



CLAWfitness

**TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS**

Responsables:

[Juan Felipe Sarmiento Cárdenas](#)
[Diego Alejandro Pacheco Sánchez](#)
[Luis Fernando Avila Saldaña](#)

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C. 2022

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
NOMBRE	3
LOGOTIPO	4
SLOGAN	4
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	5
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	6
CAPÍTULO I: PROPUESTAS DE VALOR	8
CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO	9
CAPÍTULO III: CANALES	10
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	11
CAPÍTULO V: INGRESOS	11
CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES	14
CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES	16
CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES	19
CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	20
CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	22
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	23
REFERENCIAS	24



Introducción

En el desarrollo integral de los niños y jóvenes estudiantes se busca el óptimo desarrollo cognitivo, motriz y social el cual se pretende alcanzar por medio de la formación curricular en donde ellos cuentan con las clases magistrales y de educación física que según la Ley 115 de 1994, expresa que el área de educación física, recreación y deportes origina uno de los fines de la educación colombiana, siendo una de las áreas fundamentales del currículo, pero siendo insuficiente para suplir el óptimo desarrollo de las habilidades físicas-motoras que requieren los estudiantes por lo cual se presenta la práctica deportiva complementaria en jornada extracurricular permitiendo a los estudiantes la iniciación, formación y especialización deportiva, dentro de las instalaciones de las mismas instituciones educativas.

El proyecto deportivo extracurricular pretende contribuir al mejoramiento de la práctica deportiva solucionando una de las mayores problemáticas a las que se enfrentan los estudiantes y padres de familia para organizar el tiempo y lograr practicar un deporte después de la colegiatura dado a que las distancias y la congestión en transporte entre los diferentes centros deportivos de la ciudad, las casas y las instituciones son una de las principales dificultades por la cual no se practica alguna disciplina deportiva y teniendo en cuenta que se aumentará el tiempo y costo de desplazamiento al ir centro o club deportivo, CLAW fitness ofrece la formación deportiva por medio de programas extracurriculares en diferentes disciplinas dentro de las mismas instalaciones de los colegios, optimizando el tiempo y la seguridad de los estudiantes.



Nombre

CLAWfitness se traduce a la lengua castellana significando aptitud de la garra, su tipografía es simple y se escribe sin espacios para unir los significados del fitness (aptitud física) y CLAW (garra), siendo un nombre corto llamativo y fácil tanto de pronunciar como de recordar el cual es de tipo descriptivo sobre la actividad a realizar como entidad deportiva.

Misión

CLAWfitness busca comercializar servicios deportivos extracurriculares a nivel local en los colegios privados de Bogotá por medio de programas lúdicos enfocados a la iniciación y formación deportiva en diversas disciplinas, brindando soluciones a los niños, jóvenes y padres de familia para el buen aprovechamiento del tiempo libre.

Visión

Para el 2024 CLAWfitness quiere ser una empresa consolidada en el servicio de programas deportivos en jornada complementaria de los colegios privados de Bogotá logrando la captación y ejecución del proyecto en por lo menos 15 instituciones educativas logrando a su vez la creación de equipos de formación deportiva institucional por categorías y disciplinas para la competición entre los asociados a CLAWfitness.



Logotipo

Figura 1 Logotipos de CLAWfitness



Nota: Creación propia.

CLAWfitness adopta el rostro de un perro de raza american bully para su logotipo el cual representa garra y lucha, siendo un animal doméstico de familia que, a pesar de su aspecto físico imponente, incluso fiero es muy dócil y amistoso, este logotipo es representación de la mascota de uno de los socios y cuenta con un distintivo particular de una mancha pequeña en la nariz la cual se ajusta al color del complemento del logotipo.

CLAWfitnees se representa en mayor medida por el color azul turquesa el cual se considera un color frío que expresa calma y sabiduría, acompañado de colores neutros como el negro y el blanco para resaltar el turquesa y el distintivo del logotipo siendo ideal para representar y unificar el nombre con una imagen distintiva representando energía física, bienestar, actitud y aptitud.

Slogan

“Hoy haremos lo que otros no harán para mañana conseguir lo que otros no pueden”.

