su vez se refleja en los mayores tiempos de permanencia de los vehículos en el taller.” Esto tiene un impacto grande ya que de igual forma las partes necesarias para la construcción y mantenimiento de los karts se verán afectadas no solo por precios sino por demora en entregas y/o falta de stock por parte de los proveedores.

### **4.8.4 Precios Internacionales**

Para este punto se realizó una búsqueda de modelos de negocios similares a KartKings teniendo en cuenta la calidad, la pista que puede ser indoor o outdoor y sobre todo el tipo de servicio que se ofrece dentro de estos. Se tuvo en cuenta de igual forma pistas y modelos de negocios sobre todo en lugares como Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

Mediante esta búsqueda se encontraron los siguientes modelos de negocio:

**Volta Racing**

Esta es una empresa mexicana con sede en Ciudad de México que tiene un modelo de negocio bastante similar al expuesto en este plan de negocio, sin embargo, cuenta con algunos aspectos bastante interesantes.

En primer lugar, teniendo en cuenta el modelo de negocio basado en el alquiler de karting y pista, tratan de llevarlo más allá, ofreciendo no solo alquiler sino suscripciones y adicionado a esto paquetes que incluyen comidas y bebidas.

A continuación, los precios que Volta Racing ofrece al mercado:

<b>Servicio</b>	<b>Incluye</b>	<b>Precio</b>
Membresía anual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Una carrera diaria.</li> <li>- Carreras adicionales para consumo personal de 50% de descuento en costo regular.</li> <li>- Costo preferencial de \$200 pesos por carrera para 1 acompañante.</li> <li>- Descuentos en eventos personales en la pista.</li> <li>- Balaclava y tarjeta personalizada.</li> </ul>	\$15.000 Mx, equivalente a \$4.010.072 pesos colombianos
Carrera (1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carrera de alquiler de uso de karting.</li> </ul>	\$300 Mx, equivalente a \$80.201 pesos colombianos
Corre, come, juega	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incluye 2 carreras, 1 hamburguesa, baguette o alitas y 1 refresco.</li> </ul>	\$650 Mx, equivalente a \$173.769 pesos colombianos

**Racing Dakart**

Esta es una empresa situada en Pontevedra, España, que no solo cuenta con el servicio de karts, sino que además de esto suma otras actividades complementarias dándole el máximo provecho a el lugar en el que se encuentra situado.

Una de las ventajas más grandes que cuenta esta empresa en principio es su cercanía al mar y un lago, además de su extenso terreno de 60.000 m<sup>2</sup> el cual les permite variar el tipo de actividades dentro de este.

A continuación, los precios y servicios que ofrece Racing Dakart al mercado:

Servicio	Incluye	Precio
Karts circuito adultos	- Auto RT8 270 CC. Niños a partir de 14 años y adultos. 8 minutos.	- 20€ - \$104.978 pesos colombianos.
	- RT10 390 CC. Adultos a partir de 18 años. 8 minutos.	- 25€ - \$131.223 pesos colombianos.
	- 2DRIVE 390 CC. 2 adultos o adulto + niño a partir de 14 años. 8 minutos.	- 25€ - \$131.223 pesos colombianos.
	- LR5 160 CC. Niños a partir de 6 años. 8 minutos.	- 16€ - \$83.983 pesos colombianos.
	- BIPLAZA 200 CC. Adulto + niño (entre 3 y 6 años). 8 minutos	- 20€ - \$104.978 pesos colombianos.
Grupos – Despedidas - Empresas	Mínimo 10 personas Incluye: - Recepción del grupo.	- 40€ x piloto - \$209.957 pesos colombianos.

	- Briefing (explicación de las reglas básicas).	- 60€ x piloto - \$314.936
	- Sistema informático de control de tiempos.	pesos colombianos.
	- Monitores.	- 60€ x piloto - \$314.936
	- Material de seguridad.	- pesos colombianos.
	- Manga de entrenamiento, toma de contacto con el kart y el trazado del circuito: dos vueltas (en el caso de carrera MINI GP) o 8 minutos (en el caso de carrera GRAN PRIX).	- 80€ x piloto – \$419.915 pesos colombianos.
	- Manga prefinal (8 minutos).	
	- Manga final (8 minutos).	
	- Entrega de medallas y botella de cava en el pódium de campeones.	
	- Actividad de regalo (canoas o minigolf).	
	Tipos de carreras (hace referencia a los precios indicados):	
	- Carrera MINI GP (2 Mangas) 270 cc.	
	- Carrera GRAN PRIX (3 Mangas) 270 cc.	
	- Carrera MINI GP (2 Mangas) 390 cc.	
	- Carrera GRAN PRIX (3 Mangas) 390 cc.	
Alquiler a puerta cerrada	Incluye karts, cafetería, sala, canoas y minigolf.	- Primera hora: 1.200€ - \$6.298.737 pesos colombianos - Horas Extra: 1.000€ - \$5.248.947 pesos colombianos
Actividades	- Aqua Karts	- 25€ - \$131.223 pesos colombianos.
	- Canoa	
	- Minigolf	- 6€ - \$31.493 pesos colombianos.

---

- 6€ - \$31.493 pesos colombianos.

---



Esta empresa se encuentra situada en Oackdale, Estados Unidos, que al igual que las otras empresas, incluye diferentes actividades y servicios aparte del karting, aprovechando así sus instalaciones indoor.

A continuación, los precios y servicios que Supercharged Racing ofrece al mercado:

Servicio	Incluye	Precio
Anual Racing License	Todos los participantes deben tener una Licencia de Carreras antes de entrar en la pista. La licencia de carreras dura un año e incluye acceso a taquillas, alquiler de cascos, un calcetín para ponerse antes del casco, almacenamiento del historial de carreras y ofertas exclusivas por correo electrónico.	- \$7 US – \$34.381 pesos colombianos.
Karting	- Single Race (1 carrera).	- \$24,95 US - \$119.108 pesos colombianos.
	- 3 Race Bundle (paquete de 3 carreras).	- \$59,95 US – \$294.454 pesos colombianos.
	- 5 Race Bundle (paquete de 5 carreras).	- \$95,95 US – \$471.274 pesos colombianos
	Cada carrera dura 8 minutos.	
Ninja Wipeout	- 1 Hour pass.	- \$17.50 US – \$85.954 pesos colombianos.
	- Required Jump Socks (Medias de salto requeridas).	- \$3,50 US - \$17.190 pesos colombianos.

	- Toddler Pass (Pase para niños pequeños).	- \$10 US – \$49.116 pesos colombianos.
	- Parent Pass (Pase para padres).	- \$5 US – \$24.558 pesos colombianos.
Trampolines	- 1 Hour pass.	- \$17.50 US – \$85.954 pesos colombianos.
	- Required Jump Socks (Medias de salto requeridas).	- \$3,50 US - \$17.190 pesos colombianos.
	- Toddler Pass (Pase para niños pequeños).	- \$10 US – \$49.116 pesos colombianos.
	- Parent Pass (Pase para padres).	- \$5 US – \$24.558 pesos colombianos.
Axe Throwing	- 1 Hour Lane rental.	- \$24,95 US - \$119.108 pesos colombianos.

## 5. Análisis de los sistemas Actuales de Comercialización

Los sistemas de comercialización juegan un papel importante ya que gracias a estos se da la oportunidad de estudiar y entender las oportunidades que pueden presentarse dentro del mercado, según (Universidad a Distancia de Madrid, 2023) se define como “sistema total de actividades empresariales encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales.”

Entiendo su concepto, se enfoca de igual forma a incrementar aquella cuota de mercado, la rentabilidad y por supuesto un crecimiento de la cifra de ventas.

### 5.1 Canal de Distribución

Un canal de distribución permite que los productos o servicios lleguen al consumidor, su papel se enfoca en crear rutas de estos empezando por los proveedores y terminando en el cliente final.

KartKings se verá representado por tomar un canal de distribución directo, es decir, un canal en el que la empresa vende directamente al cliente final sin participación de intermediarios u otros.

## 5.2 Margen de Comercialización

Para el margen de comercialización no se basará en datos obtenidos por la entrevista realizada a Andretti Karts por falta de datos importantes, sin embargo, se basará en datos ya obtenidos como lo es el costo unitario del servicio y un posible valor del servicio a ofrecer al cliente por parte de KartKings.

### Alquiler de Karting

Fórmula:

$$Mc = ((Pc - Pp) / Pp) * 100$$

Mc: Margen de comercialización

Pc: Precio consumidor

Pp: Precio de producción

$$Pc = \$30.000$$

$$Pp = \$12.345$$

$$Mc = ((30.000 - 12.345) / 12.345) * 100$$

$$Mc = 143.01\%$$

Este margen de comercialización con datos obtenidos ayuda a entender no solo un servicio sino todos los involucrados dentro de KartKings, esto es debido a que su servicio

depende de solo una cosa, el kart, así que sus costos, que siempre serán los mismos como lo son gasolina, partes y mantenimiento, generan aquellos posibles precios y por ende un margen de comercialización.

### **Escuela de Karting**

Fórmula:

$$Mc = ((Pc - Pp) / Pp) * 100$$

Mc: Margen de comercialización

Pc: Precio consumidor

Pp: Precio de producción

$$Pc = \$850.000$$

$$Pp = \$12.345$$

$$Mc = ((850.000 - 12.345) / 12.345) * 100$$

$$Mc = 6785.47\%$$

### **Eventos de Karting Universitario**

Fórmula:

$$Mc = ((Pc - Pp) / Pp) * 100$$

Mc: Margen de comercialización

Pc: Precio consumidor

Pp: Precio de producción

$$P_c = \$400.000$$

$$P_p = \$200.000$$

$$M_c = ((400.000 - 200.000) / 200.000) * 100$$

$$M_c = 100\%$$

Para este caso se tiene en cuenta que se cobra un precio de ingreso al evento y los costos se relacionan al promedio que cuesta la repartición de las recompensas en este caso \$200.000 x 10 autos.

### **5.3 Condiciones de Incertidumbre en la comercialización**

La incertidumbre en el negocio del karting ronda más que todo alrededor de la crisis económica que se vive no solo en el país sino en el mundo, aparte de esto, el deporte del karting no es un deporte muy posicionado en la ciudad, así que existe mucha posibilidad que la recepción de este sea lenta o la reacción del cliente a la oferta del servicio sea tardía.

## **6. Análisis de la Demanda vs Oferta**

Luego de realizarse un estudio en relación a la oferta y la demanda, se pudo llegar a distintas conclusiones. Es de aclarar de nuevo que al ser esta una idea de negocio distinta o no existente del todo en la ciudad de Tunja, algunos datos e información obtenida no pueden aportar mucho dentro de esta, sin embargo, sirven como una guía bastante necesaria para el desarrollo de esta.

Mediante el estudio de demanda se pudo evidenciar en primer lugar una buena recepción a la idea de negocio, de igual forma, más de la mayoría de los competidores se encuentran en un nivel formidable de servicio a pesar de sus diferencias, por el contrario, la competencia directa suele estar muy por debajo del estándar de calidad que un cliente debería obtener al adquirir un

servicio. Se evidenció de igual forma que las personas a pesar de esto suelen adquirir con mucha frecuencia estos establecimientos, dando a entender una posible buena recepción también a la hora de la implementación, teniendo en cuenta que se puede aportar mucho más en tecnología, seguridad, atención al cliente y experiencia.

En términos económicos, la idea de negocio prueba ser bastante viable, de por sí la industria del entretenimiento tiende a ser bastante exitosa, según (Prieto, 2022), *“en el 2021 los hogares gastaron 47,7 billones de pesos en la canasta de entretenimiento con una variación en términos de dinero del 7,94% con respecto al año anterior”*. Esto debido a las vacunaciones y reaperturas de establecimientos posterior al Covid-19.

Esta idea de negocio se muestra bastante prometedora teniendo en cuenta el costo del servicio y el precio al cual se le puede ofrecer este, de hecho, muchas empresas alrededor del mundo muestran un estado firme en cuanto a rentabilidad, alguna de estas llega a tener incluso hasta un 40% - 50% de rentabilidad, variando en servicio y complementado este con restaurantes, juegos y demás actividades. KartKings además se presenta como una propuesta innovadora y llamativa no solo para los posibles clientes sino para aquellas personas que quieran formar parte del proyecto, como lo pueden ser los estudiantes, aportado así un plus en cuanto a la inclusión del trabajo y conocimiento dentro de la ciudad.

El nicho de mercado en el cual se puede mover esta idea de negocio podría manejarse de manera general, es decir, toda la población que compete a Tunja, sin embargo, al ver que este puede ser un deporte y un servicio costoso, pueda que el objetivo al final sea a traer a las personas con una mayor estabilidad económica, no obstante, uno de los objetivos principales de KartKings es darle la oportunidad a cada persona de la ciudad o del departamento de poder correr un kart e incluso empezar una carrera deportiva.

### Fase 3: Estudio Técnico

#### 3.1 Tamaño del proyecto

Con el objetivo de desarrollar la propuesta de negocio, se plantea un enfoque que apunta a una población objetivo equivalente al 6% de la población total (173,991), lo que se traduce en 10,439 habitantes como clientes potenciales. Esto serviría como base para la implementación del plan de negocios en el año 2024. De acuerdo con el análisis de mercado llevado a cabo, se anticipa una favorable recepción en el mercado de entretenimiento para KartKings: un notable 97,9% de la población muestra acuerdo en la apertura de una nueva pista de karting en la ciudad, mientras que un destacado 86,3% expresa disposición a optar por un servicio de alquiler de karts.

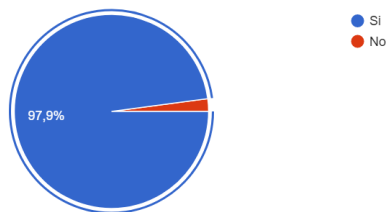
En los siguientes gráficos se puede apreciar lo mencionado anteriormente.

#### *Ilustración 8*

##### *Posibilidad de Apertura Del Circuito de Karting*

Ante la posibilidad de la apertura de un circuito de karting y sus distintos servicios de entretenimiento en la ciudad de Tunja, ¿estaría usted a favor?

95 respuestas

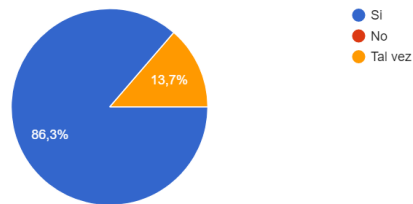


Fuente: Elaboración Propia.

### ***Ilustración 9***

#### ***Servicio de Karting***

¿Le gustaría usted encontrar un servicio de entretenimiento deportivo como el karting y carreras en el cual usted pueda alquilar un kart por un tiempo específico?  
95 respuestas



Para la determinación de la cantidad de servicios que se ofrecerán se utilizó información proporcionada por la única empresa que se dedica a la venta de servicios de karting en Tunja, Andretti Karts, y de igual forma se hizo una estimación para los demás tipos de servicio, escuela de karting y eventos.

Con el apoyo de esta empresa la cual proporcionó datos en los cuales afirman tener un promedio de entre 30 a 40 personas por día optando por un servicio de alquiler de karting de 10 minutos. Por medio de las estimaciones realizadas en el análisis de la demanda, se pudo evidenciar que el consumo aparente anual que llega a tener KartKings anualmente este alrededor de 16.351 o 1.362 al mes. Este número sin embargo hay que entenderlo ya que es un estimativo de número de personas que usan un kart en todos los servicios.

A partir de estos datos proporcionados, se realiza entonces la estimación del aumento de numero de servicios en los años siguientes al 2022 hasta 2034.

**Tabla 15***Aumento de Número de Servicios 2022 - 2034*

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>C. APARENTE</b>
2022	173.991	-	16.351
2023	175.150	0,67%	16.461
2024	177.130	1,13%	16.647
2025	179.214	1,18%	16.843
2026	181.218	1,12%	17.032
2027	183.106	1,04%	17.209
2028	184.887	0,97%	17.376
2029	186.515	0,88%	17.529
2030	188.027	0,81%	17.671
2031	189.431	0,75%	17.803
2032	190.808	0,73%	17.933
2033	192.118	0,69%	18.057
2034	193.372	0,65%	18.174

Para generar una estimación lo más real posible en este plan de negocio los autos que se utilizarán vendrán en su mayoría de parte de la empresa francesa Sodikart, la cual colaboró en este proyecto para lograr entender cuál podría ser el mejor auto de kart que beneficiará no solo a la empresa sino a sus clientes, llegando así a la decisión de que el auto SR4 será el auto de alquiler para la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, KartKings pretende ofrecer el mejor servicio y la mejor calidad a sus clientes. Para lograr una participación más grande de parte de las universidades, KartKings pretende que en un futuro pueda financiar proyectos universitarios con el fin de

construir e innovar en el aspecto de autos, permitiendo a las universidades aportar en el conocimiento en carreras como la ingeniería mecánica, buscando la forma de construir los mejores autos no solo en Boyacá, sino en toda Colombia. Con esto en mente la empresa pretende utilizar esta inversión, apoyar a los estudiantes y universidades con la oportunidad de plasmar el conocimiento y así a partir de este resultado, empezar un modelo de negocio donde se logre ofrecer al mercado karts de alta calidad que puedan ser vendidos o rentados alrededor de Colombia.

### **3.2 Análisis de los factores y condiciones del tamaño del proyecto.**

#### **3.2.1 Identificación de la demanda**

Esta idea de negocio va a dirigida a todos aquellos habitantes que hacen parte de la ciudad de Tunja, aquellas personas que dedican su tiempo libre en actividades recreacionales, deporte y entretenimiento. La población objetivo tendrá entonces una relación con el 6% del tamaño de la población (173.991) correspondiendo como base 10.439 habitantes, esto permitirá entonces determinar la capacidad de venta de servicios que se pueden ofrecer.

#### **3.2.2 Identificación de insumos y suministros**

Para la creación y puesta a punto del servicio al cliente se han establecido algunos insumos que son cruciales para este, sin embargo, cabe recalcar que como se mencionó que lo karts será 100% proporcionados por la empresa Sodikart.

**Tabla 16***Proveedor de Karts*

<b>PROVEEDOR DE KARTS</b>	
Sodikart	SR4
<b>PROVEEDOR DE PARTES Y ESCENCIALES PARA KARTS</b>	
XPR Colombia	Ruedas
XPR Colombia	Neumáticos
Gasolina	Primax
Frenos	Ocompra.com

### **3.2.3. Elaboración de la maquinaria, equipo y tecnología**

Para el desarrollo de este punto se debe tener como referencia búsquedas de diversas máquinas y herramientas que sean necesarias para el perfecto mantenimiento de los karts.

**Tabla 17***Herramientas*

<b>PROVEEDOR</b>	<b>TIPO</b>	<b>ARTÍCULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR U</b>	<b>VALOR T</b>
Homecenter	Herramienta	Set 279Pzas Herramienta Manual	1	\$499.900	\$499.900
MercadoLibre	Herramienta	Tanque Americano Gasolina 1 Galón Rojo Con Embudo Midwest	1	\$89.900	\$89.900
Linio	Herramienta	Carro Combustible 14 Galones	1	\$499.900	\$499.900
Éxito	Herramienta	Compresor Lubricado, 20 L, Pretul	1	\$511.289	\$511.289
Homecenter	Herramienta	Inflador Neumáticos 140PSI Ubermann	1	\$59.900	\$59.900
KpsRacing	Herramienta	Tijera Neumáticos	2	\$610.600	\$1.221.200
KpsRacing	Herramienta	Desllantador Económico	2	\$417.243	\$834.487
Homecenter	Herramienta	Ponchera 17 Litros Gris Ecológico	2	\$21.400	\$42.800
Imat	Herramienta	Juego de Bridas	1	\$475.000	\$475.000
Homecenter	Herramienta	Lubricante W-D40 382Ml - 11Oz 2Und	2	\$49.900	\$99.800

---

KpsRacing	Herramienta	Carrito Porta Kart	2	\$1.073.638	\$2.147.276
MercadoLibre	Herramienta	2tiers Rc - Estante De Aleación De Aluminio Para Llantas De	1	\$122.619	\$122.619
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 6.604.071</b>

---

**Tabla 18***Muebles y Enseres*

<b>TIPO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UN</b>	<b>VALOR T</b>
Juego de sala paelrmo 1 soga+ 2 potronas + mesa	Homecenter	31	\$2.289.900	\$70.986.900
Mesa de juntas	Homecenter	1	\$1.499.900	\$1.499.900
Juego de mesa y sillas vidrio flash 6 puestos 150*90*75 cm	Homecenter	24	\$899.900	\$21.597.600
Palmera artificial	Homecenter	2	\$439.900	\$879.800
Televisor	Homecenter	4	\$2.099.900	\$8.399.600
<b>Total</b>				<b>\$ 103.363.800</b>

**Tabla 19***Equipos Básicos Para el Punto de Venta*

<b>PROVEEDOR</b>	<b>TIPO</b>	<b>ARTÍCULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO U</b>	<b>PRECIO T</b>
Bold	Equipo de Venta	Datáfono	1	\$299.000	\$299.000
Tecno Plaza	Equipo de Venta	Cajón monedero	1	\$209.900	\$209.900
Éxito	Equipo de carrera	Casco	12	\$215.900	\$2.590.800
GW	Equipo de carrera	Botas	12	\$175.000	2.100.000
GW	Equipo de carrera	Guantes	12	\$57.900	\$694.800
MercadoLibre	Equipo de carrera	Overol	12	\$87.000	\$1.044.000
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 6.928.600</b>

**Tabla 20***Equipo de Oficina*

<b>TIPO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UN</b>	<b>VALOR T</b>
Teléfono	Homecenter	2	\$180.000	\$360.000
Computador	Homecenter	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Silla de Escritorio Capricornio	Homecenter	10	\$319.900	\$3.199.000
Escritorio Axis 76*151*116cm Wenge/Marfil	Homecenter	10	\$339.900	\$3.399.000
<b>Total</b>				<b>\$ 8.985.900</b>

**Tabla 21***Infraestructura / Construcción pista.*

<b>TIPO</b>	<b>PRECIO</b>
Terreno	\$3.100.000.000
Pista y Edificio	\$5.477.000.000
<b>Total</b>	<b>\$8.577.000.000</b>

Para información detallada de la forma en que se dan estos precios, se pueden encontrar en el anexo 6, en este se puede evidenciar el diseño de pista, su construcción y costos.

**Tabla 22***Karts*

<b>TIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Kart SR4 Sodikart	12	\$24.000.000
<b>Total</b>		<b>\$288.000.000</b>

El precio de los karts pertenece al propuesto por Sodikart para el tipo de auto SR4, para más información de ficha técnica y detalles de este, puede encontrarse en el anexo 4.

Financiación: Las fuentes de financiamiento que se utilizarán para la elaboración de este plan de negocio están conformadas por recursos propios, inversionistas independientes y

financiamiento por parte de campañas del gobierno. Este aspecto se detallará más adelante en el estudio financiero.

### **3.3 Localización**

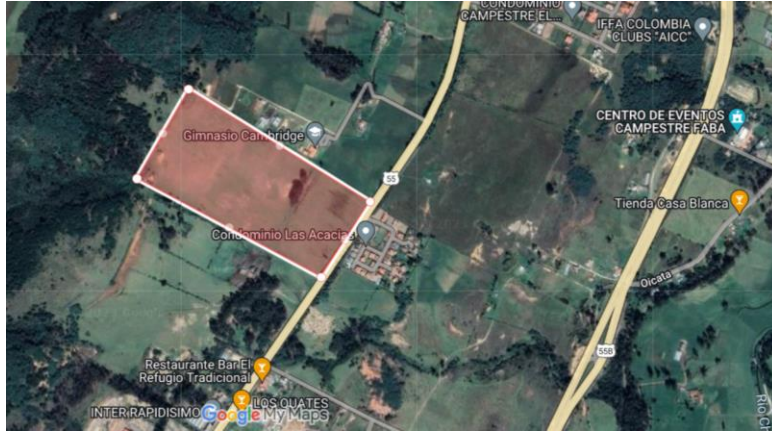
#### **3.3.1 Macro localización**

Para la ejecución de este plan de negocio se establece que el desarrollo sea en Colombia, en el departamento de Boyacá, siendo así Tunja la ciudad indicada. Se toma la decisión de realizarse en esta ciudad en primer lugar por su crecimiento económico y poblacional, además de que prometer ser una ciudad que atienda a nuevas personas provenientes no solo de municipios del departamento sino de grandes ciudades como Bogotá. Su demanda de modelos de negocios similares a KartKings es bastante pobre, solamente existe una empresa que se dedica a esto y próximamente se moverá a otro municipio. Esto da la oportunidad de ser la única empresa dedicada a la oferta del servicio de alquiler de karting.

Esto permite colocar a Tunja en la posición perfecta para que se realice este plan de negocio.

#### **3.3.2 Micro localización**

Para el desarrollo de operaciones diarias se planea un sector que tenga la versatilidad de ofrecer facilidad de movimiento como negocio para traer insumos y demás, de igual forma ofrecer un lugar no tan lejano al consumidor que le permita de cierta manera llegar de forma fácil y sencilla sin tener la necesidad de salir de la ciudad. También se tuvo en cuenta que el lugar y por ende el terreno fuera de uso comercial, ya que muchas partes disponibles en la ciudad se encuentran para uso residencial, así que muchos de estos pierden potencial para ser seleccionados.

**Ilustración 10***Mapa de la Zona*

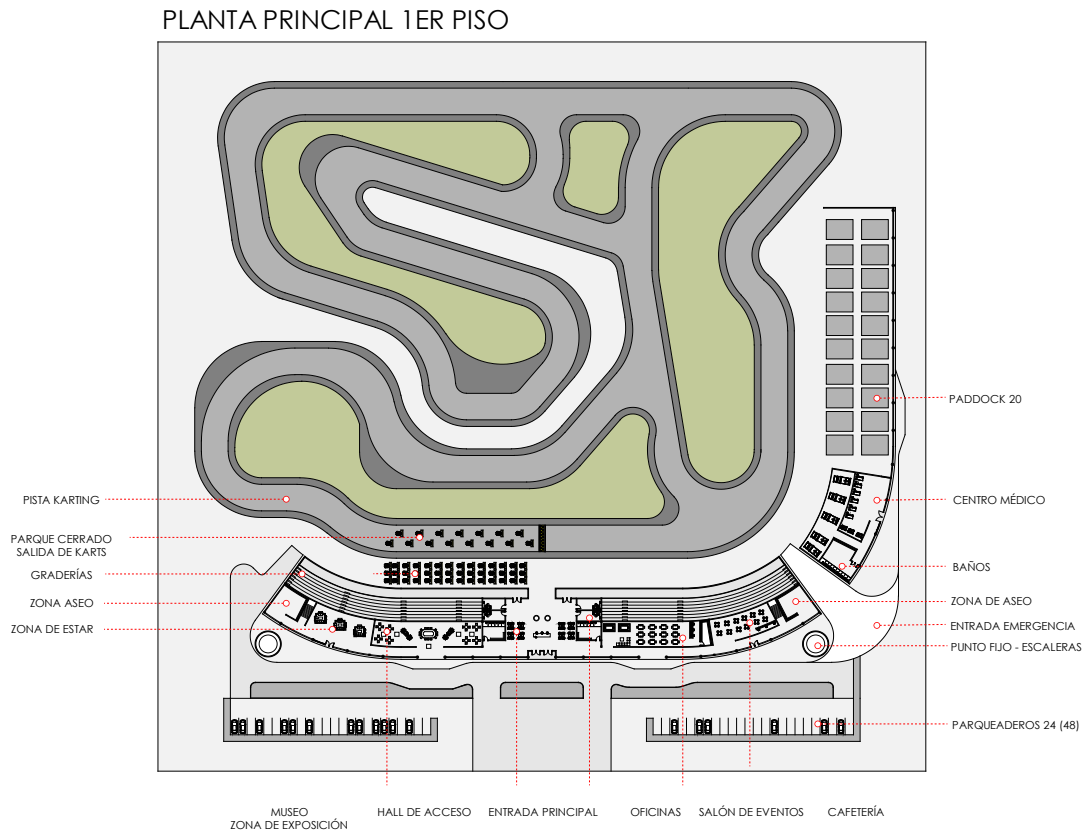
Esta zona la cual compete en parte una conexión con una de las avenidas más importantes de la ciudad, esta permite conectar fácilmente con la ciudad y de igual forma se aprovecha la localización conectando como vía de conexión Tunja – Sogamoso. Este lugar permite ofrecer una versatilidad amplia, en primer lugar, la forma de llegar puede ser en parte por medio de la ciudad o si algunos visitantes no lo desean, por fuera de la ciudad. Esta zona de igual forma está definida como zona para uso comercial, punto importante que se tuvo en cuenta.

El terreno seleccionado permite una posible expansión en un futuro, aparte de esto, la conexión con la ciudad en bastante cercana, permitiendo así la facilidad de movilidad de clientes visitantes como residentes, de igual forma, se encuentra en cierta forma apartada de esta, permitiendo así tener un lugar donde no se moleste las zonas residenciales.

### 3.3.3 Matriz de la planta física

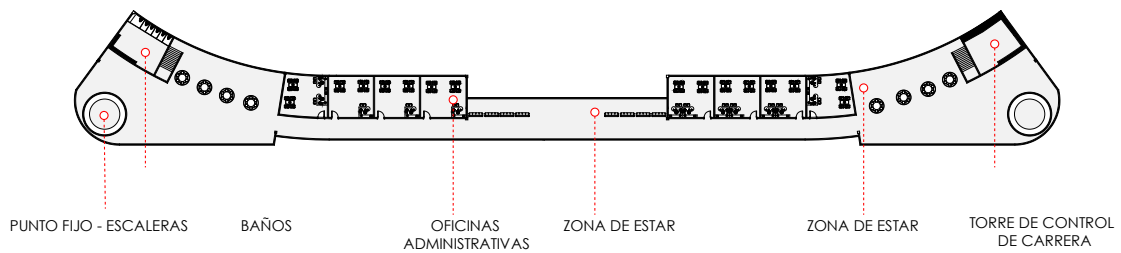
#### Ilustración 11

#### Matriz de Planta Física



Nota: El diseño fue elaborado en colaboración con el arquitecto Daniel Quintero.

#### PLANTA 2DO PISO - ADMINISTRATIVO Y PRIVADO



Nota: El diseño fue elaborado en colaboración con el arquitecto Daniel Quintero.

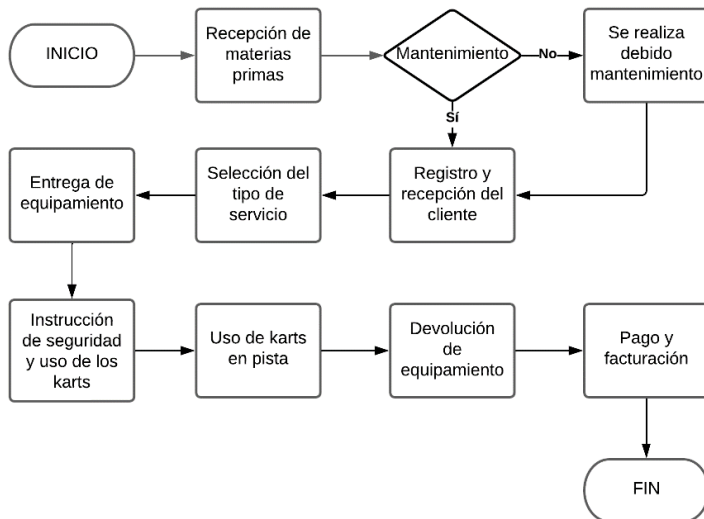
Este diseño de infraestructura permite al modelo de negocio ofrecer todos sus servicios, este modelo de pista en híbrido, de 1km de distancia por 8 de anchura logrando alcanzar el carné A por parte de FEDEKART, este permitiendo así competiciones profesionales con un máximo de 32 autos, de igual forma al tener variaciones dentro de esta, da la posibilidad de acortarse a unos 400 m de longitud para que la gente que adquiere el servicio de alquiler pueda disfrutar al máximo este mismo.

En cuanto al edificio se cuenta con todo el reglamento propuesto por FEDEKART, torre de control, centro médico, baños y salón de eventos, además de cumplir con normativas en cuanto a paddock y parque cerrado (parc fermé).

También cabe recalcar que en temas de seguridad se encuentran también integrados dentro de la pista, contando esta con escapatorias y señalización, esta última dependerá del tipo de evento que se realice, normalmente este se lleva a cabo por la empresa que este promocionando el evento. El trabajo de KartKings es proporcionar la pista, sus instalaciones y que estas cumplan el reglamento propuesto por FEDEKART.

### **3.4 Ingeniería del proyecto.**

La implementación de la propuesta empresarial se enfoca fuertemente en la planificación de las actividades cotidianas relacionadas con la operación y prestación del servicio de karting. Esto implica la necesidad de una distribución eficiente de los recursos disponibles para garantizar un alto grado de productividad en cada etapa del proceso.

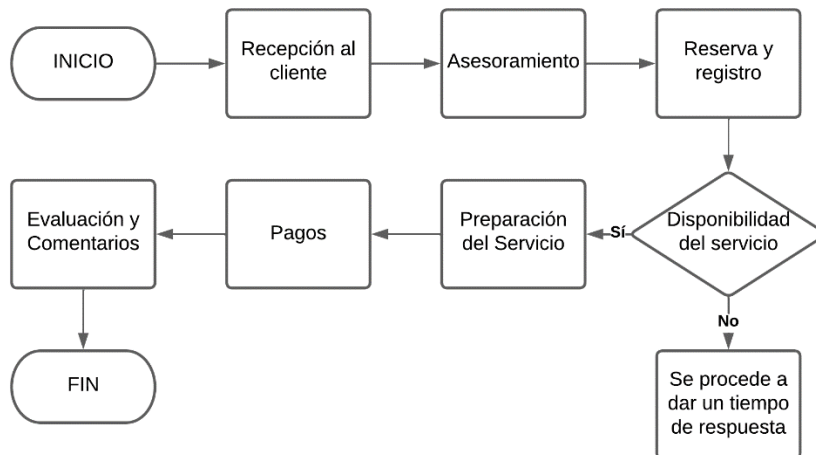
**Ilustración 12***Diagrama General de Procesos del Servicio*

1. Recepción de materias primas: Este proceso se refiere a la recepción de los elementos necesarios para la prestación del servicio de karting, como son los karts, combustible, neumáticos, cascos, entre otros.
2. Mantenimiento y puesta a punto: En este proceso se lleva a cabo la revisión y mantenimiento preventivo y correctivo de los karts para garantizar su buen estado y óptimo funcionamiento. También se realizan ajustes para adecuar el kart a las necesidades del cliente.
3. Registro y recepción del cliente: En este proceso se realiza la recepción y el registro del cliente en el sistema.
4. Selección del tipo de servicio: En este proceso el cliente decide si usar el servicio de alquiler de karting, escuela o la realización de un evento.

5. Entrega de Equipamiento: En este proceso se le hace entrega del equipamiento al cliente para el posterior uso del servicio, este hace referencia a cascos, trajes, guantes etc.
6. Instrucción de seguridad y uso de los karts: En este proceso se le hace saber a los clientes todas las instrucciones de seguridad en pista y con el auto.
7. Uso de Karts en pista: Se procede a hacer uso del servicio.
8. Devolución del equipamiento: El cliente procede a devolver el equipamiento anteriormente usado.
9. Pago y Facturación: El cliente hace pago del servicio usado.

**Ilustración 13**

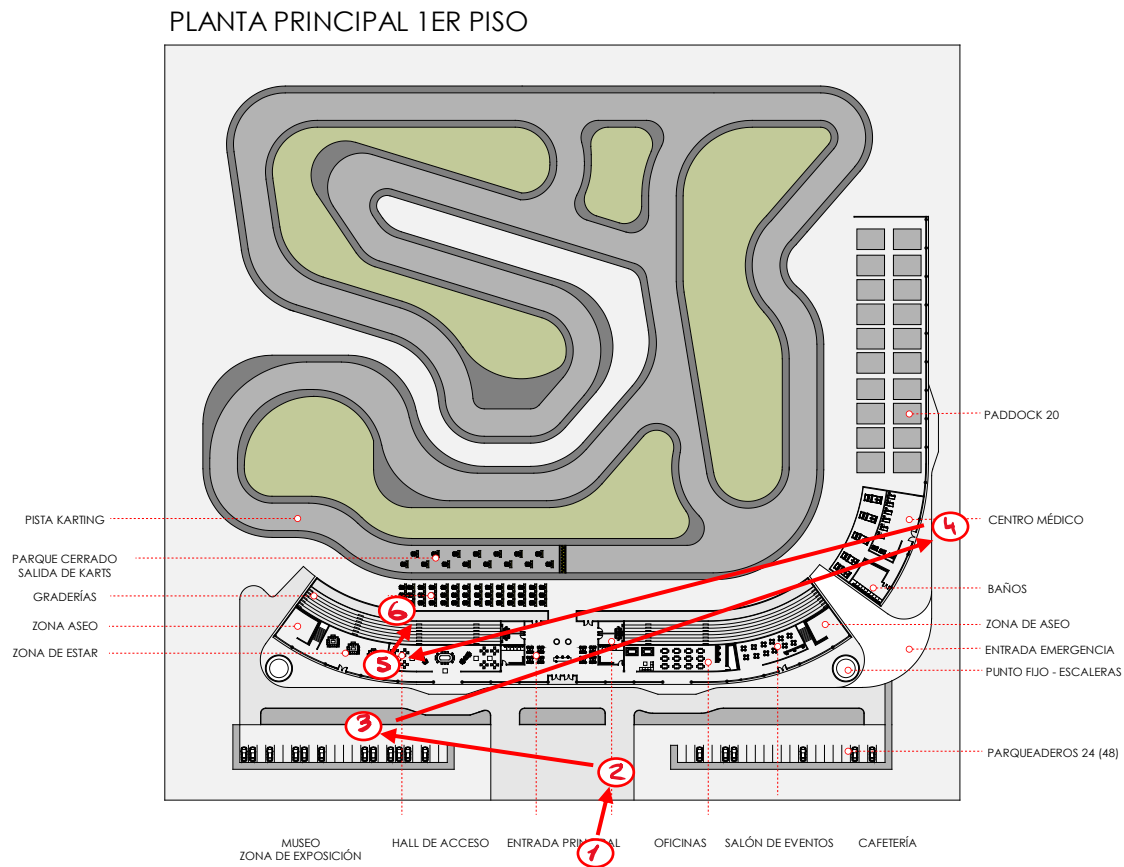
*Diagrama de Proceso de Servicio al Cliente*



1. Recepción del cliente: El cliente se acerca a la empresa de karting y solicita el servicio deseado, ya sea alquiler de karting, escuela de karting o eventos de karting.

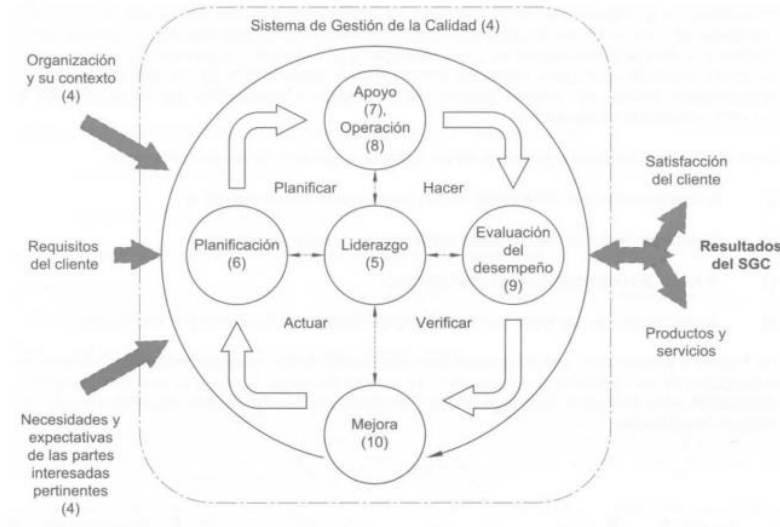
2. Asesoramiento: El personal de la empresa asesora al cliente en cuanto a la disponibilidad de los servicios que se han solicitado y le informa sobre los precios y las condiciones de cada uno de ellos.
3. Reserva y registro: Si el cliente decide contratar algún servicio, se procede a realizar la reserva y registro en el sistema de la empresa. Aquí se recolectan los datos del cliente y se establece una fecha y hora para el servicio solicitado.
4. Preparación del servicio: La empresa se prepara para el servicio solicitado, ya sea alquilar karts, preparar la pista para la competición o coordinar los detalles del evento.
5. Prestación del servicio: Se lleva a cabo el servicio solicitado. Los karts son entregados al cliente, se llevan a cabo las clases de la escuela de karting, se realiza la competición o se lleva a cabo el evento.
6. Pagos: Al finalizar el servicio, el cliente realiza el pago correspondiente. Este pago puede realizarse en el momento o posteriormente en caso de que se trate de un evento a largo plazo.
7. Evaluación y comentarios: La empresa solicita comentarios y evaluaciones del cliente para mejorar el servicio en el futuro.

### 3.4.1 Diagrama de planta física con flujo de operaciones



### 3.5 Análisis de normas ISO aplicadas a los procesos.

La norma ISO 9001 tiene como objetivo definir un sistema de gestión de calidad dentro de los procesos que la empresa realiza, según (NQA, 2020), “proporciona las bases para desarrollar procesos y personal efectivo que tenga como resultado producto y servicios efectivos prolongados en el tiempo.”

**Ilustración 14***Ciclo PHVA En El Sistema De Gestión De Calida*

Fuente: Tomado de (NTC ISO 9001;2015)

Para implementar la norma de calidad dentro de la idea de negocio presentada, se establecen ciertos requisitos relacionados con la responsabilidad de la dirección, la manera en cómo se gestionan los recursos, la forma de establecer aquellos servicios dependiendo la necesidad del cliente permitiendo así, un análisis amplio que traiga consigo una manera natural y continua.

Al ser esta idea de negocio una nueva empresa en el mercado, probablemente la única en la ciudad de Tunja, es necesario establecer ciertas estrategias tanto externas como internas con el fin de evitar cualquier riesgo que se pueda presentar en operaciones diarias, es por ello vital establecer una planeación estratégica para lograr así un seguimiento.

En relación con las partes involucradas, es crucial llevar a cabo un seguimiento tanto del equipo interno de la empresa como de los clientes, competidores y proveedores. Este seguimiento

tiene como objetivo comprender a fondo los requisitos contractuales, lo que a su vez clarificará el alcance del sistema de gestión de calidad. Para asegurar la calidad en cada fase operativa de la empresa, se designarán responsables de control con el propósito de atenuar cualquier riesgo en las operaciones diarias. Esto implica mantener una constante actualización de información y documentar rigurosamente cada proceso.

En lo que respecta al ámbito administrativo, es crucial definir tanto las responsabilidades como el compromiso en relación con la calidad y las políticas que fomenten el cumplimiento de los objetivos establecidos. Para lograr este propósito, es esencial tener en mente las necesidades de los clientes, con el fin de lograr su satisfacción. Además, se persigue establecer una estructura paso a paso en cada proceso, asignando un individuo responsable para garantizar la máxima eficacia en la gestión general del servicio.

Para mantener la calidad como un elemento constante en la empresa, es esencial emprender una planificación cuidadosa de las acciones que identifiquen amenazas y capitalicen oportunidades. Es en esta línea que un seguimiento continuo resultará invaluable para captar y comprender las opiniones, recomendaciones y satisfacción de los clientes. Esto, a su vez, busca impulsar una mejora continua en los procesos y promover la innovación en la prestación del servicio.

Uno de los aspectos más importantes en la idea de negocio gira entorno al medio ambiente, como se mencionó anteriormente en el documento, el núcleo principal de la idea de negocio son los karts, evidentemente estos autos generan emisiones que afectan al medio ambiente, es por ello que KartKings pretende implementar un sistema de gestión medioambiental (SGMA) ISO 14001. Según (Nueva ISO, 2018) *“ayuda a gestionar e identificar los riesgos*

*ambientales que pueden producirse internamente en la empresa mientras realiza su actividad.”*

Esta norma tiene en cuenta la prevención de riesgos y de igual forma la protección del medio ambiente. Su implementación permite tener un valor importante para la empresa, generando así no solo conciencia sino una confianza e imagen positiva para los clientes, proveedores y la misma sociedad.

Esta implementación se verá reflejada en aspectos como el desarrollo de las actividades y procesos en cuanto al desarrollo del servicio, es decir, que se minimice cualquier tipo de riesgo de daño al medioambiente, las personas y el mismo servicio. La importancia de controlar el flujo de residuos, vertidos y emisiones atmosféricas, de igual forma manteniendo las instalaciones de la empresa en condiciones correctas de seguridad.

De igual forma se debe tener muy en cuenta la participación de los proveedores y contratistas para asegurar de igual forma el cumplimiento de esta norma.

### **3.6 Aspectos tecnológicos**

#### **3.6.1 Objetivo**

Identificar los distintos tipos de servicios que se desarrollarán en la propuesta empresarial con el fin de definir sus respectivos procedimientos y establecer los recursos requeridos para su ejecución.

### 3.6.2 Definición de productos

Para esta idea de negocio se tiene establecido realizar tres tipos de servicio, mediante la encuesta realizada en el estudio de mercado se pudo evidenciar el interés por parte de los encuestados en los diferentes tipos de servicio, esto permite incursionar en el mercado como una de las empresas que ofrece este tipo de servicios, teniendo en cuenta la poca competencia tanto local como departamentalmente.

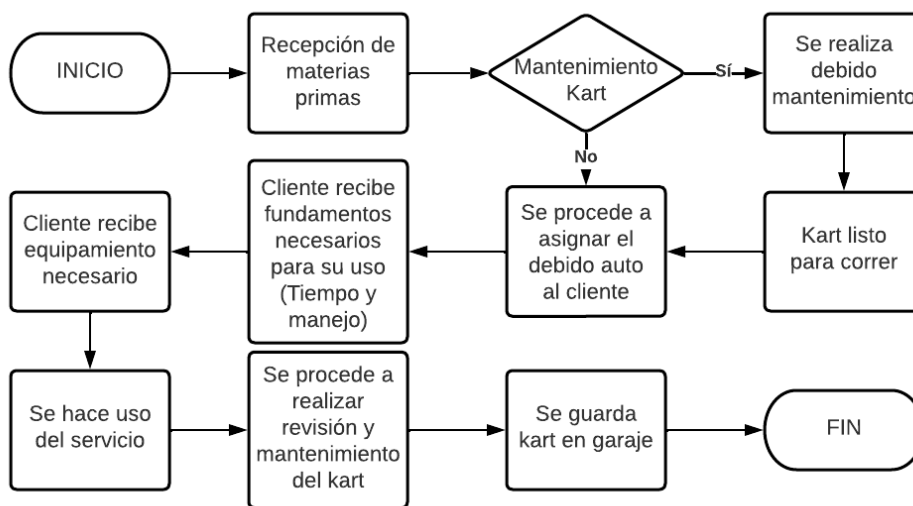
Los tipos de servicio a establecer son:

- **Alquiler de Karting**
- **Eventos de Karting**
- **Escuela de Karting**

### 3.6.3 Proceso productivo de cada Servicio

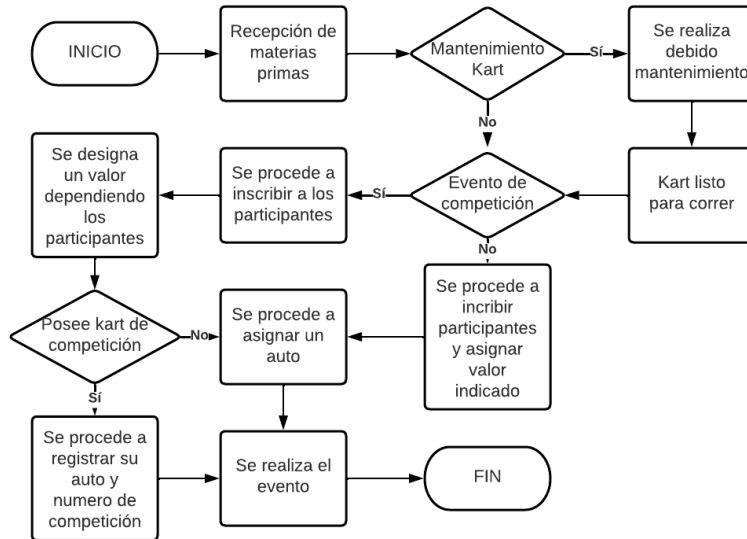
*Ilustración 15*

*Proceso productivo de alquiler de karts*



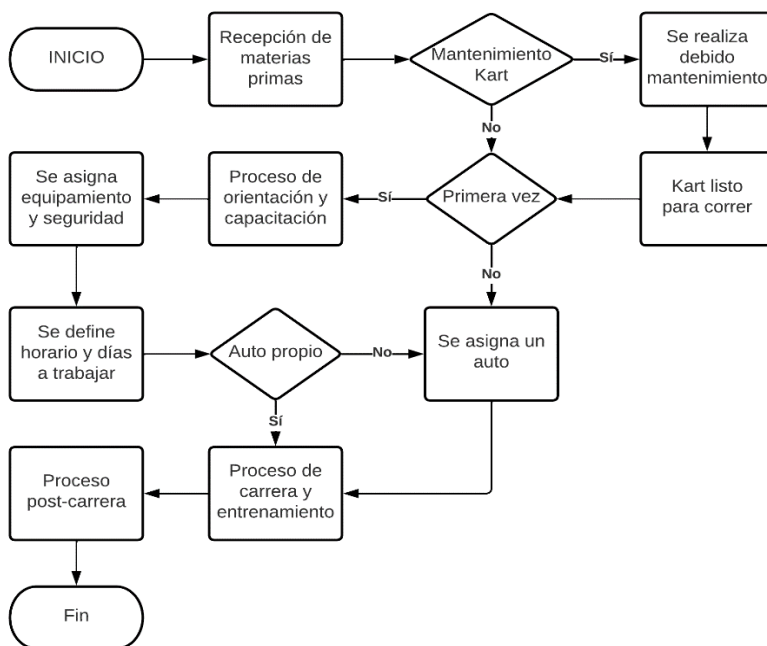
**Ilustración 16**

*Proceso de producción eventos de karting*



**Ilustración 17**

*Proceso de producción de escuela de karting*



### 3.6.4 Insumos requeridos para cada proceso

**Tabla 23**

*Insumos Requeridos de Procesos*

<b>INSUMOS REQUERIDOS</b>
Gasolina
Neumáticos
Herramientas necesarias para uso de mantenimiento
Frenos

### 3.6.5 Mano de obra requerida para la operación en las actividades ordinarias de la idea de negocio

**Tabla 24**

*Mano de Obra Requerida*

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente	1
Jefe de Operaciones	1
Jefe de Marketing y Publicidad	1
Jefe de Finanzas y Administración	1
Mecánico	2
Asistente Administrativo	1
Instructor de Karting	1
Personal Atención al Cliente	2

### 3.6.6 Maquinaria y equipos

**Tabla 25**

*Maquinaria y Equipos*

<b>TIPO</b>	<b>ARTÍCULO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Herramienta	Set 279Pzas Herramienta Manual	1
Herramienta	Tanque Americano Gasolina 1 Galón Rojo Con Embudo Midwest	1
Herramienta	Carro Combustible 14 Galones	1
Herramienta	Compresor Lubricado, 20 L, Pretul	1
Herramienta	Inflador Neumáticos 140PSI Ubermann	1
Herramienta	Tijera Neumáticos	2
Herramienta	Desllantador Económico	2
Herramienta	Ponchera 17 Litros Gris Ecológico	2
Herramienta	Juego de Bidas	1
Herramienta	Lubricante W-D40 382MI - 11Oz 2Und	2
Herramienta	Carrito Porta Kart	2
Herramienta	2tiers Rc - Estante De Aleación De Aluminio Para Llantas De	1

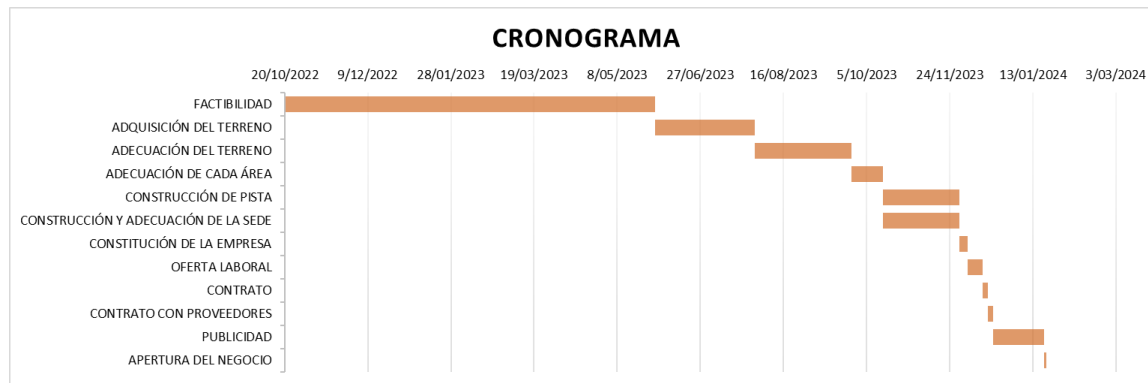
### 3.7 Plan de acción y cronograma de la fase de inversión y operación del proyecto

**Tabla 26**

*Plan de Acción de la Operación del Proyecto*

Fase	Etapa	Proceso	Responsable	Actividades	Recursos humanos	Recursos Materiales	Recursos Técnicos
<b>Formulación de la idea de negocio.</b>	Factibilidad.	Plan de negocio	Empresario.	Estructurar un documento con diferentes análisis del entorno económico, político y legal con base a la idea de negocio.	Estudiante de administración de empresas.	Hojas, lápiz y espacio físico.	Computador y software.
	Adquisición de local.	Contrato de arrendamiento.	Empresario.	Legalización de acuerdos de términos contractuales establecidos entre las partes.	Abogado.		
<b>Instalación física de la empresa.</b>	Adecuación de local comercial.	Diseño.	Arquitecto.	Realizar cambios de diseño estructurar de acuerdo con los planos del establecimiento.	Personal especializado	Materiales de construcción y diseño	Plano
	Adecuación del área de producción.		Arquitecto.	Diseño e instalación para equipos de producción.	Personal especializado	Materiales de construcción y diseño	Plano
	Adquisición.	Compra de maquinaria, equipo y tecnología.	Empresario.	Realizar compras de acuerdo requerimientos establecidos en el estudio técnico			Equipos de transporte
<b>Maquinaria, equipo y tecnología.</b>	Instalación.	Ubicación de la maquinaria, equipos y tecnología.	Empresario.	Descargue de la maquinaria e instalación de acuerdo a su lugar de ubicación establecido.	Personal especializado		Equipos de transporte
	Constitución de la empresa.	formalización jurídica de la empresa	Empresario.	Legalizar trámites notariales, cámara de comercio y de	Abogado.		

				registros necesario para la apertura del negocio.			
<b>Contratación</b>	Oferta laboral.	Selección de personal.	Empresario.	Realizar entrevistas y contratar el personal.	Empresario	Prueba psicotécnica.	Computador.
	Contrato	legalización de la oferta de empleo	Empresario.	Firma de contrato.	Abogado.		
	Contrato con proveedores	Selección de proveedores.	Empresario.	Legalización de acuerdos y términos con los proveedores.	Empresario.		
<b>Operación</b>	Publicidad	Dar a conocer la apertura del negocio.	Empresario.	Realizar campañas de publicidad a través de medios de comunicación.	Empresario.	Publicidad informativa	Medios de comunicación.
	Apertura del negocio	Inicio de operación.	Empresario y personal.	Inicio de las operaciones ordinarias establecidas.	Personal.		Maquinaria, equipo y tecnología.

**Ilustración 18***Cronograma de Actividades***3.8 Función de producción**

El karting es uno de los deportes con más crecimiento no solo nacional sino de forma internacional, su nivel de incremento en cuanto a servicios se ha visto cada vez más presente en las distintas ciudades, permitiendo así esparcirse y llegar a diversidad de personas. Un factor importante en el contexto económico es la influencia del empleo, que varía según las condiciones del mercado laboral en relación con los parámetros definidos. En términos de producción, esta se ajusta a la capacidad de la maquinaria y la cantidad de vehículos disponibles.

Algo a tener bastante en cuenta es que el nivel o cantidad de servicios que se pueden dar en un día puede depender bastante del número de personas que lleguen a correr una sola carrera en un tiempo definido, es decir, una carrera puede durar entre 8 y 10 minutos, dentro de una carrera pueden correr 10 autos al mismo tiempo, sin embargo, no sería real afirmar que cada momento habrán 10 personas para correr una carrera, por el contrario puede que solo estén 4 personas o 5, estas personas correrán, y puede que en ese periodo de tiempo que están corriendo hayan llegado otras 3 personas, esto correrá así el tiempo y de cierta forma afectará el número de personas que puedan llegar a utilizar el servicio, dando esto a entender que la cantidad de

servicios que se puedan dar están determinados por la cantidad de personas que puedan llegar no solo en un día sino en determinadas horas.

Este caso anteriormente presentado ayuda a generar la necesidad de tener en cuenta factores como la efectividad en el uso de tiempo, la organización de las carreras y la información a entregar a las personas, ser claro en la información y encontrar la manera de que una carrera se usen todos los autos.

#### **4. Análisis de impacto ambiental.**

##### **4.1 Marco teórico y conceptual del estudio ambiental**

Un análisis ambiental es de gran importancia para esta idea de negocio, este estudio permite identificar actividades operacionales diarias que causen o puedan causar cierto daño al medio ambiente, de igual forma, permite establecer nuevas estrategias que busquen mitigar este daño y tipo de riesgo que al final afecta no solo a la empresa sino a toda una comunidad. Este es un punto bastante importante a tener en cuenta, no solo por lo que significa cuidar el medio ambiente, sino de construir un mejor lugar para las siguientes generaciones.

Para (Perevochtchikova, 2013), *“el impacto ambiental (IA) implica los efectos adversos sobre los ecosistemas, el clima y la sociedad debido a las actividades, como la extracción excesiva de recursos naturales, la disposición inadecuada de residuos, la emisión de contaminantes y el cambio de uso del suelo, entre otros. Se reconocen impactos directos e indirectos (por el efecto secundario de los anteriores), que poseen tres dimensiones comunes de magnitud, importancia y significancia”*.

Según (Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, 2023), *“El estudio de impacto ambiental es el instrumento básico para la toma de decisiones sobre los proyectos, obras o*

*actividades que requieren licencia ambiental y se exigirá en todos los casos en que se requiera licencia ambiental de acuerdo con la ley y este reglamento.”*

International Institute for Sustainable Development propone algunos pasos clave del proceso de estudio de impacto ambiental:

Dentro del primer proceso se plantea determinar aquellos impactos tanto sociales como ambientales y verificar si estos son o no suficientemente importantes como para desarrollar un estudio de impacto ambiental, a continuación se debe buscar limitar el estudio e identificar aquellas alternativas del proyecto y consulta al público, en tercer lugar se plantea realizar una evaluación de aquellos impactos ambientales y socioeconómicos del proyecto, a partir de esto identificar las medidas de mitigación para lograr reducir estos impactos.

Como cuarto paso se plantea preparar un plan para aquellas medidas de mitigación y otros riesgos del proyecto, que podrían ser como fallas en la tecnología y catástrofes naturales. A partir de esto se realiza un informe del estudio de impacto ambiental, en el cual se pretende reunir toda aquella información adquirida mediante la investigación y trabajo realizado durante etapas anteriores.

Como sexto paso se refiere a una revisión y licenciamiento, es decir, es aquella parte donde autoridades designadas se proponen revisar el informe de estudio de impacto ambiental para así determinar si el proyecto previsto tendrá una licencia, o por lo contrario se tendrán que realizar modificaciones.

Por último, como séptimo paso menciona un monitoreo donde se asegura que las medidas de mitigación, prioridades del estudio y aquellos planes de contingencia se apliquen de manera correcta y logren resolver de manera eficaz los impactos del proyecto.

Para el desarrollo del estudio ambiental de la actual idea de negocio se pretende realizar un análisis de los impactos ambientales causados en los procesos de fabricación e implementación del servicio de karting, examinando aquellas acciones inherentes de la actividad operacional.

#### **4.2 Determinación de impactos ambientales en el proyecto**

KartKings como se mencionó anteriormente pretende poner a punto el servicio con autos proporcionados por la empresa Sodikart.

Teniendo en cuenta lo anterior, los impactos ambientales que se pueden producir mediante el proceso de mantenimiento de los karts llegan a ser una amenaza, su fabricación es de carácter metal mecánica y por naturaleza, esta produce contaminación auditiva y de desperdicios. Además de esto, el tipo de karts que se utilizaran dentro de la idea de negocio serán 100% a gasolina, esto quiere decir que mientras se hacen uso de estos se generaran emisiones que generan un impacto medioambiental y también auditivo.

La identificación de estas amenazas se hace con la finalidad de reducir aquellos efectos negativos que puedan afectar al entorno, para ello, se pretende lograr esparcir un espacio saludable no solo para nuestros colaboradores sino al espacio en general que pueda afectar a la comunidad y a los clientes, es por ello que se identifica los posibles impactos en las actividades diarias para la puesta a punto del servicio de karting.

#### 4.2.1 Tipos de residuos que se pueden producir en las operaciones diarias de acuerdo al diagrama de operaciones.

Los impactos ambientales más notorios dentro de esta idea de negocio son aquellos que tienen que ver sobre todo con emisiones atmosféricas, contaminación auditiva y por residuos provenientes de los autos y sus diferentes procesos.

**Tabla 27**

*Proceso, Impacto y Descripción de Manejo de Residuos*

<b>PROCESO</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Recepción y almacenamiento de materias primas	Contaminación de residuos sólidos y riesgo de salud humana	Residuos sólidos provenientes de llantas, partes del kart y equipo de uso. Corre riesgo la salud humana al hacerse uso de sustancias que pueden ser inflamables.
Mantenimiento	Contaminación por residuos materiales y riesgo de salud humana	Contaminación de aguas superficiales / subterráneas, posibilidad de contaminación por vertido de efluentes, residuos peligrosos como: trapos con grasa y aceites residuales.
Entrega de equipo e indumentaria	Contaminación de residuos sólidos	Contaminación por uso de plásticos desechables y residuos de materiales
Carrera/Servicio final	Impacto ambiental por emisiones producidas por los karts / Contaminación auditiva	Emisiones de combustión, emisión de vapor de agua. Ruido generado por uso de karts.

### 4.3 Preparación del manejo ambiental

Basándonos en los impactos ambientales reconocidos, se implementarán una serie de medidas dirigidas a prevenir y reducir los efectos ambientales derivados de las operaciones de la propuesta empresarial.

A continuación, se mostrarán aquellas actividades las cuales ayudarán a contrarrestar los posibles impactos ambientales:

**Tabla 28**

*Descripción del Cargo 1.*

<b>Descripción del Cargo</b>	
Proceso	Recepción y almacenamiento de materia prima.
Impacto	Contaminación de residuos sólidos y riesgo de salud humana
Objetivo	Adecuada administración de materia prima, buena salud de los colaboradores, lugar de almacenamiento limpio y cumpliendo las normas de seguridad.
<b>Actividades a Desarrollar</b>	
Llevar registro de materia prima y proveedores con buenas prácticas ambientales.	
Almacenar productos siguiendo los requerimientos del proveedor.	
Seguir las normas de seguridad.	
Uso de equipamiento necesario para su recepción y almacenamiento.	
<b>Tipo de medida</b>	Prevención
<b>Responsable</b>	Gerente

**Tabla 29***Descripción de Cargo 2*

<b>Descripción del Cargo</b>	
Proceso	Mantenimiento
Impacto	Contaminación por residuos materiales y riesgo de salud humana.
Objetivo	Manejo adecuado de los residuos, cuidado de la salud de los colaboradores.
<b>Actividades a Desarrollar</b>	
Clasificación de residuos y depósito de estos en respectivas canecas o lugares indicados.	
Uso de herramientas necesarias que permitan evitar el flujo de residuos.	
Uso de equipamiento de protección para el colaborador que haga parte del proceso de mantenimiento del kart.	
Manejo responsable de aguas y residuos provenientes de aceites o combustibles.	
<b>Tipo de medida</b>	Prevención
<b>Responsable</b>	Ingenieros

**Tabla 30***Descripción de Cargo 3*

<b>Descripción del Cargo</b>	
Proceso	Entrega de equipo e indumentaria.
Impacto	Contaminación por residuos materiales y riesgo de salud humana.
Objetivo	Evitar la acumulación de residuos sólidos como plásticos y similares.
<b>Actividades a Desarrollar</b>	
Clasificación de residuos provenientes del equipo de uso para así depositarlo en su caneca pertinente.	
Informar al cliente sobre el uso de estos y los posibles residuos que estos pueden generar y como se debe actuar posterior a su uso (Desechar en respectivas canecas).	
Monitoreo por parte de los colaboradores para mantener en limpio el equipamiento usado por los clientes.	
<b>Tipo de medida</b>	Prevención
<b>Responsable</b>	Ingenieros

Tabla 31

*Descripción de Cargo 3*

<b>Descripción del Cargo</b>	
Proceso	Carrera / Servicio final.
Impacto	Impacto ambiental por emisiones producidas por los karts / Contaminación auditiva.
Objetivo	Uso responsable de aceites y combustibles para los karts, manejo de estándares de calidad en cuanto a motores y llantas y reducción de sonido proveniente de los karts.
<b>Actividades a Desarrollar</b>	
Manejo consciente y responsable en el uso de los combustibles y aceites que se usan a la hora de poner a trabajar el kart, es decir, mantener un estándar de calidad y no hacer uso excesivo e innecesario de estos.	
Monitoreo y administración de uso de llantas en situación de que no se usen de nuevo, evitar acumulación de estas o encontrar una posible reutilización y/o buscar una manera de su aprovechamiento.	
Encontrar la forma de reducir el sonido proveniente de estos, ya sea con la implementación de muros o árboles que reduzcan el sonido a sus alrededores.	
<b>Tipo de medida</b>	Prevención
<b>Responsable</b>	Ingenieros

#### **4.4 Determinación de requisitos y trámite de licencias y permisos ambientales**

Para el desarrollo de la presente idea de negocio se debe contar con una licencia ambiental que según el decreto 1076 de 2015, se denomina como Proyectos en la red vial secundaria y terciaria, haciendo referencia a la construcción de carreteras, incluyendo puentes y demás infraestructura asociada a la misma.

#### **4.5 Análisis de sostenibilidad ambiental**

En la actualidad el aspecto ambiental es uno de los temas más importantes que se deben abordar en cualquier tipo de proyecto o idea de negocio, se debe siempre velar por proteger los recursos naturales no solo para la actualidad sino para las futuras generaciones, en esta idea de negocio, se busca así encontrar la forma de mitigar cualquier tipo de impacto ambiental que pueda existir y tener en consideración al mismo tiempo la dimensión social y económica.

La sostenibilidad ambiental del proyecto es de importancia teniendo en cuenta los procesos que se desarrollan para llevar la puesta a punto del servicio, el objetivo se enfoca en generar un ambiente agradable dentro de las instalaciones y su entorno, para ello se deben establecer políticas que permitan la buena administración de residuos, materiales y materia prima dentro de estos procesos. A partir de estos generar e impartir una cultura ambiental no solo dentro de la organización sino también a los posibles clientes.

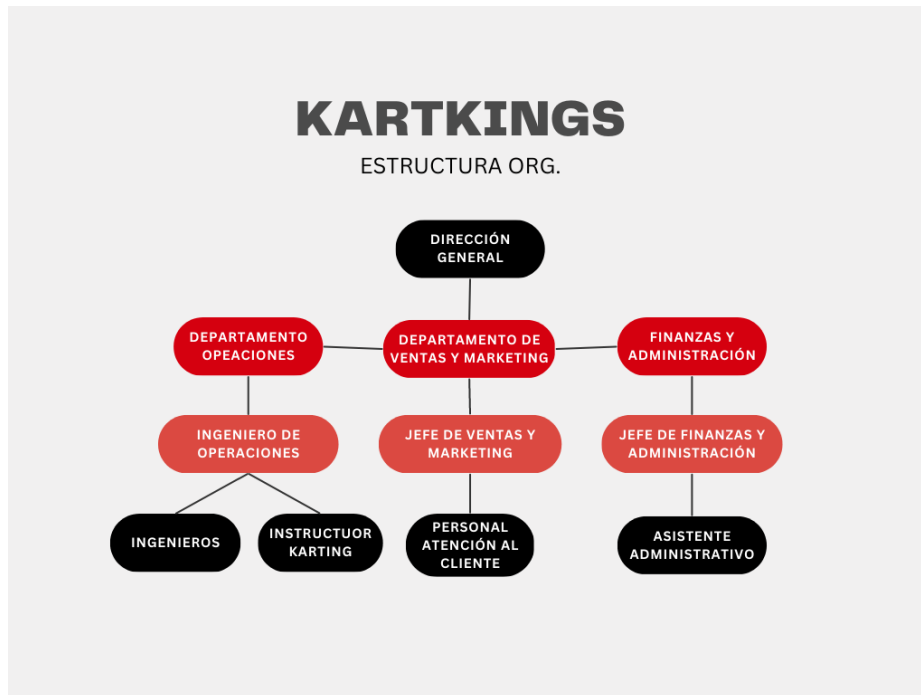
Para lograr impartir una cultura ambiental, es necesario aplicar un plan de manejo ambiental en el cual se permita generar soluciones y alternativas para lograr aquellos objetivos propuestos, es por ello que se plantea que dentro de cada proceso se aplique un procedimiento en el cual se haga una correcta y óptima utilización de recursos, manejo adecuado de combustibles y aceites, clasificación de residuos y fluidos generados por los karts, que permita una identificación de cada uno de estos y así un posible aprovechamiento o entrega óptima para una posible empresa encargada.

## 5. Organización y aspectos administrativos

### 5.1 Estructura orgánica y funciones a nivel de área.

#### *Ilustración 19*

#### *Estructura organizacional de KartKings*



Para esta idea de negocio se enfoca en lograr una comunicación clara y una supervisión efectiva de cada operación que se realice, por ello, se establece una estructura organizacional con enfoque jerárquico, un enfoque que es comúnmente utilizado en empresas de distintos sectores y tamaños.

Esta estructura a pesar de ser bastante genérica, llega a tener un estilo clásico que funciona y que ha sido probada en la forma de adaptación a las empresas de cualquier tipo, esta estructura es fácil de entender e implementar, lo cual permite a KartKings lograr eficiencia y tener una comunicación clara entre departamentos y colaboradores.

## **5.2 Planta de cargos requerida.**

- **Gerente**

Nivel: Ejecutivo

Personal requerido: 1

Tipo de contrato: Contrato laboral de termino fijo con vencimiento a 2 años.

- **Jefe de Operaciones**

Nivel: Gestión

Personal requerido: 1

Tipo de contrato: Contrato laboral a término fijo con vencimiento a 2 años.

- **Jefe de Marketing y Ventas**

Nivel: Gestión

Personal Requerido: 1

Tipo de contrato: Contrato laboral a término fijo con vencimiento a 2 años.

- **Jefe de Finanzas y Administración**

Nivel: Gestión

Personal Requerido: 1

Tipo de contrato: Contrato laboral a término fijo con vencimiento a 2 años.

- **Instructor de Karting**

Nivel: Operacional.

Personal Requerido: 1

Tipo de contrato: Contrato laboral temporal por proyecto o por temporada, dependiendo de la demanda de los servicios de la escuela de karting.

- **Ingeniero**

Nivel: Operacional.

Personal requerido: 2

Tipo de contrato: Contrato laboral a término indefinido.

- **Personal de atención al cliente**

Nivel: Operacional.

Personal requerido: 2

Tipo de contrato: Contrato laboral a término indefinido.

- **Asistente Administrativo**

Nivel: Operacional.

Personal requerido: 1

Tipo de contrato: Contrato laboral a término indefinido.

### 5.3 Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargos.

**Tabla 32**

*Descripción de Funciones y Perfiles Gerente*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Gerente
<b>Número de cargos:</b>	1
<b>NIVEL:</b>	Ejecutivo
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional</li> </ul>
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 o 2 años de experiencia en la industria de los deportes de motor o en la gestión de empresas en general.
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	Encargado de la supervisión general de la empresa. El Gerente General es responsable de tomar decisiones estratégicas para el negocio y de coordinar los esfuerzos de los otros departamentos.
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar y dirigir la organización.</li> <li>• Establecer visión y estrategias de la organización.</li> <li>• Encargado de la coordinación de los demás departamentos.</li> <li>• Encargado de las relaciones externas de la organización.</li> <li>• Velar por la buena imagen y reconocimiento de la marca.</li> <li>• Velar por la buena comunicación dentro de la organización.</li> <li>• Responsable del crecimiento y cumplimiento de las metas de la organización.</li> <li>• Encargado de la evaluación y análisis de estrategias implementadas.</li> </ul>

**Tabla 33***Descripción de Funciones y Perfiles Jefe de Operaciones*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Jefe de Operaciones
<b>Número de cargos:</b>	1
<b>NIVEL:</b>	Gestión
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional</li> </ul>
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 año como mínimo de experiencia en la gestión y planificación de operaciones, preferiblemente en la industria de los deportes de motor.
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	Encargado de la operación diaria de la empresa. El jefe de Operaciones es responsable de supervisar la Escuela de Karting, el Alquiler de Karting y los eventos, y de asegurar que se cumplan los estándares de calidad de la empresa.
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar y dirigir las operaciones de la organización.</li> <li>• Gestionar personal.</li> <li>• Gestión de Mantenimiento.</li> <li>• Gestión de Equipos.</li> <li>• Planificación y programación de actividades de la organización.</li> <li>• Gestión de inventario.</li> <li>• Supervisión de la seguridad y cumplimiento de las normativas.</li> </ul>

**Tabla 34***Descripción de Funciones y Perfiles Jefe de Marketing y Ventas*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Jefe de Marketing y Ventas
<b>Número de cargos:</b>	1
<b>NIVEL:</b>	Gestión
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional</li> </ul>
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 año como mínimo de experiencia en marketing y ventas, especialmente en la industria de los deportes de motor.
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	Encargado de la promoción de los servicios de la empresa. El jefe de Ventas y Marketing es responsable de planificar y ejecutar las estrategias de ventas y marketing de la empresa.
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo y ejecución de estrategias de marketing y ventas.</li> <li>• Promoción de servicios de la empresa.</li> <li>• Identificación de nuevas oportunidades de negocio.</li> <li>• Participación en eventos y ferias.</li> <li>• Colaboración y continuo contacto con empresas y patrocinadores.</li> <li>• Encargado de la coordinación de eventos.</li> <li>• Asegurarse de cumplir las expectativas de los clientes y generar ventas adicionales.</li> </ul>

**Tabla 35***Descripción de Funciones y Perfiles Jefe de Finanzas y Administración*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Jefe de Finanzas y Administración
<b>Número de cargos:</b>	1
<b>NIVEL:</b>	Gestión
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional</li> </ul>
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 año como mínimo de experiencia en finanzas, contabilidad y administración, preferiblemente en la industria de los deportes de motor.
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	Encargado de la gestión financiera y administrativa de la empresa. El jefe de Finanzas y Administración es responsable de supervisar los aspectos financieros y administrativos de la empresa.
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisión y dirección de aspectos financieros y administrativos de la organización.</li> <li>• Gestión de contabilidad y finanzas.</li> <li>• Elaboración de presupuestos.</li> <li>• Encargado de realizar reportes financieros.</li> <li>• Gestión de recursos humanos.</li> <li>• Encargado de la supervisión del cumplimiento legal y normativo.</li> </ul>

**Tabla 36***Descripción de Funciones y Perfiles Instructor de Karting*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Instructor de Karting
<b>Número de cargos:</b> 1	
<b>NIVEL:</b> Operativo	
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico</li> <li>• Certificación en instrucción de conducción.</li> </ul>	
<b>EXPERIENCIA:</b> Experiencia como piloto de carreras o instructor de conducción, que posea conocimientos técnicos sobre los karts.	
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	
Encargado de la operación de la escuela de karting, incluyendo la coordinación de horarios, entrenamiento y el aseguramiento de la calidad del servicio que se ofrece a los estudiantes.	
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impartir clases en la escuela de karting.</li> <li>• Enseñanza técnica de conducción.</li> <li>• Supervisión de los alumnos durante las clases.</li> <li>• Evaluación del progreso</li> </ul>	

**Tabla 37***Descripción de Funciones y Perfiles Mecánico*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Mecánico de Karting
<b>Número de cargos:</b>	2
<b>NIVEL:</b>	Operativo
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional</li> </ul>
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 año como mínimo de experiencia en mecánica, preferiblemente en la reparación y mantenimiento de karts.
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	Encargado del mantenimiento y reparación de los karts, así como de la supervisión de los procesos de mantenimiento y la programación de los servicios de mantenimiento preventivo.
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenimiento y reparación de karts.</li> <li>• Reparación de equipos dañados.</li> <li>• Supervisión de cada auto antes de salir a pista.</li> <li>• Gestión de inventario de piezas y repuestos.</li> <li>• Encargado de ofrecer el equipamiento a cada piloto.</li> <li>• Encargado de la supervisión del equipo de seguridad del piloto.</li> </ul>

**Tabla 38***Descripción de Funciones y Perfiles Atención al Cliente*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Personal de Atención al Cliente
<b>Número de cargos:</b> 2	
<b>NIVEL:</b> Operativo	
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico o profesional.</li> </ul>	
<b>EXPERIENCIA:</b> 1 año como mínimo de experiencia en atención al cliente, preferiblemente en la industria de los deportes de motor.	
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	
Encargado de recibir a los clientes y atender sus necesidades, ya sea para el alquiler de karts o para la escuela de karting, y también para los eventos. El personal de atención al cliente es responsable de proporcionar información clara y precisa sobre los servicios de la empresa, así como de garantizar la satisfacción del cliente.	
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción y atención de clientes.</li> <li>• Atención telefónica y por correo electrónico.</li> <li>• Gestión de reservas y citas.</li> <li>• Atención personalizada a los clientes durante su visita a las instalaciones.</li> <li>• Manejo de caja.</li> </ul>	

**Tabla 39***Descripción de Funciones y Perfiles Asistente Administrativo*

<b>DENOMINACIÓN DE CARGO</b>	Asistente Administrativo
<b>Número de cargos:</b>	1
<b>NIVEL:</b>	Operativo
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico o profesional.</li> </ul>
<b>EXPERIENCIA:</b>	1 año como mínimo de experiencia en administración de oficinas y manejo de software de oficina, preferiblemente en la industria de los deportes de motor.
<b>FUNCIÓN GENERAL:</b>	Encargado de apoyar en tareas administrativas y de oficina, trabaja muy de la mano con el jefe de finanzas y administración.
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar tareas administrativas y de oficina.</li> <li>• Mantenimiento de archivos y registros.</li> <li>• Coordinación de reuniones.</li> <li>• Gestión de correspondencia.</li> </ul>

#### 5.4 Plataforma estrategia de la idea de negocio.

Nombre: KARTKINGS

Logo e imagen corporativa.

##### *Ilustración 20*

*Logo KartKings*



Nota: Este diseño fue realizado por el arquitecto Daniel Quintero.

##### **Misión:**

Ofrecer la mejor experiencia de karting en Tunja y el departamento de Boyacá a través de nuestros servicios de alquiler de karting, escuela de karting y eventos de karting, llevando el deporte a cada rincón de la ciudad. Nuestro propósito es crear nuevos pilotos y contribuir al crecimiento del deporte en la región, mientras ofrecemos un servicio excepcional a nuestros clientes.

**Visión:**

Ser reconocidos como la empresa líder en servicios de karting en Tunja y el departamento de Boyacá, gracias a nuestra capacidad para ofrecer experiencias de calidad y servicio excepcional a nuestros clientes. Nos esforzamos por fomentar la pasión por el deporte al mismo tiempo que ofrecemos oportunidades para que los estudiantes universitarios puedan aplicar sus conocimientos y ganar experiencia en un ambiente de trabajo desafiante y estimulante.

**Políticas Empresariales**

1. Política de calidad: Nuestra empresa se compromete a ofrecer servicios de alta calidad a nuestros clientes, garantizando la seguridad y el disfrute de cada uno de ellos.
2. Política de puntualidad: En nuestra empresa valoramos la puntualidad y el respeto por el tiempo de nuestros clientes. Por lo tanto, nos comprometemos a cumplir con los horarios establecidos para cada uno de nuestros servicios.
3. Política de seguridad: La seguridad es una prioridad para nuestra empresa. Nos comprometemos a seguir los más altos estándares de seguridad en todas nuestras actividades y a asegurarnos de que nuestros clientes estén debidamente informados y equipados para participar en ellas.
4. Política de responsabilidad social: En nuestra empresa nos preocupamos por el bienestar de la comunidad. Por lo tanto, nos comprometemos a colaborar con iniciativas sociales y a promover el deporte y la actividad física en la región.
5. Política de desarrollo de personal: En nuestra empresa valoramos el desarrollo y crecimiento de nuestro equipo de trabajo. Por lo tanto, nos comprometemos a

ofrecer capacitación y formación constante para mejorar el desempeño y la calidad de nuestro servicio.

6. Política de sostenibilidad: En nuestra empresa nos preocupamos por el impacto ambiental de nuestras actividades. Por lo tanto, nos comprometemos a adoptar prácticas sostenibles y a promover el cuidado del medio ambiente entre nuestros clientes y proveedores.

### Principios Corporativos

**Tabla 40**

#### *Principios Corporativos*

<b>Matriz Axiológica</b>	<b>Sociedad</b>	<b>Estado</b>	<b>Cliente</b>	<b>Personal</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Empresa</b>
Responsabilidad	X	X	X	X	X	X
Calidad				X	X	X
Puntualidad			X	X	X	X
Respeto	X	X	X	X	X	X
Pasión			X	X	X	X
Tolerancia	X		X	X	X	X
Innovación				X	X	X
Equidad			X	X	X	X
Flexibilidad			X	X	X	X

De acuerdo a los resultados obtenidos de la matriz axiológica los principios corporativos de KartKings son:

### Responsabilidad

Demostrar capacidad de responder y asumir las consecuencias de nuestras acciones.  
Cumplir con las obligaciones y compromisos adquiridos con clientes, proveedores, empleados y la sociedad en general.

### Calidad

Demostrar excelencia y esfuerzo constante por mejorar. Construir la capacidad de ofrecer el mejor servicio de karting que cumpla con las expectativas y necesidades de los clientes.

### Puntualidad

Ser puntual y cumplir con los plazos y horarios establecidos. Cumplir con aquellos compromisos adquiridos y ofrecer el servicio en el momento acordado.

### Respeto

Tratar a cada persona y organización con consideración, reconocimiento y dignidad.

### Pasión

Demostrar entrega, entusiasmo y dedicación en cada servicio que se ofrece. Generar pasión no solo en trabajadores sino en cada persona que vea al deporte como una oportunidad.

### Tolerancia

Aceptar y respetar de las diferencias que puede existir entre clientes y empresa, de igual forma con proveedores y socios.

### Innovación

Crear y ofrecer soluciones nuevas y diferentes para satisfacer las necesidades de los clientes. Adaptarse a los cambios y evolucionar para ofrecer soluciones más eficientes y efectivas.

### Equidad

Demostrar igualdad y justicia en el trato y las oportunidades. Hacer trato igualitario a los clientes, proveedores y empleados.

### Flexibilidad

Demostrar capacidad de adaptarse y cambiar en función de las necesidades y circunstancias. Encontrar siempre la forma de evolucionar para ofrecer soluciones más eficientes y efectivas.

### Objetivo general:

Ofrece los mejores servicios de karting que fomente la cultura del deporte en la ciudad de Tunja y el departamento de Boyacá, al tiempo que contribuya a la generación de empleo y desarrollo económico de la región.

### Objetivos específicos:

1. Establecer alianzas estratégicas con universidades locales para ofrecer oportunidades de empleo y prácticas profesionales a estudiantes de diversas carreras.

2. Desarrollar un programa de formación para la creación de nuevos pilotos de karting que fomente la inclusión de jóvenes y niños en el deporte, y les brinde herramientas para su desarrollo personal y profesional.
3. Implementar tecnologías innovadoras para el monitoreo y registro de los resultados y desempeño de los clientes en las pistas de karting, lo que permitirá una retroalimentación inmediata para la mejora de habilidades y destrezas.
4. Establecer un sistema de recompensas para los clientes que participen en eventos y competencias de karting, fomentando la lealtad y el compromiso con la marca.
5. Contribuir al desarrollo del turismo deportivo en la región, a través de la organización de eventos y torneos de karting que atraigan a participantes de otras ciudades y países, generando así una importante fuente de ingresos para la región.
6. Establecer un programa de responsabilidad social empresarial que promueva la inclusión de personas en situación de vulnerabilidad, brindándoles oportunidades de empleo y capacitación en el ámbito del deporte y el turismo.

Meta:

Convertir a KartKings en la empresa de servicios de karting en la referencia número uno de deporte y entretenimiento en la región, enfocándose en la innovación, calidad y sostenibilidad.

Para lograr esta meta, se enfocará en lo siguiente:

- Diseñar y construir una pista de karting con un diseño moderno y atractivo, que brinde una experiencia única a nuestros clientes y que sea reconocida por su originalidad y sostenibilidad.

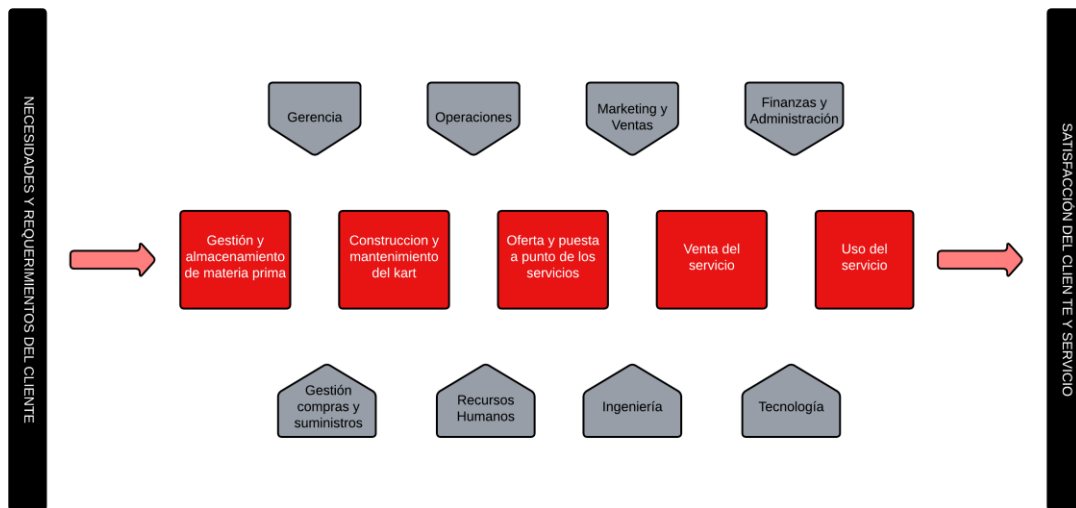
- Implementar tecnologías de vanguardia en nuestros servicios de karting, como la realidad virtual y aumentada, lo que permitirá a nuestros clientes vivir una experiencia inigualable y memorable.
- Establecer alianzas con marcas líderes en el mercado de deportes de motor y entretenimiento, lo que nos permitirá ofrecer productos y servicios exclusivos a nuestros clientes.
- Crear un programa de fidelización de clientes, que incluya beneficios exclusivos y descuentos para aquellos que frecuenten nuestras instalaciones y servicios.
- Desarrollar un plan de marketing innovador y creativo, que nos permita diferenciarnos de la competencia y posicionar nuestra marca como la mejor opción en deporte y entretenimiento en la región.
- Promover la sostenibilidad en nuestras operaciones, implementando prácticas de gestión ambiental que minimicen nuestro impacto en el medio ambiente y promuevan el cuidado y conservación del entorno natural de la región.

Con esta meta, se busca generar una identidad única y diferenciada en KartKings, que permita destacar en el mercado y lograr consolidarse como la opción preferida en el deporte y entretenimiento de la región.

## 5.5 Mapa de procesos

### Ilustración 21

#### Mapa de Procesos



## 6. Marco legal

### 6.1 Identificación y Justificación del tipo de organización empresarial

Para la formalización y establecimiento de esta iniciativa de negocio en Colombia, se opta por la constitución de una sociedad por acciones simplificada, conforme a la Ley 1258 de 2008. Esta elección se basa en su simplicidad de conformación a través de un documento privado. Además, su estructura de capital otorga flexibilidad contractual gracias a normativas adaptables, lo que facilita el diseño del pacto social. Esto permite a los asociados definir directrices para regir sus interacciones jurídicas de manera autónoma.

En el proceso de constitución mediante documento privado, es esencial detallar la identificación, domicilio y nombre de cada accionista. Posteriormente, se debe registrar la denominación de la sociedad seguida de "S.A.S.". A continuación, se incluye la ubicación

principal de la entidad, incluyendo detalles sobre cualquier sucursal. Se menciona el término de duración y se enuncian las actividades primordiales de la empresa. Por último, se establece el capital y el modelo de gestión de la sociedad.

En relación al aspecto accionario y la participación de los socios, la Ley 1258 permite la constitución sin un límite específico en el número de socios. Esto significa que puede ser formada por uno o varios socios. El capital se compone de una cantidad definida de acciones de igual valor, las cuales no están destinadas para la negociación en el mercado de valores. De acuerdo con el artículo décimo de esta ley, se establecen cuatro tipos de acciones: privilegiadas, con dividendos preferenciales, pero sin derecho a voto, con pago y dividendo anual fijo. Estas acciones están sujetas a las reglas acordadas entre los socios. Una consideración importante es que esta forma de sociedad no tiene la obligación de crear una reserva legal en su patrimonio, a menos que se especifique en los estatutos.

En lo concerniente a la organización y estructura, según el artículo 17 de la ley 1258, se concede la libertad de establecer una estructura organizativa sin la necesidad de recurrir a normativas de otras formas societarias del Código de Comercio. Una particularidad de este tipo de sociedad es que, en caso de no contar con una junta directiva, las responsabilidades recaen en el representante legal de la empresa. La obligación de contar con revisoría fiscal o no dependerá de lo estipulado en el artículo 203 del Código de Comercio y la ley 43.

Esta forma de sociedad comparte las mismas responsabilidades tributarias que las demás sociedades comerciales. Entre estas obligaciones se incluyen ser responsables del IVA en situaciones de actividades gravadas por este impuesto, así como del impuesto de renta. Adicionalmente, se debe expedir facturas, cumplir con el impuesto de industria y comercio, y llevar una contabilidad adecuada, entre otras obligaciones tributarias.

En lo que respecta a los gastos de constitución para esta categoría de sociedad, se calculan en un 0,7% del capital total como derechos de registro en la Cámara de Comercio.

Adicionalmente, se considera el formulario de registro mercantil por un valor de \$6,500 pesos y la inscripción en el registro mercantil, cuyo monto es de \$48,000 pesos. Además, se prevé un costo de \$6,500 pesos para obtener el certificado de existencia y representación legal correspondiente al año 2022.

## **6.2 Requisitos y trámites de formalización de la empresa.**

Los pasos para constituir la idea de negocio según la Cámara de Comercio de Tunja son los siguientes:

- Elaborar los estatutos de constitución para una S.A.S que se ajusten a la naturaleza del negocio.
- Diligenciar los estatutos del Club Deportivo, si corresponde.
- Solicitar el PRE RUT en la DIAN, presentando los estatutos ya diligenciados.
- Presentar la documentación de identidad del titular o accionistas.
- Preparar el documento privado para la constitución.
- Incluir una carta de aceptación de cargos si personas no accionistas asumirán roles administrativos, como la representación legal.
- Luego de completar estos trámites ante las autoridades correspondientes, realizar el pago de los derechos de inscripción en las cajas de la cámara de comercio de Tunja.

## **6.3 Registros en materia de propiedad intelectual.**

Siguiendo las regulaciones legales en registros de propiedad intelectual, solo se considerará el trámite de la enseña comercial como una medida voluntaria para asegurar la

protección de la marca, de acuerdo con las exigencias de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

Para el registro de marca, es necesario seguir los siguientes pasos según la SIC:

- Verificar si la marca que se desea registrar se clasifica como tal y si es elegible para el registro como marca.
- Realizar la consulta de antecedentes marcarios (ASO) para identificar si existen similitudes con la marca a registrar. Esta consulta es gratuita y se realiza en las oficinas de la Superintendencia.
- Clasificar los productos que serán distinguidos por la marca, según la clasificación internacional Niza. En nuestro caso, se clasifica en la clase 30, que incluye productos alimenticios de origen vegetal para consumo y aditivos para realzar el sabor.
- Presentar la solicitud ante la SIC, indicando el nombre de la empresa, dirección, denominación del signo (según su tipo), la clase a la que pertenece el producto a identificar según la clasificación Niza, y la firma del representante en el formulario.

Además, se debe realizar el pago de las tasas oficiales establecidas por la SIC. Para una solicitud de registro de marca en una sola clase, el costo es de \$954.500 pesos colombianos si se paga por Pagos Seguros en Línea (PSE), o \$1.160.500 pesos colombianos si se efectúa el pago en la oficina.

#### **6.4 Contratos por suscribir en cumplimiento del objeto social**

El contrato a ser formalizado es un contrato comercial entre proveedores, cuya finalidad es fomentar el crecimiento del negocio y establecer una formalidad entre las empresas, en caso de que sea necesario abordar aspectos legales. El propósito central de este contrato es que ambas

partes acuerden las cantidades de adquisición, en armonía con los precios fijos previamente establecidos, especialmente en lo que concierne a un precio cerrado y estable.

Este tipo de contrato se basa en consideraciones fundamentales, incluyendo la intención específica del contrato según el proveedor, así como aspectos económicos y operativos como responsabilidades y garantías mutuas.

### **6.5 Manejo de contratación laboral**

Para el manejo de contratación laboral se tratará de dos formas, en primer lugar, para los empleados con cargos de gerencia y jefe de área se manejará un contrato a término fijo a 2 años. “El contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres años, pero es renovable indefinidamente” y señala 3 características fundamentales, primero, el contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres (3) años, pero es renovable indefinidamente. Segundo, si antes de la fecha de vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una antelación no inferior a treinta (30) días, éste se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado, y así sucesivamente. Y tercero, no obstante, si el término fijo es inferior a un (1) año, únicamente podrá prorrogarse sucesivamente el contrato hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores, al cabo de los cuales el término de renovación no podrá ser inferior a un (1) año, y así sucesivamente. (Código Sustantivo del Trabajo, 2011, artículo 46)

En cuanto a las demás posiciones, se optará por un contrato de duración indeterminada. En situaciones excepcionales o acuerdos específicos, se interpretará como un contrato de trabajo por tarea o proyecto. El contrato a término indefinido implica un acuerdo sin una duración

predefinida, con la posibilidad de finalización a través de la voluntad del empleado, el empleador por justa o injusta causa, o por cumplir requisitos para la obtención de una pensión.

La cantidad de empleados y su nivel salarial ya determinados en la fase de análisis técnico y administrativo son los siguientes:

**Tabla 41**

*Cargos y Salarios*

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario</b>
Gerente	1	\$2.000.000
Jefe de Operaciones	1	\$1.800.000
Jefe de Marketing y Ventas	1	\$1.800.000
Jefe de Finanzas y Administración	1	\$1.800.000
Instructor de Karting	1	\$1.300.000
Ingeniero Mecánico	2	\$1.300.000
Atención al cliente	2	\$1.300.000
Asistente Administrativo	1	\$1.300.000

Las compensaciones y salarios de cada acuerdo se efectuarán conforme a las regulaciones legales pertinentes, abarcando sueldo base, subsidio de transporte, beneficios sociales, asignaciones de trabajo, coberturas de seguridad social y contribuciones parafiscales. En situaciones en las que sea preciso, los pagos por horas adicionales se realizarán siguiendo los parámetros establecidos por la legislación.

## **7. Estudio financiero.**

El estudio financiero como se mencionó a principio de este documento, se enfoca en demostrar el proyecto al 100% de su funcionamiento, esto con la visión de ofrecer un escenario lo más realista posible de la dimensión y expansión que puede llegar a tener la idea de negocio. Esto también permite de cierta forma acomodar en un futuro la idea a distintos presupuestos y estrategias, generando versatilidad, enfoques y estrategias distintas a implementar dependiendo de las posibilidades que existan para el desarrollo e implementación de la idea de negocio.