- Jerry Rice (Exjugador de la NFL)



Se escoge al ver la constancia y disciplina encontrando soluciones a cada obstáculo para realizar aquello que se requiere en el día a día siendo un acta que representa el esfuerzo inmediato para el consecuente a futuro de resultados físicos, emocionales, competitivos, está inspirado en la frase célebre de Jerry Rice ex jugador de fútbol americano catalogado como el mejor receptor externo de la historia.

Fundamentación humanista

CLAWfitness fundamenta su perfil bajo la formación académica en Cultura Física, Deporte y Recreación en la Universidad Santo Tomás. Desde un comienzo enseñan a ser personas antes que profesionales. Debido a que a partir de los principios humanísticos y filosóficos de Tomás de Aquino. Esto quiere decir que los valores que más representan a CLAWfitness son:

El respeto: Kohlberg (2007) menciona que cada persona, de acuerdo a sus experiencias, conocimientos previos y desarrollo cognitivo, construye un sentido propio de los valores. Aunque a todos se enseñe que el respeto es algo deseable, y aunque todos lo aceptan como cierto, la interpretación que se haga de este valor, el sentido que le encontraremos en la vida, será diferente para cada persona.

La honestidad: Vela (2019) citando a Mendoza Y Piñango (2011) la honestidad significa que no hay contradicciones ni discrepancias entre los pensamientos, palabras o acciones. Ser honesto con el verdadero ser y con el propósito de una tarea gana la confianza de los demás e inspira fe en ellos. Honestidad significa nunca hacer mal uso de lo que se nos confió y la lealtad en todo tipo de actividades, es importante estar reconocidos como una empresa con buen ámbito colectivo e individual para ayudar a cumplir los objetivos.



La responsabilidad: Según Polo (2019) como seres humanos percibimos y somos conscientes, en distinto grado, de la existencia y sus condiciones. Y ante tal hecho, damos respuesta, sea con acciones u omisiones. Así, si nos damos cuenta del deterioro del planeta, eso mismo nos exige una respuesta personal y colectiva, por ejemplo, disminuyendo nuestra huella ecológica dejando de comprar productos que sabemos dañan al medio ambiente o quizá dejar de conducir el automóvil determinados días de la semana.

Para CLAWfitness es importante ser reconocidos como una empresa comprometida éticamente y que por medio de ella buscara ser una empresa líder en el mercado cumpliéndole a sus clientes por medio de la honestidad, respeto, responsabilidad y lealtad con ellos; además brindarles el conocimiento para desarrollar la ética, el trabajo en equipo, el compromiso, entre otros.

Como lo expresa Eudoro Rodríguez (2008) “Consiste en promover la formación integral de las personas, en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática de la sociedad y del país”

Marco normativo

CLAWfitness se rige por la Constitución Política de la República de Colombia de 1991, por sus diferentes artículos y leyes, comenzando con el artículo 52° en el cual se habla sobre el reconocimiento del derecho a todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre, entrando a profundidad en el deporte y aprovechamiento



del tiempo libre con la ley 181 de 1995 la cual es la ley del deporte el cual busca el aprovechamiento de las ya antes mencionadas basado en los la Ley que tiene por objeto general el fomento, promoción, divulgación, difusión, planificación, coordinación, ejecución y asesoramiento del deporte, la recreación y el uso del tiempo libre y el fomento de la educación extra escolar en niños, niñas y adolescentes del país.

También por medio de la resolución publicada por COLDEPORTES pero que hoy en día es MINDEPORTES Ministerio del deporte que actualmente la ministra es María Isabel Urrutia, en la cual la resolución 000231 de 2011 habla de los niveles jerárquicos que se rigen a nivel municipal que son los clubes deportivos o de promoción y los profesionales, departamental que son las ligas y asociaciones deportivas departamentales o en su caso del distrito capital y nacional que son los comités olímpicos y federaciones deportivas nacionales, además de reglamentar los requisitos que deben cumplir para su correcto funcionamiento.

Investigación de mercados

CLAWfitness ofrece servicios de accesibilidad a la práctica deportiva individual o grupal, el costo de la práctica es de \$150.000 por persona, en horario extracurricular en los diversos colegios de Bogotá contando en las mismas instalaciones educativas la posibilidad de practicar alguna disciplina deportiva, siendo una solución a los contratiempos de transporte, peligros de la calle y dando una clara optimización de tiempo a los estudiantes, brindando deportes individuales y grupales en las mismas instalaciones de la institución educativa.