Para el desarrollo del estudio financiero se hizo uso de la plantilla MIMA proporcionada por el profesor Mauricio Jarro.

A continuación, se presentará el estudio financiero con datos anuales, haciendo referencia a todo lo que se mencionó anteriormente en el documento.

## 7.1 Presupuesto de inversiones.

Tabla 42

## Presupuesto de Inversiones

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>				
<b>N°</b>	<b>Terrenos</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
1	terreno KartKings Tunja-Paipa	3.100.000.000	1	3.100.000.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>3.100.000.000</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN TERRENOS</b>				<b>100%</b>
<b>N°</b>	<b>Construcciones, Bodegas y Locales</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
1	Pista y Edificio	5.477.000.000	1	5.477.000.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>5.477.000.000</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES, BODEGAS Y LOCALES</b>				<b>100%</b>
<b>N°</b>	<b>Vehículos de Transporte y Carga</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
1	Kart SR4	24.000.000	12	288.000.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>288.000.000</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN VEHICULOS DE TRANSPORTE Y CARGA</b>				<b>100%</b>
<b>N°</b>	<b>Maquinaria y Equipo de Producción</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
1	Set 279Pzas Herramienta Manual	499.900	1	499.900
2	Tanque Americano Gasolina 1 Galón Rojo Con Embudo Midwest	89.900	1	89.900
3	Carro Combustible 14 Galones	499.900	1	499.900
4	Compresor Lubricado, 20 L, Pretul	511.289	1	511.289
5	Inflador Neumáticos 140PSI Ubermann	59.900	1	59.900

6	Tijera Neumáticos	610.600	2	1.221.200
7	Desllantador Económico	417.243	2	834.486
8	Ponchera 17 Litros Gris Ecológico	21.400	2	42.800
9	Juego de Bridas	475.000	1	475.000
10	Lubricante W-D40 382Ml - 11Oz 2Und	49.900	2	99.800
11	Carrito Porta Kart	1.073.648	2	2.147.296
12	2tiers Rc - Estante De Aleación De Aluminio Para Llantas De	122.619	1	122.619
<b>SUBTOTAL</b>				<b>6.604.090</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION</b>				<b>100%</b>

N°	Muebles y Enseres	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Juego de Sala Paelrmo 1 Soga+ 2 Potronas + Mesa	2.289.900	31	70.986.900
2	Mesa de juntas	1.499.900	1	1.499.900
3	Televisor	2.099.900	4	8.399.600
4	Juego de Mesa y Sillas Vidrio Flash 6 Puestos 150*90*75 cm	899.900	24	21.597.600
5	Palmera Artificial	439.900	2	879.800
<b>SUBTOTAL</b>				<b>103.363.800</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>100%</b>

N°	Legalización y Licencias de Funcionamiento	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Registro marca	1.160.500	1	1.160.500
<b>SUBTOTAL</b>				<b>1.160.500</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN LEGALIZACIÓN Y LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO</b>				<b>100%</b>

N°	Computadores y Otros Equipos de Oficina	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Teléfono	180.000	2	360.000
2	Computador	2.000.000	1	2.000.000

3	Escritorio Axis 76*151*116cm Wengue/Marfil	339.900	10	3.399.000
4	Silla Escritorio pc Capricornio	319.900	10	3.199.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>8.958.000</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN COMPUTADORES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>100%</b>
<b>N°</b>	<b>Otras Inversiones Preoperativas</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
1	Datáfono	299.900	1	299.900
2	Cajón monedero	209.900	1	209.900
3	Casco	215.900	12	2.590.800
4	Guantes	57.000	12	684.000
5	Overol	87.000	12	1.044.000
6	Botas	175.000	12	2.100.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>6.928.600</b>
<b>EJECUCIÓN DE OTRAS INVERSIONES</b>				<b>100%</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>				<b>8.992.014.990</b>
<b>EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>100%</b>

La anterior tabla hace referencia a la inversión inicial del proyecto, sin embargo, para este plan de negocio se evalúa como la inversión necesaria para dar la perspectiva del 100% del proyecto en marcha. Dentro de estas se puede evidenciar que en puntos como la inversión del edificio e instalaciones de Kartkings no se especifica, para ello debe remitirse a el anexo 6 para obtener más detalle.

La inversión total para la presente idea será de \$8.992.014.990 pesos, los cuales serán financiados por distintas fuentes, en estas se encuentran gobierno y alcaldía, teniendo en cuenta el impacto que se tiene en la ciudad y el departamento, inversores de riesgo que muestren interés en la idea de negocio y por último recursos propios.

Los porcentajes a repartir de la inversión para cada uno de los inversores será de esta manera:

- Gobierno y Alcaldía 30%
- Inversores Riesgo 30%
- Recursos Propios 40%

Teniendo en cuenta los anteriores porcentajes se entiende que por parte del gobierno y alcaldía se pretende entrar en programas como el Fondo Emprender e INNpulsar, programas que ayudan a proyectos con buena proyección. Este es un punto el cual se muestra bastante optimista ya que el proyecto de KartKings promueve no solo el deporte, sino la economía de una ciudad, departamento e incluso podría impactar en el país en un futuro. Entrar en estos programas con esta idea de negocio sería una ventaja para su financiación.

Por otra parte se encuentra los inversores de riesgo o capital riesgo, se pretende llegar a acuerdos con empresarios o personas dispuestas a invertir en el proyecto y así poder aportar a la financiación de este proyecto.

## 7.2 Ingresos.

Según la idea principal planteada en el plan de negocio, se pretende ofrecer 4 servicios con los siguientes precios a ofertar.

**Tabla 43**

*Precios Por Servicios KartKings*

<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b>
Alquiler de Karting	\$30.000
Escuela de Karting	\$850.000
Eventos Karting Universitario	\$400.000
Eventos Karting Cumpleaños/Celebraciones	\$5.000.000
Eventos Karting Profesional	\$500.000
Entradas para Eventos	\$15.000

Los anteriores precios juegan un papel importante ya que se toma la decisión de ofertarlos teniendo en cuenta en primer lugar la competencia y en segundo lugar la calidad de instalaciones, equipamiento y servicio en general.

Para el manejo de los ingresos, se tuvo en cuenta el siguiente incremento para 10 años: los dos primeros años un incremento de 20% cada uno, para el año 4 y 5 un incremento del 30% cada uno, para el año 6, 7 y 8 un incremento del 20% cada uno, y para el año 9 y 10 un incremento del 10% cada uno.

**Tabla 44**

*Ingresos*

ESTADO DE RESULTADOS										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>VENTAS INGRESOS POR CENTRO DE COSTOS</b>	<b>2.123.700.000</b>	<b>2.548.440.000</b>	<b>3.058.128.000</b>	<b>3.975.566.400</b>	<b>5.168.236.320</b>	<b>6.201.883.584</b>	<b>7.442.260.301</b>	<b>8.930.712.361</b>	<b>9.823.783.597</b>	<b>10.806.161.957</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>2.123.700.000</b>	<b>2.548.440.000</b>	<b>3.058.128.000</b>	<b>3.975.566.400</b>	<b>5.168.236.320</b>	<b>6.201.883.584</b>	<b>7.442.260.301</b>	<b>8.930.712.361</b>	<b>9.823.783.597</b>	<b>10.806.161.957</b>
VENTAS MANUFACTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS SERVICIOS	2.123.700.000	2.548.440.000	3.058.128.000	3.975.566.400	5.168.236.320	6.201.883.584	7.442.260.301	8.930.712.361	9.823.783.597	10.806.161.957
VENTAS COMERCIALIZACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**7.3 Costos de producción (Servicios).**

A continuación, se muestran los distintos gastos a los que se enfrenta la empresa KartKings:





En este caso se puede apreciar como los gastos más altos tienden a ser aquellos correspondiente a maquinaria, depreciación de los bienes y los gastos administrativos.

A continuación, se muestran los costos de los servicios que oferta KartKings:

**Tabla 46**

*Costos*

<b>COSTOS</b>					
<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PRECIO POR CANTIDAD DE COMPRA (\$)</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA DE COMPRA</b>	<b>CANTIDAD DE COMPRA</b>	<b>VALOR POR UNIDAD DE MEDIDA (\$)</b>
1	Gasolina	239.991	Galón	20	12.000
2	Neumáticos	50.000	Juegos de Neumaticos	10	5.000
3	Recompensas Eventos Universidades	200.000	Recompensas podios	1	200.000

Estos costos hacen referencia aquellos que afectan sobre todo a los servicios como alquiler de karting y escuela de karting, en el caso de las recompensas a evento de universidades solo afecta a el servicio de eventos universitarios. Se puede evidenciar que son una cantidad menor de costos para los distintos servicios, es por ello que hay que tener en cuenta como se dijo al inicio del documento que los insumos más frecuentes serían los neumáticos, y evidentemente la gasolina para el funcionamiento de los karts, hay diferentes partes de un kart que tambien son importantes, sin embargo, estas no serán frecuentes, de hecho, si se tiene en cuenta que un auto SR4

dura aproximadamente 5 años, entendemos que la mayoría de sus partes mecánicas durarán lo mismo. Para más información referente a los costos de los servicios, remitirse al anexo 3.

Para los gastos se tuvo en cuenta un incremento anual del 10% durante 10 años cada año.

**Tabla 47**

*Costos de Producción*

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>										
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>670.625.934</b>	<b>737.790.465</b>	<b>811.579.705</b>	<b>933.335.010</b>	<b>1.073.359.115</b>	<b>1.180.715.699</b>	<b>1.298.812.077</b>	<b>1.428.723.053</b>	<b>1.500.177.067</b>	<b>1.575.205.568</b>
ARRIENDOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SERVICIOS	3.559.770	3.915.747	4.307.322	4.953.420	5.696.433	6.266.076	6.892.684	7.581.952	7.961.050	8.359.102
GASTOS ADMINISTRATIVOS	287.172.384	315.889.622	347.478.585	399.600.372	459.540.428	505.494.471	556.043.918	611.648.310	642.230.725	674.342.262
NOMINA ADMINISTRATIVA Y DE MERCADEO	304.578.348	335.036.183	368.539.801	423.820.771	487.393.887	536.133.276	589.746.603	648.721.264	681.157.327	715.215.193
GASTOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	57.600.000	63.360.000	69.696.000	80.150.400	92.172.960	101.390.256	111.529.282	122.682.210	128.816.320	135.257.136
IMPUESTO DE ICA	0	101.938	122.325	159.023	206.729	248.075	297.690	357.228	392.951	432.246
GASTOS DE PRODUCCION	17.715.432	19.486.975	21.435.673	24.651.024	28.348.677	31.183.545	34.301.899	37.732.089	39.618.694	41.599.628
<b>COSTO DE VENTAS POR CENTRO DE COSTOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>
<b>SERVICIOS</b>										
INVENTARIO INICIAL DE INSUMOS (P.T.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COMPRAS INSUMOS	293.716.548	352.459.858	422.951.829	549.837.378	714.788.591	857.746.309	1.029.295.571	1.235.154.686	1.358.670.154	1.494.537.170
INVENTARIO FINAL DE INSUMOS (P.T.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE LOS INSUMOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>
NOMINA OPERATIVA SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE VENTAS DE INSUMOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>
<b>GASTOS + COSTOS</b>	<b>964.342.482</b>	<b>1.090.250.323</b>	<b>1.234.531.534</b>	<b>1.483.172.388</b>	<b>1.788.147.706</b>	<b>2.038.462.008</b>	<b>2.328.107.648</b>	<b>2.663.877.739</b>	<b>2.858.847.221</b>	<b>3.069.742.738</b>

<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>1.159.357.518</b>	<b>1.458.189.677</b>	<b>1.823.596.466</b>	<b>2.492.394.012</b>	<b>3.380.088.614</b>	<b>4.163.421.576</b>	<b>5.114.152.653</b>	<b>6.266.834.622</b>	<b>6.964.936.376</b>	<b>7.736.419.219</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>8.494.800</b>	<b>9.344.280</b>	<b>10.278.708</b>	<b>11.820.514</b>	<b>13.593.591</b>	<b>14.952.950</b>	<b>16.448.246</b>	<b>18.093.070</b>	<b>18.997.724</b>	<b>19.947.610</b>
GASTOS FINANCIEROS	8.494.800	9.344.280	10.278.708	11.820.514	13.593.591	14.952.950	16.448.246	18.093.070	18.997.724	19.947.610
INTERESES PRESTAMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>UTILIDAD DESPUÉS DE GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.150.862.718</b>	<b>1.448.845.397</b>	<b>1.813.317.758</b>	<b>2.480.573.498</b>	<b>3.366.495.023</b>	<b>4.148.468.626</b>	<b>5.097.704.407</b>	<b>6.248.741.552</b>	<b>6.945.938.652</b>	<b>7.716.471.609</b>
<b>IMPUESTO DE RENTA</b>	<b>230.172.544</b>	<b>289.769.079</b>	<b>362.663.552</b>	<b>496.114.700</b>	<b>673.299.005</b>	<b>829.693.725</b>	<b>1.019.540.881</b>	<b>1.249.748.310</b>	<b>1.389.187.730</b>	<b>1.543.294.322</b>
	2 0 %									
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>920.690.174</b>	<b>1.159.076.318</b>	<b>1.450.654.206</b>	<b>1.984.458.798</b>	<b>2.693.196.018</b>	<b>3.318.774.901</b>	<b>4.078.163.526</b>	<b>4.998.993.242</b>	<b>5.556.750.922</b>	<b>6.173.177.287</b>



Computadores y otros equipos	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000	8.958.000
<b>TOTAL DEPRECIACION ACUMULADA</b>	<b>0</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>	<b>-344.772.380</b>
Depreciación edificios y locales		-273.850.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación computadores y equipos		-2.986.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación muebles y enseres		-10.336.380	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación vehículos		-57.600.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación de maquinaria		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>	<b>8.089.100</b>
Otras Inversiones	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500	1.160.500
Preoperativos	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600	6.928.600
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>9.073.380.216</b>	<b>10.224.236.229</b>	<b>11.442.926.072</b>	<b>12.966.478.148</b>	<b>15.084.394.210</b>	<b>17.954.782.484</b>	<b>21.429.958.996</b>	<b>25.697.977.949</b>	<b>30.927.188.544</b>	<b>36.623.384.841</b>	<b>42.950.675.270</b>
<b>PASIVOS</b>											
<b>PASIVO CORTO PLAZO</b>	<b>0</b>	<b>230.165.839</b>	<b>289.779.364</b>	<b>362.677.235</b>	<b>496.134.500</b>	<b>673.326.756</b>	<b>829.728.367</b>	<b>1.019.583.792</b>	<b>1.249.801.144</b>	<b>1.389.246.518</b>	<b>1.543.359.658</b>
Obligaciones Financieras de Corto Plazo (1Año)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuentas por pagar	0	-6.705	-6.705	-6.705	-6.704	-6.704	-6.704	-6.704	-6.704	-6.704	-6.705
Proveedores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta por Pagar	0	230.172.544	289.769.079	362.663.552	496.114.700	673.299.005	829.693.725	1.019.540.881	1.249.748.310	1.389.187.730	1.543.294.322
Impuesto de ICA por pagar	0	0	16.990	20.388	26.504	34.455	41.346	49.615	59.538	65.492	72.041
Diferidos y otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Obligaciones Financieras a Largo Plazo (Más de 1 año)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>230.165.839</b>	<b>289.779.364</b>	<b>362.677.235</b>	<b>496.134.500</b>	<b>673.326.756</b>	<b>829.728.367</b>	<b>1.019.583.792</b>	<b>1.249.801.144</b>	<b>1.389.246.518</b>	<b>1.543.359.658</b>
<b>PATRIMONIO</b>											
Aporte de Capital	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216	9.073.380.216
Reserva Legal	0	0	92.069.017	207.976.649	353.042.070	551.487.950	820.807.552	1.152.685.042	1.560.501.395	2.060.400.719	2.616.075.811
Donaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades del Ejercicio	0	920.690.174	1.159.076.318	1.450.654.206	1.984.458.798	2.693.196.018	3.318.774.901	4.078.163.526	4.998.993.242	5.556.750.922	6.173.177.287
Utilidades Acumuladas	0	0	828.621.157	1.871.789.843	3.177.378.628	4.963.391.546	7.387.267.962	10.374.165.373	14.044.512.546	18.543.606.464	23.544.682.294
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>9.073.380.216</b>	<b>9.994.070.390</b>	<b>11.153.146.708</b>	<b>12.603.800.914</b>	<b>14.588.259.712</b>	<b>17.281.455.730</b>	<b>20.600.230.631</b>	<b>24.678.394.157</b>	<b>29.677.387.399</b>	<b>35.234.138.321</b>	<b>41.407.315.608</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>9.073.380.216</b>	<b>10.224.236.229</b>	<b>11.442.926.072</b>	<b>12.966.478.149</b>	<b>15.084.394.212</b>	<b>17.954.782.486</b>	<b>21.429.958.998</b>	<b>25.697.977.949</b>	<b>30.927.188.543</b>	<b>36.623.384.839</b>	<b>42.950.675.266</b>



INVENTARIO FINAL MATERIAS PRIMAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO MATERIA PRIMA UTILIZADA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
NOMINA OPERATIVA MANUFACTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE VENTAS MANUFACTURA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SERVICIOS</b>											
INVENTARIO INICIAL DE INSUMOS (P.T.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COMPRAS INSUMOS	293.716.548	352.459.858	422.951.829	549.837.378	714.788.591	857.746.309	1.029.295.571	1.235.154.686	1.358.670.154	1.494.537.170	
INVENTARIO FINAL DE INSUMOS (P.T.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE LOS INSUMOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>	
NOMINA OPERATIVA SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE VENTAS DE INSUMOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>	
<b>COMERCIALIZACION</b>											
INVENTARIO INICIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COMPRAS DE PRODUCTOS COMERCIALIZACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO FINAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE PRODUCTOS DE COMERCIALIZACION</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
NOMINA OPERATIVA COMERCIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE VENTAS COMERCIALIZACION</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>GASTOS + COSTOS</b>	<b>964.342.482</b>	<b>1.090.250.323</b>	<b>1.234.531.534</b>	<b>1.483.172.388</b>	<b>1.788.147.706</b>	<b>2.038.462.008</b>	<b>2.328.107.648</b>	<b>2.663.877.739</b>	<b>2.858.847.221</b>	<b>3.069.742.738</b>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>1.159.357.518</b>	<b>1.458.189.677</b>	<b>1.823.596.466</b>	<b>2.492.394.012</b>	<b>3.380.088.614</b>	<b>4.163.421.576</b>	<b>5.114.152.653</b>	<b>6.266.834.622</b>	<b>6.964.936.376</b>	<b>7.736.419.219</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>8.494.800</b>	<b>9.344.280</b>	<b>10.278.708</b>	<b>11.820.514</b>	<b>13.593.591</b>	<b>14.952.950</b>	<b>16.448.246</b>	<b>18.093.070</b>	<b>18.997.724</b>	<b>19.947.610</b>	
GASTOS FINANCIEROS	8.494.800	9.344.280	10.278.708	11.820.514	13.593.591	14.952.950	16.448.246	18.093.070	18.997.724	19.947.610	
INTERESES PRESTAMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>UTILIDAD DESPUES DE GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.150.862.718</b>	<b>1.448.845.397</b>	<b>1.813.317.758</b>	<b>2.480.573.498</b>	<b>3.366.495.023</b>	<b>4.148.468.626</b>	<b>5.097.704.407</b>	<b>6.248.741.552</b>	<b>6.945.938.652</b>	<b>7.716.471.609</b>	

IMPUESTO DE RENTA	20 %	230.172.544	289.769.079	362.663.552	496.114.700	673.299.005	829.693.725	1.019.540.881	1.249.748.310	1.389.187.730	1.543.294.322
UTILIDAD NETA		920.690.174	1.159.076.318	1.450.654.206	1.984.458.798	2.693.196.018	3.318.774.901	4.078.163.526	4.998.993.242	5.556.750.922	6.173.177.287

**7.6 Flujo de caja neto.**

**Tabla 50**

*Flujo de Caja Neto*

<b>FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO</b>										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>	<b>2.123.700.000</b>	<b>2.548.440.000</b>	<b>3.058.128.000</b>	<b>3.975.566.400</b>	<b>5.168.236.320</b>	<b>6.201.883.584</b>	<b>7.442.260.301</b>	<b>8.930.712.361</b>	<b>9.823.783.597</b>	<b>10.806.161.957</b>
<b>RECAUDOS POR VENTAS</b>	<b>2.123.700.000</b>	<b>2.548.440.000</b>	<b>3.058.128.000</b>	<b>3.975.566.400</b>	<b>5.168.236.320</b>	<b>6.201.883.584</b>	<b>7.442.260.301</b>	<b>8.930.712.361</b>	<b>9.823.783.597</b>	<b>10.806.161.957</b>
VENTAS DE CONTADO	2.123.700.000	2.548.440.000	3.058.128.000	3.975.566.400	5.168.236.320	6.201.883.584	7.442.260.301	8.930.712.361	9.823.783.597	10.806.161.957
VENTAS A CREDITO 30 DIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A CREDITO 60 DIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A CREDITO 90 DIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS CREDITO 120 DIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ANTICIPOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTROS INGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RECUPERACIÓN CARTERA HISTÓRICA		0	0	0	0	0	0	0	0	0
RECAUDO DE IVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>CARTERA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>GASTOS</b>	<b>325.860.259</b>	<b>737.688.527</b>	<b>811.457.380</b>	<b>933.175.987</b>	<b>1.073.152.385</b>	<b>1.180.467.624</b>	<b>1.298.514.386</b>	<b>1.428.365.825</b>	<b>1.499.784.116</b>	<b>1.574.773.322</b>
ARRIENDOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SERVICIOS	3.566.475	3.915.747	4.307.322	4.953.420	5.696.433	6.266.076	6.892.684	7.581.952	7.961.050	8.359.102
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4	315.889.622	347.478.585	399.600.372	459.540.428	505.494.471	556.043.918	611.648.310	642.230.725	674.342.262
NOMINA ADMINISTRATIVA Y DE MERCADEO	304.578.348	335.036.183	368.539.801	423.820.771	487.393.887	536.133.276	589.746.603	648.721.264	681.157.327	715.215.193

GASTOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	0	63.360.000	69.696.000	80.150.400	92.172.960	101.390.256	111.529.282	122.682.210	128.816.320	135.257.136
GASTOS DE PRODUCCION	17.715.432	19.486.975	21.435.673	24.651.024	28.348.677	31.183.545	34.301.899	37.732.089	39.618.694	41.599.628
<b>COSTO DE VENTAS POR CENTRO DE COSTOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>
MANUFACTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTO DE VENTAS MANUFACTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NOMINA OPERATIVA MANUFACTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>SERVICIOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>
COSTO DE INSUMOS	293.716.548	352.459.858	422.951.829	549.837.378	714.788.591	857.746.309	1.029.295.571	1.235.154.686	1.358.670.154	1.494.537.170
NOMINA OPERATIVA SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
COSTO DE PRODUCTOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NOMINA OPERATIVA COMERCIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>GASTOS + COSTOS</b>	<b>619.576.807</b>	<b>1.090.148.385</b>	<b>1.234.409.209</b>	<b>1.483.013.365</b>	<b>1.787.940.976</b>	<b>2.038.213.933</b>	<b>2.327.809.957</b>	<b>2.663.520.511</b>	<b>2.858.454.270</b>	<b>3.069.310.492</b>
<b>PAGOS FINANCIEROS</b>	<b>8.494.800</b>	<b>9.344.280</b>	<b>10.278.708</b>	<b>11.820.514</b>	<b>13.593.591</b>	<b>14.952.950</b>	<b>16.448.245</b>	<b>18.093.069</b>	<b>18.997.723</b>	<b>19.947.609</b>
GASTOS FINANCIEROS	8.494.800	9.344.280	10.278.708	11.820.514	13.593.591	14.952.950	16.448.245	18.093.069	18.997.723	19.947.609
PAGOS DE CAPITAL PRÉSTAMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>PAGO IMPUESTOS</b>	<b>0</b>	<b>230.257.492</b>	<b>289.888.007</b>	<b>362.816.459</b>	<b>496.313.479</b>	<b>673.540.189</b>	<b>829.983.146</b>	<b>1.019.888.186</b>	<b>1.250.135.307</b>	<b>1.389.613.427</b>
IVA VENTAS - IVA COMPRAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PAGO IMPUESTO DE ICA	0	84.948	118.928	152.907	198.779	241.184	289.421	347.305	386.997	425.697
PAGO IMPUESTO RENTA	0	230.172.544	289.769.079	362.663.552	496.114.700	673.299.005	829.693.725	1.019.540.881	1.249.748.310	1.389.187.730
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>81.365.226</b>									
<b>EFFECTIVO</b>	<b>1.576.993.619</b>	<b>1.218.689.843</b>	<b>1.523.552.076</b>	<b>2.117.916.062</b>	<b>2.870.388.274</b>	<b>3.475.176.512</b>	<b>4.268.018.953</b>	<b>5.229.210.595</b>	<b>5.696.196.297</b>	<b>6.327.290.429</b>
<b>SALDO INICIAL CAJA</b>		<b>1.576.993.619</b>	<b>2.795.683.462</b>	<b>4.319.235.538</b>	<b>6.437.151.600</b>	<b>9.307.539.874</b>	<b>12.782.716.386</b>	<b>17.050.735.339</b>	<b>22.279.945.934</b>	<b>27.976.142.231</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>1.576.993.619</b>	<b>2.795.683.462</b>	<b>4.319.235.538</b>	<b>6.437.151.600</b>	<b>9.307.539.874</b>	<b>12.782.716.386</b>	<b>17.050.735.339</b>	<b>22.279.945.934</b>	<b>27.976.142.231</b>	<b>34.303.432.660</b>
<b>SOSTENIBILIDAD</b>		<b>378%</b>	<b>346%</b>	<b>371%</b>	<b>408%</b>	<b>445%</b>	<b>469%</b>	<b>496%</b>	<b>527%</b>	<b>538%</b>

### 7.7 Cálculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto.

La tasa interna de oportunidad denota la tasa mínima o la rentabilidad esperada durante una inversión. La fórmula para su cálculo es la siguiente:

$$\text{TIO} = \text{Ti} - \text{IPC} + i1 + i2.$$

Donde:

Ti: La tasa de referencia del mercado, basada en las estadísticas proporcionadas por el banco de la república para el segundo trimestre de 2023, con un valor del 13,25%.

IPC: La estimación de la inflación para el año 2020, proyectada en el 12,36% según expertos de la revista Dinero.

i1, i2: Tasas anticipadas por el inversionista y el empresario.

Así, se obtiene:

$$\text{TIO} = \text{Ti} - \text{IPC} + i1 + i2$$

$$\text{TIO} = 13,25\% - 12,36\% + 10\% + 10\%$$

$$\text{TIO} = 20,89\%$$

Adicionalmente, el valor presente neto refleja el valor actual de los flujos de efectivo generados por una inversión, y la tasa interna de retorno (TIR) indica la tasa a la que los flujos de efectivo proyectados de la inversión lograrían un valor presente neto igual a cero o nulo.

**Tabla 51**

*Indicadores*

<b>INDICADORES</b>	
VPN	<b>7.443.028.413</b>
TIO	<b>20,89%</b>
TIR	<b>24,62%</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>9.073.380.216</b>
FCN 2024	<b>1.576.993.619</b>
FCN 2025	<b>2.795.683.462</b>
FCN 2026	<b>4.192.377.065</b>
FCN 2027	<b>6.437.151.600</b>
FCN 2028	<b>9.307.539.874</b>
FCN 2029	<b>12.782.716.386</b>
FCN 2030	<b>17.050.735.339</b>
FCN 2031	<b>22.279.945.934</b>
FCN 2032	<b>27.976.142.231</b>
FCN 2033	<b>34.303.432.660</b>

Nota\* En este caso para la inversión inicial se tiene en cuenta el capital de trabajo (\$89.454.326).

El análisis del valor presente neto señala un resultado positivo de \$7.443.028.413, lo que indica que la inversión efectuada cumple con el objetivo financiero de maximizar los rendimientos. En relación a la tasa interna de oportunidad, se calcula en un 20,89%, mientras que la tasa interna de retorno se establece en un 24,10%. Esto sugiere que los retornos obtenidos superan ligeramente las expectativas planificadas.

**7.7.1 Relación beneficio Costo (RBC)**

Este parámetro evalúa la proporción entre los beneficios o ingresos futuros ajustados al valor presente y los costos futuros ajustados al valor presente, todo ello en relación con la tasa interna de oportunidad como punto de referencia.

**Tabla 52**

*Relación Beneficio Costo*

<b>BENEFICIO / COSTO</b>	
Valor Presente Ingresos	\$ 60.078.872.520
Valor Presente Costos	\$ 19.519.481.787
<b>B/C</b>	<b>2,10</b>



<b>COSTO MATERIA PRIMA UTILIZADA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
NOMINA OPERATIVA MANUFACTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE VENTAS MANUFACTURA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SERVICIOS</b>											
INVENTARIO INICIAL DE INSUMOS (P.T.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COMPRAS INSUMOS	293.716.548	352.459.858	422.951.829	549.837.378	714.788.591	857.746.309	1.029.295.571	1.235.154.686	1.358.670.154	1.494.537.170	
INVENTARIO FINAL DE INSUMOS (P.T.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE LOS INSUMOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>	
NOMINA OPERATIVA SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE VENTAS DE INSUMOS</b>	<b>293.716.548</b>	<b>352.459.858</b>	<b>422.951.829</b>	<b>549.837.378</b>	<b>714.788.591</b>	<b>857.746.309</b>	<b>1.029.295.571</b>	<b>1.235.154.686</b>	<b>1.358.670.154</b>	<b>1.494.537.170</b>	
<b>COMERCIALIZACION</b>											
INVENTARIO INICIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COMPRAS DE PRODUCTOS COMERCIALIZACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO FINAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE PRODUCTOS DE COMERCIALIZACION</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
NOMINA OPERATIVA COMERCIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COSTO DE VENTAS COMERCIALIZACION</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>GASTOS + COSTOS</b>	<b>964.342.482</b>	<b>1.090.250.323</b>	<b>1.234.531.534</b>	<b>1.483.172.388</b>	<b>1.788.147.706</b>	<b>2.038.462.008</b>	<b>2.328.107.648</b>	<b>2.663.877.739</b>	<b>2.858.847.221</b>	<b>3.069.742.738</b>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>1.159.357.518</b>	<b>1.458.189.677</b>	<b>1.823.596.466</b>	<b>2.492.394.012</b>	<b>3.380.088.614</b>	<b>4.163.421.576</b>	<b>5.114.152.653</b>	<b>6.266.834.622</b>	<b>6.964.936.376</b>	<b>7.736.419.219</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>8.494.800</b>	<b>9.344.280</b>	<b>10.278.708</b>	<b>11.820.514</b>	<b>13.593.591</b>	<b>14.952.950</b>	<b>16.448.246</b>	<b>18.093.070</b>	<b>18.997.724</b>	<b>19.947.610</b>	
GASTOS FINANCIEROS	8.494.800	9.344.280	10.278.708	11.820.514	13.593.591	14.952.950	16.448.246	18.093.070	18.997.724	19.947.610	
INTERESES PRESTAMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>UTILIDAD DESPUES DE GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.150.862.718</b>	<b>1.448.845.397</b>	<b>1.813.317.758</b>	<b>2.480.573.498</b>	<b>3.366.495.023</b>	<b>4.148.468.626</b>	<b>5.097.704.407</b>	<b>6.248.741.552</b>	<b>6.945.938.652</b>	<b>7.716.471.609</b>	
<b>IMPUESTO DE RENTA</b>	<b>230.172.544</b>	<b>289.769.079</b>	<b>362.663.552</b>	<b>496.114.700</b>	<b>673.299.005</b>	<b>829.693.725</b>	<b>1.019.540.881</b>	<b>1.249.748.310</b>	<b>1.389.187.730</b>	<b>1.543.294.322</b>	

20

%

UTILIDAD NETA	920.690.174	1.159.076.318	1.450.654.206	1.984.458.798	2.693.196.018	3.318.774.901	4.078.163.526	4.998.993.242	5.556.750.922	6.173.177.287
---------------	-------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

**Tabla 54**

**EBITDA**

<b>EBITDA</b>										
<b>AÑO</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>	<b>2032</b>
INGRESOS	2.123.700.000	2.548.440.000	3.058.128.000	3.975.566.400	5.168.236.320	6.201.883.584	7.442.260.301	8.930.712.361	9.823.783.597	10.806.161.957
GASTOS OPERACIONALES	670.625.934	737.790.465	811.579.705	933.335.010	1.073.359.115	1.180.715.699	1.298.812.077	1.428.723.053	1.500.177.067	1.575.205.568
COSTOS	293.716.548	352.459.858	422.951.829	549.837.378	714.788.591	857.746.309	1.029.295.571	1.235.154.686	1.358.670.154	1.494.537.170
<b>EBIT</b>	1.159.357.518	1.458.189.677	1.823.596.466	2.492.394.012	3.380.088.614	4.163.421.576	5.114.152.653	6.266.834.622	6.964.936.376	7.736.419.219
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380	-344.772.380
<b>EBITDA</b>	814.585.138	1.113.417.297	1.478.824.086	2.147.621.632	3.035.316.234	3.818.649.196	4.769.380.273	5.922.062.242	6.620.163.996	7.391.646.839

### 7.7.3 Indicador valor económico agregado (EVA)

*Tabla 55*

*Indicador EVA*

INDICADOR EVA	
	Año 10
<b>NOPAT</b>	6.173.177.287
Capital de Inversión	9.073.380.216
WACC	10,6%
<b>EVA</b>	<b>5.211.398.984,10</b>

El auténtico rendimiento económico de la empresa durante el primer año proyectado asciende a \$5.211.398.984,10. Este dato refleja que la compañía estará generando dicho rendimiento con un WACC (Costo Medio Ponderado de Capital) del 10,6% para ese año. Este porcentaje implica que se anticipa un incremento positivo en la rentabilidad del sector de entretenimiento y deportes, lo cual favorecerá a la empresa al impulsar la creación de valor.

### 7.7.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio corresponde a la cifra de ingresos requeridos para equiparar los costos fijos, variables y gastos, resultando en un escenario en el cual no se registra ni ganancia ni pérdida. El porcentaje del punto de equilibrio, a su vez, refleja la proporción del ingreso previsto que la empresa debe alcanzar para satisfacer sus compromisos y requisitos.

**Tabla 56**

*Punto de Equilibrio*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>										
Gastos Fijos	679.120.734	747.134.745	821.858.413	945.155.524	1.086.952.706	1.195.668.649	1.315.260.323	1.446.816.123	1.519.174.791	1.595.153.178
Costos Variables	293.716.548	352.459.858	422.951.829	549.837.378	714.788.591	857.746.309	1.029.295.571	1.235.154.686	1.358.670.154	1.494.537.170
Punto Equilibrio (ventas mínimas para no perder o ganar)	788.121.172	867.051.588	953.768.576	1.096.855.157	1.261.411.112	1.387.576.214	1.526.362.626	1.679.033.434	1.763.005.835	1.851.178.928
P.E. % (porcentaje sobre las ventas proyectadas)	<b>37,1%</b>	<b>34,0%</b>	<b>31,2%</b>	<b>27,6%</b>	<b>24,4%</b>	<b>22,4%</b>	<b>20,5%</b>	<b>18,8%</b>	<b>17,9%</b>	<b>17,1%</b>

Como se puede evidenciar, para el primer año se espera que las ventas mínimas proyectadas ronden un 37% de los ingresos de las ventas, para el año 10 se espera que sea de un 17%.

### **7.8 Análisis de sostenibilidad financiera del proyecto.**

La sostenibilidad financiera para la presente idea de negocio se puede contextualizar en distintos aspectos, en primer lugar, como se mencionó anteriormente, se tiene en cuenta que los recursos se darán desde el primer momento, es decir la totalidad de la inversión, repartidos entre distintos inversores, siendo estos el gobierno/alcaldía, inversionistas independientes y recursos propios.

Partiendo de esta idea se puede evidenciar varios factores que pueden cambiar drásticamente el estudio financiero. En primer lugar, la inversión inicial, ya que al tener la visión de que el proyecto será realizado de manera inmediata al 100% de su funcionamiento el valor de la inversión será altísima. En segundo lugar, el terreno a escoger puede ser otro distinto variando ampliamente el valor y afectando así el costo de inversión. Como último aspecto tenemos el tema de los precios, este tema refleja lo costoso que puede llegar a ser invertir en esta idea de negocio, teniendo en cuenta que los precios son los más bajos que se pueden ofrecer para los distintos servicios, abre la posibilidad de aumentar precios y competir ofreciendo el valor de las instalaciones y profesionalismo, llegando así a lograr recuperar la inversión en menos de los 10 años.

A pesar de ser una idea de magnitud impresionante, se puede evidenciar como su sostenibilidad es bastante viable, teniendo en cuenta que los gastos son menores a comparación de lo que ingresa mensualmente. Si se tiene en cuenta la estimación de demanda, la única preocupación que tendría el inversor es el retorno de aquella inversión, y sobre todo en el tiempo en que lo recuperará. En este estudio financiero se pudo evidenciar que 10 años no son suficientes para recuperar esta inversión, sin embargo, hay que tener en cuenta que a partir del año 11 si se mantuviera los mismos ingresos se empezaría a tener una utilidad bastante alta, esto sin

mencionar lo que la idea de negocio puede aportar en cuanto al sector económico de la ciudad y el departamento.

## **8. Impacto y responsabilidad social empresarial**

### **8.1 Relación y Clasificación de partes interés.**

En la actualidad todas las empresas alrededor entienden del gran impacto que proporciona la responsabilidad social para estas, llegando a ser no solo un punto importante de imagen corporativa, sino también a los ojos de la comunidad y cultura en la que se encuentra.

Para (Reyes de Blobfeld, 2013), “La responsabilidad social empresarial más allá de crear un compromiso entre las empresas y sus trabajadores ha de incluir igualmente a la comunidad”. Con esto en contexto podemos acoplar perfectamente a la idea inicial de KartKings como empresa, aportar empleo, cultura deportiva y enriquecimiento del conocimiento académico por medio de proyectos innovadores, sin embargo, es de vital importancia también involucrar a la comunidad.

La responsabilidad social empresarial permite tener en cuenta las partes interesadas que se acoplan al modelo de negocio, para este caso stakeholders, estos hacen relación a personas u organizaciones que llegan a relacionarse de cierta forma con aquellas actividades y decisiones de una empresa, en este caso de KartKings. Para la idea de negocio presentada, se establecen stakeholder internos y externos, por una parte, el personal de trabajo hace parte de la perspectiva interna, esto se debe a la gran responsabilidad que tienen en las actividades que se realizan dentro de la empresa, su aporte significa mucho para la empresa, ya que generan un valor progresivo para esta junto con el profesional de cada uno.

Partiendo desde la perspectiva externa se tiene en cuenta aquellas partes interesadas importantes como lo son los clientes, la razón por la cual existe esta idea de negocio y se busca satisfacer a cien por ciento sus necesidades, estos clientes hacen posible las operaciones de la compañía, la generación de feedback y la posterior adición de valor a cada uno de los servicios que se ofrecen a estos. Las autoridades locales de igual forma cuentan como grupo de interés, esto debido a que establecen políticas que como empresa se deben tener en cuenta para un desarrollo correcto de cada una de las actividades.

Otro de los stakeholders más importantes a tener en cuenta son los proveedores, estos son de vital importancia para el funcionamiento correcto de la empresa, estos se encargan de suministrar cualquier tipo de recurso necesario para el funcionamiento de la pista o de los karts, la relación con empresas como Sodikart permiten crear estrategias de crecimiento conjuntas, generando valor para cada una de las marcas.

Los competidores que, a pesar de ser una amenaza ayuda a dar una perspectiva sobre las tendencias del mercado y tomar decisiones estratégicas informadas. Esto abre la posibilidad de generar relaciones de competencia e impulsar el sector deportivo del karting.

Las Universidades es una de aquellas partes interesadas que más puede representar en el desarrollo y crecimiento de la empresa, el valor que se puede generar por medio del conocimiento, participación en eventos y proyectos desarrollados generaran no solo un beneficio para la empresa sino para las universidades también, haciendo que su IQ en cada una de las carreras crezca y se genere mucha más experiencia de campo.

Por último, pero no menos importante tenemos la comunidad, que para KartKings significa mucho y cuenta como una de los objetivos de desarrollo y aporte principales a futuro.

Este grupo de interés se ve desde una perspectiva de involucramiento ya sea desde la parte de patrocinios o organizaciones benéficas, de igual forma es importante mencionar la importancia de la sostenibilidad y responsabilidad con el medio ambiente.

## **8.2 Actividades y programas de involucramiento de las partes interesadas.**

- **Clientes**

Actividades de involucramiento: Ofrecer promociones especiales, descuentos para clientes frecuentes y programas de lealtad. Realizar encuestas de satisfacción para recopilar comentarios y sugerencias. Organizar eventos y competencias emocionantes para atraer a nuevos clientes y mantener el interés de los existentes.

Expectativas: Calidad de los karts y equipamiento, seguridad en las instalaciones, excelente servicio al cliente, tiempos de espera razonables, precios competitivos, pistas bien mantenidas y emocionantes, y una experiencia general satisfactoria.

Resultados: Mayor satisfacción y fidelidad de los clientes, mayor participación en eventos y programas de karting, aumento en las reservas y recomendaciones positivas boca a boca.

- **Empleados**

Actividades de involucramiento: Proporcionar un ambiente laboral seguro y saludable, ofrecer capacitación y desarrollo profesional, reconocer y recompensar el desempeño sobresaliente, fomentar la comunicación abierta y el trabajo en equipo, y promover un equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

Expectativas: Salario y beneficios justos, oportunidades de crecimiento y desarrollo, un liderazgo sólido, ambiente de trabajo positivo y respetuoso, y participación en la toma de decisiones que afecten su trabajo.

Resultados: Mayor satisfacción y compromiso de los empleados, mejor desempeño laboral, menor rotación de personal, mayor productividad y calidad del servicio al cliente.

- **Proveedores**

Actividades de involucramiento: Mantener una comunicación clara y abierta, establecer relaciones a largo plazo basadas en la confianza, pagar a tiempo y cumplir con los términos del contrato, buscar oportunidades de colaboración y mejora conjunta, y reconocer su contribución al éxito de la empresa.

Expectativas: Pagos puntuales, demanda estable, transparencia en la relación comercial, calidad y confiabilidad en los productos y servicios suministrados, y una comunicación efectiva.

Resultados: Relaciones sólidas y mutuamente beneficiosas, suministro constante de productos y servicios de calidad, negociaciones favorables, y posibilidad de obtener mejores condiciones y precios.

- **Autoridades Locales**

Actividades de involucramiento: Cumplir con todas las regulaciones y normativas aplicables, mantener registros y documentación actualizada, participar en procesos de licencia y permisos, cooperar con las inspecciones y auditorías, y mantener una comunicación transparente con las autoridades pertinentes.

Expectativas: Cumplimiento de las leyes y regulaciones, contribución al bienestar público, respeto por el medio ambiente, transparencia en las operaciones y la presentación de informes, y cooperación en la implementación de medidas de seguridad y salud.

Resultados: Cumplimiento normativo, buenas relaciones con las autoridades, evitación de multas y sanciones, y mantenimiento de una reputación positiva en el ámbito regulatorio.

- **Competidores**

Actividades de involucramiento:

- Realizar un análisis de la competencia para entender su posicionamiento en el mercado, fortalezas y debilidades.
- Monitorear constantemente las estrategias y acciones de los competidores para identificar oportunidades y amenazas.
- Participar en eventos y conferencias de las industrias que más se acercan al modelo de negocio de la empresa para establecer relaciones con otros competidores y estar al tanto de las últimas tendencias.

Expectativas:

- Competencia justa y ética en el mercado.
- Respeto por los derechos de propiedad intelectual y marcas registradas.
- Mantener altos estándares de calidad en los productos y servicios ofrecidos.

Resultados:

- Conocimiento profundo del mercado y de los competidores.
- Desarrollo de estrategias competitivas efectivas.
- Adaptación rápida a los cambios en el mercado y a las acciones de los competidores.
- Mantenimiento de una ventaja competitiva a través de la innovación y la diferenciación.

- **Comunidad Local**

Actividades de involucramiento: Patrocinar eventos locales, participar en proyectos comunitarios, apoyar organizaciones benéficas locales, promover prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente, y ser un buen vecino y ciudadano corporativo.

Expectativas: Apoyo y contribución a la comunidad, generación de empleo local, prácticas comerciales éticas y responsables, y una imagen positiva y de confianza.

Resultados: Relaciones positivas con la comunidad, reconocimiento y aprecio de la comunidad local, mejora de la reputación y la imagen de la empresa, y posibilidad de colaboraciones y alianzas estratégicas.

- **Universidades**

Involucramiento:

- Establecer alianzas estratégicas con universidades que cuenten con programas relacionados con ingeniería automotriz, diseño industrial u otras áreas afines que busquen relacionar la mayoría de carreras que ofrecen estas.
- Invitar a profesores y estudiantes de estas universidades a visitar la pista de karting y conocer el funcionamiento de la empresa.
- Promover la participación de estudiantes en proyectos de investigación y desarrollo relacionados con mejoras técnicas en los karts, diseño de nuevas pistas o análisis de datos en carreras.

Expectativas:

- Esperar que las universidades fomenten la creatividad, la innovación y la investigación en el campo de los karts y las carreras.

- Buscar que las universidades ofrezcan oportunidades de colaboración y asesoramiento técnico para mejorar la calidad de los vehículos, las pistas y la experiencia de los participantes.

Resultados:

- Obtener propuestas de proyectos innovadores por parte de los estudiantes universitarios, con el fin de mejorar la eficiencia de los karts, implementar nuevas tecnologías o desarrollar estrategias de carrera.
- Incorporar las ideas y soluciones propuestas por las universidades en el diseño y la mejora de los karts, las pistas y los servicios relacionados.
- Promover la participación de los estudiantes universitarios en competencias y eventos de karting, representando a su institución educativa y demostrando sus habilidades y conocimientos.

Además, se puede considerar la organización de eventos especiales en colaboración con las universidades, como competencias interuniversitarias de karting, charlas y conferencias sobre temas relacionados con la industria del motor, y programas de prácticas y pasantías para estudiantes interesados en adquirir experiencia en el campo del karting.

El objetivo principal es establecer una relación de colaboración mutuamente beneficiosa con las universidades, aprovechando su experiencia, conocimientos y capacidad de innovación para impulsar el crecimiento y la mejora continua de KartKings.

### **8.3 Implementación y manejo de Gobierno corporativo.**

Dado la magnitud del proyecto es evidente que se debe manejar un gobierno corporativo, de hecho, en el punto en que se mencionan los estatutos para club deportivo es necesario la creación de este para su buen funcionamiento, sin embargo, se limita a cumplir ciertos requerimientos.

Para la implementación y manejo de gobierno se basará en suposiciones y estimaciones de lo que podría funcionar tal cual como se está plantando esta idea de negocio, es decir al cien por ciento de su funcionamiento.

Para esto se tendrán en cuenta varios factores:

- **Estructura de Gobierno Corporativo**

Como se mencionó anteriormente se debe tener en cuenta que para el club deportivo debe regirse un órgano administrativo que se debe seguir según los estatutos propuestos, estos hacen referencia a los siguientes: presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y un vocal.

Este órgano administrativo puede llegar a funcionar también como junta directiva, ya que puede ser manejado por los accionistas y gerente general, esta estructura permite el involucramiento total de lo que vendría siendo gobierno / alcaldía, inversionistas independientes y por supuesto el papel jugado por el gerente general.

- **Políticas y Códigos de Conducta**

Se debe elaborar un Código de Conducta que promueva la integridad, el respeto y la ética en todas las actividades de la empresa, incluyendo aspectos como el trato justo a los clientes y la seguridad en la pista de karting.

De igual forma la implementación de políticas claras sobre el uso de recursos, conflictos de interés, protección de datos y prevención de corrupción.

- **Transparencia y Divulgación de la Información**

- Publicación de informes financieros anuales que reflejen el desempeño económico de la empresa, incluyendo ingresos, gastos, inversiones y utilidades.
- Establecer un portal de transparencia en el que se comparta información relevante sobre la gestión de la empresa, eventos especiales y resultados de las carreras.

- **Evaluación y Monitoreo**

- Realizar auditorías internas periódicas para evaluar la eficiencia de los procesos, la gestión de riesgos y el cumplimiento de las políticas establecidas.
- Establecer un comité de auditoría independiente que supervise la exactitud de los informes financieros y la gestión de riesgos.

- **Participación de los Accionistas**

- Convocar reuniones de accionistas en las que se presenten informes de gestión, se tomen decisiones importantes y se promueva la participación activa de los accionistas en el desarrollo de la empresa.
- Facilitar la comunicación directa con los accionistas independientes a través de canales de contacto y retroalimentación.

- **Gestión de Riesgos**

- Identificar los riesgos inherentes a la operación de la pista de karting, como lesiones de los participantes, daños a los vehículos y eventos climáticos adversos.
- Implementar medidas de seguridad adecuadas, como el uso de equipos de protección personal, protocolos de emergencia y seguros de responsabilidad civil.

- **Sostenibilidad y Responsabilidad Social.**

- Adoptar prácticas sostenibles en la operación de la pista de karting, como la gestión eficiente de los recursos, el uso de energías renovables y la minimización de residuos.
- Participar en iniciativas sociales y comunitarias, como programas de apoyo a jóvenes talentos, acciones de concientización sobre seguridad vial y colaboración con organizaciones locales.

- **Formación y Desarrollo**

- Ofrecer programas de formación y capacitación a empleados y colaboradores en áreas clave como seguridad en la pista, atención al cliente y gestión de riesgos.
- Fomentar el desarrollo profesional y personal de los empleados a través de planes de carrera, programas de mentoría y capacitaciones continuas.

Teniendo en cuenta todos estos factores y la implementación de un Gobierno Corporativo permite entonces fortalecer la transparencia, la confianza de los accionistas y sobre todo la reputación de KartKings.

## 9. Planeación Estratégica.

### 9.1 Matriz PESTEL.

*Tabla 57*

*Matriz PESTEL*

<b>Factores</b>	<b>Aspectos</b>
Políticos	Regulaciones gubernamentales o de la federación de karting de Colombia en torno a la seguridad y el uso de pistas de karting.
	Impuestos y tasas gubernamentales en la industria del deporte y el entretenimiento.
	Políticas gubernamentales que promuevan la actividad física y el deporte.
Económicos	Condiciones económicas generales de Colombia, el departamento de Boyacá o la ciudad de Tunja, que afecte el modelo de negocio.
	Disponibilidad de financiamiento y préstamos para inversiones en el negocio
	Competencia y precios de mercado en la industria de carreras de karts.
	Situación económica mundial debido a secuelas ocasionadas por el COVID 19 afectando familias y empresas.
	Aumento del dólar que pueda generar incremento en los precios de la materia prima.
	Política monetaria y fiscal.
Sociales	Cambios en los hábitos de consumo de entretenimiento y deportes.
	Aceptación social y demanda de carreras de karts.
	Cambios demográficos y en la estructura de la población.
	Preferencia por el deporte del automovilismo.

---

	Aumento del número de estudiantes universitarios.
	Cambios en la tecnología de motores y sistemas de conducción.
	Innovaciones en la tecnología de seguridad en el deporte de carreras de karts.
Tecnológicos	Uso de plataformas digitales para reservas, pagos y promoción de servicios.
	Acceso económico a Karts eléctricos y sus distintos componentes.
	Regulaciones gubernamentales en torno a la emisión de gases y ruido de los motores.
Ambientales	Compromiso ambiental del negocio y su impacto en la comunidad local.
	Disposición y manejo de residuos y materiales tóxicos.
	Normativas legales en torno a la seguridad en la práctica de carreras de karts.
Legales	Protección de derechos de propiedad intelectual y marcas registradas.
	Responsabilidad legal en caso de accidentes y lesiones en la pista.

---

## 9.2 Matriz POAM.

Tabla 58

Matriz POAM

FACTORES		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
Factor	Detalle	Nivel	Calificación	Nivel	Calificación
<b>Políticos</b>	Regulaciones gubernamentales o de la federación de karting de Colombia en torno a la seguridad y el uso de pistas de karting.	Bajo	1	Medio	2
	Impuestos y tasas gubernamentales en la industria del deporte y el entretenimiento.	Medio	2	Alto	3
	Las reformas tributarias por parte del gobierno	Bajo	1	Alto	3
<b>Económicos</b>	Condiciones económicas generales de Colombia, el departamento de Boyacá o la ciudad de Tunja, que afecte el modelo de negocio.	Medio	2	Medio	2
	Disponibilidad de financiamiento y préstamos para inversiones en el negocio	Medio	2	Medio	2
	Competencia y precios de mercado en la industria de carreras de karts.	Bajo	1	Alto	3
	Situación económica mundial debido a secuelas ocasionadas por el COVID 19 afectando familias y empresas.	Medio	2	Alto	3
	Aumento del dólar que pueda generar incremento en	Bajo	1	Alto	3

	los precios de la materia prima.				
	Inflación	Bajo	1	Alto	3
	Cambios en los hábitos de consumo de entretenimiento y deportes.	Alto	3	Alto	3
	Aceptación social y demanda de carreras de karts.	Alto	3	Bajo	1
<b>Sociales</b>	Cambios demográficos y en la estructura de la población.	Medio	2	Medio	2
	Preferencia por el deporte del automovilismo.	Alto	3	Bajo	1
	Aumento del número de estudiantes universitarios.	Alto	3	Bajo	1
	Cambios en la tecnología de motores y sistemas de conducción.	Medio	2	Alto	3
	Innovaciones en la tecnología de seguridad en el deporte de carreras de karts.	Medio	2	Alto	3
<b>Tecnológicos</b>	Uso de plataformas digitales para reservas, pagos y promoción de servicios.	Alto	3	Bajo	1
	Acceso económico a Karts eléctricos y sus distintos componentes.	Medio	2	Medio	2
	Regulaciones gubernamentales en torno a la emisión de gases y ruido de los motores.	Bajo	1	Alto	3
<b>Ambientales</b>	Compromiso ambiental del negocio y su impacto en la comunidad local.	Medio	2	Medio	2
	Disposición y manejo de residuos y materiales tóxicos.	Medio	2	Medio	2

<b>Legales</b>	Normativas legales en torno a la seguridad en la práctica de carreras de karts.	Medio 2	Alto 3
	Protección de derechos de propiedad intelectual y marcas registradas.	Medio 2	Medio 2
	Responsabilidad legal en caso de accidentes y lesiones en la pista.	Medio 2	Medio 2
	Normativas legales en torno a la seguridad en la práctica de carreras de karts.	Medio 2	Medio 2

**Tabla 59***Promedio de Factores*

<b>Factores</b>	<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>	
	<b>Suma</b>	<b>Promedio</b>	<b>Suma</b>	<b>Promedio</b>
Factores Políticos	4	1,33	8	2,67
Factores Económicos	9	1,50	16	2,67
Factores Sociales	14	2,80	8	1,60
Factores Tecnológicos	9	2,25	9	2,25
Factores Ambientales	5	1,67	7	2,33
Factores Legales	8	2,00	9	2,25
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>1,93</b>	<b>57</b>	<b>2,30</b>

Como se puede apreciar, el promedio de las oportunidades de la idea de negocio está en un 1,93, mientras las amenazas se encuentran en 2,30. Estos números demuestran mucho la incertidumbre de un modelo de negocio que es bastante innovador y a la vez arriesgado teniendo en cuenta que no existe una competencia similar o una idea igual que asegure el éxito. Sin embargo, es de entender que estos promedios tienen sentido, al no ser una idea de negocio en la

cual se pueda evidenciar una buena recepción ya que no existe una similar en la ciudad, es más probable que existan barreras y amenazas que oportunidades en su posible crecimiento.

### 9.3 Matriz MEFE.

**Tabla 60**

*Matriz MEFE*

<b>Factores clave</b>	<b>Peso (%)</b>	<b>Calificación (1-3)</b>	<b>Calificación ponderada</b>
<b>Oportunidades</b>			
Aumento en la popularidad de deportes de motor	0,08	3	0.30
Mayor demanda de actividades al aire libre y deportivas	0,07	3	0.24
Incremento en eventos deportivos en la región	0,08	2	0.18
Mayor interés en carreras y competencias	0,08	3	0.21
Mayor conciencia sobre la importancia de la actividad física	0,05	2	0.12
Incremento en el turismo deportivo	0,07	2	0.10
Mayor disponibilidad de recursos para la organización de eventos deportivos	0,08	1	0.04
Mayor facilidad de acceso a la ubicación del negocio	0,03	3	0.09
<b>Amenazas</b>			
Competencia de otros centros de entretenimiento	0,08	2	0.20
Fluctuaciones en la economía y el mercado	0,06	1	0.08
Riesgo de lesiones y accidentes	0,05	2	0.18

Regulaciones gubernamentales en torno a la seguridad y el uso de pistas de karting	0,07	3	0.21
Aumento de los costos de mantenimiento y operación	0,06	2	0.12
Cambios en las preferencias y hábitos de los consumidores	0,07	1	0.05
Riesgo de clima y factores ambientales	0,04	1	0.04
Cambios en las regulaciones de la industria	0,03	2	0.06
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,22</b>

Al construir la matriz MEFÉ, se compila una lista de factores influyentes en las oportunidades y amenazas que pueden impactar el desarrollo potencial de KartKings. La asignación de peso relativo a cada factor se basa en su relevancia para el éxito del proyecto, y la calificación se lleva a cabo en una escala de uno a tres, donde tres indica el mayor valor, dos representa una importancia media y uno implica el valor más bajo.

El resultado obtenido en la matriz de evaluación de factores externos es de 2,22, lo que indica que el entorno externo es favorable para la idea de negocio en términos de los factores identificados. Esto sugiere que la empresa tiene la capacidad de responder de manera efectiva a las oportunidades presentes en el mercado. Para lograr esto, será necesario desarrollar estrategias de marketing que permitan aprovechar dichas oportunidades y responder de manera eficaz a las demandas del mercado.

### 9.4 Matriz PCI.

**Tabla 61**

*Matriz PCI*

<b>Factores Internos</b>	<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>	
	<b>Nivel</b>	<b>Calificación</b>	<b>Nivel</b>	<b>Calificación</b>
Ubicación de la pista.	Alto	3	Bajo	1
Calidad de los karts.	Alto	3	Bajo	1
Infraestructura moderna.	Alto	3	Bajo	1
Promoción y Publicidad.	Medio	2	Bajo	1
Inclusión de los estudiantes dentro de la empresa.	Alto	3	Bajo	1
Competencia con los distintos deportes en la ciudad.	Medio	2	Alto	3
Falta de autos.	Medio	2	Medio	2
Falta de competencia.	Alto	3	Medio	2
Diversificación de los servicios.	Alto	3	Bajo	1
Poco conocimiento del deporte automovilístico.	Bajo	1	Alto	3
Precios de los servicios	Medio	2	Medio	2
Espacio para eventos.	Alto	3	Medio	2
Financiamiento.	Medio	2	Alto	3
Tecnología implementada.	Alto	3	Bajo	1
Espacios de ocio y espera.	Alto	3	Bajo	1
<b>TOTAL</b>		<b>2,5</b>		<b>1,7</b>

Los resultados extraídos de la matriz de perfil de capacidad interna arrojan un promedio de 2,5 en las fortalezas identificadas para KartKings en su concepto de negocio, mientras que las debilidades alcanzan un promedio de 1,7. Este análisis sugiere que las fortalezas de la empresa

para la ejecución de la idea de negocio se encuentran en un nivel intermedio, en contraste con las debilidades que se sitúan por debajo. Esta dinámica indica la necesidad de consolidar estrategias organizativas como parte integral de la planificación estratégica de la empresa para potenciar su desempeño.

### 9.5 Matriz MEFI

**Tabla 62**

*Matriz MEFI*

<b>Factores Internos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
<b>Fortalezas</b>			
Ubicación de la pista.	0,08	3	0,24
Calidad de los karts.	0,08	3	0,24
Infraestructura moderna.	0,07	2	0,14
Promoción y Publicidad.	0,06	2	0,12
Inclusión de los estudiantes dentro de la empresa.	0,07	3	0,21
Falta de competencia.	0,06	2	0,12
Diversificación de los servicios.	0,07	2	0,14
Espacio para eventos.	0,06	2	0,12
Tecnología implementada.	0,06	2	0,12
Espacios de ocio y espera.	0,07	2	0,14
<b>Debilidades</b>			
Competencia con los distintos deportes en la ciudad.	0,07	3	0,21
Falta de autos.	0,05	2	0,1
Poco conocimiento del deporte automovilístico.	0,07	2	0,14

Precio de los servicios.	0,07	2	0,14
Financiamiento.	0,06	2	0,12
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,3</b>

La matriz de evaluación de factores internos se construye considerando la identificación de las fortalezas y debilidades relevantes para la implementación de KartKings. Esto se hace con la finalidad de determinar estrategias que puedan abordar las debilidades y potenciar las fortalezas. Al asignar el peso relativo a cada factor, se valora su importancia en la ejecución del proyecto, y su calificación se sitúa en una escala del uno al tres, donde tres representa el mayor valor, dos refleja una importancia intermedia y uno denota el valor más bajo.

El resultado obtenido en la matriz de evaluación de factores internos arroja un valor de 2,3, lo que señala una posición de fortaleza a nivel interno. Esto se traduce en un peso de 1,59 en el caso de las fortalezas, frente a un peso de 0,71 en las debilidades. En otras palabras, la empresa presenta un factor interno sólido que le brinda la capacidad de establecer estrategias destinadas a mitigar las debilidades internas y desarrollar enfoques operativos efectivos.

## 9.6 Matriz DOFA.

**Tabla 63**

*Matriz DOFA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Ubicación estratégica de la pista, lejos del centro de la ciudad, pero con fácil acceso y alta amplitud.	Falta de reconocimiento de marca debido a la reciente incursión de la pista de karting.
Amplia oferta de servicios de karting (alquiler, escuela y eventos)	Dependencia de factores climáticos que podrían afectar el número de clientes en días lluviosos o con temperaturas extremas.
Calidad de autos de alquiler	Dependencia de proveedores clave.
Calidad de pista, moderna y adaptable (variaciones).	Dificultad para atraer y retener talento humano capacitado.
Alto nivel de seguridad para piloto en auto y pista.	Precios altos de los servicios.
Pista apta para eventos profesionales	Poco conocimiento o interés por el deporte automovilístico.
Proveedores y empresas de soporte de alto reconocimiento mundial.	Competencia con los distintos deportes que se practican en la ciudad.
Infraestructura Moderna	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Aumento en la demanda de actividades recreativas al aire libre.	Regulaciones gubernamentales o de la Federación de Karting de Colombia.
Auge y popularización del deporte automovilístico en la ciudad.	Cambios en la economía que afecten de manera negativa a la empresa
Posibilidad de expandir la oferta de servicios, como alquiler de equipos de protección y accesorios para karting (casco, guantes, etc.).	Cambios climáticos (lluvias).
Posibilidad de expandir la idea de negocio con la oferta de karts de alquiler y competición en la región y el país.	Cambio en la preferencia de los clientes hacia otro tipo de actividades o deportes.

Colaboraciones con empresas locales en relación a patrocinios y organizaciones deportivas para la realización de eventos deportivos	Cambios en la tecnología de los karts, como la aparición de nuevos karts que puedan amenazar a la competitividad de la empresa
Incremento del turismo en la ciudad y el departamento, así como las demandas de actividades de ocio.	Existencia de nuevas pistas de karting dentro de la ciudad o misma área.
Incremento en la demanda de servicios de eventos para celebraciones y fiestas privadas, como bodas o despedidas de soltero/a.	Posible aumento en los precios de la materia prima y combustible utilizado por los karts.
Incremento de reconocimiento de la pista que permita un incremento de eventos nacionales e internacionales.	
<b>Estrategias “DO”</b>	<b>Estrategias “FO”</b>
Fortalecer el programa de escuela de karting para aumentar la demanda y rentabilidad. De igual forma asegurar más clientes a la hora de adquirir el servicio de alquiler de karting (como entrenamiento continuo).	Desarrollar una estrategia de marketing agresiva para aprovechar las fortalezas del negocio y mejorar la imagen de marca en el mercado.
Implementar programas de lealtad y promociones especiales para los clientes frecuentes para aumentar la retención de clientes y fidelización.	Desarrollar acuerdos estratégicos con proveedores y socios para aumentar la eficiencia en la cadena de suministro y mejorar la calidad del servicio.
Ampliar la oferta de servicios adicionales, como una cafetería o tienda de accesorios de karting, para generar más ingresos y atraer a más clientes.	Invertir en tecnología y capacitación para mejorar la eficiencia operativa y la calidad de los servicios de alquiler y eventos de karting.
Implementar servicios complementarios como juegos de paintball, simuladores de juego, juegos de lanzar hacha, entre otros.	Implementar un programa de innovación en conjunto con las universidades para desarrollar nuevos servicios y productos que se ajusten a las tendencias y necesidades del mercado.
Expandir el negocio a otras áreas del país o la región para aumentar la base de clientes y reducir la dependencia en un solo mercado.	Capacitar constantemente al personal para mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente.
Adaptación de las instalaciones para fiestas y eventos.	Desarrollar alianzas con universidades y escuelas para ofrecer programas de formación y capacitación en karting, lo que puede atraer a nuevos clientes y crear una fuente de ingresos adicional.

Ofrecer servicios de video y fotografía.	Implementar programas de responsabilidad social empresarial para mejorar la imagen de la empresa y su impacto en la comunidad.
Fortalecer la imagen de la marca para aumentar visibilidad y reconocimiento.	
Implementar tecnología de punta para como sistemas de seguimiento de tiempo y puntajes, sistemas de cronometraje automático y otros equipos de alta tecnología para mejorar la experiencia del cliente y mantenerse a la vanguardia de la industria.	
Establecer asociaciones con otros negocios complementarios, como restaurantes, hoteles y empresas de turismo, para ofrecer paquetes combinados y atraer a un público más amplio.	
<b>Estrategias DA</b>	<b>Estrategias FA</b>
Buscar la colaboración y apoyo de los organismos gubernamentales y de la Federación de Karting de Colombia para que se flexibilicen las regulaciones que afectan a la empresa.	Identificar oportunidades de colaboración con organismos gubernamentales y la Federación de Karting de Colombia para obtener apoyo y mejorar la posición de la empresa en el mercado.
Diversificar los servicios ofrecidos por la empresa para que no se dependa exclusivamente de los actuales, y así reducir el impacto de los cambios negativos en la economía.	Aprovechar los cambios en la economía para identificar nuevas oportunidades de mercado y diversificar la oferta de servicios de la empresa.
Adaptar la oferta de servicios de la empresa a las condiciones climáticas, por ejemplo, ofreciendo descuentos o promociones especiales en días lluviosos.	Ofrecer servicios adicionales para aprovechar la temporada de lluvias, como por ejemplo promociones especiales para grupos o descuentos en las tarifas de alquiler de karts.
Realizar estudios de mercado para detectar posibles cambios en la preferencia de los clientes hacia otros deportes o actividades, y adaptar la oferta de servicios de la empresa para satisfacer esas nuevas necesidades.	Innovar en la oferta de servicios de la empresa para atraer a nuevos clientes y mantener la lealtad de los clientes actuales.
Establecer alianzas estratégicas con empresas o proveedores de tecnología de karts, para mantenerse a la vanguardia en cuanto a la tecnología de los karts y ser competitivos	Establecer acuerdos comerciales con proveedores de tecnología de karts para acceder a nuevos modelos y ofrecerlos como una ventaja competitiva para atraer a nuevos clientes.

---

frente a la aparición de nuevos modelos de karts.

---

Mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por la empresa para mantener una ventaja competitiva frente a las nuevas pistas de karting que puedan surgir.

---

Identificar las fortalezas de la empresa para mantener una posición competitiva frente a la competencia y a las nuevas pistas de karting que puedan surgir.

---

Optimizar los procesos de la empresa para reducir los costos de producción y minimizar el impacto del aumento de los precios de la materia prima y el combustible utilizado por los karts.

---

Buscar alternativas de proveedores para la materia prima y el combustible utilizado por los karts para reducir los costos y aumentar la rentabilidad de la empresa.

---

## 9.7 Matriz MEPC.

Tabla 64

Matriz MEPC

Factores críticos para el éxito	KartKings		Andretti Karts		Estadio 49		Bruder		La cordillera		Royal Films		Madame Lilli		
	Peso	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP	C	PP
<b>Dimensión Y Ambiente</b>	0,13	3	0,39	1	0,13	2	0,26	3	0,39	3	0,39	2	0,26	3	0,39
<b>Mantenimiento y cuidado del servicio / lugar.</b>	0,09	3	0,27	1	0,09	2	0,18	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27
<b>Calidad Del Servicio</b>	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2	3	0,3	3	0,3	2	0,2	2	0,2
<b>Innovación Del Producto / Servicio</b>	0,09	2	0,18	2	0,18	1	0,09	3	0,27	2	0,18	1	0,09	2	0,18
<b>Capacidad Tecnológica</b>	0,08	3	0,24	1	0,08	1	0,08	3	0,24	2	0,16	3	0,24	2	0,16
<b>Precio Del Producto</b>	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2	1	0,1	2	0,2	3	0,3
<b>Reputación De La Marca</b>	0,11	1	0,11	2	0,22	2	0,22	3	0,33	2	0,22	3	0,33	3	0,33
<b>Participación Del Mercado</b>	0,08	1	0,08	1	0,08	2	0,16	3	0,24	2	0,16	3	0,24	2	0,16
<b>Mercadeo (Publicidad)</b>	0,12	3	0,36	1	0,12	1	0,12	2	0,24	2	0,24	2	0,24	2	0,24
<b>Personal Capacitado</b>	0,1	2	0,2	2	0,2	1	0,1	3	0,3	1	0,1	3	0,3	3	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,33</b>		<b>1,5</b>		<b>1,61</b>		<b>2,78</b>		<b>2,12</b>		<b>2,37</b>		<b>3</b>

Nota: C\* Calificación, PP\* Peso Ponderado.

En la construcción de la matriz de perfil completo, se basa en la identificación de los factores críticos para el éxito. Estos factores están de alguna manera vinculados con el análisis

competitivo realizado en el estudio de mercado, además de incorporar la información proporcionada por la matriz previa. El propósito es evaluar la posición de la idea de negocio y orientar la formulación de estrategias de alcance general.

Cabe mencionar que, conforme a lo detallado en el estudio de mercado, la única competencia directa presente es Andretti Karts. Esto implica un ajuste en los factores de éxito para permitir una comparación más precisa con otras empresas, adaptando así la matriz de perfil competitivo a la realidad competitiva específica.

Para asignar el peso relativo a cada factor, se establece un nivel de importancia en relación con la ejecución del proyecto. Luego, se realiza una calificación en una escala del uno al tres, donde tres representa una alta fortaleza, dos refleja un balance entre fortaleza y debilidad, y uno indica una marcada debilidad.

El análisis resultante de la matriz de evaluación de factores internos refleja un valor de 2,3, lo que señala una posición sólida a nivel interno. Esta situación nos otorga un peso de 1,59 en el apartado de fortalezas, en contraste con un peso de 0,71 en debilidades. Esta evaluación nos sugiere que la empresa dispone de una base interna sólida para formular estrategias encaminadas a mitigar debilidades internas y desarrollar estrategias operativas.

El resultado de la matriz de perfil competitivo es de 2,33, eso posiciona a KartKings por debajo de su competencia más fuerte y más consolidada, sin embargo, también se puede evidenciar que está por encima de las empresas que probablemente sean su competencia más directa, como lo son Estadio 49 y Andretti Karts.

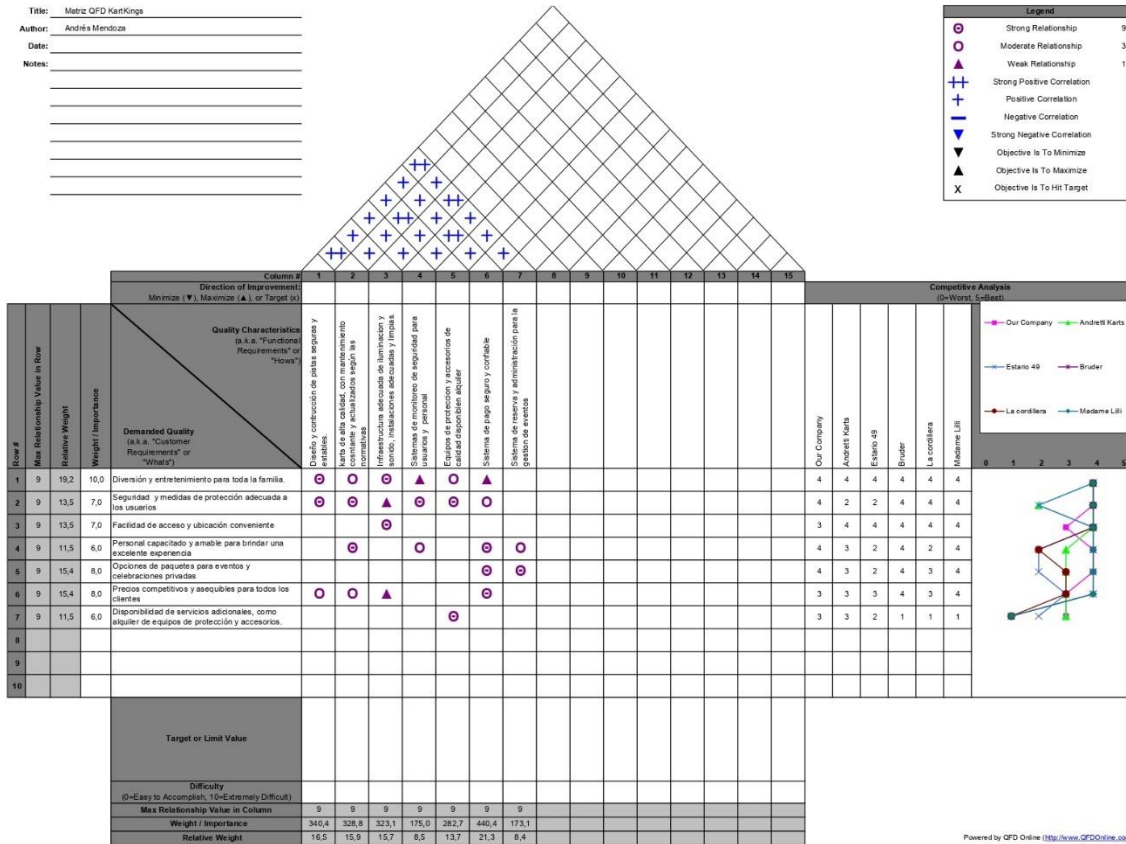
La matriz permite observar ciertas desventajas en aspectos como la reputación de marca de la empresa y su participación en el mercado. En este momento, al comparar la idea de negocio

con otras empresas que ya tienen una sólida presencia y participación en el mercado, notamos ciertas desventajas. Sin embargo, en relación a otros factores, KartKings muestra una posición competitiva en comparación con las demás empresas analizadas.

Cabe mencionar que uno de los factores que puede llegar a impactar o ser una debilidad como empresa puede ser los precios, en la matriz anterior se le da una calificación de 2 a KartKings debido a que en principio, si se compara a par con los precios que ofrece Andretti Karts son bastante similares, sin embargo, no se puede saber cómo reaccione el posible cliente ante un incremento de este, por otro lado, si se quiere buscar un crecimiento de la demanda y nuevos posibles clientes, el precio puede llegar a jugar un papel en contra de la empresa, siendo este la posible razón de decisión de elección de este deporte por encima de su competencia.

### 9.8 Matriz QFD

Title: Matriz QFD KartKings  
 Author: Andrés Mendoza  
 Date:  
 Notes:



Powered by QFD Online (<http://www.QFDOnline.com>)

**Fase 4: Formulación estratégica.****10. Formulación Estratégica.****10.1 Selección, formulación y priorización de estrategias.****Tabla 65***Selección Formulación y Priorización de Estrategias*

Área	Estrategia	Tareas	Responsable	Indicador	Frecuencia
<b>Mercado</b>	Atracción y fidelización de clientes	Proponer ofertas y promociones que sean llamativas al cliente, esto puede ser para días en los que especialmente la demanda sea más baja	Marketing y Ventas	Aumentos de la demanda	Semestral
	Redes Sociales	Promover campañas de publicidad y promocionar servicios de la empresa	Marketing y Ventas	Alto nivel de interacción “engagement”	Semanal
	Participación en eventos y ferias	Llamar la atención de las personas y aumentar la visibilidad, de igual forma informar e impartir el conocimiento de la empresa.	Gerencia / Marketing y Ventas	Nuevos clientes	Trimestral
	Análisis de la competencia	Analizar cualquier movimiento de la competencia en novedades,	Marketing y Ventas	Participación en el mercado	Semestral

	precios, tecnología, estrategias, etc.			
Segmentación del mercado	Tomar decisiones sobre a quien se deben encaminar las estrategias que se propongan para captar la atención de ese cliente en específico.	Marketing y Ventas	Ventas por segmento	Trimestral
Alianzas estratégicas	Crear alianzas estratégicas con empresas de turismo, restaurantes, hoteles, entre otros	Gerencia / Marketing y Ventas	Número de alianzas estratégicas	Anual
Ampliar Oferta de Servicios	Ampliar la oferta de servicios complementarios	Gerencia / Marketing y Ventas	Número de Servicios	Anual
Pricing Dinámico	Encontrar una rentabilidad más alta y una maximización de los recursos.	Finanzas / Marketing y Ventas	Tasa de Conversión de ventas	Semestral
Sistema de reservas en línea	Implementación de un sistema de reservas y pagos en línea	Marketing y Ventas	Número de reservas	Semestral
Mantenimiento preventivo regular	Realizar mantenimiento preventivo	Operaciones / Mecánicos	% de maquinaria y equipo que recibe	Mensual

		regular a los karts y la pista		mantenimiento	
<b>Operativas</b>	Capacitar Personal en emergencias y primeros auxilios.	Realizar capacitación al personal para estar al tanto de emergencias y primeros auxilios	Operaciones	Número de personal capacitado	Anual
	Control de inventario	Establecer un sistema que garantice que los suministros y equipos estén siempre disponibles.	Operaciones	Rotación de inventario	Mensual
	Seguimiento y análisis de datos	Utilizar herramientas para mejorar rendimiento y eficiencia	Operaciones / Gerencia	Precisión en la toma de decisiones	Semanal / Mensual
	Capacitación continua	Mejoramiento de las habilidades técnicas y de servicio al cliente	Operaciones / Gerencia	Satisfacción del cliente	Anual
	Plan de contingencia	Diseño de un plan de contingencia	Operaciones	Tiempo de respuesta	Anual
	Acuerdos y Alianzas con proveedores	Establecer acuerdos que permitan obtener mejores precios y suministros	Gerencia / Operaciones	Reducción de costos	Anual
	Señalización	Mejorar la señalización en pista	Operaciones	Número de incidentes	Anual

	Monitoreo	Implementar tecnología de monitoreo	Operaciones	Seguridad y experiencia del usuario	Anual
	Reducción de costos	Implementar medidas para reducir los costos operativos de la empresa	Finanzas y Administración	Reducción de costos	Anual
<b>Financieras</b>	Diversificación de fuentes de ingreso	Explorar nuevas oportunidades de negocio como servicios complementarios	Finanzas y Administración / Marketing y Ventas	% de ingresos provenientes de fuentes diversificadas	Anual
	Planificación y gestión presupuestaria	Desarrollar un plan presupuestario sólido	Finanzas y Administración / Gerencia	% de cumplimiento de presupuesto establecido	Anual
	Gestión de cuentas por cobrar y pagar	Implementar estrategias para agilizar el proceso	Finanzas y Administración	Días de ciclo efectivo	Mensualmente
	Inversión	Fomentar la inversión	Finanzas y Administración / Gerencia	Número de inversiones	Anual
	Reciclaje y compostaje	Implementación de estrategias de prácticas de reciclaje y compostaje en la empresa.	Operaciones	Tasa de desviación de residuos de los vertederos.	Semestral
	Energía renovable	Uso e implementación de energías renovables	Operaciones	Reducción del uso de energía no renovable	Anual

<b>Ambientales</b>	Tecnología	Inversión en tecnología de ahorro de energía y agua.	Operaciones / Gerencia	Reducción de consumo de energía y agua	Anual
	Sensibilización y educación ambiental	Fomentar Sensibilización y educación ambiental	Toda la empresa	Evaluaciones y encuestas	Semestral
	Transporte sostenible	Uso de bicicletas, buses eléctricos o autos compartidos	Toda la empresa	% de empleados que usan transporte sostenible	Anual
	Materiales Biodegradables	Uso de materiales biodegradables y sostenibles en la fabricación y mantenimiento de karts y/o otros equipos.	Operaciones	% de materiales biodegradables usados en los procesos	Anual
	Reforestación y mantenimiento de áreas verdes	Implementación de un programa que lo permita.	Operaciones	Impacto en la fauna y flora local	Anual
	Promover sostenibilidad y protección del medio ambiente	Colaborar con diferentes organizaciones que ayuden a promover estas iniciativas	Operaciones	Cantidad de actividades realizadas	Anual
	Voluntariado corporativo	Realizar programas de voluntariado para apoyar organizaciones sin fines de lucro	Gerencia	Numero de programas de voluntariado	Anual

<b>Responsabilidad social empresarial</b>	Políticas de diversidad e inclusión	Fomentar un ambiente de trabajo justo y equitativo para todos los empleados	Gerencia	Índice de diversidad	Anual
	Impacto ambiental	Realizar iniciativas para reducir el impacto ambiental	Gerencia	Número de iniciativas realizadas	Anual
	Asociaciones con proveedores y socios comerciales	Establecer asociaciones con empresas que también valoren la responsabilidad social empresarial	Gerencia	Número de empresas dentro de la asociación	Anual
	Desarrollo personal y profesional	Inversión en programas de capacitación y desarrollo de habilidades para los empleados	Gerencia	Número de capacitaciones	Anual

A continuación, se mostrará en más detalle las estrategias antes mostradas.

### **Estrategias de Mercado**

El desarrollo de las estrategias de mercado se encamina a el logro de una participación más grande dentro del mercado actual de entretenimiento y deportes en la ciudad de Tunja, al mismo tiempo, encontrar la manera de darle más visibilidad a la marca y al deporte del automovilismo.

- Desarrollo de nuevas ofertas y promociones para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Teniendo en cuenta la posibilidad de los precios que ofrecen KartKings en los distintos servicios es de entender que se deben proponer ofertas y promociones que sean llamativas al cliente, esto puede ser para días en los que especialmente la demanda sea más baja o por ejemplo en días que el clima pueda afectar al uso de la pista, de igual forma, buscar la fidelización de los clientes es bastante importante, es por ello que a clientes como los que se encuentran en la escuela de karting se les puede ofrecer un descuento en los demás servicios.

- Aprovechamiento de las redes sociales para realizar campañas de publicidad y promocionar los servicios de la empresa.

Para la empresa debe ser de vital importancia el uso de las redes sociales y las campañas publicitarias dentro de esta. Para generar promoción de la marca y sus servicios se utilizarán estas herramientas de una forma profesional y con la máxima calidad, que se ofrezca de forma que el cliente se sienta inmerso en el contenido que ve, que su información sea clara y de igual forma se incluyan formas de contacto inmediatas.

- Participación en ferias y eventos relacionados con el deporte y la recreación.

La empresa deberá participar en la mayoría de ferias y eventos sobre todo que tengan relación con el deporte o con eventos universitarios, esto con el fin de llamar la atención de las personas y aumentar la visibilidad, de igual forma informar e impartir el conocimiento de la empresa.

- Análisis de la competencia.

Se realizará un constante análisis de la competencia directa como la más relacionada al modelo de negocio (entretenimiento), esto con el fin de estar al tanto de cualquier novedad, precios y estrategias propuestas por la competencia.

- Segmentación de mercado.

Una vez que el negocio se ponga en marcha es de vital importancia empezar a segmentar el mercado, con la información recogida en un tiempo necesario se puede empezar a tomar decisiones sobre a quien se deben encaminar las estrategias que se propongan para captar la atención de ese cliente en específico.

- Creación de alianzas estratégicas

Una de las oportunidades más grande que ofrece el sector del entretenimiento es los complementos en este, para el modelo de negocio es conveniente crear alianzas estratégicas con empresas de turismo, restaurantes, hoteles, entre otros. Esto permitirá a la empresa entrar en el radar del sector del turismo y ser una prioridad para muchos posibles clientes que deseen entrar a la ciudad.

- Ampliación de la oferta de servicios.

Uno de los objetivos más grandes de la empresa es ampliar la oferta de servicios, sobre todo servicios complementarios, ya sea restaurante, cafetería, espacios para eventos, juegos o actividades recreativas completarias, entre otras. El modelo de negocio permite una clara ventaja en cuanto a la ampliación de los servicios, esto generará de cierta forma que el negocio no solo

dependa de los karts sino a la vez se diversifique su fuente de ingresos, haciéndolo así un negocio bastante versátil.

- Implementación de técnicas de pricing dinámico.

Con la implementación de estas técnicas lo que se busca es encontrar una rentabilidad más alta y una maximización de los recursos. Al tener un pricing dinámico, le permitirá a la empresa variar con sus precios en ciertos días a lo largo del año.

- Implementación de un sistema de reservas en línea.

Esto permitirá al cliente y a la empresa facilitar aquel proceso de reserva y aumentar la eficiencia operativa de la empresa. De igual forma, este aspecto beneficiará a personas que tal vez no se encuentren dentro de la ciudad o cerca de las instalaciones, generando así una facilidad de reserva y pago desde el lugar en el que se encuentren.

### **Estrategias Operativas**

- Implementar un sistema de reservas en línea.

Esto permitirá al cliente y a la empresa facilitar aquel proceso de reserva y aumentar la eficiencia operativa de la empresa. De igual forma, este aspecto beneficiará a personas que tal vez no se encuentren dentro de la ciudad o cerca de las instalaciones, generando así una facilidad de reserva y pago desde el lugar en el que se encuentren.

- Realizar mantenimiento preventivo regular en los karts y la pista.

Esto garantizará la seguridad de los clientes y de igual forma permitirá a la empresa prolongar la vida útil tanto de los karts como de la misma pista.

- Capacitar al personal en el manejo de situaciones de emergencia y primeros auxilios.

Capacitar al personal en estas situaciones siempre es de vital importancia, teniendo en cuenta que, si el personal está capacitado, cuando estas situaciones sucedan, el saber actuar generará no solo una buena impresión, sino que puede salvar vidas.

- Establecer un sistema de control de inventario para garantizar que los suministros y equipos necesarios estén siempre disponibles.
- Utilizar herramientas de seguimiento y análisis de datos.

Estas herramientas permitirán a la empresa mejorar el rendimiento y la eficiencia de los procesos operativos, además ayudará a tomar decisiones correctas e informadas.

- Implementar un programa de capacitación continua para el personal.

Este programa se enfocará en el mejoramiento de habilidades técnicas y de servicio al cliente.

- Diseñar e implementar un plan de contingencia.

Esto se hará con el fin de manejar situaciones inesperadas como cancelaciones de eventos o situaciones climáticas.

- Establecer acuerdos y alianzas con proveedores

Esto permitirá obtener mejores precios en suministros y materiales.

- Mejorar la señalización y los letreros en la pista.
- Utilizar tecnología de última generación de monitoreo.

Esta tecnología permitirá tanto a la empresa como al cliente estar al tanto de todo lo que sucede en la pista, ya sea para mejora de seguridad, cámaras, monitoreo de autos en pista con velocidad y tiempo de vueltas, entre otros.

### **Estrategias Financieras**

- Reducción de costos

Implementar medidas para reducir los costos operativos de la empresa, como la negociación de precios más bajos con proveedores y la optimización del uso de los recursos.

- Diversificación de fuentes de ingresos

Explorar nuevas oportunidades de negocio como servicios complementarios, ya sea restaurante, cafetería, espacios para eventos, juegos o actividades recreativas completarias, entre otras. y diversificar los servicios ofrecidos para aumentar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de un solo servicio.

- Planificación y gestión presupuestaria

Desarrollar un plan presupuestario sólido y llevar un seguimiento constante de los gastos e ingresos para asegurar la estabilidad financiera a largo plazo.

- Mejora en la gestión de cuentas por cobrar y pagar

Implementar estrategias para agilizar el proceso de cobro y pago de facturas para mejorar el flujo de caja y reducir la necesidad de financiamiento externo.

- Fomentar la inversión

Este es uno de los aspectos claves del funcionamiento de la idea de negocio, este deporte es uno de los más costoso que existe, es por ello que llevar invertir en ocasiones se vuelve bastante complicado debido a los costos, es por ello que se debe buscar oportunidades de inversión y financiamiento que permitan la expansión del negocio, como la búsqueda de inversionistas o la solicitud de préstamos bancarios atractivos.

### **Estrategias de Sostenibilidad Ambiental**

- Implementación de prácticas de reciclaje y compostaje en la empresa.
- Uso de fuentes de energía renovable.

En un futuro, dependiendo el avance de la tecnología en energías renovables, se debe hacer uso de estas energías renovables para reducir la huella de carbono de la empresa.

- Inversión en tecnologías de ahorro de energía y agua en la pista y en las instalaciones.
- Fomentar la sensibilización y educación ambiental entre los empleados y los clientes.
- Promoción de un transporte sostenible para los empleados y los clientes.

Este puede ser como el uso de bicicletas, buses eléctricos o autos compartidos.

- Uso de materiales biodegradables y sostenibles en la fabricación de los karts y otros equipos.
- Implementación de un programa de reforestación o mantenimiento de áreas verdes en la zona.
- Colaboración con organizaciones ambientales y comunitarias para promover la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

**Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial**

- Programas de voluntariado corporativo para apoyar a organizaciones sin fines de lucro y a la comunidad local.
- Políticas de diversidad e inclusión para fomentar un ambiente de trabajo justo y equitativo para todos los empleados, independientemente de su género, raza, orientación sexual, religión, etc.
- Iniciativas para reducir el impacto ambiental, como la implementación de prácticas de reciclaje y reducción de residuos, la inversión en tecnologías de energía renovable y la reducción de la huella de carbono.
- Establecimiento de asociaciones con proveedores y socios comerciales que también valoran la responsabilidad social empresarial y comparten los mismos principios y valores éticos.
- Inversión en programas de capacitación y desarrollo de habilidades para los empleados, para fomentar el crecimiento y desarrollo personal y profesional.
- Establecimiento de políticas de ética empresarial y códigos de conducta para asegurar que la empresa opera de manera transparente, legal y ética.

## 10.2 Elaboración del cronograma.

### 10.2.1 Cronograma de tareas de estrategias de mercado

**Tabla 66**

*Cronograma Anual Estrategias de Mercado*

<b>CRONOGRAMA ANUAL</b>															
<b>N</b>	<b>TAREA</b>	<b>MES</b>												<b>A CARGO</b>	
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>		
<b>1</b>	Proponer ofertas y promociones que sean llamativas al cliente, esto puede ser para días en los que especialmente la demanda sea más baja						<b>S</b>							<b>S</b>	<b>Marketing y Ventas</b>
<b>2</b>	Promover campañas de publicidad y promocionar servicios de la empresa	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>SE</b>	<b>Marketing y Ventas</b>
<b>3</b>	Llamar la atención de las personas y aumentar la visibilidad, de igual forma informar e impartir el conocimiento de la empresa.			<b>T</b>			<b>T</b>			<b>T</b>				<b>T</b>	<b>Gerencia / Marketing y Vnetas</b>

4	Analizar cualquier movimiento de la competencia en novedades, precios, tecnología, estrategias, etc.		S			S	<b>Marketing y Ventas</b>
5	Tomar decisiones sobre a quien se deben encaminar las estrategias que se propongan para captar la atención de ese cliente en específico.	T	T	T		T	<b>Marketing y Ventas</b>
6	Crear alianzas estratégicas con empresas de turismo, restaurantes, hoteles, entre otros					A	<b>Gerencia / Marketing y Ventas</b>
7	Ampliar la oferta de servicios complementarios					A	<b>Gerencia / Marketing y Ventas</b>
8	Encontrar una rentabilidad más alta y una maximización de los recursos.		S			S	<b>Fianzas / Marketing y Ventas</b>
9	Sistema de reservas en línea		S			S	<b>Marketing y Ventas</b>

**Tabla 67**

*Seguimiento Tareas Estrategias de Mercado*

Seguimiento	
D	Diario
SE	Semanal
M	Mensual
T	Trimestral
S	Semestral
A	Anual

## 10.2.2 Cronograma de tareas de estrategias operativas

Tabla 68

Cronograma Anual Estrategias Operativas

<b>CRONOGRAMA ANUAL</b>															
<b>N</b>	<b>TAREA</b>	<b>MES</b>												<b>A CARGO</b>	
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>		
1	Realizar mantenimiento preventivo regular a los karts y la pista	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	Operaciones / Mecánicos
2	Realizar capacitación al personal para estar al tanto de emergencias y primeros auxilios													A	Operaciones
3	Establecer un sistema que garantice que los suministros y equipos estén siempre disponibles.	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	Operaciones
4	Utilizar herramientas para mejorar rendimiento y eficiencia	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	Operaciones / Gerencia
5	Mejoramiento de las habilidades técnicas y de													A	Operaciones / Gerencia

	servicio al cliente		
<b>6</b>	Diseño de un plan de contingencia	<b>A</b>	<b>Operaciones</b>
<b>7</b>	Establecer acuerdos que permitan obtener mejores precios y suministros	<b>A</b>	<b>Operaciones / Gerencia</b>
<b>8</b>	Mejorar la señalización en pista	<b>A</b>	<b>Operaciones</b>
<b>9</b>	Sistema de reservas en línea	<b>A</b>	<b>Operaciones</b>

**Tabla 69***Seguimiento Tareas Estrategias Operativas*

Seguimiento	
D	Diario
SE	Semanal
M	Mensual
T	Trimestral
S	Semestral
A	Anual

**10.2.3 Cronograma de tareas de estrategias financieras**

Tabla 70

*Cronograma Anual Estrategias Financieras*

<b>CRONOGRAMA ANUAL</b>														
<b>N</b>	<b>TAREA</b>	<b>MES</b>												<b>A CARGO</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	
<b>1</b>	Implementar medidas para reducir los costos operativos de la empresa												<b>A</b>	<b>Finanzas y Administración</b>
<b>2</b>	Explorar nuevas oportunidades de negocio como servicios complementarios												<b>A</b>	<b>Finanzas y Administración / Marketing y Ventas</b>
<b>3</b>	Desarrollar un plan presupuestario sólido												<b>A</b>	<b>Finanzas y Administración / Gerencia</b>
<b>4</b>	Implementar estrategias para agilizar el proceso	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>Finanzas y Administración</b>
<b>5</b>	Fomentar la inversión												<b>A</b>	<b>Finanzas y Administración / Gerencia</b>

**Tabla 71**

*Seguimiento Tareas Estrategias Financieras*

Seguimiento	
D	Diario
SE	Semanal
M	Mensual
T	Trimestral
S	Semestral
A	Anual

**10.2.4 Cronograma de tareas de estrategias de sostenibilidad ambiental, social y legal.****Tabla 72***Cronograma Anual Sostenibilidad Ambiental, Social y Legal*

<b>CRONOGRAMA ANUAL</b>														
<b>N</b>	<b>TAREA</b>	<b>MES</b>												<b>A CARGO</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	
<b>1</b>	Implementación de estrategias de prácticas de reciclaje y compostaje en la empresa.						<b>S</b>						<b>S</b>	<b>Operaciones</b>
<b>2</b>	Uso e implementación de energías renovables												<b>A</b>	<b>Operaciones</b>
<b>3</b>	Inversión en tecnología de ahorro de energía y agua.												<b>A</b>	<b>Operaciones / Gerencia</b>
<b>4</b>	Fomentar Sensibilización y educación ambiental						<b>S</b>						<b>S</b>	<b>Toda la empresa</b>
<b>5</b>	Uso de bicicletas, buses eléctricos o autos compartidos												<b>A</b>	<b>Toda la empresa</b>
<b>6</b>	Uso de materiales biodegradables y sostenibles en la fabricación y mantenimiento de karts y/o otros equipos.												<b>A</b>	<b>Operaciones</b>

<b>7</b>	Implementación de un programa que lo permita.	<b>A</b>	<b>Operaciones</b>
<b>8</b>	Colaborar con diferentes organizaciones que ayuden a promover estas iniciativas	<b>A</b>	<b>Operaciones</b>

**Tabla 73**

*Tareas Estrategias Sostenibilidad Ambiental Social*

Seguimiento	
D	Diario
SE	Semanal
M	Mensual
T	Trimestral
S	Semestral
A	Anual

**10.2.5 Cronograma de tareas de estrategias de responsabilidad social-empresarial****Tabla 74***Cronograma Anual Estrategias de Responsabilidad Social-Empresarial*

<b>CRONOGRAMA ANUAL</b>															
<b>N</b>	<b>TAREA</b>	<b>MES</b>												<b>A CARGO</b>	
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>		
<b>1</b>	Realizar programas de voluntariado para apoyar organizaciones sin fines de lucro													<b>A</b>	<b>Gerencia</b>
<b>2</b>	Fomentar un ambiente de trabajo justo y equitativo para todos los empleados													<b>A</b>	<b>Gerencia</b>
<b>3</b>	Realizar iniciativas para reducir el impacto ambiental													<b>A</b>	<b>Gerencia</b>
<b>4</b>	Establecer asociaciones con empresas que tambien valoren la responsabilidad social empresarial													<b>A</b>	<b>Gerencia</b>
<b>5</b>	Inversión en programas de capacitación y desarrollo de habilidades													<b>A</b>	<b>Gerencia</b>

---

para los  
empleados

---

**Tabla 75**

*Tareas Estrategias Responsabilidad SE*

---

Seguimiento	
D	Diario
SE	Semanal
M	Mensual
T	Trimestral
S	Semestral
A	Anual

---

### **10.3 Responsables y plan de seguimiento.**

Con el propósito de llevar a cabo las tareas previamente designadas en todas las estrategias formuladas para la idea de negocio, se ha establecido un cronograma anual específico para cada tipo de estrategia. Cada tarea ha sido asociada con una letra que corresponde a los diferentes meses del año, abarcando desde el seguimiento diario hasta el seguimiento anual. Este cronograma permitirá una planificación precisa y efectiva para asegurar el cumplimiento de las estrategias en los distintos niveles de tiempo establecidos.