De acuerdo con esto buscaremos un convenio entre el colegio y las rutas escolares para que los estudiantes puedan salir tranquilamente de sus instalaciones educativas sin ningún problema y sean llevados hasta sus casas, así ofreciendo garantía para que a los estudiantes no les pase nada malo.



Figura 2

Análisis de competencia Fundación Niños de la Esperanza



Nota: Imagen propia.

Figura 3

Análisis de competencia AEFE/ Lycée Français International de Bogotá





Nota: Imagen propia.

Figura 4

Análisis de competencia Club Deportivo Futuros Talentos



Nota: Imagen propia.



Al realizar la investigación de mercado por medio de un DOFA encontramos que son varias las falencias a la hora de prestar los servicios deportivos encontrando una amplia competencia en cuanto a clubes de fútbol algunos asociados a la liga y otros que solamente ofrecen entrenamientos por categorías pero en su mayoría sin página web o forma de comunicación con ellos para preguntar por sus servicios, así mismo se encuentran algunas entidades privadas como la fundación que brinda servicios parecidos a los de CLAWfitness pero carece de instalaciones por lo que las alquilan así mismo su razón social es sin ánimo de lucro por lo que sus programas son para población vulnerable o inscrita a la fundación, también se encuentran instituciones educativas en donde prestan espacios deportivos para torneos en fines de semana pero solamente se encontró una institución educativa con oferta oficial en la cual dieron información sobre el servicio y este resultado estar incluido en la matrícula escolar y tener una metodología totalmente diferente a la de CLAWfitness por lo que la idea de negocio de CLAWfitness involucrando los servicios deportivos y culturales asociados a los colegios dentro de sus instalaciones deportivas para los escolares es algo innovador que soluciona la problemática de sedentarrismo, seguridad y aprovechamiento de tiempo, determinando a CLAWfitness una excelente opción para presentar y ejecutar los diversos proyectos deportivos en los colegios privados de Bogotá.

CAPÍTULO I Propuestas de Valor

Propuestas de valor CLAWfitness cuenta con el servicio de programas deportivos y culturales extracurriculares que contribuye al óptimo desarrollo integral de los estudiantes, que desean realizar la práctica de un deporte durante su tiempo libre, ofreciendo la iniciación y formación deportiva dentro de las instalaciones educativas, optimizando el tiempo de los escolares y padres de familia, mejorando el aprovechamiento del tiempo libre contribuyendo



a que los niños y jóvenes estén en un espacio seguro y formativo mientras desarrollan sus capacidades físicas, cognitivas, sociales y de valores por medio de una disciplina cultural o deportiva que dentro de las ofertadas por CLAWfitness pueden ser fútbol, baloncesto voleibol, patinaje, desarrollo motor, taekwondo, tenis, artes dancísticas o teatro.

Dentro de los programas deportivos y culturales que ofrece Clawfitness se presta atención especial a las planeaciones de clase ya que desde la metodología CLAW se pretende la formación en valores la cual se basa en un desarrollo de sesión de clase enfocado a un valor específico es decir desde cualquier deporte o programa cultural se le da como objetivo al desarrollo de actividades la implementación de un valor como por ejemplo en una clase de volleyball se puede especificar el compañerismo o el respeto dando total atención a los valores en el desarrollo de cada ejercicio, cada sesión de clase cuenta con un espacio de retroalimentación sobre los conceptos vistos en clase.

CLAWfitness siempre buscará la manera de que el cliente esté satisfecho y esto se logra gracias a el servicio brindado y su accesible costo, obteniendo una buena comunicación y relación con los consumidores siempre basándose en el respeto y en la honestidad. La página web de la empresa siempre dará información concreta de quienes somos, nuestro enfoque, los lugares, socios y especificaciones sobre las actividades a realizar con foto y videos para que los estudiantes siempre estén preparados para las actividades que se vayan a desarrollar en las instalaciones.

Tipo de Propuesta de Valor

Mejora del rendimiento: CLAWfitness busca mejorar el clima laboral, buscando el cumplimiento de objetivos coordinando adecuadamente el trabajo interno de la empresa



involucrando a todos los trabajadores. De acuerdo a esto implementarlos actividades recreativas o de actividad física para la inclusión de todos los empleados fomentando la unión y el trabajo en equipo.