Considerando lo expuesto previamente, se comprende que las distintas tareas se irán ejecutando a lo largo del año. Además, se llevará a cabo la entrega de un documento detallando los resultados y el cumplimiento de cada tarea, en línea con los informes elaborados sobre las estrategias, tal como se ha detallado en los cronogramas mencionados anteriormente. A continuación, se presenta el siguiente formato que será empleado para el monitoreo y seguimiento de cada una de las tareas:

<b>FORMATO DE SEGUIMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA KARTKINGS.</b>		Código: 0000
		Versión: 1
		A partir del 1 de enero 2023
		Página: 1
<b>Fecha de Seguimiento:</b>		<b>Tipo de Estrategia:</b>
<b>Ultima fecha de Seguimiento:</b>		<b>Tarea a realizar:</b>
<b>Fecha de informe final:</b>		<b>Numero de Seguimiento:</b>
<b>Periodicidad:</b>		<b>% Avance Inicial:</b>
<b>1. COMPONENTE DE SEGUIMIENTO.</b>		
<b>1.1 Actividades programadas:</b>		
<b>1.2 Ejecución de actividades:</b>	<b>1.3 Indicador:</b>	
<b>2. MONITOREO DE TAREAS.</b>		
<b>2.1 Actividades Cumplidas:</b>	<b>2.2 % Avance Final:</b>	
<b>2.3 Observaciones:</b>		
<b>3. RESPONSABLES.</b>		
<b>3.1 Nombres y Apellidos.</b>	<b>3.2 Cargo.</b>	<b>3.3 Firma.</b>

El propósito fundamental del formato previamente sugerido es mantener un registro sistemático y detallado de todas las actividades y labores que deben llevarse a cabo en un período específico. Por este motivo, es esencial completar cada sección correspondiente a las áreas de trabajo, con el objetivo de rastrear y evaluar el desarrollo de los indicadores. Esto permitirá determinar con precisión el avance y progreso de cada estrategia implementada.

### **Fase 5: Control y Evaluación.**

#### **11. Control y Evaluación.**

##### **11.1 Cuadro de mando: Balance Score Card**

Para llevar a cabo el Balance Score Card, se parte de la formulación estratégica que se realizó en la fase anterior. En este proceso, se definen cuatro perspectivas fundamentales: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje organizacional. El objetivo principal es generar iniciativas colaborativas entre los diversos grupos de trabajo, lo que resulta esencial para lograr un desarrollo organizacional sólido y coherente con las propuestas planteadas.

Dentro de este enfoque, se establecen metas y objetivos específicos para cada perspectiva. En la perspectiva financiera, se priorizan aspectos como la reducción de costos, el crecimiento y la mejora de la productividad. Por otro lado, en la perspectiva de clientes, se enfoca en fortalecer el vínculo con los clientes, potenciar los atributos de marca y lograr una mayor fidelización.

En cuanto a los procesos internos, se orienta hacia la innovación y una eficiente administración operativa. Por último, en la perspectiva de aprendizaje organizacional, se dirige a aspectos como el desarrollo de recursos humanos, la formación en el sector específico y la continua búsqueda de mejoras.

**Tabla 76***Balance Score Card*

<b>PERSPECTIVAS</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>FINANCIERA</b>		
Aumentar ingresos	Incrementar los ingresos anuales en un 5%	
Reducir costos Operativos	Mejorar la eficiencia operativa y la optimización de los procesos de producción	Estados Financiero
Valor de la empresa	Aumentar el valor de la empresa para lograr más gente interesada y por ende mayor inversión.	Análisis horizontal y análisis vertical
Endeudamiento	Reducir el nivel de endeudamiento de la empresa	
<b>CLIENTE.</b>		
Reconocimiento de la marca	Lograr una participación más grande en el mercado de entretenimiento en la ciudad de Tunja, 40%.	Cuota del mercado anual
Satisfacción del cliente	Mejorar la satisfacción del cliente en un 20% a través de la mejora de la experiencia del usuario en el karting, como la calidad de los karts, el trazado del circuito y el servicio al cliente.	Tasa de satisfacción del cliente
Lealtad del Cliente	Aumentar la lealtad del cliente en un 15% a través de la implementación de programas de fidelización y descuentos especiales para clientes frecuentes.	Porcentaje de aumento en retención de clientes
Promoción de servicios	Generar una alta interacción por parte de los posibles	Nivel de interacción

	clientes por medio del uso de redes sociales.	
Precios	Encontrar un equilibrio de precios donde el cliente y la empresa estén satisfechos con su valor	Tasa de satisfacción del cliente

### PROCESOS INTERNOS.

Diversificación de nuevos servicios.	Exploración e implementación de nuevos servicios complementarios.	Número de nuevos servicios
Eficiencia Operativa	Mediante la introducción de un sistema de control de calidad y la optimización constante de los procesos de producción, lograr un incremento del 10% en la eficiencia operativa.	Indicador disminución, incremento y mejora de procesos.
Tiempo de espera por parte del cliente	Reducir el tiempo de espera de los clientes en un 20% a través de la optimización de la gestión de reservas y la implementación de un sistema de gestión de turnos.	% de reducción de tiempo de espera
Proceso de contacto con competiciones profesionales	Aumentar en doble la cantidad de carreras y eventos profesionales en el año	Numero de eventos profesionales

### APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL

Capacitación y entrenamiento	Mejorar las habilidades técnicas y de servicio al cliente de los empleados en un 20% a través de programas de capacitación y entrenamiento.	Número de capacitaciones y entrenamientos
I+D	Fomentar la innovación en la empresa y las universidades a través de la implementación de un programa de ideas innovadoras y la creación de un equipo de innovación.	Número de ideas innovadoras

---

Tecnología	Utilización de tecnologías avanzadas en los procesos de la empresa, como la automatización de procesos, el uso de inteligencia artificial o la implementación de soluciones tecnológicas innovadoras.	Número de tecnologías utilizadas en procesos
------------	---	--

---

## 12. Referencias

### Referencias

Arias, J. E. (1 de Noviembre de 2020). *economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-mixta.html>

Autoridad Nacional de Licencias Ambientales. (13 de Marzo de 2023). *ANLA*. Obtenido de

Autoridad Nacional de Licencias Ambientales: [https://www.anla.gov.co/01\\_anla/tramites-y-servicios/servicios/estudio-de-impacto-ambiental](https://www.anla.gov.co/01_anla/tramites-y-servicios/servicios/estudio-de-impacto-ambiental)

Bolaños, O. (s.f.). *Oka977*. Obtenido de <https://oka977.wixsite.com/ensusmarcas4>

Chávez, E. (13 de Septiembre de 2022). *AutoCosmos*. Obtenido de AutoCosmos:

<https://noticias.autocosmos.com.co/2022/09/13/crisis-en-el-suministro-de-autopartes-en-colombia>

Ferrari, F. J. (18 de Octubre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/bien-de-capital-equipo-produccion.html>

Infobae. (22 de Junio de 2022). *Infobae*. Obtenido de Infobae:

<https://www.infobae.com/america/colombia/2022/06/28/colombia-se-consolida-como-proveedor-de-autopartes-para-el-continente/#:~:text=Hay%20cerca%20de%20600%20empresas,autopartes%20y%20accesorios%20para%20veh%C3%ADculos.>

MIRANDA, J. J. (2005). *GESTION DE PROYECTOS*. Bogotá, D.C: MM.

MUÑOZ, P. F. (2015). *Repositorio Universidad de Chile*. Obtenido de

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136975/Comparaci%c3%b3n-de>

m%c3%a9todos-de-estimaci%c3%b3n-del-consumo-aparente-de-carne-de-cerdo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

NQA. (2020). *NQA*. Obtenido de <https://www.nqa.com/es-co/certification/standards/iso-9001>

Nueva ISO. (2 de Abril de 2018). *NUEVA ISO*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/norma-iso-14001-que-es/>

Perevochtchikova, M. (2013). La evaluación del impacto ambiental y la importancia de los indicadores ambientales. *Gestión y Política Pública*.

Prieto, M. J. (24 de Febrero de 2022). *Raddar*. Obtenido de <https://raddar.net/economia-y-entretenimiento/#:~:text=S%C3%AD%20en%20el%202021%20los,a%C3%B1o%20el%20crecimiento%20sea%20mucho>

Repuestock. (2022). *Repuestock*. Obtenido de Repuestock: <https://repuestock.co/una-mirada-al-sector-de-autopartes-en-colombia/>

Reyes de Blobfeld, E. (2013). La responsabilidad social empresarial y la justicia restaurativa como factores clave del Proyecto Alcatraz de la fundación Santa Teresa. *Sapienza Organizacional*, 44.

Universidad a Distancia de Madrid. (2023). *Blog Udimá*. Obtenido de <https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-6-el-sistema-de-comercializacion-de-la-empresa/1-concepto-y-estructura-del-sistema-de-comercializacion-direccion-del-marketi>

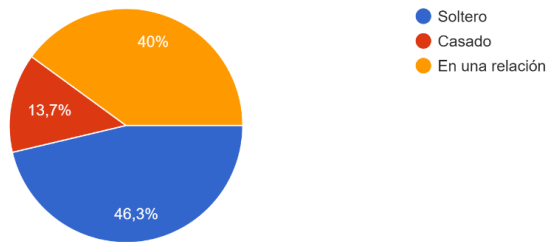
### 13. Anexos.

#### Anexo 1. Resultados de la encuesta.

##### *Ilustración 22*

##### *Estado Civil*

Estado Civil  
95 respuestas

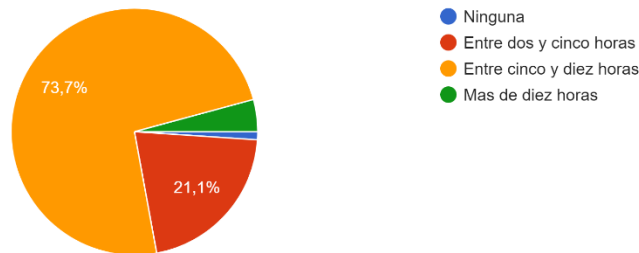


Se puede observar que la mayoría de los encuestados se encuentran con estado civil entre soltero con un 46,3% o una relación con un 40%, dejando con un 13,7% a personas casadas. Esto nos indica el tipo de público el cual responde la encuesta, la mayoría personas de edad joven o en empezando la adultez.

**Ilustración 23**

*Cantidad de horas semanales dedicadas al ocio*

¿Cuántas horas semanales dedica al ocio?  
95 respuestas

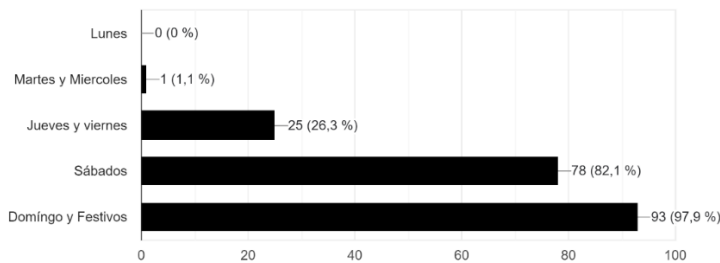


Se puede observar como la mayoría de los encuestados dedican entre cinco y diez horas de ocio a la semana con un 73,7% seguido de entre dos y cinco horas con un 21%. Esto permite construir una idea más clara sobre el comportamiento del cliente objetivo y entender la cantidad de tiempo que una persona puede llegar a pasar dentro de la pista o sus instalaciones.

**Ilustración 24**

*Días más usados para realizar actividades lúdicas y sociales.*

¿Qué días encuentra usted más cómodos para realizar actividades lúdicas y sociales? (Selecciones Máximo 3)  
95 respuestas

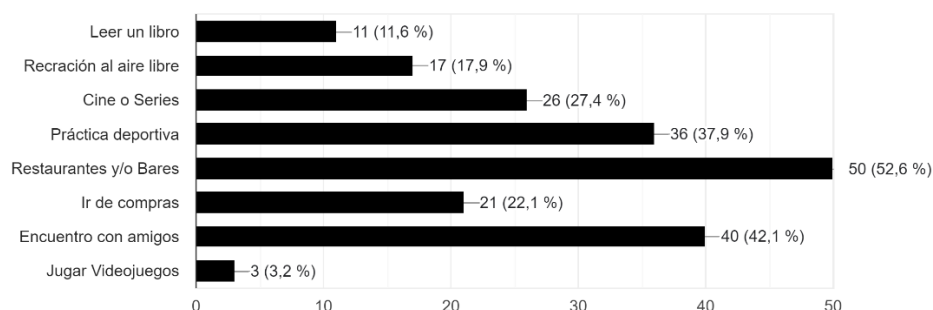


Como era de esperarse, la mayoría de encuestados toman los fines de semana para disfrutar de actividades lúdicas y sociales siendo los domingos y festivos los más usados con un 97,9% seguido de los sábados con 82% y jueves y viernes con un 26,3%. Esto aclara de igual forma los días que tienen más probabilidad de tener un alto numero de demanda. Ya que se intuye que las personas que tienen estos días disponibles, trabajan o estudian, así que es muy probable que usen su tiempo para actividades cortas y que no comprometan su tiempo, como el uso del servicio de alquiler. Dándonos a entender que días laborales pueden ser más apropiados para llevar a cabo prácticas y entrenamientos que pueden estar dirigidas a un público más joven.

### ***Ilustración 25***

#### *Actividades Lúdicas y Sociales mejor valoradas.*

¿De cuales de las siguientes actividades lúdicas y sociales valoras más? (Seleccione Máximo 2)  
95 respuestas



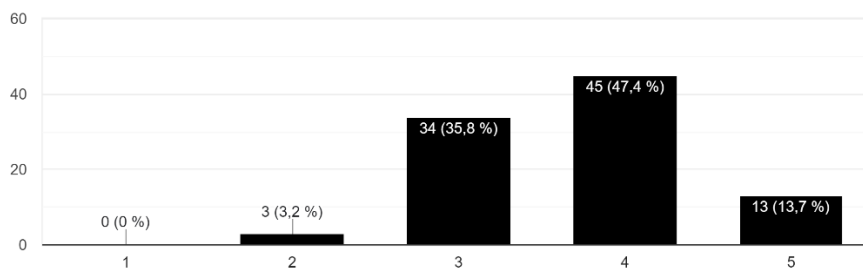
Como se puede observar la mayoría de encuestados responden que valoran más los restaurantes y bares, es decir, son más lugares que llegan a recurrir habitualmente, representando un 52 %, este seguido por encuentro con amigos en un 42% y práctica deportiva en un 37,9%. Esto genera positivismo de cara a la viabilidad del modelo de negocio, entendiendo que culturalmente Tunja se conoce mucho por no tener demasiadas actividades a

parte de restaurante y bares, esta encuesta muestra que muchas personas practican deporte, dando apertura a posibilidades de captación de posibles clientes en este sentido.

### ***Ilustración 26***

*Interés de actividades con carácter lúdico y social.*

¿Está usted interesado usted en actividades deportivas con carácter lúdico y social? (Indique una puntuación de 1 a 5)  
95 respuestas



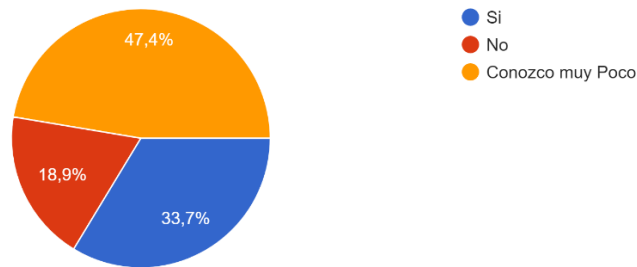
En este gráfico se puede evidenciar el interés que llegan a tener los encuestados, también es de tener en cuenta los tiempos en los cuales se vive actualmente, donde se prioriza tanto la salud física como mental.

**Ilustración 27**

*Conocimiento del deporte automovilístico*

¿Tiene usted conocimiento alguno sobre el mundo del deporte automovilístico?

95 respuestas



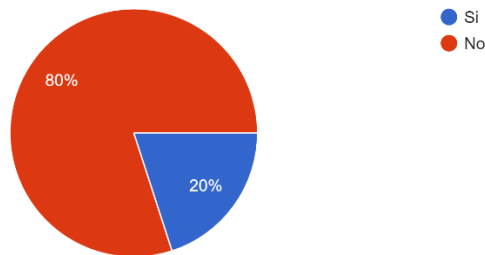
Se puede observar uno de los posibles muros a enfrentarse para la idea de negocio, los encuestados a pesar de que un 37% conoce del deporte, la mayoría o no lo conoce bien o realmente no conoce nada. Esto da una referencia sobre donde se debe trabajar para fortalecer la idea de negocio, entendiendo que la mayoría de personas no conocer del deporte.

**Ilustración 28**

*Práctica de karting*

¿Ha practicado usted alguna vez el karting?

95 respuestas

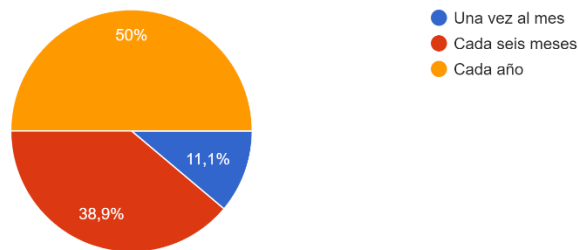


Otro de los factores en los cuales se debe trabajar es dar a conocer también el karting como deporte y actividad lúdica / ocio. Como se puede apreciar, el 80% de los encuestados no han practicado alguna vez el karting, lo cual puede dar sentido debido a la poca oferta de este en la ciudad. Sin embargo, aclara el tipo de mercado al cual se puede enfrentar el modelo de negocio.

### ***Ilustración 29***

#### *Frecuencia de uso del servicio*

Si alguna vez has practicado con ellos, ¿con que frecuencia has acudido a ellos?  
18 respuestas



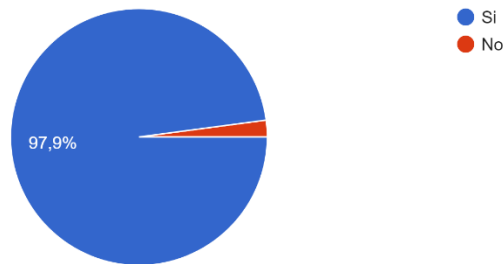
Se puede evidenciar como las personas que han practicado o hecho uso de un servicio de karting en su mayoría ha sido como máximo dos veces al año, dando por último solo un 11% que hacen uso mensual de estos. Este punto a pesar de ser sencillo muestra mucha información y aclara bastante la ruta que debe seguir la idea de negocio para fidelizar a un cliente.

**Ilustración 30**

*Posibilidad de la apertura del circuito de karting*

Ante la posibilidad de la apertura de un circuito de karting y sus distintos servicios de entretenimiento en la ciudad de Tunja, ¿estaría usted a favor?

95 respuestas

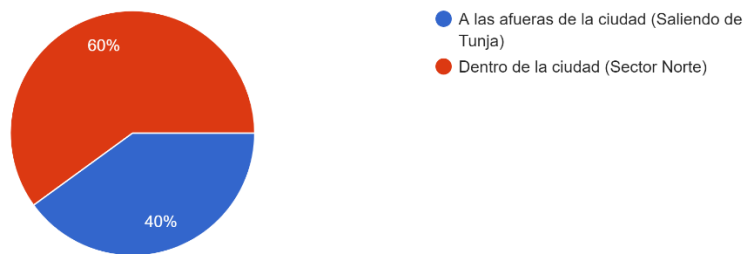


**Ilustración 31**

*Preferencia de ubicación*

Teniendo en cuenta su comodidad y la de los habitantes de la ciudad, así mismo como la forma de desplazamiento a la pista de karting y el espacio q...Dónde considera usted que se debería situar esta?

95 respuestas

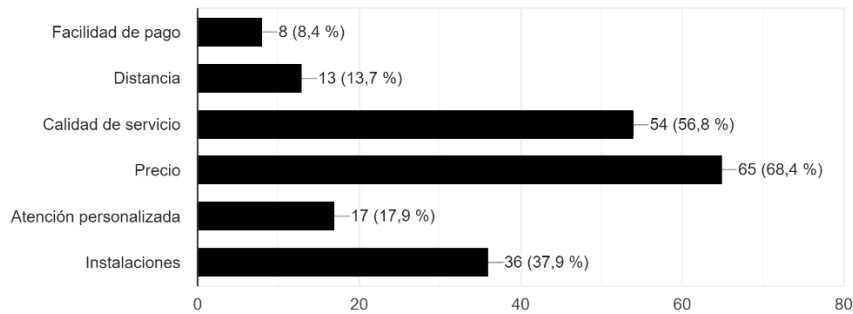


En este gráfico se puede evidenciar la división en cuanto a las preferencias de los encuestados. El 60% de los encuestados prefieren que sea dentro de la ciudad, mientras un 40% a las afueras de esta. Esto permite entender lo que busca el cliente y aclara la posibilidad de encontrar un equilibrio entre estas dos posibilidades.

**Ilustración 32****Factores importantes de un servicio de entretenimiento**

¿Cuáles son para usted aquellos factores más importantes a la hora de decantarse por un servicio de entretenimiento? (Marque mínimo 2)

95 respuestas



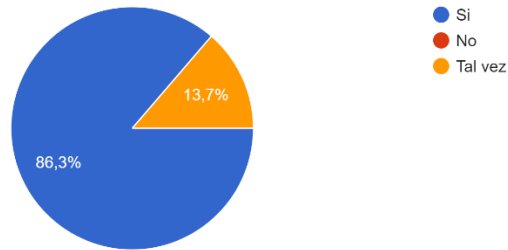
El 68% de los encuestados se decantan más por el precio, seguido de la calidad de servicio que este pueda ofrecer (56,8%). Como era de esperarse, los dos factores más importantes a la hora de ofrecer cualquier tipo de producto o servicio. A pesar de esto, llama la atención que seguido de estos dos factores se encuentra el factor de instalaciones, es decir, su calidad y comodidad (37,9%), dando a entender que se le debe dar una prioridad alta a este factor.

**Ilustración 33**

*Servicio de karting*

¿Le gustaría usted encontrar un servicio de entretenimiento deportivo como el karting y carreras en el cual usted pueda alquilar un kart por un tiempo específico?

95 respuestas

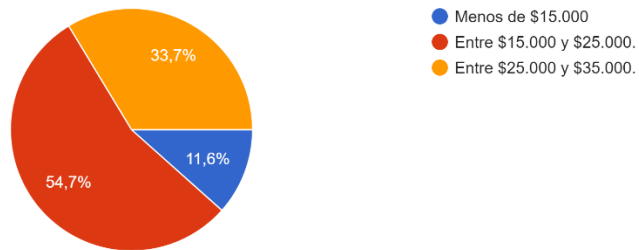


**Ilustración 34**

*Precio a pagar por el servicio*

Teniendo en cuenta la pregunta anterior, y la posibilidad de implementar un servicio de alta calidad, ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de servicio?

95 respuestas



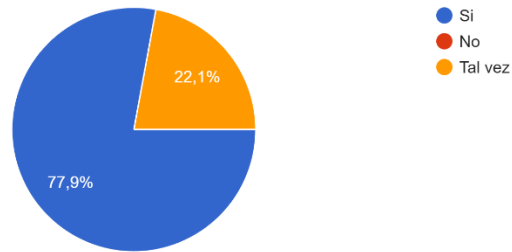
Se puede observar que la mayoría de personas apuntan a pagar por este tipo de servicio entre \$15.000 pesos y \$25.000 pesos, seguido de entre \$25.000 pesos y \$35.000 pesos. Esto permite aclarar lo dispuesto que puede llegar a pagar el cliente por este tipo de servicio.

**Ilustración 35**

*Eventos de karting*

¿Le gustaría ver o participar en competencias de karting entre universidades/colegios o competencias realizadas por equipos en general?

95 respuestas

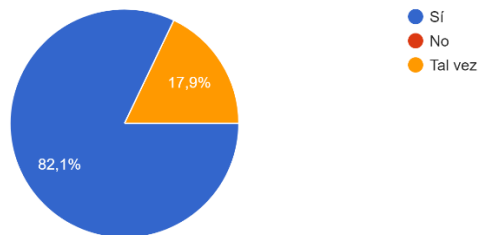


**Ilustración 36**

*Participación en eventos*

Teniendo en el punto anterior, ¿le gustaría disfrutar de eventos de karting como carreras y shows de entretenimiento, siendo usted parte del público o participando en la carrera?

95 respuestas

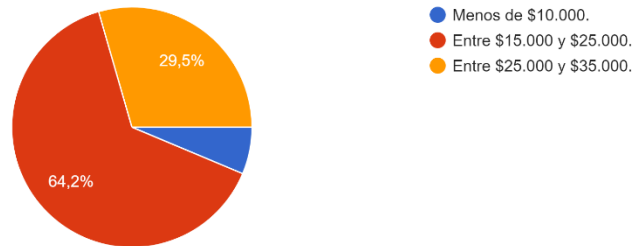


**Ilustración 37**

*Precio a pagar por asistencia a evento de karting*

Si usted pagara una entrada para asistir a un evento de karting como anteriormente se mencionó, ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la entrada como espectador?

95 respuestas



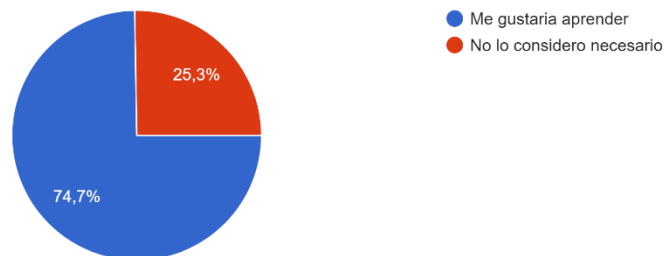
Se puede apreciar que los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$15.000 pesos y \$25.000 pesos con un 64% y un 29% entre \$25.000 pesos y \$35.000 pesos. Esto abre la puerta a la posibilidad de tener éxito al servicio de entradas a eventos.

**Ilustración 38**

*Escuela de karting*

Con la posibilidad de implementar una escuela de karting, ¿consideraría usted la posibilidad de aprender del mundo del automovilismo mediante el karting?

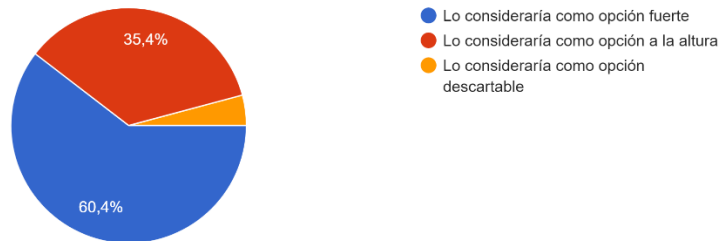
95 respuestas



**Ilustración 39***Karting como opción de deporte para hijos*

Si usted es padre de familia ¿consideraría una opción a la escuela de karting por encima de los deportes habituales (fútbol, basquetbol, tenis)?

48 respuestas

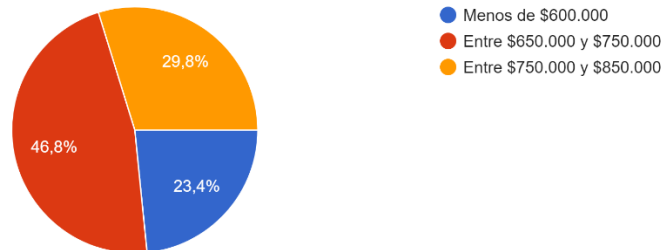


Una de las preguntas más claves de la encuesta permite entender la visión de los padres de familia con respecto al deporte del karting, sorprendentemente con una buena recepción donde se puede observar que el 60% de las personas que tienen hijos considerarían fuerte el deporte por encima de los habituales, seguido por un 35% que lo considera a la altura. Esto permite tener claro una posible demanda alta al implementarse.

**Ilustración 40***Precio a pagar por escuela de karting*

Si usted considera la escuela de karting como una opción, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en total por un curso de karting profesional?

47 respuestas



Se puede observar como a pesar de los precios altos que puede llegar a ser el servicio de escuela de karting profesional las encuestados están dispuestos a pagar por ellos. Un 46,8% considera pagar entre \$650.000 pesos y \$750.000 pesos por un curso de karting profesional, seguido de un 29,8% que está dispuesto a pagar entre \$750.000 pesos y \$850.000 pesos. Por último, un 23,4 % espera pagar menos de \$600.000 pesos.

Esta información da el punto de vista del posible cliente con respecto a los precios que pueden llegar a ser ofertados, con sorpresa, se lee una buena recepción a pesar de lo altos que pueden llegar a ser los precios.

**Anexo 2. Entrevista Andretti Karts****ENTREVISTA EMPRESA DE KARTING ANDRETTI KARTS TUNJA****CONSUMO APARENTE**

- ¿Alrededor de cuántas personas al día llegan para hacer uso de los karts?

R: Haciendo una aproximación entre cada día están llegando alrededor de 30 a 40 personas.

- ¿Qué días son los más demandantes?

R: Los fines de semana tienden a ser los días más demandantes.

- Número de autos (si se puede costo y mantenimiento)

R: Actualmente contamos con 8 karts para adultos y 2 para pequeños.

- Que precios manejan y si es suficiente para mantener el negocio

R: Actualmente manejamos dos precios, en primer lugar \$15.000 pesos para un recorrido de 5 minutos, y otro de \$30.000 pesos para un recorrido de 10 minutos. Este último tiende a ser el servicio que las personas habitualmente suelen escoger.

Además de esto ofrecemos servicio de escuela de karting el cual tiene un valor de \$750.000 pesos, se le ofrece el auto y la indumentaria, este servicio dura 8 horas y se termina en Bogotá para que se le de validación.

## **PROVEEDORES**

- ¿A quién compraron los autos, de donde provienen?

R: Estos autos los compramos en Bogotá, sin embargo, al traerlos acá se realizaron modificaciones para mejorar el rendimiento y sobre todo el consumo de estos, un ejemplo de ello fue el cambio de motor de 9cv a 6cv para mejorar el consumo de estos.

- ¿Los repuestos donde suelen conseguirlos? ¿son fáciles de conseguir? ¿costosos?

R: Estos repuestos no son tan difíciles de conseguir, habitualmente los conseguimos en Bogotá o algunos también los conseguimos acá en Tunja. Sus costos llegan a depender, sin embargo, lo que

más se está haciendo mantenimiento y cambio son los neumáticos, estos duran entre 1 a 3 días máximo, lo que nosotros hacemos es comprarlos de segunda ya que para un uso no competitivo no es necesario comprar nuevos neumáticos, así es como ahorramos un poco de dinero trayendo neumáticos usados de la pista que hay en Cajicá

- ¿Para la creación de la pista como hicieron? ¿Fue una gran inversión? ¿Su mantenimiento?

R: La inversión inicial que se realizó en 2012 que fue el año de construcción de la pista fue de 3 mil millones de pesos, en el año 2015 se realizaron parchados en partes críticas de la pista como mantenimiento, esto no fue realizado con pavimento sino con cemento, el costo de esta fue de 30 millones de pesos. Desde entonces no se hace un mantenimiento a la pista (se aprecia deterioramiento).

- ¿Si pueden dar nombre de los proveedores?

R: NR

## **ANÁLISIS TECNOLOGÍA**

Cámaras de seguridad

Caja registradora

Datafono

Otros...

R: La empresa como tal no cuenta con un sistema de pago que les ayude con la venta de los servicios, no manejan datafono o caja registradora. En cuanto al tema de seguridad cuentan con varias cámaras de seguridad.

## **ANÁLISIS DE SERVICIO**

- ¿Cuentan el personal con dotación?

R: NR

- ¿Número de personal?

R: Actualmente contamos con 3 personas (la persona entrevistada hace el papel de responsable mayor)

## **ANÁLISIS DE CLIENTES**

- ¿Qué tipo de personas son las más recurrentes? Edad

R: Normalmente adultos entre 20 y 40 años

- Analizar tipo de clientes (nivel adquisitivo)

R: No sabría responder, sin embargo, este es un deporte costoso así que imagino que son personas con un nivel adquisitivo estable.

## **ANÁLISIS OFERENTES (redes sociales)**

- ¿Manejan redes sociales?

R: Tenemos las redes sociales, pero actualmente no hacemos uso de ellas.

- ¿Página web?

R: En su momento se hizo el intento de incluirla, pero no funcionó.

## **COMPORTAMIENTO HISTÓRICO**

- Historia de la empresa

R: Fue creada por una persona de acá de la ciudad, el fue el que hizo básicamente la mayoría de la inversión también junto con algunos socios, se hizo la creación de la pista y por ende el negocio, sin embargo, con el paso de los años él se fue para Estados Unidos y el negocio quedo digamos que, a la deriva, no hubo como mucha atención y se mantuvo en el tiempo sin esfuerzo alguno por crecer.

Actualmente estos socios tienen pensado dejar la pista creada y vender el terreno, para construir una nueva en Villa de Leyva, una pista ya profesional que sirva de competición, lo ven como una oportunidad ya que es un pueblo bastante turístico.

- Evolución que tuvo el negocio desde que inicio, demanda y mantenimiento de la pista

R: Realmente hubo poca evolución, la clientela digamos que se mantuvo con el tiempo, pero jamás se vio un crecimiento, y la pista pues además del parchado que se le hizo en 2015 no ha recibido más actualizaciones.

### **FUNCION DE LA OFERTA**

- ¿Dentro de los servicios por tiempo cual es el que habitualmente más se vende?

R: El que habitualmente se vende es el de 10 minutos de costo \$30.000 pesos

### **FUNCION DE PRECIOS**

- Costo de un kart y mantenimiento

R: Los costos de los karts que actualmente tenemos estan rondando alrededor de 10 millones de pesos cada uno, su mantenimiento más que todo se lleva en chasis, motor y neumáticos.

### **INGENIERIA DEL PROYECTO**

N/A

### **ANÁLISIS NORMAS ISO APLICADAS A PROCESOS**

- ¿Estan aplicando algún tipo de norma ISO? ¿Ya sea 9001 que es la de gestión de calidad?

N/A

### **LICENCIAS AMBIENTALES O REQUISITOS**

- ¿Para el uso de los karts se tuvo que cumplir con requisitos o algún tipo de licencia ambiental?

R: No hubo más requisitos que los requeridos por cámara de comercio.

- ¿Tienen pensando aplicar a alguna licencia o proponer algo para manejar el impacto que genere el uso de los karts?

N/A

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONES**

- ¿Cuenta la empresa con algún tipo de estructura organizacional que nos pueda mostrar?

R: No cuentan con una

- ¿Cuáles son las funciones de los empleados que tiene actualmente?

R: Juegan el papel de ingenieros, sobre todo al momento del mantenimiento y revisión de estos.

### **MARCO LEGAL**

### **IDENTIFICACION Y JUSTIFICACIÓN DEL TIPO DE ORG**

- ¿Cómo qué tipo de empresa está registrada? SAS LTDA SA.

R: En cámara de comercio esta registrado como un CLUB.

### **MANEJO DE CONTRATACIÓN**

- ¿Cómo funciona el tema de la contratación dentro de la empresa?

R: La única persona que actualmente contrato soy yo, y es de termino fijo, con todo lo que la ley incluye y demás. Las otras dos personas se les paga por día.

### **MARKETING Y MANEJO DE PUBLIDAD**

- ¿Maneja algún tipo de estrategia de marketing y publicidad?

R: No, actualmente no se hace algún tipo de estrategia o promoción del servicio.

- ¿Ya se ha realizado alguna vez algún proyecto publicitario o similar?

R: Tampoco, nunca hicimos ni publicidad ni nada más que los avisos que estan acá dentro del negocio.

**Anexo 3. Costos.**

Para la resolución de los costos variables se tuvo en cuenta lo siguiente:

Gasolina: Teniendo en cuenta la ficha técnica del auto SR4 de Sodikart, nos permite analizar el consumo del motor y hacer una aproximación del gasto que puede tener este durante un mes.

Las condiciones a tener en cuenta se basan en los resultados de la demanda aproximada de los servicios excluyendo eventos de universidades y eventos profesionales, ya que estos gastos vienen por parte de los participantes.

Se tiene en cuenta que hay 3 tipos de servicios de karting distintos, el alquiler de karting, escuela de karting y eventos de karting de cumpleaños. Para cada servicio se usará el mismo auto el cual consume 1,7 litros de gasolina por hora, con un depósito de 11 litros. Para cada uno de los servicios se usa la misma pista que es de 400 metros de largo por 8 de ancho (recorte de la original). Para el alquiler de karting la duración es 10 minutos, para la escuela 1 hora y media y para eventos de karting de cumpleaños 15 minutos.

A continuación, lo que se hace es calcular el consumo total de gasolina teniendo en cuenta que: para el alquiler de karting su demanda mensual es de 1064 personas, para la escuela de karting su demanda mensual es de 121 personas al mes y para los eventos de karting de cumpleaños su demanda mensual es de 730 personas al mes

Primero necesitamos determinar la cantidad de tiempo en horas que se utilizará cada servicio en un mes. Luego multiplicaremos este tiempo por el consumo de gasolina por hora para obtener el consumo total.

**Alquiler de karting:**

Duración por sesión: 10 minutos (0.17 horas)

Demanda mensual: 1064 personas

Tiempo total en horas:  $0.17 \text{ horas} \times 1064 \text{ personas} = 180.88 \text{ horas}$

**Escuela de karting:**

Duración por sesión: 1.5 horas

Demanda mensual: 121 personas

Tiempo total en horas:  $1.5 \text{ horas} \times 121 \text{ personas} = 181.5 \text{ horas}$

**Eventos de karting de cumpleaños:**

Duración por sesión: 15 minutos (0.25 horas)

Demanda mensual: 730 personas

Tiempo total en horas:  $0.25 \text{ horas} \times 730 \text{ personas} = 182.5 \text{ horas}$

Ahora, calcularemos el consumo total de gasolina para cada servicio:

**Alquiler de karting:**

Consumo de gasolina por hora: 1.7 litros

Consumo total de gasolina:  $1.7 \text{ litros/hora} \times 180.88 \text{ horas} = 307.53 \text{ litros}$

**Escuela de karting:**

Consumo de gasolina por hora: 1.7 litros

Consumo total de gasolina:  $1.7 \text{ litros/hora} \times 181.5 \text{ horas} = 308.55 \text{ litros}$

Eventos de karting de cumpleaños:

Consumo de gasolina por hora: 1.7 litros

Consumo total de gasolina:  $1.7 \text{ litros/hora} \times 182.5 \text{ horas} = 310.25 \text{ litros}$

El consumo total de gasolina para los tres servicios de karting en un mes sería:

$307.53 \text{ litros} + 308.55 \text{ litros} + 310.25 \text{ litros} = 926.33 \text{ litros}$

Por lo tanto, el consumo total de gasolina sería de aproximadamente 926.33 litros total al mes, lo que es igual a 244.62 galones.

Teniendo en cuenta que el precio de la gasolina ronda alrededor de los \$11.767 pesos el valor total aproximado sería de \$2.879.894,54 pesos.

A partir de esto y teniendo en cuenta que el número de autos con los que se cuentan (12), el costo variable de gasolina por auto se encontraría en alrededor de \$239.991 pesos por mes.

Neumáticos: Debido a los costos tan altos que pueden representar un juego de neumáticos, se decide tomar la decisión de implementar juegos de neumáticos usados para los karts, estos provenientes del autódromo XRP, estos juegos de neumáticos bajan drásticamente su costo rondando entre \$40.000 pesos y \$60.000 pesos el juego.

Según la empresa Andretti Karts de Tunja, mediante la entrevista realizada, cuenta que estos neumáticos usados pueden durar máximo 3 días ofreciendo un rendimiento medio – bajo, sin embargo, mencionan que no es de importancia este aspecto ya que la mayoría de veces estos neumáticos se usan con el objetivo de ofrecer recreación, a comparación de lo que busca una persona que compite no se necesita de un agarre extremo y alto rendimiento.

Si tenemos 12 autos y necesitamos determinar cuántos neumáticos necesitamos para satisfacer la demanda de 1362 personas al mes, debemos considerar la duración de los neumáticos y la cantidad de días de uso intensivo.

Dado que cada juego de neumáticos dura 3 días como máximo, necesitamos determinar la cantidad de juegos de neumáticos necesarios para cubrir un mes.

Número de juegos de neumáticos = (Número de autos) x (Número de días de uso intensivo) /  
(Duración de los neumáticos)

Número de juegos de neumáticos = (12 autos) x (30 días) / (3 días) = 120 juegos de neumáticos

Para satisfacer la demanda mensual de 1362 personas, necesitaríamos 120 juegos de neumáticos, considerando una duración de 3 días para cada juego.

Si tenemos en cuenta que un juego de neumáticos usado está rondando alrededor de 50.000 pesos, el valor mensual de este será alrededor de \$6.000.000 pesos es decir \$500.000 pesos por auto.

Frenos: En este aspecto se tiene en cuenta que puede haber un mantenimiento o cambio de frenos cada 3 meses.

El costo de un kit de frenos ronda alrededor de \$288.000 pesos haciendo este un costo mensual de alrededor de \$96.000 pesos

### **Eventos de Karting Universitario**

Un aspecto importante a mencionar es el costo de los eventos de karting universitario, este costo no fue incluido dentro del aspecto de costo total unitario, sin embargo, este se incluye en el

estudio financiero como costo de servicio, esto debido a que no influye completamente dentro del costo del servicio general que abarca la escuela de karting y alquiler de karting, donde se encuentran los karts y los costos de estos, debido a esto se decide excluirlo directamente.

Teniendo en cuenta lo anterior se toma la decisión de recompensar al podio que haya terminado la carrera con un monto económico por logro conseguido. La recompensa será la repartición de \$2'400.000 de pesos entre los tres primeros lugares, estos repartiéndose de tal forma que:

Primer lugar = \$1'000.000 de pesos

Segundo lugar = \$700.000 pesos

Tercer lugar = \$400.000 pesos

Teniendo en cuenta que el valor de entrada para cada uno de los autos es de \$400.000 pesos se entienden que los ingresos totales rondan en un valor de \$4'800.000 de pesos, entonces se reparte la mitad, 50% de los ingresos para la recompensa a aquel podio que se ha hecho en la carrera, es decir, \$2'400.000 de pesos, dando a entender que el costo unitario sería de \$200.000 pesos.

**Anexo 4. Funcionamiento de Cada uno de los Servicios.**

Para el presente plan de negocio se presentan distintos servicios todos enlazados al deporte del karting, cada uno de estos servicios presenta un valor fundamental para la empresa, entendiendo que se ofrece de igual forma diversidad y oportunidades para cada uno de los posibles clientes.

Para dar contexto y explicación a cada uno de estos servicios se pretende explicar mediante este anexo su debido funcionamiento.

**Alquiler de Karting**

Este es uno de los servicios que más pretende ofrecer ganancia entiendo en primer lugar que es el servicio que se puede ofrecer con más frecuencia, este tipo de servicio es uno de los más comunes alrededor del mundo, de hecho, se puede evidenciar lo rentable que puede llegar a ser si tomamos en cuenta el archivo compartido por parte de 360 KARTING, empresa líder en pistas de alquiler alrededor del mundo.

Partiendo de esta premisa, y entendiendo las distintas estrategias que pueden surgir a partir de la realización de este plan de negocio, el alquiler de karting juega el papel principal y primario, es decir, si tenemos en cuenta que por ejemplo se pretende dividir la inversión y el desarrollo del proyecto en 3 etapas distintas, esta sería la primera y se implementaría de tal forma que se implemente la mitad de la pista o una pista más pequeña con visión a expedirse y empezar a promover el deporte en la ciudad.

Esta estrategia lo que permitirá es empezar de a poco la cultura del deporte y así llamar la atención de muchas personas sobre el tema y despertar la curiosidad sobre este.

El funcionamiento de este servicio constará sencillamente de alquilar un kart por un tiempo de 10 minutos, esto por un valor de \$30.000 pesos, un valor que llega a ser igual o similar a muchas de las empresas colombianas que ofrecen este servicio, en este servicio, a parte del kart, se ofrece los instrumentos de seguridad como casco, guantes y zapatos especiales.

### **Escuela de Karting**

Luego de fidelizar una cantidad decente de clientes, es ahí donde comienza la etapa dos. En esta etapa, la empresa empezara a ofrecer el servicio de escuela de karting, y dando la oportunidad a miles de niños y jóvenes de construir una carrera profesional, ya que el karting es conocido como la categoría reina para llegar a cualquier categoría profesional. Este servicio se ofrece alrededor del mundo como un único pago, es decir, una sola sesión de entrenamiento e instrucción, para este servicio se toma la decisión de ofrecer instrucción y entrenamiento de alrededor de 2 horas para cada piloto, luego de haber cursado, se le otorga un título que avala el hecho de haber cursado como piloto de karting, esto se avala por la federación de karting de Colombia.

Normalmente el valor a pagar en una escuela de karting ronda entre los \$850.000 pesos y el \$1.000.000 de pesos, para este caso se tomará como referencia los \$850.000 pesos. Este es un precio bastante alto, sin embargo, hay que tener en cuenta que se hace un pago a un instructor avalado por FedeKart y se ofrece equipamiento y kart.

El plan estratégico que se tiene luego de que un cliente haya cursado para piloto de karting, es el de ofrecer la renta de la pista para entrenamientos o lo que vendría a ser el alquiler de karting, así no se pierde el cliente si no que se empieza a sumar más cantidad de servicios vendidos por parte del alquiler de karting. Esto abre muchas posibilidades ya que se puede

empezar a ofrecer sesiones de entrenamientos para aquellos pilotos que hayan cursado y se ofrezcan en días que la demanda de alquiler de karting sea baja, para así compensarla.

Para el presente plan de negocio no se tuvo en cuenta lo anterior, esto debido a que podría extender más y su entendimiento del funcionamiento sería más complejo, sin embargo, es un aspecto que se puede tener en cuenta ya que puede generar valor significativo a la idea de negocio.

### **Eventos de Karting**

Los eventos de karting se componen de 3 distintos servicios. En primer lugar se menciona uno de los más sencillos de entender, eventos de karting de cumpleaños o eventos realizados por las personas, este servicio es relativamente similar al alquiler de karting, se compone del mismo sistema solo que se le ofrece a las personas realizar un evento completamente dedicado a ellos con el número de autos que necesiten, por una sesión de 15 minutos, donde se ofrece autos y equipamiento, además de un podio y los registros de tiempo de cada vuelta. El precio para este evento puede variar, para el presenta plan de negocio se implementa un precio de \$500.000 pesos para el uso de los 12 autos en el tiempo anteriormente mencionado.

Este tipo de servicio puede estar acompañado de un almuerzo, fotografías, videos, registro como campeonato anual, etc. Esto no fue incluido como parte del proyecto debido a la extensión que puede reflejar en este, sin embargo, es algo a tener en cuenta como entrega de valor a la idea de negocio.

En segundo lugar, tenemos los eventos de competición de karting universitario, este es uno de los aspectos que más emociona a KartKings como idea de servicio, un aspecto en el que todos ganan, fanáticos, conocimiento, aporte cultural, involucramiento de distintas carreras

universitarias y sobre todo la posible innovación por parte de los equipos. A partir de este momento comienza la etapa 3, esta etapa es la final y se basa en construir la totalidad de la pista, que alcance el aval para el carné A propuesto por FedeKart.

Este servicio consta de una competición mensual, en el que se pretende ofrecer a todas las universidades de Tunja, para la idea de negocio se tuvo en cuenta las 5 universidades más importantes: Santo Tomás de Aquino, UPTC, Universidad de Boyacá, Fundación Juan de Castellanos y Universidad de Nariño.

El tema trata de que cada universidad puede participar con al menos 2 autos, estos autos construidos bajo una restricción por parte de la empresa, pero con libertad para competir. Cada auto tendrá que pagar una inscripción por un valor de \$400.000 pesos, y los autos que lleguen al podio tendrán una recompensa repartida de tal forma que:

Primer lugar = \$1'000.000 de pesos.

Segundo lugar = \$700.000 pesos.

Tercer lugar = \$400.000 pesos.

A parte de esto, KartKings pretende involucrar a las universidades aún más, tratando de incluir la mayoría de carreras universitarias dentro de este servicio. Su forma de aporte pretende ser de organización de evento, promoción, manejo de ingresos y costos, creación y diseño de publicidad, diseño de estructuras y variantes dentro de la pista. Como objetivo se pretende que grupos de estudiantes de cada facultad aporten a cada una de las carreras realizadas y así poder generar más conocimiento y experiencia, que al final de alguna forma u otra lograrán modelos innovadores mediante investigación que generarán prestigio a cada una de estas universidades.

Por último, se encuentra los eventos de karting profesional, este es uno de los servicios más grandes a los que se enfrentará KartKings. Este servicio será un punto de inflexión para generar prestigio y conocimiento nacional e internacional. Su funcionamiento es relativamente sencillo, luego de haber llegado al 100% de desarrollo del proyecto, como se pretende en este plan de negocio, se empieza a ofrecer el servicio de alquiler de pista o la inclusión del circuito como posible candidato para competiciones de campeonatos nacionales e internacionales, esto luego de conseguir el aval por FedeKart y la FIA.

Para este servicio se ofrece la pista en un día por el valor de \$5.000.000 de pesos, esto puede sonar como un valor estratosférico, sin embargo, es el valor promedio que los circuitos cobran para estas competiciones. El costo no es ninguno más que el desgaste de la pista y la oferta de las instalaciones, ya que normalmente ya existen equipos que cuentan con sus distintos vehículos, llantas y combustible listos para competir, solo se ofrecen las instalaciones y por supuesto, la pista.

Este servicio será el principal factor de éxito de KartKings, ya que se pretende lograr ser el mejor circuito con las instalaciones más adecuadas para llevar a cabo los mejores eventos a nivel internacional.

Esto significa no solo poner a la empresa en un siguiente nivel, sino a la ciudad en el mapa, de igual forma al país como un futuro prometedor en el automovilismo. Lograr esta meta significa traer más empleo, más desarrollo a la ciudad, más emprendimiento, y sobre todo conexiones y relaciones que aporten no solo a la ciudad sino a los futuros profesionales universitarios, logrando así los aspectos que este plan de negocio pretende aportar: empleo, cultura deportiva, entretenimiento sano y desarrollo académico, sin dejar de lado, el aspecto económico. Este último podría llegar incluso el más representativo para la ciudad y el

departamento, llegando a tener un peso por encima de sectores económicos como transporte o agricultura.

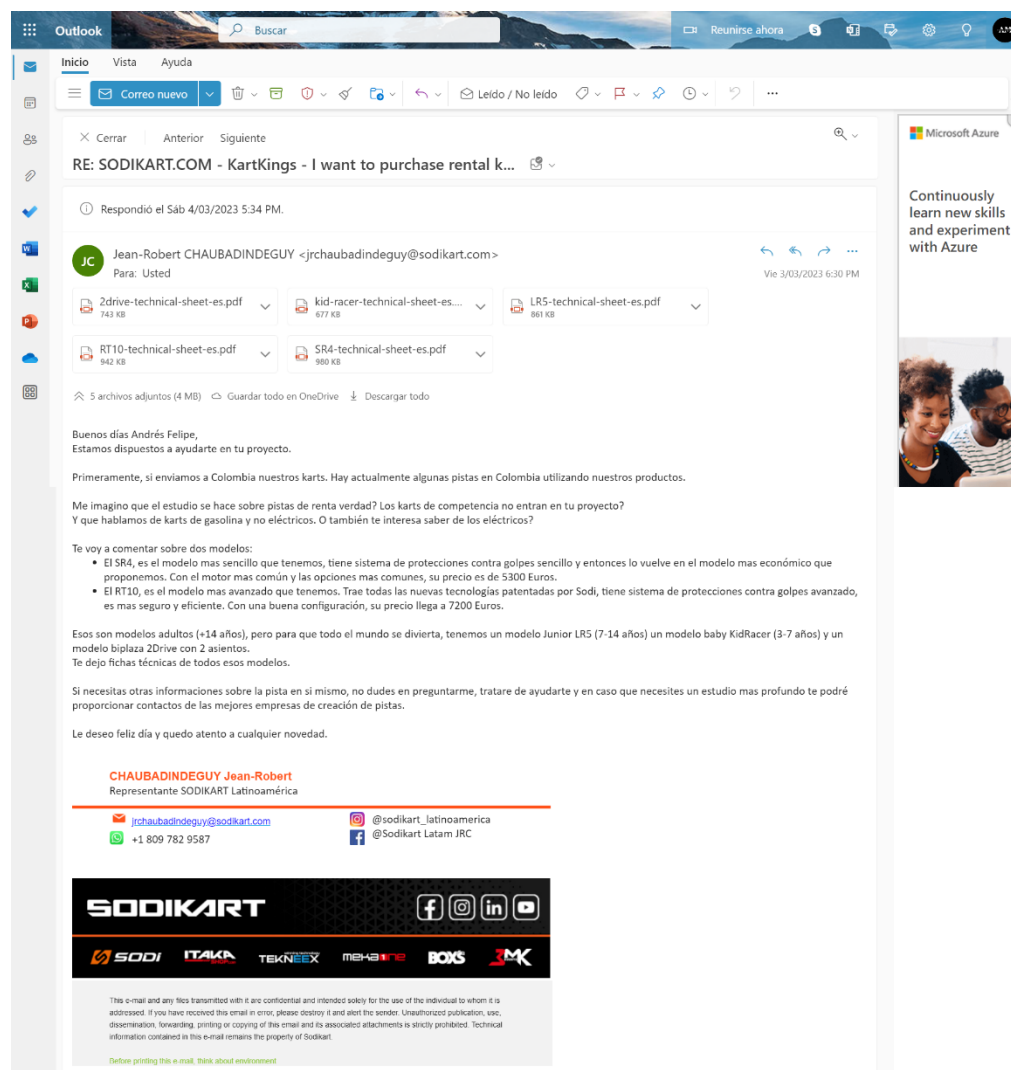
### **Entradas de Eventos**

Como último servicio se encuentra las entradas de eventos, este se enfoca en ofrecer al público un espectáculo, aprovechando las distintas competiciones que se realizan, se espera tener un público aniversario, familias, fanáticos entre otros llegando a ser general. Sin duda alguna será algo realmente difícil de lograr, sin embargo, mediante estrategias como la propuesta anteriormente de dividirlo por etapas, se puede llegar a incrementar el número de fanáticos del deporte. Las entradas variarán mucho dependiendo el tiempo de desarrollo del proyecto y sobre todo la forma en que se popularice el deporte, el objetivo de KartKings es superar el nivel de asistencia a eventos de fútbol profesional en la ciudad. Para este plan de negocio se pretende que la entrada cueste alrededor de \$15.000 pesos para un evento de karting.

## Anexo 5. Ficha técnica de Karts.

Para el desarrollo de este plan de negocio se necesitó de cierta información de alta importancia, como lo son el tipo de autos el cual se le ofrecería al cliente para hacer uso y obtener la mejor experiencia que le puedan ofrecer.

Para lograr esto se contactó con la empresa Sodikart, el primer fabricante de karts en el mundo, lider mundial con una reputación alta en el mundo del karting. Esta empresa francesa permitió el acceso a información para entender e iluminar la idea de negocio.



**Outlook** | Buscar | Reunirse ahora

Inicio Vista Ayuda

Correo nuevo | Leído / No leído

RE: SODIKART.COM - KartKings - I want to purchase rental k...

Respondió el Sáb 4/03/2023 5:34 PM.

JC Jean-Robert CHAUBADINDEGUY <jrchaubadindeguy@sodikart.com>  
Para: Usted | Vie 3/03/2023 6:30 PM

2drive-technical-sheet-es.pdf (743 KB) | kid-racer-technical-sheet-es... (677 KB) | LR5-technical-sheet-es.pdf (861 KB)  
RT10-technical-sheet-es.pdf (942 KB) | SR4-technical-sheet-es.pdf (900 KB)

5 archivos adjuntos (4 MB) | Guardar todo en OneDrive | Descargar todo

Buenos días Andrés Felipe,  
Estamos dispuestos a ayudarte en tu proyecto.

Primeramente, si enviamos a Colombia nuestros karts. Hay actualmente algunas pistas en Colombia utilizando nuestros productos.

Me imagino que el estudio se hace sobre pistas de renta verdad? Los karts de competencia no entran en tu proyecto? Y que hablamos de karts de gasolina y no eléctricos. O también te interesa saber de los eléctricos?

Te voy a comentar sobre dos modelos:

- El SR4, es el modelo mas sencillo que tenemos, tiene sistema de protecciones contra golpes sencillo y entonces lo vuelve en el modelo mas económico que proponemos. Con el motor mas común y las opciones mas comunes, su precio es de 5300 Euros.
- El RT10, es el modelo mas avanzado que tenemos. Trae todas las nuevas tecnologías patentadas por Sodi, tiene sistema de protecciones contra golpes avanzado, es mas seguro y eficiente. Con una buena configuración, su precio llega a 7200 Euros.

Esos son modelos adultos (+14 años), pero para que todo el mundo se divierta, tenemos un modelo Junior LR5 (7-14 años) un modelo baby KidRacer (3-7 años) y un modelo biplaza 2Drive con 2 asientos.  
Te dejo fichas técnicas de todos esos modelos.

Si necesitas otras informaciones sobre la pista en si mismo, no dudes en preguntarme, tratare de ayudarte y en caso que necesites un estudio mas profundo te podré proporcionar contactos de las mejores empresas de creación de pistas.

Le deseo feliz día y quedo atento a cualquier novedad.

**CHAUBADINDEGUY Jean-Robert**  
Representante SODIKART Latinoamérica

✉ jrchaubadindeguy@sodikart.com | 📞 +1 809 782 9587 | 📧 @sodikart\_latinoamerica | 📱 @Sodikart Latam JRC

**SODIKART** | SODI | ITAKA | TEKNEX | MEHARTE | BOIS | MK

This e-mail and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual to whom it is addressed. If you have received this email in error, please destroy it and alert the sender. Unauthorized publication, use, dissemination, forwarding, printing or copying of this email and its associated attachments is strictly prohibited. Technical information contained in this e-mail remains the property of Sodikart.

Before printing this e-mail, think about environment.

A partir de esta información y con la clarificación de la idea de lo que se puede ofrecer al público por parte de Sodikart, se tomó la decisión de implementar como auto principal el kart SR4.

**Soda** **SR4** **FICHA TÉCNICA**



**Características**

<b>Tipo</b>	Kart de alquiler con motor de gasolina monocilíndrico de 4 tiempos
<b>Protección</b>	PROLINE con sistema H.E.A.D.
<b>Motores a elegir</b>	HONDA GX200 HONDA GX270 HONDA GX390
<b>Alimentación</b>	Súper sin plomo 95
<b>Capacidad del depósito de gasolina</b>	11 L

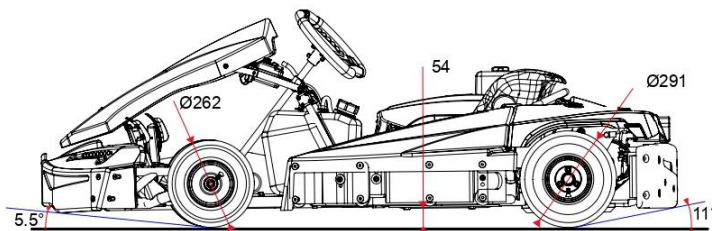
☑ Conforme con la Directiva sobre máquinas 2006/42/CE y las exigencias de los siguientes documentos de referencia: Norma NF EN 16230-1+A1, Reglas técnicas y de seguridad del Karting de la FFSA, Recomendaciones de la CIK-FIA para el Karting de Ocio.

**Dimensiones y peso**



<b>L (Longitud)</b>	1 914 mm
<b>I (Ancho)</b>	1 332 mm
<b>H (Altura)</b>	670 mm
<b>H1 (Altura con arco)</b>	890 mm
<b>H2 (Altura con arco)</b>	1 040 mm
<b>Peso con motor GX200</b>	139 kg
<b>Peso con motor GX270</b>	148 kg
<b>Peso con motor GX390</b>	154 kg

**Distancia al suelo y pendientes admisibles**



<b>A</b>	54 mm
<b>B</b>	5,5 °
<b>C</b>	11 °
<b>D</b>	Ø 262 mm
<b>E</b>	Ø 291 mm



## Motores

	Honda GX200 RT2 RDG4	Honda GX270 RT2 RDG4	Honda GX390 RT2 SDQ5
<b>Tipo</b>	Motor de gasolina monocilíndrico de 4 tiempos, refrigeración por aire	Motor de gasolina monocilíndrico de 4 tiempos, refrigeración por aire	Motor de gasolina monocilíndrico de 4 tiempos, refrigeración por aire
<b>Potencia</b>	4,1 kW/5,5 CV/3 600 rpm	6,3 kW/8,4 CV/3 600 rpm	8,7 kW/11,7 CV/3 600 rpm
<b>Par máx.</b>	12,4 Nm/2 500 rpm	19,1 Nm/2 500 rpm	26,5 Nm/2 500 rpm
<b>Arrancador</b>	Arranque retráctil	Arranque retráctil	Arranque retráctil
<b>Capacidad de aceite</b>	0,6 L	1,1 L	1,1 L
<b>Consumo de combustible (continuo)</b>	1,7 L/h a 3 600 rpm	2,4 L/h a 3 600 rpm	3,5 L/h a 3 600 rpm
<b>Peso sin combustible</b>	18,5 kg	25 kg	26 kg
<b>Embrague</b>	Reductor de baño de aceite	Reductor de baño de aceite	En seco

## Relaciones de transmisión

### Correa de transmisión GX200-GX270

Piñón de motor	Corona trasera (longitud de correa)	
	51	68
23	-	2,96 (1 040 mm)
24	2,13 (960 mm)	2,83 (1 040 mm)
25	2,04 (960 mm)	2,72 (1 040 mm)
26	1,96 (960 mm)	2,62 (1 040 mm)
27	1,89 (960 mm)	2,52 (1 040 mm)
28	1,82 (960 mm)	2,43 (1 040 mm)
29	1,76 (960 mm)	2,34 (1 040 mm)
30	1,70 (960 mm)	2,26 (1 040 mm)
31	1,65 (960 mm)	2,19 (1 040 mm)

### Cadena de transmisión GX200-GX270

Piñón de motor	Corona trasera (número de eslabones de cadena)			
	26	28	29	30
15	1,73 (70 eslabones)	1,87 (72 eslabones)	1,93 (72 eslabones)	2,00 (72 eslabones)

### Cadena de transmisión GX390

Piñón de motor	Corona trasera (número de eslabones de cadena)	
	43	44
13	-	3,38 (94 eslabones)
14	3,07 (94 eslabones)	3,14 (94 eslabones)
15	2,86 (94 eslabones)	2,93 (94 eslabones)



### Características y opciones

	SR4 GX200	SR4 GX270	SR4 GX390
<b>Bastidor</b>			
Chasis de color negro	Std	Std	Std
Tubos de chasis de acero de cromo-molibdeno Ø 32 x 2	Std	Std	Std
Bandeja de acero con pintura gris	Std	Std	Std
Pegatina decorativa de bandeja	Std	Std	Std
Pegatinas de funcionamiento y de seguridad	Std	Std	Std
Embalaje del kart en palé de madera	Std	Std	Std
<b>Tren delantero</b>			
Manguetas de eje Ø 20	Std	Std	Std
Manguetas largas (+30 mm)	NA	NA	Opt
Bieleta de nylon flexible	Std	Std	Std
Soportes de columna con anillo de refuerzo	Std	Std	Std
Volante F1 TEKNEEX	Std	Std	Std
<b>Tren trasero</b>			
Eje de transmisión Ø 30 macizo - 3 cojinetes	Std	Std	Std
Eje de transmisión Ø 50 hueco espesor 2,33 mm - 2 cojinetes	Opt	Opt	Opt
Cojinetes de apriete excéntrico (x 2) eje trasero Ø 30 únicamente	Opt	Opt	Opt
<b>Neumáticos</b>			
Llantas de aluminio mecanizadas reforzadas	Std	Std	Std
Neumáticos MEKAONE HDA (del. 450/10 tras. 710/11)	Std	Std	Std
Neumáticos DURO (del. 450/10 tras. 710/11)	Opt	Opt	Opt
Neumáticos ITAKA MK3 (del. 450/10 tras. 710/11)	Opt	Opt	Opt
Neumáticos ITAKA MK3 R (del. 450/10 tras. 710/11)	Opt	Opt	Opt
Neumáticos CHENG SHIN (del. 450/10 tras. 710/11)	Opt	Opt	Opt
Neumáticos hielo (NO COMPATIBLE con manguetas largas)	Opt	Opt	Opt
<b>Asiento</b>			
Asiento fijo talla XL o XXL	Std	Std	Std
Asiento ajustable EASY-FIT talla XL o XXL	Opt	Opt	Opt
Asiento de plástico desnudo Sodi XL o XXL	Std	Std	Std
Asiento acolchado lateral plast. Sodi XL o XXL	Opt	Opt	Opt
Asiento acolchado completo plast. TILLET XL o XXL	Opt	Opt	Opt
Correa accionable por la parte trasera del asiento	Opt	Opt	Opt
Arandelas plast. refuerzo de asiento - Asiento fijo únicamente	Opt	Opt	Opt
<b>Carrocería</b>			
Dispositivo de absorción de choque sistema H.E.A.D.	Std	Std	Std
Protección integral PROLINE en 12 mm	Std	Std	Std
Protección integral PROLINE en 15 mm	Opt	Opt	Opt
Defensa de protección delantera	Std	Std	Std
Defensa de protección delantera alta	Opt	Opt	Opt
Carenado negro	Std	Std	Std
Spoiler negro	Std	Std	Std
Capó de motor negro	Std	Std	Std
Capó de eje trasero integral negro	Std	Std	Std
Juego de luz LED delantera y trasera con luz de frenado	Opt	Opt	Opt
Luz de frenado	Opt	Opt	Opt
Juego de pegatinas SODI Rojo	Opt	Opt	Opt
Juego de pegatinas SODI Verde	Opt	Opt	Opt

Juego de pegatinas SODI Naranja	Opt	Opt	Opt
Juego de pegatinas SODI Generador	Opt	Opt	Opt
Juego de pegatinas personalizado	Opt	Opt	Opt
Caja de lastres	Opt	Opt	Opt
Juego de 30 kg de peso (2 x 10 kg + 1 x 5 kg + 2 x 2,5 kg)	Ac	Ac	Ac

<b>Seguridad</b>			
Guardabarros delantero	Opt	Opt	Opt
Protección arrancador + carburador de acero	Opt	Opt	Opt
Arco de seguridad desmontable - bajo (asiento ajustable)	Opt	Opt	Opt
Arco de seguridad desmontable - bajo (asiento regulable bloqueado)	Opt	Opt	Opt
Arco y cinturones 3 pts y 1 enrollador ajustables en altura	Opt	Opt	Opt
Arco de seguridad alto	Opt	Opt	Opt

<b>Pedales</b>			
Pedales fijos 3 posiciones	Std	Std	Std
Pedales izquierdo rojo y derecho verde	Std	Std	Std
Pedales izquierdo y derecho negros	Opt	Opt	Opt
Reposapiés	Std	Std	Std

<b>Freno</b>			
Antigás freno	Opt	Opt	Opt
Freno hidráulico SODI con estribo flotante	Std	Std	Std
Disco de freno turbo ventilado	Std	Std	Std
Protección inferior del disco de freno	Std	Std	Std

<b>Escape</b>			
Escape con salida central alta	Std	Std	Std
Escape catalítico con salida central alta	Opt	Opt	Opt
Escape silencioso con salida central alta	Opt	Opt	Opt
Escape con salida central baja	Opt	Opt	Opt
Escape catalítico con salida central baja	Opt	Opt	Opt
Escape silencioso con salida central baja	Opt	Opt	Opt

<b>Transmisión</b>			
Transmisión de correa (est. 26 x 68)	Std	Std	NA
Transmisión de cadena (est. 15 x 29)	Opt	Opt	NA
Transmisión de cadena (est. 14 x 44)	NA	NA	Std
Protección inferior de corona	Opt	Opt	Std

<b>Motor</b>			
Arrancador eléctrico	Opt	Opt	Opt
Surtidor para pista cubierta	Opt	Opt	NA
Surtidor para combustible BIO etanol E85	Opt	Opt	Opt
Transpondedor XTRA	Opt	Opt	Opt
Sensor de boxes para XTRA	Opt	Opt	Opt
Contador de horas	Opt	Opt	Opt
EMS	NA	Opt	Opt
EMS Racer	NA	Opt	Opt

### Legenda

- Std Estándar
- Opt Opción
- Ac Accesorios adicionales no vendidos con el kart
- NA No disponible

La ficha técnica proporcionada por Sodikart permite entender funcionamiento, partes necesarias y sobre todo consumo que puede llegar a tener. Con esta información el trabajo de mantenimiento será más sencillo.

Este kart será el seleccionado para correr en los 3 distintos servicios, alquiler, entrenamientos y eventos, excluyendo a los eventos competitivos, ya que estos serán proporcionados por los participantes.

**Anexo 6. Diseño de pista, edificio y costos.**

Uno de los puntos más importantes de la idea de negocio es la pista, el núcleo sobre el cual gira toda la idea de negocio. Para la creación y diseño de esta se tuvo bastantes problemas ya que por un lado encontrar un ingeniero que colaborara con la idea de negocio fue bastante difícil, normalmente las empresas colombianas no tienen tiempo para colaborar con estudiantes universitarios. Se intentó contactar con empresas que por cierto sentido podría colaborar con el desarrollo de este punto, sin embargo, fue muy difícil encontrar información valiosa.

Una de las organizaciones que lograron aportar a la clarificación en cuanto a medidas y reglas establecidas para el uso de este deporte fue la Federación de Karts la cual proporciono las medidas exactas para poder ofrecer distintos tipos de carreras, numero de autos y partes en cuenta a la infraestructura que se deben implementar para llevar a cabo un evento de distintas magnitudes.

A continuación, se mostrará aquellos puntos en los cuales se enfocó esta idea de negocio para el desarrollo de la infraestructura del proyecto.

- Artículo. 152- Condiciones de la Homologación. El material a homologar será de manufacturación nacional y se efectuaran en las mismas fábricas del solicitante; debiendo estar acreditado por la FCK. Sin embargo, se admitirá un material de fabricación no nacional cuando: — Tiene homologación internacional, y ha de cumplir alguna condición especificada por la FCK y estas no están o difieran de la ficha internacional. — Se trate de piezas y/o accesorios no principales de material a homologar, No necesitarán ficha de homologación. En caso de divergencias sobre el carácter "Accesorios no principales" decidirá la comisión técnica de la FCK y será inapelable. Las solicitudes de homologación

de material de importación serán presentadas por un comerciante, acreditado ante el CEFCK, y autorizado por el fabricante extranjero.

- Artículo. 167- Características Los circuitos sean permanentes u ocasionales, utilizados para la práctica del kartismo, deben tener una longitud mínima de 700 metros, para pruebas regionales FCK, para pruebas nacionales FCK 850 metros y para pruebas Internacionales 1000 metros.
- Artículo. 168- Distancias requeridas 1. Largo → Carné A: 1000 metros mínimo, en la cual se pueden realizar validas regionales, nacionales e internacionales (para pruebas internacionales la pista debe ser homologada por la CIK).

Se toma la decisión de implementar una pista de 1000 metros correspondiente a carné A, el tope que permite la máxima participacion de eventos de cualquier tipo.

- Artículo. 169- Distancia entre circuito: → Carné A: 10 metros.
- Artículo. 170- Suelo: Revestimiento de asfalto de calidad reconocida, a todo lo largo de la pista. Podrá tener cemento en los vértices.
- Artículo. 171- Tumbaperros: Especialmente en los vértices en el interior de la curva, en tantas como se corra el circuito en uno u otro sentido.
- Artículo. 172- Cantidad de Karts para competencia → Para las pistas de 800 a 1500 metros 34 máximo.
- Artículo. 173- Instalaciones

1. Paddock: → Carné A: Un parque reservado a los participantes, junto a la pista, unido a esta por una entrada y una salida claramente diferenciadas. La CIK recomienda un espacio de 6 x 8m por piloto.

2. Parque Cerrado: — Carné A: Un parque cerrado es obligatorio y se aconseja el plano establecido por la FCK (distribución, dimensión e instalaciones). La pista de desaceleración deberá presentar, a su entrada, una chicana destinada a disminuir considerablemente la velocidad de los karts. El ancho de las pistas de circulación frente a los Pits y de las de aceleración deberá ser inferior al ancho de dos karts.
3. Sitio cubierto para cronometraje, dirección de carrera - control técnico.
4. Pesaje: — Carné A: Un puesto cubierto para la Báscula en los dos costados, en caso de invertir el sentido de giro.
5. Seguridad: — Carné A: Un puesto de primeros auxilios, disponiendo al menos de dos ambulancias y un personal especializado.
6. Recintos cerrados e Independientes — Carné A: Sala de comisarios deportivos, Oficina de Carrera, Oficina FCK, sala de reunión de pilotos, sala de Prensa, sala revisión técnica. En caso que se carezca de estas instalaciones podrán proveerlas con carpas u oficinas móviles. A estos recintos no puede tener acceso el público.
7. Otros. — Carné A: Semáforo de salida, sonido Integrado al Kartodromo.
  - Artículo. 174- Protección de los Pilotos. Cuando no se disponga de una Zona de seguridad totalmente despejada del mínimo entre vías, los límites del circuito deberán ser materializados por una protección continua compuesta por materiales robustos, pero a la vez, lo suficientemente ligeros como para que no representen ningún peligro para los pilotos. Algunas de las protecciones son: — Pacas de heno debidamente forradas. —

Maletines o barreras de plástico no astillable. — Llantas amarradas entre sí, máximo 5 por línea y cuatro en lo alto tipo automóvil.

- Artículo. 175- El trazado de la pista debe señalarse en forma ininterrumpida, por dos bandas de color que destaquen nítidamente las bermas del pavimento.
- Artículo. 176- Las protecciones deben tener un mínimo de un metro (1m) de altura. Si existieran obstáculos que ofrecieran peligro a los corredores, tales como postes, árboles, mallas, construcciones etc. estos deberán estar mínimo a 3,50m de la cinta asfáltica y deberán protegerse eficazmente. (Pacas de heno o maletines acrílicos). Cada caso concreto se analizará particularmente por el CEFCK, previo cumplimiento de requisitos de seguridad y cada trazado de pista.
- Artículo. 177- A toda pista permanente se le concederá o renovará la homologación por un año calendario; previo pago de los derechos establecidos, siendo requisito indispensable, presentar la solicitud con un tiempo mínimo de 60 días antes de la reinauguración.
- Artículo. 178- Protección al Público — Carné A: El Kartodromo debe prever un sitio adecuado para el público. Deberá estar separado de la pista por una protección cerrada y eficaz de una altura mínima de 1,50m. Encontrándose por lo menos a 6m de la pista. El área de cronometraje deberá estar a una distancia mínima de la cinta asfáltica de 5m y protegida con una malla de altura mínima de 1,50m. Igualmente cualquier recta sobre todo la salida del vértice de la curva.
- Artículo. 179- Aspectos Sanitarios — Carné A/B/C: Baños para pilotos y público, los aceites sobrantes si los hubiera se deben recolectar en canecas; Cumplir con las normas que protegen el medio ambiente y controlar las pruebas de decibeles permitidos.

Para el diseño de la pista como se mencionó anteriormente fue difícil encontrarán referencias del país que proporcionarán información con trabajos ya realizados relacionados a karting o automovilismo.

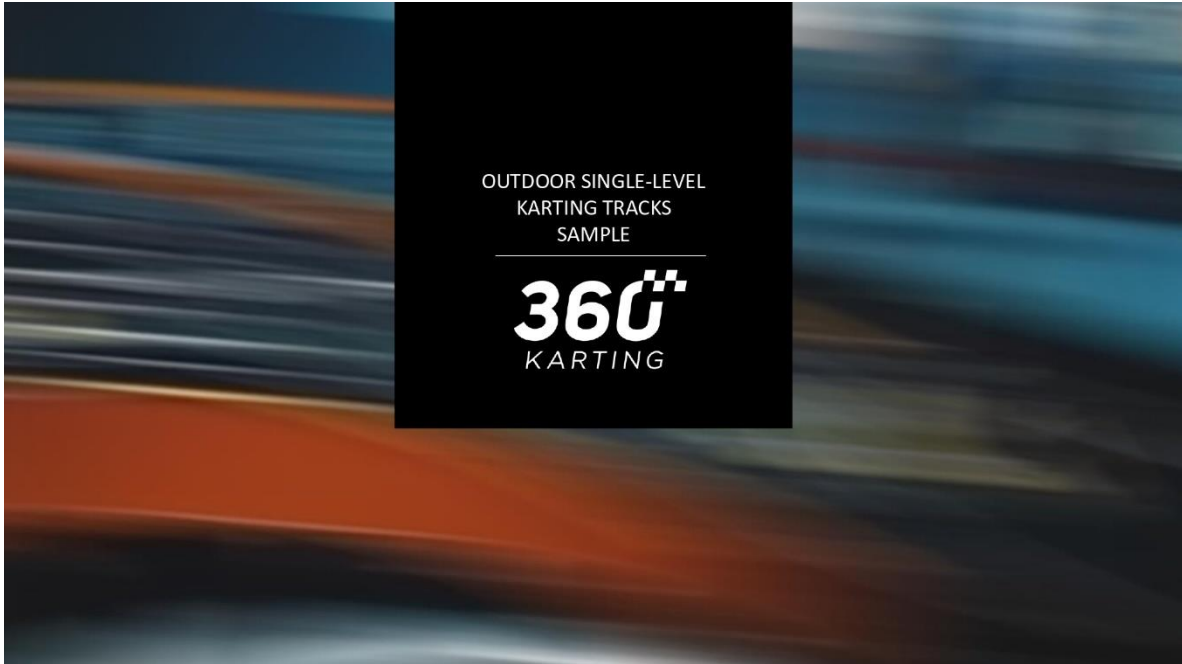
Así que, como lema estadounidense, se tuvo que pensar “outside the box”. Mediante una búsqueda por internet se encontró una de las empresas más importantes en la construcción de pistas de karting en el mundo, 360 KARTING.

Se logró contactar con esta empresa eslovena la cual permitió su contacto por medio de una reunión vía zoom, en la cual se desarrolló una serie de preguntas y aclaraciones que permitieron aclarar la idea de negocio y encaminarla de una manera más clara en cuanto al ajuste de la pista y el modelo de negocio a implementar.

A partir de esto se llegó a una conclusión donde la empresa proporcionaría información de una serie de pistas que se podrían ajustar a la idea de negocio con trabajos ya realizados en otros países, costos y posible rentabilidad sobre la inversión.

Mediante la reunión realizada la representante mencionó que en Venezuela se había ya realizado un proyecto, y su funcionamiento fue el siguiente. En primer lugar, se aclara el terreno y diseño que se puede tener para la pista, a partir de esto ellos envían un representante ingeniero el cual se encarga de realizar una revisión al terreno y demás factores importantes para la construcción de esta, luego ellos se encargan de llevar los distintos materiales que necesarios, así como máquinas y demás. Lo único que como empresa se debe aportar es la mano de obra, ya que a diferencia de Eslovenia la mano de obra puede llegar a ser mucho más económica.

A continuación, se muestra la información proporcionada por la empresa:



360 Karting is a world leading company in karting entertainment business. With more than 80 karting tracks build worldwide, 360 Karting has reinvented the go-kart industry.

By delivering the most advanced karting solutions in terms of highest quality, safety, and profitability, we help our clients to achieve their business growth and ultimate driving experience for their customers.

1

WHY CHOOSE 360 KARTING - THE INDUSTRY LEADER



OUTSTANDING DESIGN



SUPERIOR SAFETY



INTEGRATION OF ATTRACTIONS

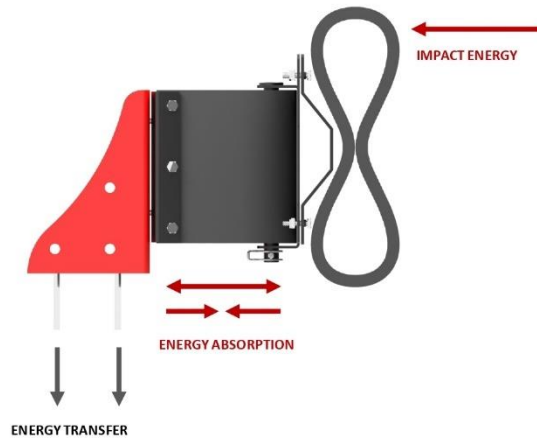


**SAFETY**

**Energy Transfer and Absorption Technology (ETAT)**

Why is the 360K barrier system the safest and operationally most efficient system on the market?

ETAT provides maximum energy transfer and impact absorption through a reinforced rubber element in anchoring system, distributed all around the track. It efficiently transfers the force along the barrier and the excess energy is transferred to the ground, so it effectively prevents dangerous situations on the track, therefore ensures driver's safety and minimizes go-kart damage.





**SAFETY**

360K Barrier system prevents dangerous situations on the track that other traditional barrier systems don't.

The 360K ETAT enables the safest energy transfer and impact absorption on the market and at the same time prevents other very dangerous effects happening to traditional and other barrier systems on the market.



**BOUNCE BACK EFFECT PREVENTION**

With 360K ETAT, the impact energy is absorbed and transferred onto multiple absorbers and into the ground, so the bounce back effect is prevented, which is listed as one of the Top 3 causes for injuries and crash damages on go-karts.



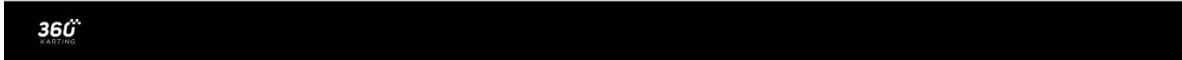
**SUBMARINING EFFECT PREVENTION**

Optimized shape of the contact surface and design of anchoring system prevent going underneath the barrier, which is listed as one of the Top 3 causes for injuries and crash damages on go-karts.



**"FLYING OVER" EFFECT PREVENTION**

Optimized shape of the contact surface and design of anchoring system prevent flying over effect.



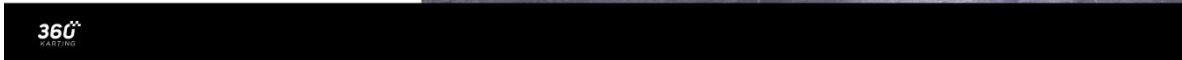
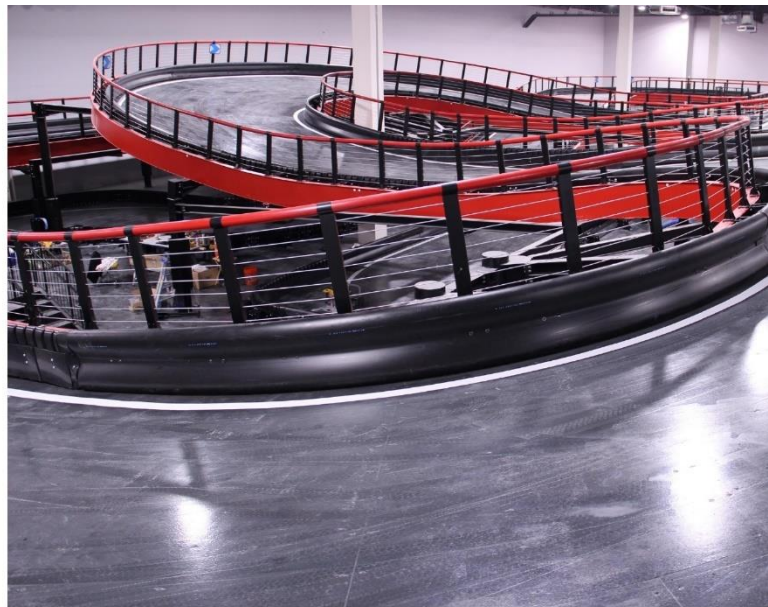
**SAFETY**

**Lowering impact angles**

Organically shaped multi-level track structure technology with integrated safety barrier system increases

**safety to highest possible levels.**

360K multi-level technology is always following the ideal driving lines and therefore protects the driver and the go-kart from impacts at higher angles.



**SAFETY**

Lowering impact angles

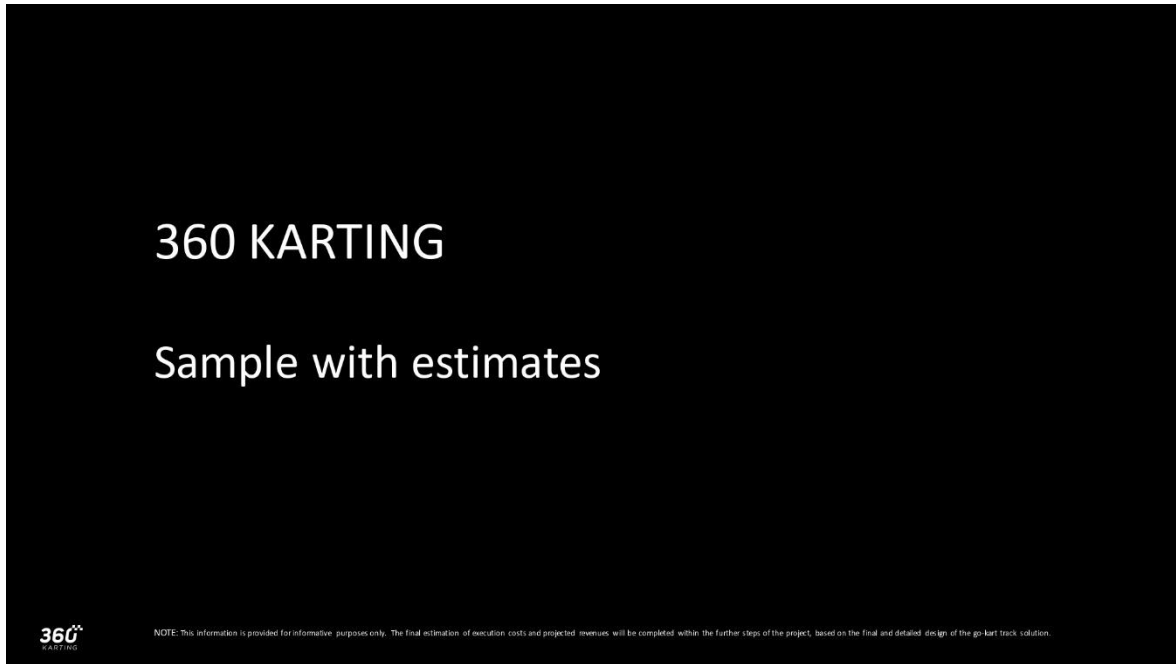


2016 – Rectangular shaped track technology



2018 – Organically shaped track technology





1

SINGLE-LEVEL SOLUTION

Potential track technical data:  
 Track area: 5.000 m<sup>2</sup>  
 Ground floor track length: 380 m

**Estimated Price Range :**  
 180,000 to 220,000 Eur  
 Track capacity: 12 - 14 go-karts  
 (excluding transport & customs)

- \*Theoretical revenue at:**
- 30% - 40% occupancy rate
  - 12 go-karts/session
  - ticket price 12,00 Eur
  - 8 min. session
  - 5,5 sessions/h
  - 6 h/day
  - 240 days/year (to be assessed with the client)

approx. 400 000 Eur/year



2

MULTI-LEVEL SOLUTION

Potential track technical data:  
 Track area: 4.800 m<sup>2</sup>  
 Ground floor track length: 285 m  
 Multi-level track length: 175 m  
 Total track length: 460 m  
 Track capacity: 15 – 16 go-karts/session

Estimated Price Range :  
 830.000 -960.000 Eur  
 Track capacity: 16 go-karts

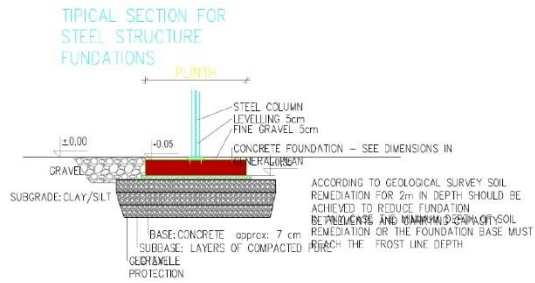
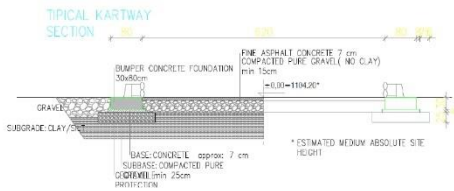
- \*Theoretical revenue at:**
- 30% - 40% occupancy rate
  - 16 go-karts/session
  - ticket price 13,50 Eur
  - 8 min. session
  - 5,5 sessions/h
  - 6 h/day
  - 240 days/year (to be assessed with the client)

approx. 500.000 – 690.000 Eur/year



3

TECHNICAL REQUESTS FOR GO-KART TRACK FUNDATION



8

GO-KART TRACK ESTIMATES DO NOT INCLUDE

- Construction works related to buildings and its slab.
- Timing system not included (estimated 35.000 USD on)
- Viewing platforms (from 40.000,00 USD on)
- Integrated LED System
- Installation Turnkey (labor, heavy equipment and tools)
- Go-kart fleet – ELECTRIC (adult, junior, kids)
- TRANSPORT, CUSTOMS CLEARANCE and IMPORT TAXES NOT INCLUDED

9

360K SERVICES: PROJECT TIMELINE



4

## GO-KART TRACK ESTIMATES INCLUDE

- **Track Conceptual design & engineering services**
  - Concept Go-kart Attraction Design
  - Detailed Go-Kart Attraction Design
  - Design for permitting (statical calculation, track egress plan, blueprints)
  - ISO Fire rating documentation
  
- **Complete equipment for the ground floor track section**
  - Safety barriers
  - Anchoring and impact absorption system

5

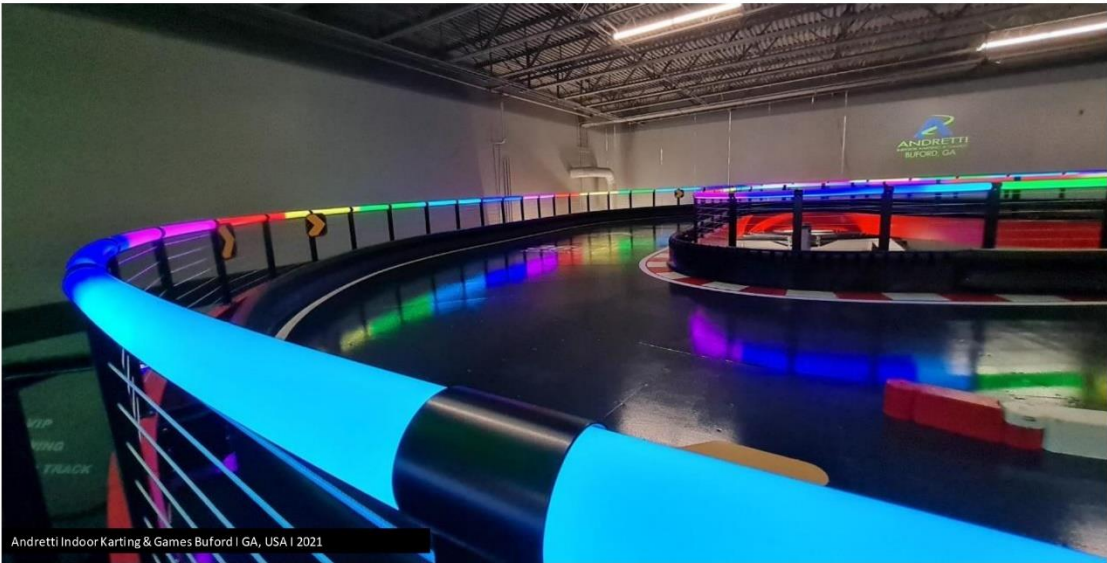
## GO-KART TRACK ESTIMATES INCLUDE

- **Complete equipment for the multi-level track section**
  - Complete metal construction,
  - Railings
  - Safety barriers
  - Anchoring and impact absorption system
  
- **Floor covering**
  - Run-off zones paintings
  - Decorativ paintings
  - Kerbs
  - Pit-area positions
  - Direction arrows
  - Pit IN/Pit OUT
  - White line

SOME REFERENCES ...