CAPÍTULO II Segmentos de mercado

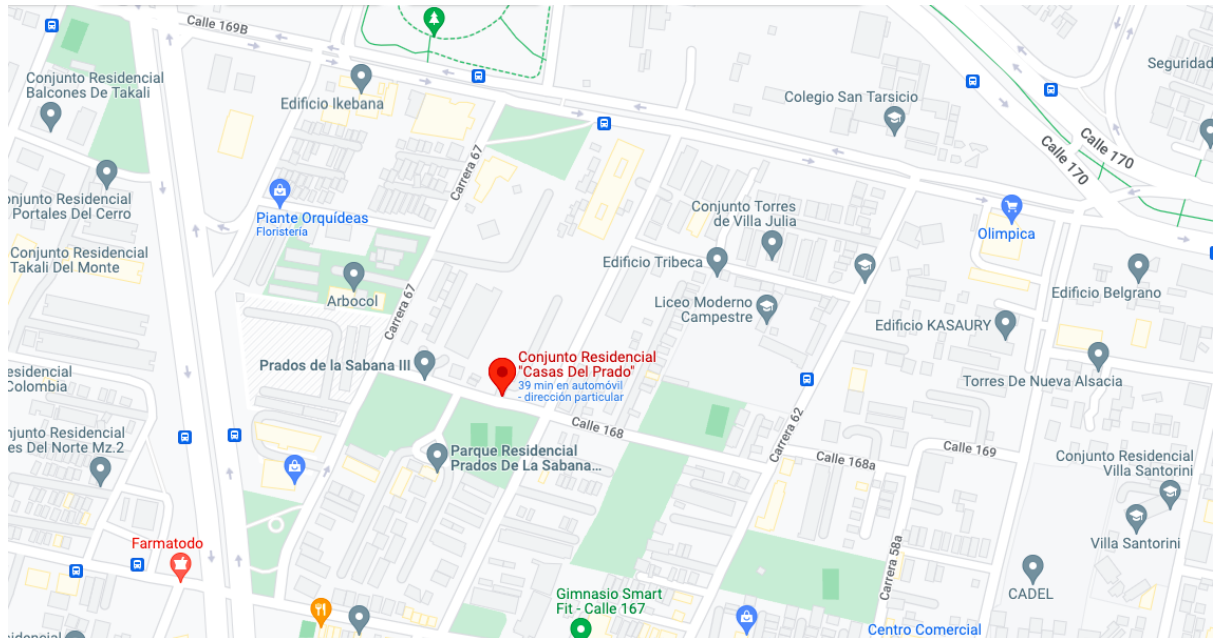
La segmentación del mercado básicamente es desglosar en segmentos más pequeños para que los compradores por medio de características, de sus necesidades y de sus requerimientos puedan ubicar la empresa necesaria para él o ella como lo dice Burke (1990) los productos que van dirigidos a los clientes según sus preferencias permitirá una mayor ganancia, de tal manera que el mercado está clasificado dentro de altamente consumidor, gracias a esto nuestro proyecto deportivo de CLAWfitness define para su nicho de mercado a los padres de familia, hombres y mujeres de entre 25 y 80 años de edad con hijos que cursen programas académicos de primaria o bachillerato en instituciones educativas privadas del norte de Bogotá que cuenten instalaciones deportivas.

Segmentación geográfica: Los consumidores potenciales de nuestro producto estarán ubicados en Bogotá D.C, capital de Colombia; exactamente en Calle 168 N° 65-50 al norte de la ciudad.



Imagen 1: Ubicación geográfica

Calle 168 N° 65-50:



Nota: Tomado de google maps.

Segmentación Demográfica: Género masculino y femenino, en colegios privados de estrato 4 y 5 con niños entre los 5 y 17 años.

Segmentación psicográfica conductual: Nuestros clientes contratan intereses: Mejorar el estilo de vida de sus hijos mediante la realización de actividades extracurriculares para el aprovechamiento de tiempo libre.

Tipo de segmento de mercado:

En CLAWfitness funciona mediante un mercado segmentado porque se enfoca en grupos específicos de personas que necesitan nuestros servicios, buscando el desarrollo integral de los niños y jóvenes estudiantes se busca el óptimo desarrollo cognitivo, motriz y social por medio de las actividades extracurriculares, brindando la mejor motivación y apoyo para



cumplir con los objetivos propuestos y satisfaciendo la necesidad de los clientes. Como lo expresaron Panzarelli y Casals (2008) “Este término empleado en el área de la mercadotecnia, se utiliza para referirse a un grupo de clientes potenciales que comparten características parecidas que los hacen receptivos a un producto o servicio en particular”.