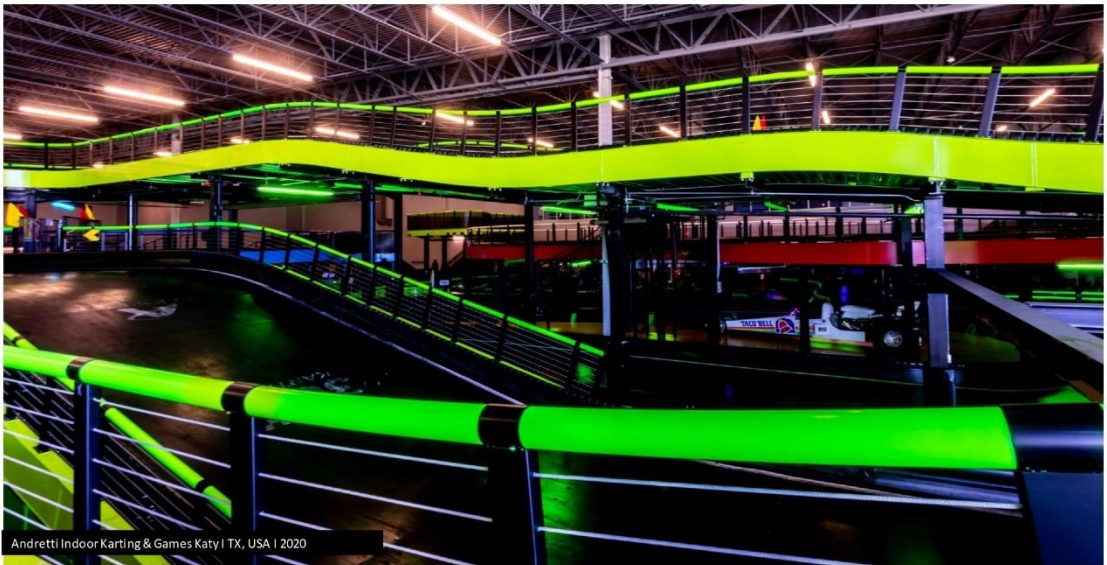


Andretti Indoor Karting & Games Buford | GA, USA | 2021



Andretti Indoor Karting & Games Buford | GA, USA | 2021

360° KARTING | Ensol 360 Ltd. | Ulica Istrskega odreda 1 | SI – 6000 Koper



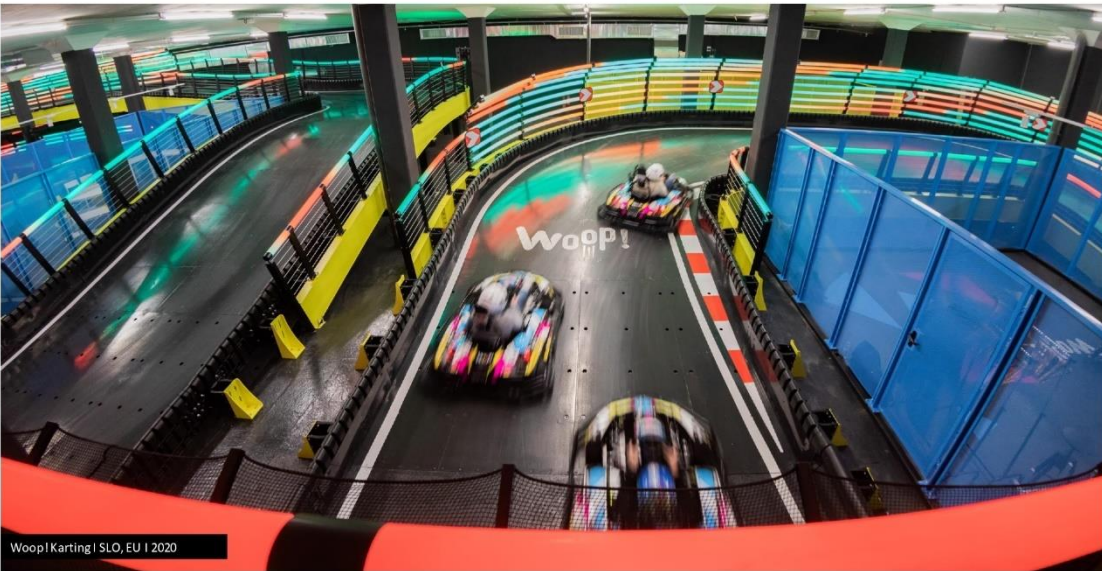
Andretti Indoor Karting & Games Katy | TX, USA | 2020

360° KARTING | Ensol 360 Ltd. | Ulica Istrskega odreda 1 | SI – 6000 Koper



Contender E-Karting | Pachuca, MX | 2019

360 KARTING | Ensol 360 Ltd. | Ulica Istrskega odreda 1 | SI – 6000 Koper



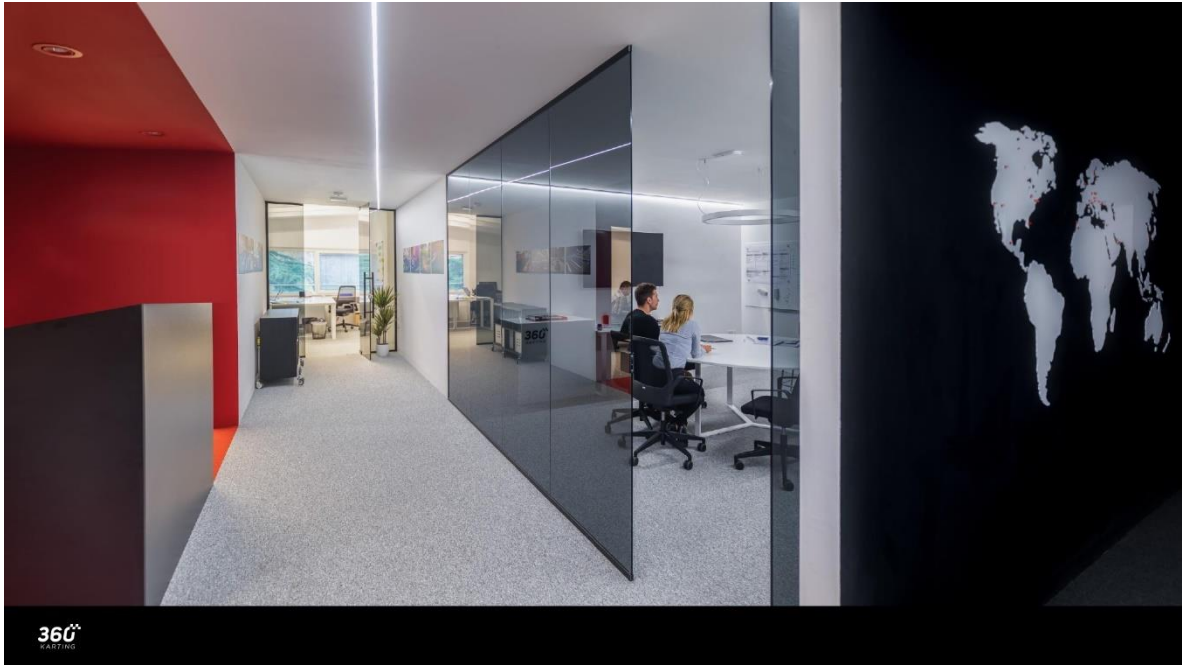
Woop! Karting | SLO, EU | 2020

360 KARTING | Ensol 360 Ltd. | Ulica Istrskega odreda 1 | SI – 6000 Koper



Grand Prix New York Racing & Entertainment I NY, USA | 2019

360° | Eniol 360 Ltd. | Ulica Istrskega odreda 1 | SI – 6000 Koper



360°

D I S C L A I M E R

The information contained in these documents is confidential, privileged, and only for the information of the intended recipient and may not be used, published or redistributed without the prior written consent of 360 Karting™.

This information is provided for informative purposes only. This document was crafted carefully with current 360K indoor entertainment parks market insight in order to assist the reader to arrive to an independent economical decision. 360K does not guarantee not give any warranty on the correctness of the provided information. The final estimation of execution costs and projected profits will be completed within the further steps of the investment process, based on the custom engineering agreement between the Client and 360K and the valid price list at the time of the order.

Contact:

Massimo Makovac, Head of Sales  
 massimo.makovac@360karting.com  
 +386 41 771 393

Suzana Frankarli, Sales  
 suzana.frankarli@360karting.com  
 +386 41 308 902



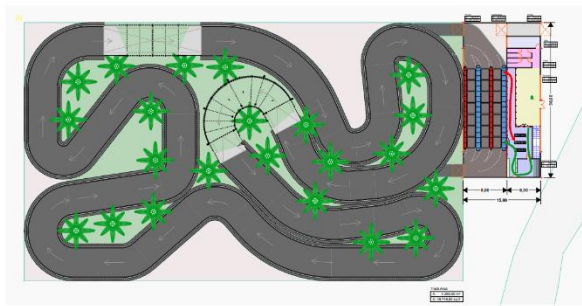
# THANK YOU

360 Karting™ - All rights reserved.

Ensolid, o.o.  
 Ulica Istrskega odreda 1  
 6000 Koper / Slovenia



Tambien se hizo entrega de otra pista adicional opcional en la cual se está implementando:



**AGREEMENTS**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**SIGNATURE OF ACCEPTANCE**

name \_\_\_\_\_

signature \_\_\_\_\_

date & place \_\_\_\_\_

**TRACK**

Total length: 428 m  
 Ground floor: 380 m  
 Multi-level: 48 m  
 Width: 6 m  
 Driving direction: Clockwise  
 Capacity: 14 go-karts  
 Estimated Lap time: 40 sec/lap

**PIT AREA**

Capacity: 3 x 7 = 21 go-karts  
 Adult go-kart fleet: 14  
 Junior go-kart fleet: 7  
 Double seater go-kart fleet: 0  
 Visitors fence length: 33 m

**BUILDING**

Clear height: outdoor m  
 Available area: 4476 m<sup>2</sup>  
 Track area: 4250 m<sup>2</sup>  
 Pit area: 226 m<sup>2</sup>

**VIEWING PLATFORM**

Not included

**GRAND STAIRS**

Not included

Como se pudo observar, la información proporcionada por 360 KARTING fue bastante completa, de hecho, se puede evidenciar como se hace un estimativo de lo que se puede estar ingresando en un año luego de inversión, esto tambien muestra un claro ejemplo de lo rentable que puede ser este modelo de negocio.

A pesar de la información proporcionada por la empresa eslovena, en un momento se discutió la posibilidad de construir una pista similar a la que se habia decidido según los estándares requeridos por la federación de karting de Colombia, a lo que su respuesta no fue la más positiva. Esta empresa no dio luz verde para un proyecto de tal magnitud ya que su enfoque esta más por el sector de las pistas de renta, sin embargo, esta empresa hizo una recomendación de una empresa americana que podria aportar información.

Teniendo este apoyo como referencia tambien se intentó buscar otras empresas que realizaran pistas alrededor de mundo, se estudiaron posibilidades en Reino Unido e Italia, sin embargo, la calidad y experiencia no llegaba a estar a la altura para una posible selección.

Se tomó la decisión entonces de contactar con la empresa recomendada, la cual ya contaba con experiencia y varios proyectos similares realizados en Estados Unidos. La empresa se llama Kart1, la cual colaboró desde el primer instante mostrando interés en el proyecto y aportando con la cotización para la construcción de la pista.

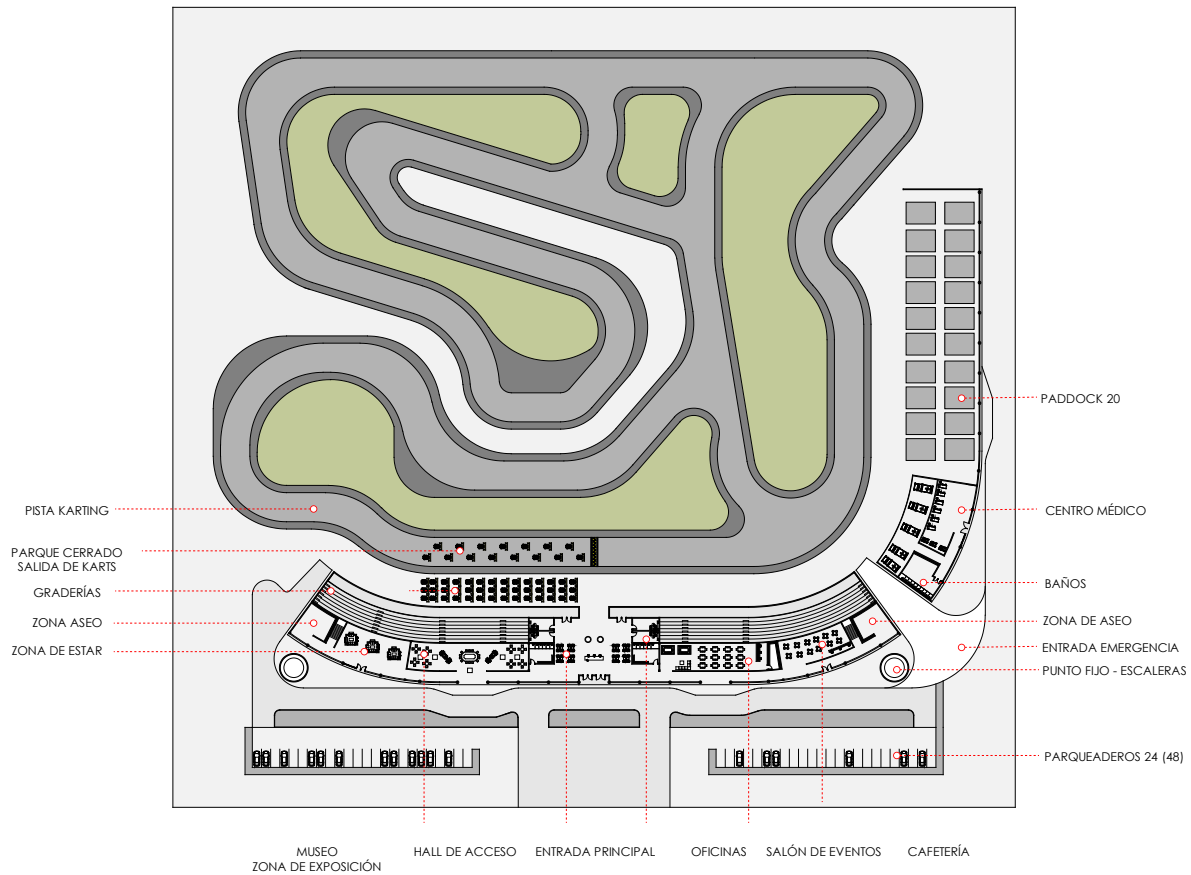
Mediante una conversación realizada con un asistente por medio de la página se pudo evidenciar el interés y la posibilidad de implementar la pista con esta empresa. Al igual que 360 KARTING, el funcionamiento será similar, materiales e ingenieros serán puestos por ellos, y la mano de obra vendrá de parte de la empresa. Cabe mencionar que los precios que se manejan acá son relativos, estimativos que no llegan a ser 100 % reales, sin embargo, proporcionan una claridad y posible realidad de lo que podría enfrentarse la idea de negocio en cuanto a costos.

Sodikart, empresa que se mencionó anteriormente la cual es la encargada de proveer los autos que se usaran para los distintos servicios tambien colaboró con información en cuanto a que pistas podrían acoplarse a la idea de negocio, dando ejemplos de pistas conocidas a nivel Latinoamérica:

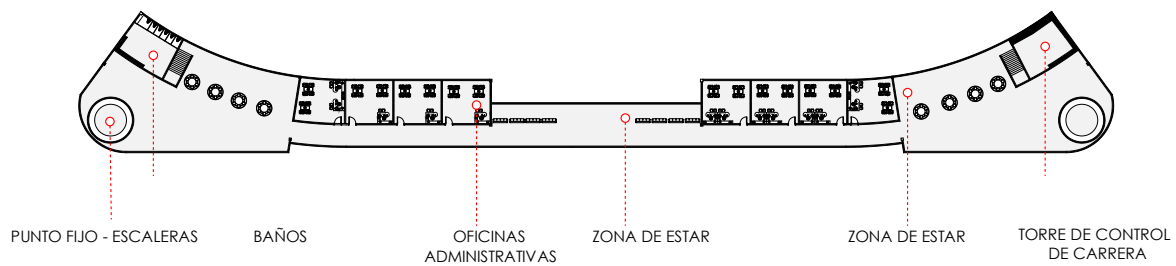


Luego de haber obtenido toda la información posible con la ayuda y colaboración de grandes empresas mundiales de alto nivel y reconocimiento se logró determinar el diseño final de las instalaciones de KartKings.

PLANTA PRINCIPAL 1ER PISO



PLANTA 2DO PISO - ADMINISTRATIVO Y PRIVADO



En colaboración con el arquitecto Daniel Quintero y la ingeniera Lorena Muñoz, se pudo realizar un modelo de pista e instalaciones el cual permite acoplarse al terreno perfectamente al terreno seleccionado. En este modelo se puede evidenciar como esta implementado cada aspecto

que requiere Fedekart como mínimo para obtener el carné tipo A, además de ofrecer comodidad y amplitud para los clientes.

Este modelo permite ser bastante versátil, ya que por una parte hay que tener en cuenta que se manejan tres tipos de servicios, que, a pesar de estar conectados, llegan a ser distintos, es por ello que el diseño realizado permite que la pista pueda ser recortada para lograr tener una pista más pequeña para el servicio de alquiler de karting, sus variantes también permiten tener sesiones de entrenamiento con pista completa, media o más pequeña. En el caso de eventos también es ajustable ya que puede variar la magnitud de este, ofreciendo la comodidad y adaptación a cualquier tipo de evento que se pueda realizar.

En cuanto al edificio se tuvo muy en cuenta la comodidad de los trabajadores y de los clientes, ofreciendo espacios abiertos, baños, cafetería, museo de exposición y oficinas correspondientes para el equipo de KartKings. En total el proyecto ocupa un total de 50.000 m<sup>2</sup>.

Para proporcionar una información detallada y a la altura del proyecto, se colaboró con la ingeniera Lorena Muñoz, la cual proporcionó información de manera detallada en cuanto al presupuesto total de la construcción de la pista y el edificio, a continuación, se muestra a detalle las respectivas cantidades y valores:

### ***Tabla 77***

#### *Presupuesto Instalaciones y Circuito KartKings*

		PRESUPUESTO GENERAL OBRA			AÑO BASE DE LOS PRECIOS		2.023	
NOMBRE PROY: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA REACCIÓN DE LA EMPRESA KARTKINGS		PISTA DE KARTS						
		Elaborado por: Ing Lorena Cristina Muñoz Arias						
GOB	ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL		
<b>1.0 DOCUMENTACIÓN</b>								
	1.01	DISEÑOS PREVIO GAS. RED CONTRAINCENDIOS, HIDRAULICO	UND	1	4.000.000	4.000.000		
	1.02	DISEÑOS PREVIOS ELECTRICOS	UND	1	4.500.000	4.500.000		
	1.03	DISEÑOS ESTRUCTURAL	UND	1	4.500.000	4.500.000		
	1.04	DISEÑOS ARQUITECTONICOS.	UND	1	4.500.000	4.500.000		
	1.06	TRAMITE DE LICENCIA	UND	1	5.000.000	5.000.000		
<b>SUBTOTAL</b>						<b>\$ 22.500.000,00</b>		
<b>2 PRELIMINARES</b>								
	3.01.04	2.01 LOCALIZACION Y REPLANTEO TOPOGRAFICO	Km	27,246	\$ 3.708.675,90	\$ 101.046.583,57		
	1.02.68	2.02 LOCALIZACION Y REPLANTEO OBRA ARQUITECTONICA	M2	16528	\$ 6.371,19	\$ 105.303.028,32		
<b>SUBTOTAL</b>						<b>\$ 206.349.611,89</b>		
<b>3.00 IMPLEMENTAR ESTRUCTURA DE PAVIMENTO PISTA KARTS Y SALIDA DE KARTS</b>								
	3.04.03	3.01 CUNETEO, PERFILADO Y COMPACTACION DE LA BANCA EXISTENTE. (TRABAJO PREVIO A PAVIMENTACION)	Km	1	\$ 1.249.701,00	\$ 1.249.701,00		
	1.02.15	3.02 EXCAVACION DE CORTES Y CANALES SIN CLASIFICAR INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5 KM	M3	1200	\$ 25.449,98	\$ 30.539.976,00		
	3.03.12	3.03 MEJORAMIENTO DE PISO CON MATERIAL DE AFIRMADO COMPACTADO CON PLANCHA VIBRADORA, INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5 KM.	M3	1200	\$ 100.304,20	\$ 120.365.040,00		
	3.04.06	3.04 SUMINISTRO, EXTENDIDA Y COMPACTACION DE MATERIAL SELECCIONADO PARA SUBBASE GRANULAR (INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5KM)	M3	1200	\$ 102.476,51	\$ 122.971.812,00		
	3.06.03	3.05 CONSTRUCCION DE CARPETA ASFALTICA EN CALIENTE, INCLUYE BARRIDO, SUMINISTRO Y COMPACTACION ( INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5 KM) NORMA INVIAS	M3	1200	\$ 943.460,23	\$ 1.132.152.276,00		
	3.12.03	3.06 TRANSPORTE DE MATERIAL DE AFIRMADO Y/O GRANULAR DESPUÉS DE 5 KM (INSTALADO Y COMPACTADO SEGÚN SECCIÓN DE DISEÑO).	M3-KM	1200	\$ 2.312,50	\$ 2.775.000,00		
	3.03.05	3.07 CUNETAS REVESTIDAS EN CONCRETO DE 21 MPA ( 3000 PSI) SIN REFUERZO (INCLUYE SELLO DE JUNTAS)	M3	1200	\$ 696.589,21	\$ 835.907.052,00		
	3.09.15	3.08 SUMINISTRO E INSTALACION SEÑAL VIAL PREVENTIVA, TAMAÑO 75*75 cm. SEGUN NORMA INVIAS	UND	4	\$ 582.814,91	\$ 2.331.259,64		
	3.09.16	3.09 SUMINISTRO E INSTALACION SEÑAL VIAL REGLAMENTARIA, DIAMETRO 75 cm. SEGUN NORMA INVIAS	UND	4	\$ 582.814,91	\$ 2.331.259,64		
<b>SUBTOTAL</b>						<b>\$ 2.250.623.376,28</b>		
<b>4.00 GRADERIA</b>								
	1.02.17	4.01 EXCAVACION MANUAL EN MATERIAL COMUN (INCLUYE RETIRO). Observaciones: Aplica para Gradas.	M3	820	\$ 51.943,58	\$ 42.593.735,60		
	2.01.08	4.02 RELLENO BASE GRANULAR COMPACTADO CON PLANCHA VIBRADORA Observaciones: Aplica para anden.	M3	820	\$ 110.973,70	\$ 90.998.434,00		
	1.18.05	4.03 CONSTRUCCION DE ANDENES E=0,10 MTS, EN CONCRETO DE 17,5 Mpa - (2500 PSI) Observaciones: Aplica para anden frente las Gradas.	M2	820	\$ 68.183,43	\$ 55.910.412,60		
	1.02.26	4.04 PEDESTAL CONCRETO 21,1 Mpa (3000 PSI)	M3	59	\$ 760.546,85	\$ 44.872.264,15		
	3.13.22	4.05 SUMINISTRO, TRANSPORTE, FABRICACIÓN, ENSAMBLAJE Y MONTAJE DE ESTRUCTURA METALICA Observaciones: Aplica para Platina 200 x 200 x 9,5 mm ASTM A 36, Pernos Ø 3/8" F1554 Gr. 105, Tubo 90 x 90 x 3 mm ASTM A 500 Gr. 40, Lámina Alfajor 2 mm, Tubería 70 x 70 x 3, Tubería 90 x 90 x 3 y Tubería 75 x 75 x 4.	Kg	3000	\$ 23.898,76	\$ 71.696.280,00		
	3.13.34	4.06 PINTURA DE LA ESTRUCTURA METALICA	Kg	5000	\$ 3.338,02	\$ 16.690.100,00		
<b>SUBTOTAL</b>						<b>\$ 322.761.226,35</b>		
<b>5.00 ZONA DE ESTAR</b>								
	6.04.01	5.01 MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M ( T.C)	M2	32,01	\$ 12.641,78	\$ 404.663,38		
	1.05.13	5.02 PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	32,01	\$ 25.311,90	\$ 810.233,92		
	1.09.13	5.03 ESTUCO Y VINILO TRES MANO EN MURO	M2	32,01	\$ 16.358,26	\$ 523.627,90		
	1.11.04	5.04 ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	1288,2	\$ 30.232,22	\$ 38.945.145,80		
	1.11.15	5.05 PISO CERAMICA25*25 CM	M2	1288,2	\$ 64.712,86	\$ 83.363.106,25		
	HOMECENTER	5.06 JUEGO DE SALA PAELRMO 1 SOGA+ 2 POTRONAS + MESA	UND	11	\$ 2.289.900,00	\$ 25.188.900,00		
	1.14.22	5.07 MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	1	\$ 428.736,15	\$ 428.736,15		
	1.03.02	5.08 COLUMNAS EN CONCRETO 21 Mpa (3000 PSI), ALTURA MAYOR A 3 mts-FORMALETA MADERA	M3	12,96	\$ 1.270.240,00	\$ 16.462.310,40		
	1.07.01	5.09 SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3	\$ 251.987,18	\$ 755.961,54		
	1.07.16	5.10 SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	20	\$ 20761,54	\$ 415.230,80		
	10.07.14	5.11 SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	4	\$ 212617,37	\$ 850.469,48		
<b>SUBTOTAL</b>						<b>\$ 167.297.916,15</b>		

6.00		MUSEO DE EXPOSICIÓN		
6.04.01	6.01	MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M (T.C)	M2	18,29 \$ 12.641,78 \$ 231.218,16
1.05.13	6.02	PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	18,29 \$ 25.311,90 \$ 462.954,65
1.09.13	6.03	ESTUCO Y VINILO TRES MANO EN MURO	M2	18,29 \$ 16.358,26 \$ 299.192,58
1.11.04	6.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	242,5 \$ 30.232,22 \$ 7.331.313,35
1.11.15	6.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2	242,5 \$ 64.712,86 \$ 15.692.868,55
HOMECENTER	6.06	MESA DE JUNTAS 73*180*100CM PEDESTAL EN V	UND	1 \$ 1.499.900,00 \$ 1.499.900,00
HOMECENTER	6.07	JUEGO DE MESA Y SILLAS VIDRIO FLASH 6 PUESTOS 150*90*75 CM	UND	6 \$ 899.900,00 \$ 5.399.400,00
1.03.02	6.08	COLUMNAS EN CONCRETO 21 MPa (3000 PSI), ALTURA MAYOR A 3 mts- FORMALETA MADERA	M3	1,44 \$ 1.270.240,00 \$ 1.829.145,60
1.07.01	6.09	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3 \$ 251.987,18 \$ 755.961,54
1.07.16	6.10	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	10 \$ 20761,54 \$ 207.615,40
10.07.14	6.11	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	4 \$ 212617,37 \$ 850.469,48
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 34.560.039,30</b>
7.00		OFICINAS		
6.04.01	7.01	MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M (T.C)	M2	73,34 \$ 12.641,78 \$ 927.148,15
1.05.13	7.02	PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	73,34 \$ 25.311,90 \$ 1.856.374,75
1.09.13	7.03	ESTUCO Y VINILO TRES MANO EN MURO	M2	73,34 \$ 16.358,26 \$ 1.199.714,79
1.11.04	7.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	562,16 \$ 30.232,22 \$ 16.995.344,80
1.11.15	7.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2	562,16 \$ 64.712,86 \$ 36.378.981,38
1.14.22	7.06	MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	4 \$ 428.736,15 \$ 1.714.944,60
HOMECENTER	7.07	ESCRITORIO AXIS 76*151*116CM WENGUE/MARFIL	UND	4 \$ 339900 \$ 1.359.600,00
HOMECENTER	7.08	SILLA ESCRITORIO PC CAPRICORNIO	UND	4 \$ 319.900,00 \$ 1.279.600,00
1.03.02	7.09	COLUMNAS EN CONCRETO 21 MPa (3000 PSI), ALTURA MAYOR A 3 mts-	M3	11,52 \$ 1.270.240,00 \$ 14.633.164,80
1.07.01	7.10	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3 \$ 251.987,18 \$ 755.961,54
1.07.16	7.11	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	15 \$ 20761,54 \$ 311.423,10
10.07.14	7.12	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	8 \$ 212617,37 \$ 1.700.938,96
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 79.113.196,85</b>
8.00		HALL DE ACCESO		
1.11.04	8.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	520 \$ 30.232,22 \$ 15.720.754,40
1.11.15	8.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2	520 \$ 64.712,86 \$ 33.650.687,20
1.14.22	8.06	MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	4 \$ 428.736,15
HOMECENTER	8.07	JUEGO DE SALA PAELRMO 1 SOGA+ 2 POTRONAS + MESA	UND	8 \$ 2.289.900,00 \$ 18.319.200,00
HOMECENTER	8.08	PALMERA ARTIFICIAL de 170 cm	UND	2 \$ 439.900,00 \$ 879.800,00
1.07.01	8.09	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3 \$ 251.987,18 \$ 755.961,54
1.07.16	8.10	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	8 \$ 20761,54 \$ 166.092,32
10.07.14	8.11	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	8 \$ 212617,37 \$ 1.700.938,96
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 71.193.434,42</b>
10.00		BAÑOS		
6.04.01	10.01	MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M (T.C)	M2	14 \$ 12.641,78 \$ 176.984,92
1.05.13	10.02	PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	14 \$ 25.311,90 \$ 354.366,60
1.09.13	10.03	ESTUCO Y VINILO TRES MANO EN MURO	M2	142,4 \$ 16.358,26 \$ 2.329.416,22
1.11.04	10.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	142,4 \$ 30.232,22 \$ 4.305.068,13
1.11.15	10.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2	142,4 \$ 64.712,86 \$ 9.215.111,26
1.14.22	10.06	MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	4 \$ 428.736,15 \$ 1.714.944,60
1.16.04	10.07	GRIFERIA E INCRUSTACIONES	UND	28 \$ 412.668,81 \$ 11.554.726,68
1.02.31	10.08	SUMINISTRO E INSTALACIÓN TUBERÍA DE ALCANTARILLADO PVC D= 6"	M	300 \$ 34.363,88 \$ 10.309.164,00
1.02.40	10.09	SUMINISTRO E INSTALACIÓN TUBERÍA SANITARIA DE DESAGUE PVC D=4"	M	300 \$ 54.934,97 \$ 16.480.491,00
1.07.01	10.11	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3 \$ 251.987,18 \$ 755.961,54
1.07.16	10.12	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	15 \$ 20761,54 \$ 311.423,10
10.07.14	10.13	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	8 \$ 212617,37 \$ 1.700.938,96
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 59.208.597,02</b>
11.00		SALON DE EVENTOS		
6.04.01	11.01	MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M (T.C)	M2	30,43 \$ 12.641,78 \$ 384.689,37
1.05.13	11.02	PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	30,43 \$ 25.311,90 \$ 770.241,12
1.09.13	11.03	ESTUCO Y VINILO TRES MANO EN MURO	M2	30,43 \$ 16.358,26 \$ 497.781,85
1.11.04	11.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	243 \$ 30.232,22 \$ 7.346.429,46
1.11.15	11.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2	243 \$ 64.712,86 \$ 15.725.224,98
1.14.22	11.06	MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	2 \$ 428.736,15 \$ 857.472,30
HOMECENTER	11.07	JUEGO DE SALA PAELRMO 1 SOGA+ 2 POTRONAS + MESA	UND	12 \$ 2.289.900,00 \$ 27.478.800,00
HOMECENTER	11.08	JUEGO DE MESA Y SILLAS VIDRIO FLASH 6 PUESTOS 150*90*75 CM	UND	8 \$ 899.900,00 \$ 7.199.200,00
1.07.01	11.09	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3 \$ 251.987,18 \$ 755.961,54
1.07.16	11.10	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	8 \$ 20761,54 \$ 166.092,32
10.07.14	11.11	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	8 \$ 212617,37 \$ 1.700.938,96
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 62.882.831,89</b>

12.00		CAFETERIA						
6.04.01	12.01	MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M (T.C)	M2	10,19	\$	12.641,78	\$	128.819,74
1.05.13	12.02	PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	10,19	\$	25.311,90	\$	257.928,26
1.09.13	12.03	ESTUCO Y VINOLO TRES MANO EN MURO	M2	10,19	\$	16.358,26	\$	166.690,67
1.11.04	12.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	143,35	\$	30.232,22	\$	4.333.788,74
1.11.15	12.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2		\$	64.712,86	\$	-
1.14.22	12.06	MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	1	\$	428.736,15	\$	428.736,15
HOMECENTER	12.07	JUEGO DE MESA Y SILLAS VIDRIO FLASH 6 PUESTOS 150*90*75 CM	UND	10	\$	899.900,00	\$	8.999.000,00
1.16.04	10.07	GRIFERIA E INCRUSTACIONES	UND	28	\$	412.668,81	\$	11.554.726,68
1.02.31	10.08	SUMINISTRO E INSTALACIÓN TUBERÍA DE ALCANTARILLADO PVC D= 6"	M	100	\$	34.363,88	\$	3.436.388,00
1.07.01	10.11	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3	\$	251.987,18	\$	755.961,54
1.07.16	10.12	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	8	\$	20761,54	\$	166.092,32
10.07.14	10.13	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	8	\$	212617,37	\$	1.700.938,96
					<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>31.929.071,06</b>
13.00		ZONA DE ASEO						
6.04.01	11.01	MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M (T.C)	M2	19,3	\$	12.641,78	\$	243.986,35
1.05.13	11.02	PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	19,3	\$	25.311,90	\$	488.519,67
1.09.13	11.03	ESTUCO Y VINOLO TRES MANO EN MURO	M2	19,3	\$	16.358,26	\$	315.714,42
1.11.04	11.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	117	\$	30.232,22	\$	3.537.169,74
1.11.15	11.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2	117	\$	64.712,86	\$	7.571.404,62
1.14.22	11.06	MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	1	\$	428.736,15	\$	428.736,15
1.07.01	10.11	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3	\$	251.987,18	\$	755.961,54
1.07.16	10.12	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	15	\$	20761,54	\$	311.423,10
10.07.14	10.13	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	8	\$	212617,37	\$	1.700.938,96
					<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>15.353.854,55</b>
11.00		CENTRO MEDICO						
6.04.01	11.01	MAMPOSTERIA MURO TOLETE COMUN E=0,25M (T.C)	M2	27,5	\$	12.641,78	\$	347.648,95
1.05.13	11.02	PAÑETE LISO MUROS 1:4	M2	27,5	\$	25.311,90	\$	696.077,25
1.09.13	11.03	ESTUCO Y VINOLO TRES MANO EN MURO	M2	27,5	\$	16.358,26	\$	449.852,15
1.11.04	11.04	ALISTADO DE PISO E=4CM - 1:5	M2	270	\$	30.232,22	\$	8.162.699,40
1.11.15	11.05	PISO CERAMICA25*25 CM	M2	270	\$	64.712,86	\$	17.472.472,20
1.14.22	11.06	MARCO Y PUERTA MADERA PINO ENTABL. TRIPLEX 70-90 * 200 CM	UND	1	\$	428.736,15	\$	428.736,15
1.07.01	10.11	SALIDA BIFÁSICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2, INCLUYE REGATAS	UND	3	\$	251.987,18	\$	755.961,54
1.07.16	10.12	SUMINISTRO E INSTALACIÓN PANEL LED INCRUSTAR DE 12 W	UND	15	\$	20761,54	\$	311.423,10
10.07.14	10.13	SALIDA TOMA GFCI CABLE12AWG THHN. PVC Ø 1/2 INCLUYE TOMA	UND	8	\$	212617,37	\$	1.700.938,96
					<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>30.325.809,70</b>
11.00		ESCALERAS						
1.10.03	11.01	ESCALERA 1 PASAMANOS , 2 PILARES PERIMETRALES Y MADERAS FLOR	UND	2	\$	9.800.356,00	\$	19.600.712,00
					<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>19.600.712,00</b>
12.00		IMPLEMENTAR ESTRUCTURA DE PAVIMENTO PISTA KARTS Y SALIDA DE KARTS						
3.04.03	12.01	CUNETEO, PERFILADO Y COMPACTACION DE LA BANCA EXISTENTE. (TRABAJO PREVIO A PAVIMENTACION)	Km	3	\$	1.249.701,00	\$	3.749.103,00
1.02.15	12.02	EXCAVACION DE CORTES Y CANALES SIN CLASIFICAR INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5 KM	M3	450	\$	25.449,98	\$	11.452.491,00
3.03.12	12.03	MEJORAMIENTO DE PISO CON MATERIAL DE AFIRMADO COMPACTADO CON PLANCHA VIBRADORA, INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5 KM.	M3	450	\$	100.304,20	\$	45.136.890,00
3.04.06	12.04	SUMINISTRO, EXTENDIDA Y COMPACTACION DE MATERIAL SELECCIONADO PARA SUBBASE GRANULAR (INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5KM)	M3	450	\$	102.476,51	\$	46.114.429,50
3.06.03	12.05	CONSTRUCCION DE CARPETA ASFALTICA EN CALIENTE, INCLUYE BARRIDO, SUMINISTRO Y COMPACTACION ( INCLUYE ACARREO LIBRE DE 5 KM) NORMA INVIAS	M3	450	\$	943.460,23	\$	424.557.103,50
3.12.03	12.06	TRANSPORTE DE MATERIAL DE AFIRMADO Y/O GRANULAR DESPUÉS DE 5 KM (INSTALADO Y COMPACTADO SEGÚN SECCIÓN DE DISEÑO).	M3-KM	450	\$	2.312,50	\$	1.040.625,00
3.03.05	12.07	CUNETAS REVESTIDAS EN CONCRETO DE 21 MPA ( 3000 PSI) SIN REFUERZO (INCLUYE SELLO DE JUNTAS)	M3	450	\$	696.589,21	\$	313.465.144,50
3.09.15	12.08	SUMINISTRO E INSTALACION SEÑAL VIAL PREVENTIVA, TAMAÑO 75*75 cm. SEGUN NORMA INVIAS	UND	4	\$	582.814,91	\$	2.331.259,64
3.09.16	12.09	SUMINISTRO E INSTALACION SEÑAL VIAL REGLAMENTARIA, DIAMETRO 75 cm. SEGÚN NORMA INVIAS	UND	4	\$	582.814,91	\$	2.331.259,64
					<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>850.178.305,78</b>
11.00		ASEO GENERAL						
1.18.03	11.01	ASEO GENERAL PARA ENTREGA	M2	12207,8	\$	7.139,00	\$	87.151.484,20
					<b>SUBTOTAL</b>		\$	<b>87.151.484,20</b>
					<b>TOTAL DE COSTO DIRECTO</b>		\$	<b>4.311.029.467</b>
					<b>ADMINISTRACIÓN 20%</b>		\$	<b>862.205.893</b>
					<b>IMPREVISTOS 5%</b>		\$	<b>215.551.473</b>
					<b>UTILIDADES 5%</b>		\$	<b>215.551.473</b>
					<b>IVA</b>		\$	<b>40.954.780</b>
					<b>TOTAL DEL COSTO DIRECTO</b>		\$	<b>5.604.338.308</b>





VIDRIOS Y CERRADURAS										
10.01	VIDRIO 5 MM								M2	
	VENTANAS DE FACHADA	4	3		12					
							CANTIDAD DE OBRA	12		
10.02	CERRADURA ENTRADA DOBLE CILINDRO								UND	
	PUERTA DE OFICINA Y PRINCIPAL				2					
							CANTIDAD DE OBRA	2		
ASEO GENERAL PARA ENTREGA										
11.01	ASEO GENERAL PARA ENTREGA								M2	
	ASEO EN TODO EL CUARTO FRIO	16	7,95			127,2				
							CANTIDAD DE OBRA	127,2		
MOBILIARIO ÁREA ADMINISTRATIVA										
12.01	SILLA OPERATIVA: características: Elaborada en tubería 7/8" o 5/8" cal 16, con acabado en pintura electrostática color negro o gris. Asiento tapizado en espuma de alta densidad. Soporte espaldado elaborado en tubería calibre 16".								UND	
	ESPACIO DE CUARTO FRIO				32	0				
							CANTIDAD DE OBRA	32		
12.02	PUESTO OPERATIVO: Mueble de 1,5 x 1,5. Superficie de trabajo elaborada en lámina o madera aglomerada de 30 mm enchapada en melamínico F8 ó fórmica. Cajonera de 3								UND	
	ESPACIO DE CUARTO FRIO				10	0				
							CANTIDAD DE OBRA	10		
12.03	GABINETE AEREO O REPISA: Estructura elaborada en lamina de acero CR. Cal. 22/20 acabados con pintura en polvo de aplicación electrostatica, sistema de desplazamiento de tapa con carrileras tipo full extension y sistema de chapa de seguridad, medida 90 cm. O repisa con características similares o superiores.								UND	
	ESPACIO DE CUARTO FRIO				4	0				
							CANTIDAD DE OBRA	4		
ALTERNATIVAS										
13.01	PISO RADIANTE								M2	
	PISO DEL CUARTO FRIO	16	7,95			127,2				
							CANTIDAD DE OBRA	127,2		
13.02	MURO MADERA								M2	
	MURO EJE 4	5,4		2		10,8				
							CANTIDAD DE OBRA	10,8		
DUPLEX										
PRELIMINARES										
2.01	DEMOLICIÓN PLACAS MACIZAS CONCRETO E <= 0.2 M (INCLUYE RETIRO)								M2	
	SEGUNDO PISO	7,95	3,2			25,44				
							CANTIDAD DE OBRA	69,41		
2.02	DEMOLICIÓN DE PISO BALDOSAS+ MORTERO								M2	
	PISO DEL CUARTO FRIO	16	7,95			127,2				
							CANTIDAD DE OBRA	69,41		
ESTRUCTURA										
11.01	ESCALERA 1 PASAMANOS, 2 PILARES PERIMETRALES Y MADERAS FLOR MORADO								UND	
	PRIMER PISO Y SEGUNDO				1	0				
							CANTIDAD DE OBRA	1		

MAMPOSTERIA						
3.01	MURO EN BLOQUE No.5 E=0.12 MTS					M2
	MUROS PRIMER PISO	1	4,1	4,1		
	MURO EJE G	5,88	4,1	24,108		
	MURO EJE E	3,5	4,1	14,35		
	MURO EJE 2	2,31	4,1	9,471		
	MURO EJE 5	3,22	4,1	13,202		
	MURO EJE 6	2,78	4,1	11,398		
	MURO EJE G	2,76	4,1	11,316		
	BAÑOS	2,04	4,1	8,364		
	BAÑOS	2,04	4,1	8,364		
	PURO DE PUERTA	0,58	4,1	2,378		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					107,051
3.03	DINTELES EN CONCRETO DE 15X20 cms. 17.5 MPa - (2500 PSI) INC. REFUERZO					M2
	PUERTA DE ENTRADA	5,4	0,2	1,08		
	PUERTA DE LA OFICINA DEL JEFE	5,4	0,2	1,08		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					2,16
PAÑETES						
4.01	PAÑETE LISO MUROS 1:5					M2
	MUROS PRIMER PISO	1	4,1	4,1		
	MURO EJE G	5,88	4,1	24,108		
	MURO EJE E	3,5	4,1	14,35		
	MURO EJE 2	2,31	4,1	9,471		
	MURO EJE 5	3,22	4,1	13,202		
	MURO EJE 6	2,78	4,1	11,398		
	MURO EJE G	2,76	4,1	11,316		
	BAÑOS	2,04	4,1	8,364		
	BAÑOS	2,04	4,1	8,364		
	PURO DE PUERTA	0,58	4,1	2,378		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					107,051
4.01	FILOS Y DILATACIONES EN PAÑETES					ML
	MURO EJE G		2,5	2,5		
	MURO EJE 4		2	2		
	MURO DIVISORIO DE LA OFICINA DE JEFE		2	2		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					6,5
INSTALACIONES HIDROSANITARIAS						
4.01	TUBERIA DE 4" PVC SANITARIA, INCLUYE INSTALACION					ML
	BAÑOS DEL PRIMER PRISO			0		
	BAÑOS 2 PISO			0		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					6
4.01	PUNTO AGUA FRIA PVC-P 1/2" PARAL DE TECHO					UND
	TECHO			1		
				0		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					1
4.01	SUMINISTRO E INSTALACION DE BAIANTE DE AGUA LLUVIA PVC 4"					UND
	TECHO			6	ML	
				0		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					6
INSTALACIONES ELECTRICAS-LUMINARIAS-LAMPARAS-POSTES						
5.01	SUMINISTRO E INSTALACION DE TABLERO PARCIAL 4 CIRCUITOS.					UND
	TABLERO PARCIAL 4 CIRCUITOS			1		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					1
5.02	SUMINISTRO E INSTALACION PANEL LED INCRUSTAR 12W					UND
	LED INCRUSTAR 12W			29		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					29
5.03	SUMINISTRO E INSTALACION DE TUBERIA PVC CONDUIT 1 1/2"					ML
	TUBERIA PVC CONDUIT 1 1/2"				162	
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					162
5.04	SALIDA TRIFASICA + TOMA, TUBO EMT					UND
	SALIDA TRIFASICA + TOMA, TUBO EMT			9		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					9
5.05	SALIDA BIFASICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2					UND
	SALIDA BIFASICA+ TOMA, TUBO EMT Ø 1/2			9		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					9
5.06	SALIDA LAMPARA TOMA PVC COMPLETA					UND
	SALIDA LAMPARA TOMA PVC COMPLETA			2		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					2
5.07	SALIDA LAMPARA. CONMUTABLE PVC COMPLETA.					UND
	SALIDA LAMPARA. CONMUTABLE PVC COMPLETA.			6		
	<b>CANTIDAD DE OBRA</b>					6

PINTURA						
6.01	ESTUCO Y VINILO TRES MANOS EN MUROS					M2
	MUROS PRIMER PISO	1	4,1	4,1		
	MURO EJE G	5,88	4,1	24,108		
	MURO EJE E	3,5	4,1	14,35		
	MURO EJE 6	2,78	4,1	11,398		
	MURO EJE G	2,78	4,1	11,316		
	BAÑOS	2,04	4,1	8,364		
	BAÑOS	2,04	4,1	8,364		
	PURO DE PUERTA	0,58	4,1	2,378		
					CANTIDAD DE OBRA	84,378
4.01	FILOS Y DILATACIONES EN PAÑETES					ML
	MURO EJE G		2,5	2,5		
	MURO EJE 4		2	2		
	MURO DIVISORIO DE LA OFICINA DE JEFE		2	2		
					CANTIDAD DE OBRA	6,5
ENCHAPES						
6.01	SUMINISTRO E INSTALACION DE ENCHAPE EN PORCELANA OLIMPIA 20X20 O SIMILAR					M2
	MURO EJE G	3,4	2,5	8,5		
	MURO EJE 4	5,4	2	10,8		
	MURO DIVISORIO DE LA OFICINA DE JEFE	2	2	4		
					CANTIDAD DE OBRA	23,3
4.01	SUMINISTRO E INSTALACION REJILLAS VENTILACION 20*20 ALUMINIO					ML
	MURO DE BAÑO	0,2	0,2	0,04		
					CANTIDAD DE OBRA	0,04
6.01	REMATE BOCEL PORCELANA E= 0.11 MTS					M2
	MURO BAÑO	2,04	4,1	8,364		
	MURO BAÑO	2,04	4,1	8,364		
		2			CANTIDAD DE OBRA	16,728
4.01	SUMINISTRO E INSTALACION REJILLAS DE PISO SOSCO 4*4*3 ALUMINIO					UND
	BAÑOS			0		
	BAÑOS			0		
					CANTIDAD DE OBRA	7
PISOS - BASES - ACABADOS						
7.01	AUSTADO PISO E=0.04 MTS - 1.5					M2
	PISO DEL CUARTO CALIDO	16	7,95	127,2		
					CANTIDAD DE OBRA	127,2
7.02	PISO CERAMICA 0.25*0.25					M2
	PISO DEL CUARTO CALIDO			0		
					CANTIDAD DE OBRA	28,94
7.02	PISO LISTON MADERA M. H. AMARILLO E= 8CM					M2
	PISO HABITACIONES			0		
					CANTIDAD DE OBRA	22,6
CIELO RASO						
8.01	CIELO RASO EN DRY WALL 1/2					M2
	PISO DEL CUARTO FRIO	15,2	7,4			
					CANTIDAD DE OBRA	69,5
CARPINTERIA METALICA- MADERA						
9.01	HOJA DE PUERTA FORTEC O SIMILAR DE 80 CM ECONOMICO MADER					UND
	PUERTA DE OFICINA Y PRINCIPAL			11		
					CANTIDAD DE OBRA	11
9.02	SUMINISTRO E INSTALACION VENTANA LAMINA CAL. 18 CON VIDRIO INC. ANTICORR.					M2
	VENTANAS DE FACHADA	23,57	4,1	96,637		
					CANTIDAD DE OBRA	96,637
9.02	SUMINISTRO E INSTALACION MARCO EN LAMINA A=0.90 MTS CAL 18 INC. ANTICORROSIVO					UND
	PUERTA DE OFICINA Y PRINCIPAL			11		
					CANTIDAD DE OBRA	11

APARATOS SANITARIOS									
9,01	SUMINISTRO E INSTALACIÓN LAVAMANOS ACUACER BLANCO DE COLGAR INC. GRIFERIA								UND
	BAÑOS DUPLEX					3			
								CANTIDAD DE OBRA	3
9,02	APARATOS SANITARIOS BAJO CONSUMO CON VALVULA ANTIVANDALICA								M2
	BAÑOS DUPLEX		4		3		12		
								CANTIDAD DE OBRA	12
9,02	SUMINISTRO E INSTALACION DE GABINETES PARA TOALLAS DE PAPEL PARA BAÑOS EN ACERO INOXIDABLE								UND
	PUERTA DE OFICINA Y PRINCIPAL					2			
								CANTIDAD DE OBRA	2
VIDRIOS Y CERRADURAS									
14,01	VIDRIO 5 MM								M2
	VENTANAS DE FACHADA		23,57		4,1		96,637		
								CANTIDAD DE OBRA	96,637
14,02	ESPEJO 4mm sin bicel								UND
	ESPEJO DE BAÑOS		0,45		0,48		0,216		
								CANTIDAD DE OBRA	0,216
14,03	CERRADURA BAÑO								UND
	PUERTA DE OFICINA Y PRINCIPAL					3			
								CANTIDAD DE OBRA	3
14,04	CERRADURA ENTRADA DOBLE CILINDRO								UND
	PUERTA DE OFICINA Y PRINCIPAL					7			
								CANTIDAD DE OBRA	7
ASEO GENERAL PARA ENTREGA									
11,01	ASEO GENERAL PARA ENTREGA								M2
	ASEO EN TODO EL CUARTO FRIO		16		7,95		69,41		
								CANTIDAD DE OBRA	69,41
ALTERNATIVAS									
13,01	PANELES SLARES								UND
	PANEL SOLAR					30	0		
								CANTIDAD DE OBRA	30
13,02	MURO VERDE								M2
	MURO EJE 4		3		8,2		24,6		
								CANTIDAD DE OBRA	24,6

**Anexo 7. Graderías**

Como se menciona en el documento, al existir eventos grandes, debe existir la posibilidad de implementar graderías para personas que quieran ser partícipes de estos eventos como espectadores. Es por ello que se contactó con una empresa caleña, Acopresa, empresa dedicada a la construcción de graderías. Se realizó una cotización para tener en cuenta los precios de una gradería con capacidad de 500 personas (estos precios son estimativos y nos 100 % reales).