CAPÍTULO III CANALES

Para lograr la comercialización de los servicios culturales y deportivos es necesario considerar diversas estrategias por las cuales se logra que nuestros clientes adquieran nuestra propuesta de valor por lo que se hace necesario describir la forma en la cual se darán a conocer nuestros servicios mediante el canal de distribución, siendo el más apto el canal directo y propio.

Canal directo propio:

CLAWfitness cuenta con un canal directo y propio de comercialización y un equipo de ventas que con el fin de que nuestros servicios lleguen a nuestro nicho de mercado se utilizan los recursos electrónicos y página web enlazada con las redes sociales en donde se evidencian nuestros programas y servicios detalladamente explicando la propuesta de valor, misión y visión, se encuentren medios audiovisuales de nuestras actividades y la forma de comunicación directa con CLAWfitness, que podrá ser vía correo electrónico y WhatsApp, así mismo se gestionan espacios de distribución directa por medio de intervenciones oportunas explicando el proyecto a los padres de familia en las reuniones de los colegios, en una primera instancia exponiendo el proyecto al colegio y en una segunda instancia a los padres de familia.

Fases del canal



Información: Como primera fase, la comunicación de la información será muy importante hacerla llegar a nuestros clientes y de la manera en que se hará será en primera instancia por medio de las redes sociales y la página web la cual dará una primera impresión de lo que realiza CLAWfitness, pero también es necesario el método convencional, por medio de volantes, pancartas publicitarias, tarjetas y el uso del voz a voz para así poder con los dos métodos llegar a la mayor cantidad posible de población, así mismo se destinan espacios para la exposición del proyecto tipo conferencia en las diversas reuniones de padres en los colegios.

Evaluación: En la segunda fase es importante tener una recopilación de datos que brindan los clientes como lo son las sugerencias, dudas, inconformidades también las felicitaciones y menciones que estos tienen y harán llegar estos datos por medio de una encuesta virtual en donde los clientes podrán dar su opinión de manera anónima de los servicios que brinda CLAW fitness la cual permanecerá abierta al público en todo momento a través de las redes sociales con un enlace el cual direcciona a dicha encuesta, está orientada a evaluar cualitativamente las dinámicas de sesiones, los profesores y los procesos deportivos así como aspectos administrativos.

Compra: En esta fase se dará inicio a un acuerdo en el cual se vean cómodos los nuevos clientes y con total confianza de que contrataron a una gran empresa para que sus hijos y estudiantes aprovechen al máximo su tiempo libre luego de sus clases, se firma un común acuerdo de inscripción en donde se resaltan los derechos, deberes que tienen además de un claro aspecto económico que se asume al recibir los servicios de CLAWfitness.

Entrega: En la entrega es donde CLAWfitness hace valer su seriedad como empresa y brinda los servicios tal cual fueron ofertados con las condiciones pactadas y haciendo de su valor agregado o propuesta de valor su magia para cumplir todos los acuerdos realizados en las



fases previas a esta, es en donde se le da un manejo a los canales pactados, virtuales, presenciales, las actividades pactadas con el colegio y cumplimiento de estas para que el cliente se sienta contento y seguro del proceso.

Postventa: Esta última fase en donde estará directamente proporcional con la evaluación ya que al culminar las clases hay un espacio de coevaluación, dando así la posibilidad de poder realizar la renovación de los servicios, pero dando a conocer que CLAWfitness está comprometido con el avance y no cierra la puerta a comentarios constructivos de parte de sus clientes. Además de contar con que nuestros clientes más antiguos accedan a descuentos en valores fijos dependiendo de la fidelización que han tenido con CLAWfitness, se tienen en cuenta las opiniones y se realiza una evaluación mensual, de los entrenadores y sus procesos formativos en deportes con el fin de mejorar cada aspecto, deportivo, comercial y administrativo.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

En el funcionamiento de cualquier empresa se requiere de el buen trato con los clientes para que esta tenga un correcto funcionamiento por lo que se debe distinguir y delimitar el tipo de relación con la cual los benefactores y compradores de los servicios serán tratados, siendo un aspecto fundamental en CLAWfitness por lo que la asistencia y relación con clientes será directa y de tipo personalizada.

Tipo de relación con clientes: Asistencia personalizada

En CLAWfitness pretendemos atender directamente a nuestros clientes explicando y detallando los proyectos deportivos por lo que el tipo de relación es asistencia personalizada ya que esta pretende brindar información sobre el servicio a nuestros clientes bien sea directamente en un encuentro personal o por medio de nuestros medios de comunicación en



donde los comerciales y administrativos darán respuesta a cualquier inquietud. Los programas deportivos van dirigidos a los niños y jóvenes estudiantes, por lo cual se pretende crear un servicio de iniciación y formación deportiva en diversas disciplinas que se ajusten a los requerimientos de cada participante partiendo de la formación en valores, la ludicidad, y el neuro aprendizaje aplicado a cada disciplina, haciendo programas deportivos poco convencionales y llamativos que logren la fidelización de los participantes, así mismo quienes contratan el servicio son los padres de familia siendo una relación indirecta por ser ellos quienes realizan el pago, pero sus hijos quienes reciben el servicio es decir son los beneficiarios con quienes se tendría una relación directa en las clases o sesiones de entrenamiento, en donde se establecen que un programa cultural o deportivo cuenta con un mínimo de nueve participantes y un máximo hasta de veinte, sin embargo se pretende crear un sistema de comunicación vía WhatsApp y correo electrónico para tener relación con los padres como canal de comunicación directa para cumplir con la asistencia personalizada.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Se establece los ingresos como cualquier dinero que es directamente entregado a un individuo o empresa como parte o en su totalidad del pago por el servicio prestado, de esta manera CLAWfitness obtendrá sus ingresos por medio de la suscripción del servicio.

Tipo de ingresos por suscripción

Desde la perspectiva CLAWfitness se considera un aspecto importante y fundamental la captación de dinero los cuales serán ingresos óptimos para la empresa compitiendo con los estándares de mercado y brindando una solución al contexto por lo cual se pretende cobrar directamente por el servicio brindado incursionando en la modalidad de prima suscripción ya



que se realiza un cobro mensual a los usuarios en donde este se deberá realizar de forma transaccional por nequi, daviplata o directamente el pago a la entidad.

Los servicios brindados por CLAWfitness son pagos por medio de mensualidades de suscripción a los diferentes programas en donde los clientes o usuarios realizan el pago mensual y renueven su suscripción mes a mes, siendo un estándar de precios fijos por la cantidad de clases o sesiones ofertadas en un mes, así mismo se cobra por la indumentaria necesaria de ser requerida por el usuario para el desarrollo de las actividades como uniformes y de más cumpliéndose los requisitos y requerimientos de usuarios mínimos para el desarrollo de clases se puede acceder a una suscripción semestral.

Proyección de ventas

Para CLAWfitness es indispensable contar con una proyección mensual de la venta de sus servicios para esto se parte de la base inicial que son un mínimo de cuarenta y cinco suscripciones mensuales que se distribuyen en los cuatro convenios y socios claves (los colegios descritos en asociaciones claves) en donde se impartirán los servicios de deporte extracurricular.

Tabla 1 Proyección de Ventas CLAWfitness



Proyección de ventas CLAWfitness			
Mes	Cantidad de suscripciones	Valor del servicio	Valor Total
<i>enero</i>	45	150.000	\$6.750.000
<i>febrero</i>	55	150.000	\$8.250.000
<i>marzo</i>	65	150.000	\$9.750.000
<i>abril</i>	75	150.000	\$11.250.000
<i>mayo</i>	85	150.000	\$12.750.000
<i>junio</i>	95	150.000	\$14.250.000
<i>julio</i>	105	150.000	\$15.750.000
<i>agosto</i>	115	150.000	\$17.250.000
<i>septiembre</i>	125	150.000	\$18.750.000
<i>octubre</i>	135	150.000	\$20.250.000
<i>noviembre</i>	145	150.000	\$21.750.000
<i>diciembre</i>	155	150.000	\$23.250.000
TOTAL			\$180.000.000

Nota: Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede visualizar la proyección de ventas mes a mes, teniendo en cuenta la cantidad de suscriptores, valor del servicio y valor total dependiendo de las personas inscritas casa mes