A continuación, se muestra el documento de cotización con Acopresa.



<b>FECHA:</b> 5/04/2023	<b>COTIZACIÓN:</b> 3298-2
<b>SEÑORES:</b> KING KARTS	<b>LUGAR:</b> TUNJA
<b>ATN.:</b> ANDRES MENDOZA	<b>EVENTO:</b>
<b>e-mail:</b> andresfmendo@hotmail.com	<b>CIUDAD:</b> TUNJA <b>MOVIL:</b> 322-3454243
	<b>TELEFONO:</b> <b>MOVIL:</b>
	<b>DURACIÓN EVENTO:</b> 3 DIAS
	<b>FECHA DEL EVENTO:</b> 17-19 DE JUNIO 2023

**ATENDIENDO A SU AMABLE SOLICITUD, PONEMOS A SU DISPOSICION LA SIGUIENTE COTIZACIÓN:**

<u>CANTIDAD</u>	<u>DESCRIPCION</u>	<u>DIAS</u>	<u>VR. SUBTOTAL</u>
1 (UNA)	GRADERIAS 100% EN ALUMINIO DE 10 FILAS: ALQUILER DE GRADERIAS 100% EN ALUMINIO DE 10 FILAS, ELEVADA, CAPACIDAD UN MODULO: 500 PAX (CAPACIDAD TOTAL UN MODULO: 500 PERSONAS).	3	\$ 20.000.000,00

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN EL IVA

**ESPECIFICACIONES GRADERÍAS 100% EN ALUMINIO**

- Altura del primer puesto a 144 cms y altura ultimo puesto de 324 cms
- Profundidad de la gradería de 6,80 mts.
- Escaleras de repartición: Si
- Escaleras de acceso: Si
- **CAPACIDAD TOTAL: 500 PERSONAS**

**NOTA: ESTE PRECIO INCLUYE MONTAJE, DESMONTAJE Y FLETE DE LA GRADERÍA. NO INCLUYE VIGILANCIA DURANTE EL EVENTO.**

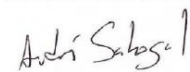
**CONDICIONES COMERCIALES**

FORMA DE PAGO:	50% PEDIDO, 50% ENTREGA
TIEMPO DE ENTREGA:	A CONVENIR
VALIDEZ DE LA OFERTA:	30 DÍAS
RECARGO:	APLICA PARA MONTAJE Y DEMONTAJE DOMINGOS O FESTIVOS

*Los datos y especificaciones ofrecidos en esta cotización es confidencial y NO se permite su difusión sin previa autorización de ACOPRESA SAS*

Sin otro particular por el momento y en espera de su grata respuesta,

Cordialmente,

  
**Ing. Andrés Sabogal**  
 313-7910762

ACOPRESA SAS., NIT: 800.082.555-9  
 CRA 72 # 1A-45 TEL: 3306426-3320774 CALI  
[www.acopresagraderias.com](http://www.acopresagraderias.com)

[gerencia@acopresagraderias.com](mailto:gerencia@acopresagraderias.com)

Esta cotización proporcionada por la empresa Acopresa SAS aporta de manera significativa al plan de negocio generando valores reales de construcción y la inclusión de estos dentro del presupuesto y estudio financiero.

**Anexo 8 Estatutos****KARTKINGS S.A.S****ACTO CONSTITUTIVO**

Andrés Felipe Mendoza Ramírez., de nacionalidad Colombiana, identificado con 1.002.367.842, domiciliado en la ciudad de Tunja, declara, previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada KARTKINGS, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de \$, dividido en acciones ordinarias de valor nominal de \$cada una, que han sido liberadas en su totalidad , previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

## ESTATUTOS

### Capítulo I

#### Disposiciones generales

**Artículo 1º. Forma.** - La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará KARTKINGS SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

**Artículo 2º. Objeto social.** - La empresa tendrá como objeto principal la venta y comercialización de servicios de karting, incluyendo la renta de karts, la enseñanza de técnicas de conducción en escuelas de karting y la organización de eventos relacionados con esta actividad. Asimismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

**Artículo 3º. Domicilio.** - El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Tunja. Y su dirección para notificaciones judiciales será la (\_\_\_\_\_). La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

**Artículo 4°. Término de duración.** - El término de duración será indefinido.

## **Capítulo II**

### **Reglas sobre capital y acciones**

**Artículo 5°. Capital Autorizado.** - El capital autorizado de la sociedad es de 60.00.000 de pesos, dividido en 12000 acciones de valor nominal de 500 pesos cada una.

**Artículo 6°. Capital Suscrito.** - El capital suscrito inicial de la sociedad es de 60.000.000 de pesos, dividido en 12000 acciones ordinarias de valor nominal de 500 pesos cada una.

**Artículo 7°. Capital Pagado.** - El capital pagado de la sociedad es de 60.00.000 de pesos, dividido en 12000 acciones de valor nominal de 500 pesos cada una.

**Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones.** - En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

**Artículo 9°. Naturaleza de las acciones.** - Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

**Artículo 10°. Aumento del capital suscrito.** - El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

**Artículo 11°. Derecho de preferencia.** - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

**Parágrafo Primero.** - El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

**Parágrafo Segundo.** - No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

**Artículo 12°. Clases y Series de Acciones.** - Por decisión de los accionistas y o gerente, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por los o el accionista, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

**Parágrafo.** - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 85% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

**Artículo 13°. Voto múltiple.** - Salvo decisión del o los accionistas aprobados por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

**Artículo 14°. Acciones de pago.** - En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

**Artículo 15°. Restricciones a la negociación de acciones.** - Durante un término de tres años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

**Artículo 16°. Cambio de control.** - Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

### **Capítulo III**

#### **Órganos sociales**

**Artículo 17°. Órganos de la sociedad.** - La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado gerencia, un representante legal que será el administrador y La revisoría fiscal solo será prevista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

**Artículo 18°. Sociedad devenida unipersonal.** - La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se les confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Parágrafo primero: Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

**Artículo 19°. Asamblea general de accionistas.** - La asamblea general de accionistas será representada por la figura del gerente y o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

El Gerente tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

Funciones adicionales: 1. El estudio y aprobación de las reformas que se presente en este estatuto; 2. Aprobación y desaprobación de los ejercicios financieros de la empresa; 3, tomas de decisiones de carácter ordinario; 4. y demás funciones que se presenten y recaigan al gerente. El

gerente será presidido por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones que emita el gerente, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

**Artículo 20°. Convocatoria reunión de accionistas.** - el gerente podrá ser convocar a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 30% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

**Artículo 21°. Renuncia a la convocatoria.** - Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada el gerente, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados por el gerente, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

**Artículo 22°. Derecho de inspección.** - El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

El gerente podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

**Artículo 23°. Régimen de quórum y mayorías decisorias:** La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

**Parágrafo.** - Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

**Artículo 24°. Fraccionamiento del voto:** Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

**Artículo 25°. Actas.** - Las decisiones del gerente y los accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de

las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea o reunión, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

**Artículo 26°. Representación Legal.** - La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año o más por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de los accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de los accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

**Artículo 27°. Facultades del representante legal.** - La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Las facultades del suplente del representante estarán a cargo de la decisión de los accionistas por un término inferior a 15 días o más determinada por la misma, en la cual tendrá las mismas

obligaciones que objeta el representante legal con sus respectivas excepciones que determine la asamblea.

## Capítulo IV

### Disposiciones Varias

**Artículo 28°. Enajenación global de activos.** - Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

**Artículo 29°. Ejercicio social.** - Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

**Artículo 30°. Cuentas anuales.** - Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de los accionistas, los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

**Artículo 31°. Reserva Legal.** - la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades

líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

**Artículo 32°. Utilidades.** - Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

**Artículo 33°. Resolución de conflictos.** - Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 34 de estos estatutos.

**Artículo 34°. Cláusula Compromisoria.** - La impugnación de las determinaciones adoptadas por los accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de comercio de Tunja o el que entre las partes designen con mutuo acuerdo. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de comercio de Tunja o el que entre las partes designen con mutuo acuerdo. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Cámara de comercio de Tunja. Se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

**Artículo 35°. Ley aplicable.** - La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

## **Capítulo IV**

### **Disolución y Liquidación**

**Artículo 36°. Disolución.** - La sociedad se disolverá:

- 1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
- 2° Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;
- 3° Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;
- 4° Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;
- 5° Por orden de autoridad competente, y
- 6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

**Parágrafo primero.** - En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

**Artículo 37°. Enervamiento de las causales de disolución.** - Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida,

siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que los accionistas reconozcan su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

**Artículo 38°. Liquidación.** - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada.

Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe los accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados el gerente en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden al gerente, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

#### **DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD**

1. Representación legal. - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a (INCLUIR NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL), identificado con el documento de identidad No. (\_\_\_\_\_), como representante legal de KARTKINGS SAS, por el término de 1 año.

(INCLUIR NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL) participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de KARTKINGS SAS.

2. Personificación jurídica de la sociedad. - Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, nombre de la empresa formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2° de la Ley 1258 de 2008.

FIRMA DE LOS SOCIOS.

ANDRÉS FELIPE MENDOZA RAMÍREZ

C.C: 1.002.367.842 DE Tunja.” Tomado y adaptado de (Villamizar, 2015).

Congreso de Colombia. (5 de diciembre de 2008). Ley de sociedad por acciones simplificada.

[Ley 1258 DE 2008].

**ESTATUTO****PREAMBULO**

**EL CLUB DEPORTIVO DE KARTKINGS (NOMBRE DEL CLUB)** fundado en Tunja, Boyacá, el día XX del mes de XXXXX de 20XX, es una entidad de derecho privado sin ánimo de lucro, constituida con el fin de fomentar, organizar y patrocinar la práctica del deporte del **XXXXX (Disciplina)**, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre en Cartagena D.T. y C, e impulsar programas de interés público y social, que se registró por la Ley 181 de 1995 y sus normas reglamentarias, y por el presente estatuto.

**CAPITULO I****DEL NOMBRE, DOMICILIO, JURICCION Y DURACION, OBJETO Y COLORES**

**ARTICULO 1°.** NOMBRE: Con el nombre de **CLUB DEPORTIVO XXXXXXXXX (NOMBRE DEL CLUB)** cuya sigla “**SI TIENE OPCIONAL**” funcionará este organismo deportivo, que en adelante se denominará “el Club”.

**ARTICULO 2°.** DOMICILIO Y JURISDICCION: la sede administrativa y domicilio legal del CLUB estará ubicada en Cartagena D.T. y C. territorio en donde el cual ejercerá su jurisdicción. En la XXXXXXXXX

**ARTICULO 3°.** El club es un organismo deportivo sin ánimo de lucro. Dotado de reconocimiento deportivo por el instituto distrital de deportes y recreación de Cartagena D. T. y C que cumple funciones de interés público y social.

**ARTICULO 4°.** DURACION: El término de duración del Club es de carácter indefinido.

**ARTICULO 5°.** DEL OBJETO: el objeto del club es fomentar, reglamentar y patrocinar la práctica del deporte **XXXXX (Disciplina)**, la recreación y aprovechamiento del tiempo libre en Cartagena D.T y C. e impulsar programa de interés público social.

**ARTICULO 6°.** Los colores oficiales del club serán: **XXXXXXX Y XXXXXXXX.**

## **CAPITULO II**

### **DE LAS ACTIVIDADES GENERALES**

**ARTICULO 7°.** PROGRAMACION INTERNA: en cumplimiento de su objeto se organizará programas deportivos internos, en los cuales participen los deportistas afiliados, de carácter recreativo o competitivo.

Con el fin de proporcionarles sano esparcimiento y ocupación del tiempo, libre mejoramiento de la salud y la preparación técnica.

**ARTICULO 8°.** Cuando el club decida participar en competiciones o eventos deportivos oficiales del deporte asociado, prepara y seleccionara a los deportistas que harán de representarlos; podrá afiliarse a las ligas de su deporte o modalidad o a la Asociación Deportiva Departamental Correspondiente.

**ARTICULO 9°.** En cumplimiento de su objetivo para el cual fue creado, el Club desarrollara, entre otras, las siguientes actividades:

1. Cumplir las normas del presente estatuto, además de sus reformas efectuadas.
2. Obtener y mantener el reconocimiento deportivo vigente y la personería jurídica si es necesario.
3. Obtener y mantener la afiliación al organismo departamental correspondiente.
4. Velar por que la práctica del deporte desarrolle de manera que no perjudique la salud de los deportistas, disciplina y decoro.
5. Todas las demás que le estén permitidas por las normas legales. Estatutarias y reglamentarias.

**ARTICULO 10°.** DE LA INTEGRACION: el club estará integrado por afiliados en su mayoría deportistas en un número mínimo de 18 deportistas, y/o federación nacional.

Los afiliados podrán ser

- A- Contribuyente
- B- Competidores
- C- Honorarios.

**ARTICULO 11°.** DE LOS AFILIADOS CONTRIBUYENTES: son afiliados contribuyentes las personas que sin ser competidores deseen colaborar con el sostenimiento financiero del club y participar en sus actividades generales.

**ARTICULO 12°.** DE LOS AFILIADOS COMPETIDORES O DEPORTITAS: son afiliados competidores y deportistas las personas que, cumpliendo con los requisitos exigidos, son aptas para practicar el deporte en el nivel competitivo y deseen representar al club en competiciones oficiales.

**ARTICULO 13°.** DE LOS AFILIADOS HONORARIOS: la calidad de afiliado honorario es una distinción que el club otorga a las personas que en alguna forma le han prestado importantes servicios, sea a nuestros clubs o al deporte en general.

**ARTICULO 14°.** DE LA ADMISION DE NUEVOS AFILIADOS: para que el órgano de administración:

1. Petición por escrito donde conste: nombres y apellidos completos del solicitante, documentación de identidad- dirección de su domicilio- día – mes- y año de nacimiento.
2. certificado médico sobre la salud en general y aptitud físico deportiva.
3. Autorización de transferencia expedida por el club de origen en caso de ser necesaria si el solicitante hubiere estado afiliado por otro club.
4. Declaración firmada en la que conste que el interesado conoce el estatuto del club que regula las actividades, deberes y derechos de los afiliados y la aceptación de participar en actividades deportivas organizadas.
5. Manifestación expresa de sometimiento a las normas de la ley 181 y del decreto ley 1228 de 1995 y a las obligaciones económicas para con el club.

**ARTICULO 15°.** El órgano de administración dispondrá de un termino de treinta (30) días para resolver la admisión de nuevos afiliados, previo el cumplimiento de la totalidad de los requisitos exigidos en la reglamentación.

### **CAPITULO III**

#### **DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS AFILIADOS**

**ARTICULO 16°.** DERECHOS: los afiliados adquieren los siguientes derechos.

1. Intervenir con voz y voto en las reuniones de la asamblea.
2. Elegir y ser elegidos para cargos cuya provisión corresponda a la asamblea.
3. Participar en las actividades generales del club.
4. Solicitar la convocatoria de la asamblea o reunirse por derecho propio.
5. Los demás consagrados en el presente reglamento, los acuerdos en la asamblea, las resoluciones del Órgano de Administración, como también las disposiciones legales vigentes.

**ARTICULO 17°.** OBLIGACIONES DE LOS AFILIADOS: Los Afiliados están obligados a:

1. Cumplir las disposiciones legales, estatutarias, reglamentarias, disciplinarias, los acuerdos y las resoluciones,
2. Asistir a las reuniones de la Asamblea,
3. Pagar cumplidamente las cuotas que de sostenimiento de club que será de \$ XXXX m/c mensualmente, con un incremento anual progresivo de XX%.
4. Cumplir las comisiones que se les encarguen.
5. Participar en las actividades generales del Club.

PARAGRAFO: Los Afiliados deportistas están obligados a:

- a) Asistir puntualmente a los entrenamientos, reuniones técnicas y participar en las competencias internas u oficiales en las cuales estén inscritos,
- b) Observar una conducta personal que les permita obtener el más alto nivel competitivo,
- c) Cumplir lealmente con las normas de competición y competir sin ayudas extradeportivas.

**ARTICULO 18°.** SUSPENSION DE LA AFILIACION: Los Afiliados podrán ser sancionados con la suspensión de sus derechos, por las siguientes causales:

- a) Incumplimiento en el pago oportuno de sus compromisos económicos para del club para con el Club.
- b) Por no participar, sin justa causa, en las competencias o eventos deportivos en los cuales participa el club.
- c) Por negarse a participar en los seleccionados a los cuales sean convocados por la liga o federación respectiva.
- d) Por no asistir, sin justa causa 3 reuniones consecutivas la Asamblea del Club.
- e) Reiterada violación de las normas legales, estatutarias o reglamentarias.

**ARTICULO 19°.** PÉRDIDA DE LA AFILIACION: La Afiliación se pierde por las siguientes causas:

- a) Cuando un deportista afiliado desee retirarse del Club.
- b) Por disolución del Club,
- c) Por sanción de desafiliación.
- d) Por deliberada insistencia en mantener vigente por seis (6) meses la situación que ha motivado la suspensión de su afiliación.

**ARTICULO 20°.** AUTORIDAD COMPETENTE PARA IMPONER ESTAS SANCION: Salvo el incumplimiento con el pago o cuando un afiliado desee retirarse del club su solicitud será resuelta por el órgano de Administración en los demás casos el único órgano competente para conocer y resolver los casos en que deben imponerse la sanción de suspensión o de pérdida de afiliación, es el tribunal deportivo del club,

El órgano de administración resolverá los casos de retiro en el término de 15 días hábiles a partir de la fecha.

**ARTICULO 21°.** TRANSFERENCIA DEPORTIVA: cuando el deportista afiliado desee retirarse del club, para cambiar su afiliación a otro club deberá presentar paz y salvo por

todo concepto para con el club y renuncia por escrito ante el órgano de Administración del mismo el cual le expedirá su carta de transferencia.

#### **CAPITULO IV**

##### **DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL CLUB**

**ARTICULO 22°.** El Club tendrá la siguiente estructura funcional:

- a) Un órgano de dirección, representado por la Asamblea de Afiliados,
- b) Un órgano de administración, constituido por X miembros y el presidente será el representante legal.
- c) Un órgano de control, conformado por el Fiscal y su Suplente.
- d) Un órgano de disciplina, integrado por el tribunal deportivo.

**ARTICULO 23°.** **ÓRGANO DE ADMINISTRACION:** el órgano de administración estará conformado por 5 miembros, persona naturales elegidas por asamblea en forma uninominal y sin indicación del cargo que van a ejercer, por un periodo de cuatro años a partir del día XX de XXXXX del año 20XX.

**ARTICULO 24°.** **CARGOS JERARQUIA:** el órgano de administración constara de los siguientes cargos y orden jerárquico:

1. un presidente, quien será el representante legal del club
2. un vicepresidente.
3. Un tesorero
4. Un secretario.
5. Un vocal.

**ARTICULO 25°.** **RESPONSABILIDADES:** la responsabilidad conjunta o individual de los miembros del órgano de Administración no cesa ni disminuye cuando tenga de delegar algunas de sus funciones.

#### **CAPITULO V**

##### **ORGANO DE ADMINISTRACION DE LAS FUNCIONES DE LOS CARGOS**

**ARTICULO 26°.** **DEL PRESIDENTE:** El Presidente es el responsable del Club y Representante Legal en el evento en que adquiere la personería jurídica, y tendrá las siguientes funciones:

- a) Presidir las reuniones de la Asamblea.
- b) Convocar y presidir las sesiones del órgano de administración.
- c) Presentar a la Asamblea el informe anual de actividades generales del Club y los demás que ésta le solicite,

- d) Suscribir las actas, contratos, resoluciones y demás actos que le señalen el estatuto, los reglamentos, la Asamblea o el Comité Ejecutivo,
- e) Ordenar los gastos y firmar con el Tesorero los giros sobre los fondos del Club, dentro de los límites fijados por la Asamblea,
- f) Representar al Club, por sí solo por delegación, los giros públicos y privados, los demás que le corresponden a la naturaleza del cargo.

PARAGRAFO: El Presidente no someterá a consideración de la asamblea ni del órgano de administración, los asuntos contrarios a las disposiciones legales y reglamentarias.

El Presidente, como moderador de los debates evitará que se desvíen del tema que se trata, degeneren al terreno de intereses particulares o personales o lleguen al uso de expresiones descomedidas.

**ARTICULO 27°.** DEL VICEPRESIDENTE: El Vicepresidente ejercerá las funciones generales de miembro del Comité Ejecutivo y reemplazará al Presidente, con las mismas funciones, en sus ausencias temporales o definitivas. En caso de falta definitiva, el Comité Ejecutivo podrá promoverlo a Presidente o elegir uno nuevo.

**ARTICULO 28°.** DEL TESORERO: El Tesorero es el responsable del manejo de los bienes y fondos del Club y tendrá las siguientes funciones:

1. Recaudar la totalidad de los ingresos del club, cualquiera que sea su origen y expedir los combates respectivos.
2. Velar porque los afiliados, o terceros, paguen oportuna mente sus compromisos económicos con el club.
3. Informar al órgano de administración, con prioridad reglamentaria o cuando se le solicite sobre el estado financiero del club.
4. Elaborar y suscribir informes de cuentas y balances que el Órgano de Administración de presentar a la asamblea con el visto bueno del fiscal.
5. Llevar permanentemente actualizados los libros de contabilidad e inventario.
6. Preparar conjuntamente con los demás miembros del órgano de administración, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos que deben presentarse a la asamblea.
7. Girar conjuntamente con el presidente, sobre los fondos.
8. Prestar las finanzas y seguro exigidos para el ejercicio de su posición, con cargo de los fondos el club.
9. Las demás que de acuerdo con la naturaleza de su cargo, le asigne la asamblea, el Órgano de Administración o el presidente.

**ARTICULO 29°.** DEL SECRETARIO: El secretario, como el tesorero, ejercerá las funciones generales de miembros del órgano de Administración y será responsable de las siguientes funciones:

- a) El manejo de la correspondencia y el manejo de los archivos
- b) Llevar las actas de las reuniones de la asamblea y del órgano de administración.
- c) Llevar el registro de afiliados para lo cual deberá expedir los carnets correspondientes y la memoria de las actividades.
- d) Velar por el oportuno cumplimiento de las labores de los empleados del club, si los hubiere.
- e) Notificar, comunicar y publicar, según el procedimiento que deba seguir en cada caso, los acuerdos, resoluciones, programaciones, boletines y en generales del club.
- f) Diligenciar los asuntos de carácter oficioso.
- g) Las demás que de acuerdo con la naturaleza de su cargo, le asigne la asamblea, el órgano de administración o el presidente.

**ARTICULO 30°.** DEL VOCAL: el vocal ejercerá las funciones generales de los miembros del Órgano de Administración y las demás que le asigne la asamblea o el presidente.

**ARTICULO 31°.** DE LAS REUNIONES DEL ORGANO DE ADMINISTRACION: el Órgano de Administración se reunirá ordinariamente 2 veces al mes, en la local donde funcione o la sede administrativa del club o donde se acuerde y extraordinariamente cuando lo convoque el presidente o el fiscal.

**ARTICULO 32°.** DEL QUORUM: el Órgano de Administración PODRA deliberar y decidir válidamente cuando estén por lo menos 3 de sus miembros.

PARAGRAFO 1. Los actos proferidos por el Órgano de Administración se denominaran “RESOLUCIONES”

PARAGRAFO 2. CUANDO las circunstancias lo justifiquen, el órgano de administración podrá reorganizarse mediante la redistribución de los cargos sin importar su naturaleza.

PARAGRAFO 3. Cuando la vacancia de un cargo del Órgano de Administración obedezca a inasistencia injustificada o a deliberado y persistes descuido en el será puesta en conocimiento del tribunal deportivo.

PARAGRAFO 4. Cuando un miembro del el Órgano de Administración renuncie o sin causa justificada deje d asistir a 5 reuniones consecutivas o a 7 no consecutivas, los demás miembros designaran su remplazo, quien terminara el periodo.

En caso de que el Órgano de Administración quede con menos de 3 miembros, el presidente, fiscal, o en su defecto el IDER, convocara a la asamblea para que elijan sus remplazos.

**ARTICULO 33°.** Al reglamentar su propio funcionamiento, el Órgano de Administración indicara el día y hora de iniciación de sus reuniones ordinarias.

## **CAPITULO VI**

### **DEL ORGANO DE CONTROL**

**ARTICULO 34°.** CALIDAD Y ORIGEN: el fiscal es el representante permanente de la asamblea ante el Órgano de Administración. Es elegido por asamblea en la misma reunión donde se elige a los miembros del Órgano de Administración, junto con su suplente.

**ARTICULO 35°.** PERIODO: El fiscal principal y suplente, son elegidos para ejercer sus funciones por un periodo de cuatro años, cuya fecha de iniciación será la misma señalada para el Órgano de Administración.

**ARTICULO 36°.** DE LA ELECCION: Para la elección del fiscal y su suplente, se procederá como se dispone en el presente estatuto para los miembros del Órgano de Administración.

**ARTICULO 37°.** DE LOS IMPEDIMENTOS ADICIONALES: además de los contemplados en este estatuto para los miembros del Órgano de Administración, no podrán ser postulados, ni elegidos ni ejercer las funciones del fiscal, los parientes de los miembros del club dentro del cuarto grado de consanguinidad, según de afinidad o primero civil.

En el ejercicio de su cargo, el fiscal cumplirá las siguientes funciones generales:

1. Velar porque los afiliados de cualquier denominación, individual, reunidos en asamblea, los afiliados, los miembros del Órgano de Administración y del tribunal deportivo, comisiones y empleados si los, se ajunten todos sus actos a las normas legales estatutarias reglamentarias y disciplinarias.
2. Velar porque la contabilidad, actas, tesorería, correspondencia, ejecución presupuestal estén permanentemente actualizada.
3. Visar con sus firmas y con anterioridad a su cumplimiento, las órdenes de pago sobre los fondos del club.
4. Respalda con firmas, cuando lo encuentre correcto los estados de cuentas.
5. Asistir a las reuniones y del Órgano de Administración y asesorarlos.
6. Informar a la asamblea sobre la gestión administrativa.
7. Solicitar al Órgano de Administración la convocatoria de la asamblea, o convocarla si su petición no es atendida sin justa causa, cuando por la

ocurrencia de irregularidad se requiera de este procedimiento, o en el caso de vacancia de tres o más miembros del Órgano de Administración, para que se elijan los reemplazos.

8. Constituirse en parte dentro del proceso disciplinario.
9. Las demás que le asignen las normas legales, reglamentarias o de la asamblea.

**ARTICULO 38°.** Para el adecuado cumplimiento de las funciones de su cargo, el fiscal tendrá libre acceso a todos los documentos, comprobantes, archivos y de pendencia del club, pero adelantará su gestión procurando no entorpecer el normal funcionamiento y actividades.

**ARTICULO 39°.** FALTA DE FISCAL: cuando el fiscal renuncie, cambie de domicilio o deje de asistir a 5 reuniones consecutivas y 7 no consecutivas en un término de seis meses, sin justa causa, del Órgano de Administración, este citara al suplente para que ejerza el cargo. En el evento de la falta absoluta del fiscal y su suplente, el Órgano de Administración citara a asamblea para elegir sus reemplazos quienes terminaran el periodo.

## **CAPITULO VII**

### **DE LA ASAMBLEA**

**ARTICULO 40°.** DEFINICION Y FUNCIONES: La asamblea de afiliados es el máximo órgano de dirección, deliberación, decisión y tendrá entre otras las siguientes funciones:

1. Adoptar el presente estatuto y las reformas
2. Aprobar las actas de sus propias reuniones
3. Establecer las políticas que orienten la gestión de los asuntos del club.
4. Analizar las actividades generales, financieras y administrativas del club.
5. Aprobar o improbar los informes de las cuentas y balances que deben presentarse en el Orégano de Administración.
6. Revisar los actos del Órgano de Administración, elegir conforme a las disposiciones legales y reglamentarias a las personas que han de ejercer cargos en el órgano de administración, control y disciplina.
7. Aprobar la programación de actividades y el presupuesto de gasto e inversiones para el siguiente año.
8. Fijar la cuantía y formar de pago de las cuotas de admisión y de sostenimiento ordinario o extraordinario, a caro de los afiliados.
9. Fijar la cuantía de los gastos que como ordenador podrá autorizar el representante legal del club.
10. Aprobar los actos, contratos, e inversiones no previstos en el presupuesto.
11. Decidir sobre los asuntos que sometan a su consideración el Órgano de Administración, control y de afiliados.
12. Las que le fijen la ley y todas aquellas que reglamentariamente no le estén asignada a otro órgano.

**ARTICULO 41°.** CONSTITUCION DE LA ASAMBLEA: la asamblea de afiliados se constituye con la presencia de la mitad mas uno, como mínimo de la totalidad de los afiliados en pleno uso de sus derechos.

**ARTICULO 42°.** PRESIDENCIA: la asamblea de afiliados será precedida por el presidente del Órgano de Administración o en su defecto por el vicepresidente. Si ambos faltaren la Asamblea de Afiliados podrá nombrar uno AD-HOC.

**ARTICULO 43°.** SECRETARIA: la secretaria de la asamblea de afiliados será el secretario de club. En caso de la falta de este quien preside la asamblea designara uno AD-HOC.

**ARTICULO 44°.** DE LAS ACREDITACIONES: los afiliados se acreditaran mediante su documento de identidad, si el afiliado es persona jurídica el delegado se acreditara mediante documento escrito firmado por su representante legal. En el caso de afiliados competidores o deportistas menores de edad su participación en la asamblea lo hará a través de sus padres o sus representantes.

**ARTICULO 45°.** CLASES DE ASAMBLEA: habrá dos clases de Asamblea de Afiliados

- a. Ordinaria
- b. Extraordinaria

PARAGRAFO 1. La asamblea Ordinaria se reunirá cada año, el día XX del mes de XXXX.

PARAGRAFO 2. La Asamblea Extraordinaria podrá reunirse cualquier época del año, con el fin de resolver asuntos específicos.

**ARTICULO 46°.** DE LAS CONVOCATORIAS: el Presidente del club convocara a reunión ordinaria de la Asamblea de Afiliados mediante resolución que se comunicara a todos los afiliados y al IDER por escrito con treinta (30) días hábiles de antelación a la fecha fijada para la reunión. La resolución indicara la fecha, hora, lugar y orden del día de la reunión, tendrá la lista de afiliados y la fecha de gracia para que se pongan a paz y salvo, los que no cumplan con este requisito.

PARAGRAFO: A la convocatoria se anexaran los informes de labores, de cuentas y balances, copia del acta de la última reunión de Asamblea de afiliados, los proyectos de los programas de actividades, de presupuestos de ingresos y gastos del siguiente ejercicio y toda la información sobre los asuntos que se deban tratar por la asamblea. Se incluirán la relación de los afiliados que no puedes participar con voto en dicha asamblea y la causa de esta.

**ARTICULO 47°.** ORDEN DEL DIA ASAMBLEA ORDINARIA: El orden del día para la Asamblea Ordinaria constará de los siguientes puntos:

- 1) Llamada a lista, recepción y revisión de credenciales y documento de identidad.
- 2) verificación de quórum e instalación,
- 3) Lectura y aprobación del Acta de la Asamblea anterior.
- 4) Análisis y aclaraciones a los informes de labores, de cuentas, y balances presentado por el Órgano de Administración.
- 5) Análisis del informe del fiscal y aprobación o improbacion del estado de cuentas y balances.
- 6) Estudios y adopción de Programas y presupuestos.
- 7) Presentación discusión y votación de proposiciones y varios.
- 8) Elección del Órgano de Administración, de control y los dos miembros del órgano de disciplina.

PARAGRAFO: el punto 8 se incluirá únicamente cuando corresponda

**ARTICULO 48°.** ASAMBLEA EXTRAORDINARIA: La Asamblea del Club se reunirá de manera extraordinaria para tratar y resolver asuntos urgentes y específicos, caso en el cual podrá ser convocada así:

- a) Decisión del representante legal del club.
- b) Por citación del Fiscal
- c) Petición escrita, debidamente sustentada, de cuando menos una tercera parte de los afiliados en pleno uso de sus derechos.
- d) Por Resolución del Instituto De Deporte y Recreación Distrital IDER.

**ARTICULO 49°.** OBLIGATORIEDAD Y TERMINOS DE PARA RESOLVER PETICIONES DE CONVOCATORIA A ASAMBLEA: El responsable o representante legal del club, dispondrá de quince (15) días para aceptar o negar la petición de convocatoria a reunión Extraordinaria de Asamblea formulada por el fiscal o los Afiliados. Solo podrá negarla cuando los temas sean contrarios a las normas legales, reglamentarias o al objeto del club.

En todos los casos, la reunión extraordinaria se convocara como lo establece este estatuto, teniendo en cuenta las variaciones requeridas en el orden del día, pero la antelación con que debe comunicarse es de solo ocho (8) días hábiles.

**ARTICULO 50°.** REUNION POR DERECHO PROPIO: Cuando sin justa causa el representante legal del club, niega la petición de convocatoria a reunión Extraordinaria, o cuando se trate de la ordinaria, no la convoque con antelación señalada o lo haga fuera de la época, el Fiscal o los Afiliados la convocaran dándole cumplimiento a los requisitos que este estatuto establece. La reunión se hará en el local donde funciones la sede del club salvo decisión diferente, a partir de 48 horas.

**ARTICULO 51°.** QUORUM: La Asamblea del Club, Ordinaria o Extraordinaria, podrá instalarse, deliberar y decidir válidamente, cuando estén presentes por lo menos la mitad más uno de los Afiliados en pleno uso de sus derechos.

**ARTICULO 52°.** TIEMPO DE ESPERA: A la hora fijada para iniciar la reunión, se llamará a lista y se verificará la existencia del quórum, luego de lo cual se continuará el desarrollo del orden del día.

En caso de inexistencia de quórum, se dispondrá un aplazamiento hasta de una (2) hora, luego del cual la Asamblea podrá instalarse, deliberar y decidir válidamente con cualquier número plural de Afiliados, que no sea inferior a una tercera parte.

**ARTICULO 53°.** NUEVOS ASISTENTES: si una vez instalada y en desarrollo de la reunión, se presentan nuevos afiliados con derecho a participar. El hecho se hará en el acto y se informara a la asamblea para que se tenga presente en el número de votos emitibles, siempre que tengan derecho a este.

**ARTICULO 54°.** REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR UN CANDIDATO: los candidatos al Órgano y Disciplina del club deberán cumplir cuando menos los siguientes requisitos.

- A. Ser mayor de 18 años.
- B. Saber leer y escribir el idioma español.
- C. Tener su domicilio en el municipio sede del club
- D. Acreditar un aceptable conocimiento del estatuto del club. De las disposiciones legales, que rigen la organización deportiva del país y de la disciplina deportiva.

**PARAGRAFO: INSCRIPCIONES A CANDIDATOS.**

Los afiliados con derecho voto inscribirán sus candidatos en la secretaria de la asamblea, incluyendo sea necesario una relación de antecedentes u hoja de visa del candidato. En todo caso se anexara la aceptación previa del candidato.

**ARTICULO 55°.** INHABILIDADES: no podrá ser postulada, elegida o ejercer cargo en los Órgano, de administración. Control y disciplina del club, la persona que:

- A. No cumpla uno o más requisitos señalados en el artículo anterior.
- B. Se encuentre ejerciendo cargo por elección en otro organismo deportivo.
- C. Este cumpliendo sanción impuesta por el Tribunal Deportivo competente para el respectivo deporte sometida a interdicción judicial.

**ARTICULO 56°.** DE LA SELECCION: se declarara elegidos como miembros de los Órganos de administración, control y disciplina las personas que obtengan a su favor por lo menos la mitad mas uno de los votos emitibles por los afiliados presentes en la Asamblea.

**ARTICULO 57°.** DE LA ADOPCION Y DENOMINACION DE LAS DESICIONES: las decisiones de la Asamblea se adoptaran con el voto afirmativo de la mitad mas uno, como mínimo, de los votos emitibles en la reunión y se denomina “ACUERDOS”

**ARTICULO 58°.** VOTACION: podrán ser secretas o públicas, según lo determine la propia asamblea. Cuando sean secretas, la secretaria llamara a uno por uno de los afiliados con derecho a voto para que deposite su papeleta en la suma dispuesta al afecto. La presidencia designara una comisión que se encargué de escrutar los votos y anunciar los resultados.

**ARTICULO 59°.** LIMITACIONES DE LA ASAMBLEA.: en las reuniones ordinarias o extraordinarias de la asamblea no se podrán tratar asuntos diferentes a los establecimientos en el orden del día, pero si se trata de la ordinaria y en la convocatoria se ha omitido uno o más de los puntos contemplados en el presente estatuto, es de obligatorio cumplimiento.

PARAGRAFO 1. La Asamblea carece de atribuciones para imponer, disminuir, suspender o levantar sanciones o acordar amnistías.

PARAGRAFO 2. El presidente no someterá a consideración de la Asamblea, los asuntos contrarios a los dispuestos legales y reglamentarios.

**ARTICULO 60°.** ACTOS INCONVENIENTES: el presidente de la asamblea es el responsable de que este órgano del club cumpla las disposiciones legales y reglamentarias. Por lo tanto, no dará curso a proposiciones o proyectos de acuerdo que contravenga esas normas o que lesionen los intereses del club o deporte en general, pero explicará las razones de la negativa.

El presidente, como moderador de los debates, evitara que los debates del tema que trata, degeneren al terreno de intereses particulares o personales y el uso de expresiones descomedidas.

**ARTICULO 61°.** CONTINUIDAD DE LA REUNION: La asistencia a las reuniones de la Asamblea es un derecho y una obligación de los Afiliados. Como se establece en este estatuto.

Permanecerá en el recinto donde se realiza la reunión desde la hora de iniciación hasta que se agote el orden del día, salvo durante los recesos que se ordenen. Instalada la Asamblea, esta se puede realizar en una o más sesiones, en el mismo en diferentes días, sin que se rompa la unidad de la reunión. De igual manera, cada uno de los puestos del orden del día es indivisible, y si por alguna circunstancia se interrumpe el debate, al reanudarse las deliberaciones se decidirá si se continúan a partir de donde se interrumpió o desde su iniciación.

**ARTICULO 62°.** Si instalada en una reunión de asamblea, ordinaria o extraordinaria, los debates se prolongan hasta las 1:00 p.m. del día fijado, las deliberaciones podrán seguir, o podrá declararse un receso.

**ARTICULO 63°.** Si en desarrollo de una Asamblea ordinaria o extraordinaria de la Asamblea, el quórum se desintegra a causa del retiro de algunos delegados como protesta por una o más de las decisiones adoptadas hasta el momento de su retiro, el presidente la declarara en receso u citara para reanudar en nueva oportunidad, sin que esta citación pueda considerarse como una nueva convocatoria, por tratarse de la misma reunión que se interrumpió, pero dará cuanta al tribunal deportivo de lo ocurrido.

## **CAPITULO VIII**

### **DE LA DICIPLINA DEPORTIVA**

**ARTICULO 64°.** El club, a través de la Asamblea, el Órgano de administración, Órgano de disciplina, Afiliados y demás personas vinculadas a su organización, velara por el cumplimiento de las normas legales, reglamentarias y de competición, por el respeto a los símbolos patrio y deportivo, por la práctica del deporte libre de ayudas o estímulos antideportivos o perjudiciales para la salud.

**ARTICULO 65°.** El órgano del club encargado de juzgar y sancionarlas conductas que atenten o violen una o más de las normas a que se refiere el artículo anterior y las estipuladas en el respectivo código disciplinario expedido por la liga respectiva, es el órgano de disciplina del club.

**ARTICULO 66°.** El órgano de Disciplina del club es el tribunal deportivo conformado por tres miembros, dos elegidos por Asamblea de Afiliados, en la misma reunión en que se elige al Órgano de Administración y al Órgano de Control, y un miembro nombrado por el Órgano de Administración por un periodo de cuatro (4) años contando a partir de la fecha 24 de Junio del año 2018.

**ARTICULO 67°.** Los miembros del Tribunal Deportivo y la autoridad disciplinaria no podrán tener ninguna vinculación con el club ni con los organismos deportivos que le den afiliación y serán personas de reconocida solvencia moral.

**ARTICULO 68°.** DISPOSICIONES DEL CODIGO DISCIPLINARIO: El Club acogerá para sí el Código Disciplinario expedido por la Federación Colombiana de Fútbol. Para los aspectos puramente internos, distintos a la competición deportiva oficial, el Club podrá adoptar su propio Código de Faltas y Sanciones respectiva.

**ARTICULO 69°.** Las determinaciones del tribunal deportivo se denominarán “fallos”

**ARTICULO 70°.** AUTORIDADES DISCIPLINARIAS: s autoridades disciplinarias de que trata la ley 49 de 1993, son tribunal Deportivos creadas para competiciones o eventos específicos y tendrá como finalidad garantizar la inmediata aplicación de las sanciones a que hubiere lugar por las faltas cometidas en el evento, con base en el respectivo estatuto de este y era designadas por la entidad responsable. Este tribunal solo tendrá competencia únicamente para el evento.

## **CAPITULO IX**

### **DEL REGIMEN ECONOMICO**

**ARTICULO 71°.** PATRIMONIO: El patrimonio del Club está constituido por los bienes muebles e inmuebles, valores, títulos, archivos, elementos de trabajo, implementos, condecoraciones, trofeos, medallas, distinciones, gallardetes y recordatorios, de todo lo cual se elaborará un inventario detallado en su número, valor e identificación correspondiente.

PARAGRAFO: el inventario comprenderá todos los bienes de propiedad del club y que perteneciendo a terceros la hayan sido confiados a su administración o custodia.

**ARTICULO 72°.** DE LOS FONDOS: Los fondos del Club provienen de:

- a) El valor de la cuota de admisión que debe cancelar todo aspirante en el momento de presentar su petición,
- b) El valor de las cuotas ordinarias y extraordinarias de sostenimiento,
- c) Los excedentes provenientes de la administración de sus propios bienes, de fiestas, excursiones, bazares, concursos, competencias y, en general, el producto neto de todo evento que se organice en beneficio del Club,
- d) El producto de contratos o convenios celebrados con terceros, acordes con el objeto del Club, y
- e) Todos los demás que por su naturaleza le sea lícito percibir.

**ARTICULO 73°.** MANEJO: La administración del patrimonio del Club estará a cargo del Comité Ejecutivo.

El recaudo y manejo de los fondos estarán a cargo del Tesorero. Los fondos del Club se manejarán a través de instituciones financieras. Los giros se firmarán por el Presidente y el Tesorero, previo visado del Fiscal. El Comité Ejecutivo reglamentará el manejo de los ingresos y los egresos.

**ARTICULO 74°.** INDIVISIBILIDAD DE LOS BIENES: El patrimonio del Club es indivisible y a ninguno de los Afiliados le asiste derecho particular, parcial o total sobre el mismo. Los fondos se destinarán exclusivamente a atender el normal funcionamiento y actividades sociales y deportivas.

Los excedentes o utilidades que se obtengan de las actividades y servicios se destinarán al incremento del acervo patrimonial del Club y de ningún modo habrá lugar al reparto de dividendos, beneficios personales o motivo de lucro para los afiliados.

**ARTICULO 75°.** CUOTAS: La Asamblea es el único órgano del Club con facultad para fijar el valor y forma de pago de las cuotas de admisión y sostenimiento, ordinarias o extraordinarias, a cargo de los Afiliados. Esta atribución es indelegable.

## **CAPITULO X**

### **DE LA COMPETENCIA DEPORTIVA**

**ARTICULO 76o** PROGRAMACION INTERNA: En cumplimiento de su objetivo, el Club organizará programas deportivos de carácter recreativo o competitivo en los cuales participen los Afiliados, con el fin de proporcionarles sano esparcimiento, ocupación del tiempo libre, mejoramiento de la salud y preparación técnica.

**ARTICULO 77°.** COMPETICION OFICIAL: Cuando el Club decida participar en competencias o eventos deportivos oficiales, preparará y seleccionará debidamente a los deportistas que habrán de representarlo y los registrará en la Liga de Fútbol de Bolívar.

## **CAPITULO XI**

### **DEL ESTATUTO Y LOS REGLAMENTOS**

**ARTICULO 78°.** DEFINICION DE ESTATUTO: Se entiende por Estatuto, el conjunto de normas que una vez adoptadas por la Asamblea, adquieren fuerza de Ley para el gobierno, administración y funcionamiento del Club.

**ARTICULO 79°.** DE LA REFORMA: las reformas del estatuto, únicamente podrá realizarse en Asamblea convocada para tal fin, a la cual se anexará el proyecto o proyectos.

Cuando las reformas obedezcan a disposiciones de carácter legal, el órgano de administración queda expresamente facultado para incluirlas en el texto correspondiente, citando las normas legales respectivas

**ARTICULO 80°.** REGLAMENTOS ESTATUTARIOS: Se entiende por Reglamentos Estatutarios las normas adoptadas por la Asamblea para dar claridad y aplicación al Estatuto. Estos Reglamentos solo pueden ser reformados por una Asamblea, ordinaria o extraordinaria.

**ARTICULO 81°.** REGLAMENTOS INTERNOS: Son las normas dictadas por el Comité Ejecutivo para el funcionamiento de las comisiones permanentes o transitorias, para la realización de eventos sociales o deportivos y para la organización de otras actividades. Estos Reglamentos pueden ser reformados por el mismo Comité Ejecutivo.

## **CAPITULO XII**

### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACION**

**ARTICULO 82°.** DISOLUCION: El Club podrá ser disuelto por las siguientes causas:

- a) Por decisión de la Asamblea, acordada mediante el voto afirmativo de por lo menos las dos terceras partes de los Afiliados,
- b) Por imposibilidad de cumplir el objeto social,
- c) Por no contar con el mínimo de Afiliados Contribuyentes y Competidores requeridos para su funcionamiento, de acuerdo a lo establecido por la Liga de Futbol de Bolívar, y demás entidades que regulen la materia,
- d) Por cancelación de la Personería Jurídica, si la hubiere obtenido.

**ARTICULO 83°.** LIQUIDACION: Cuando la disolución obedezca a decisión de la Asamblea, o este órgano puede ser reunido para oficializarla, dicho cuerpo nombrará un liquidador. En caso contrario la liquidación se hará conforme a los procedimientos legales. Los activos que resulten de la liquidación y los archivos pasaran a una entidad que cumpla idénticos fines, la cual será designada por la asamblea.

Los presentes Estatutos fueron aprobados en la reunión de Asamblea celebrada en la ciudad de Cartagena de Indias, el día **XXXXXX (XX) DE XXXXX DELAÑO DOS MIL XXXXX (20XX)**.

---

**XXXXXXXX XXXXX XXXXX**

***PRESIDENTA AD-HOC.***

---

**XXXXXXXX XXXXX XXXXX**

***SECRETARIA AD-HOC.***

Congreso de Colombia. (18 de enero de 1995). Ley de fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y Sistema Nacional del Deporte. [Ley 181 DE 1995].