Flujo de caja:

Para el correcto funcionamiento de CLAWfitness se hace necesario realizar la gestión contable en donde se detalle los ingresos y egresos obtenidos mes a mes, descrito en este apartado como el flujo de caja en donde se consideran las ganancias obtenidas según la proyección de ventas y a este valor se le resta el valor de todos los gastos que se tienen como empresa, en donde los ingresos se sumarán las suscripciones mensuales conseguidas y esta será la fuente de ingreso por precio fijo o cargo mensual a los usuarios del servicio y los egresos serán las actividades que generen gastos como el pago de la nómina por servicios, el pago mensual de crédito, el pago por arriendo de oficinas, bodegas y servicios adquiridos como internet y planes de celular.



Tabla 2: Flujo de Caja CLAWfitness

FLUJO DE CAJA CLAWfitness					
MES	INGRESOS		EGRESOS		SALDO A FAVOR
ENERO	Aporte de usuarios por servicio	\$6.750.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.506.000	\$244.000
FEBRERO	Aporte de usuarios por servicio	\$8.250.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.506.000	\$1.744.000
MARZO	Aporte de usuarios por servicio	\$9.750.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.506.000	\$3.244.000
ABRIL	Aporte de usuarios por servicio	\$11.250.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.506.000	\$4.744.000
MAYO	Aporte de usuarios por servicio	\$12.750.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.506.000	\$6.244.000
JUNIO	Aporte de usuarios por servicio	\$14.250.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.506.000	\$7.744.000
JULIO	Aporte de usuarios por servicio	\$15.750.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.230.000	\$9.520.000
AGOSTO	Aporte de usuarios por servicio	\$17.250.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.230.000	\$11.020.000
SEPTIEMBRE	Aporte de usuarios por servicio	\$18.750.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.230.000	\$12.520.000
OCTUBRE	Aporte de usuarios por servicio	\$20.250.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.230.000	\$14.020.000
NOVIEMBRE	Aporte de usuarios por servicio	\$21.750.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.230.000	\$15.520.000
DICIEMBRE	Aporte de usuarios por servicio	\$23.250.000	Pago de nomina y manutención de la empresa	\$6.230.000	\$17.020.000

Nota: Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede visualizar el flujo de caja de la empresa mes a mes, teniendo en cuenta los ingresos de mes a mes y sus respectivos egresos dando como saldo a favor en el primer mes de \$244.000 y en el último de \$17.020.000 dando así un buen saldo a favor al paso de los meses.



CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Para lograr la comercialización de nuestros servicios se hace necesario realizar alianzas o asociaciones estratégicas con empresas dedicadas a actividades diferentes pero que se involucren o están relacionadas con nuestra idea de negocio por lo que se definen y clasifica el tipo de asociación que se tiene con las diversas entidades que podrían aportar positivamente a CLAWfitness para brindar sus servicios de la mejor manera.

Tipo de asociación clave:

En CLAWfitness es indispensable contar con una cantidad amplia de socios ya que la idea de negocio se plantea desde la asociación con las instituciones educativas, así mismo se requieren de otros socios que complementan y solventan soluciones para brindar los servicios de manera óptima determinando que para la realización del proyecto deportivo pretendido por CLAWfitness se requieren asociaciones específicas las cuales serán enumeradas y distinguidas en el siguiente cuadro:

Tabla 3 Socios Clave



SOCIOS CLAVES			
Nombre de las empresa	Dedicación de la empresa	Definición y características de asociación	Escudo / Logo
Colegio rosario santo domingo campestre.	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Gimnasio vermont	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Colegio santo tomas	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Colegio bethlemitas	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	

Colegio sagrado corazón de jesus	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Gimnasio militar de la fuerza aérea colombiana	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Colegio abraham lincoln	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Colegio maximino poitiers	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	



Liceo Juan Ramon jimenez	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Gimnasio la arboleda	Brindan servicios de colegiatura desde primer grado hasta salir bachiller académico.	Se requiere una asociación con la institución para impartir los servicios ofertados por Clawfitness en sus instalaciones.	
Independientes	profesores estudiantes de mínimo séptimo semestre o profesionales, tecnólogos en el área deportiva.	Se requiere asociarse con diversos profesores que manejen especialidades por disciplina deportiva, para la realización de clases.	NA
vintage service	empresa dedicada a marketing y mercadeo	siendo necesario para la publicidad y el manejo de las redes sociales	NA

Nota: Elaboración propia.

Tabla 4: Socios clave, proveedores de CLAWfitness

Tienda deportiva SWQ	Distribuidora de material deportivo de todo tipo en ventas al por mayor, detal y por unidad.	Necesaria la asociación para abastecer a CLAWfitness con material deportivo para la realización de sus clases, necesitando (balones, platillos y material en general.)	NA
Sporting services	Empresa deportiva dedicada a la administración y servicios deportivos de diversos clubhouses de conjuntos residenciales.	Esta empresa cuenta con profesores de diversas modalidades específicas en acuáticos calificados los cuales pueden dictar clases en CLAWfitnees en caso de requerir algún reemplazo.	
DECATHLON	Distribuidora de material deportivo de todo tipo en ventas al por mayor, detal y por unidad.	Necesaria la asociación para abastecer a CLAWfitness con material deportivo para la realización de sus clases, necesitando (balones, platillos y material en general.)	

Nota: Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede visualizar los futuros asociados claves que son los colegios con espacios adecuados para la realización y préstamo de los servicios mensuales además de la empresa dedicada a marketing y mercadeo.

CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVE



Para CLAWfitness es importante mencionar los recursos clave que serán de gran utilidad durante el proyecto, los recursos físicos, tecnológicos y de talento humano estarán enmarcados como pilares fundamentales para que CLAWfitness cumpla con lo establecido para dar el mejor servicio en cada segmento de mercado y brindar un gran proceso con los socios que serían los colegios.

Para los recursos físicos que forman parte de CLAWfitness son aquellos con los que se cuenta para la realización de las actividades extracurriculares, por ende, CLAWfitness contará con el suficiente material como lo son balones, platillos, conos, entre otros y con ellos buscará la realización de las actividades, además de contar con oficina y bodega independiente en donde se podrá brindar asesoría y apoyo a quienes se quieran unir con el proyecto. “Entre los recursos físicos tangibles están la localización y dimensión de las plantas de producción, la distribución en planta o layout más o menos flexible, las instalaciones y equipos productivos, y los recursos para el aprovisionamiento.” Arranz (2000)

CLAWfitness cuenta con personal capacitado en donde los recursos humanos estarán orientados mediante de sus trabajadores y empleados que hacen parte de CLAWfitness y que realizan el plan de acción, en este caso la cabeza principal estará dirigida por futuros profesionales de Cultura Física, Deporte y Recreación. Por otra parte, CLAWfitness contará con abogado, community manager, contador y entrenadores para completar el equipo de talento humano. “Son ejemplos típicos de recursos intangibles humanos el oficio, experiencia y habilidad de los empleados, y la cultura que oriente, motive y comprometa a los empleados. Dentro de los recursos intangibles técnicos estarían el dominio de tecnologías concretas, la rapidez de respuesta a los cambios del entorno a través de un potencial de innovar y buena información comercial de las necesidades del mercado y del comportamiento del consumidor, así como una buena relación con los proveedores y clientes” Arranz (2000)



Para CLAWfitness contar con recursos tecnológicos es de suma importancia debido a que todos los canales de comunicación radican en ellos por los cuales se solucionarán dudas, se llevarán evidencias de los procesos brindados a nuestros clientes y este se juntará con los procesos económicos de CLAWfitness, los cuales mostrará los ingresos y egresos, el flujo de caja y en donde se verá reflejada la inversión inicial.

Tabla 5: Recursos De CLAWfitness

RECURSOS DE CLAWfitness					
TIPO DE RECURSO	ELEMENTOS	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FÍSICOS	oficina	1	Espacio destinado como lugar de trabajo con entorno administrativo, de atención y gestión	\$300.000	\$300.000
	bodega	4	Necesaria para guardar el material deportivo en cada locación	\$80.000	\$320.000
	espacios deportivos	4	Según la asociación y convenio que se logre con los colegios para el uso de sus espacios (se estima un valor mensual)	\$300.000	\$1.200.000
	balones de fútbol	30	Tulas de balones tipo golty universal #3 termo sellados	\$70.000	\$2.100.000
	bolas de basketball	30	Bola tipo cemento marca molten apto para formación	\$60.000	\$1.800.000
	balones de volleyball	30	Balones marca molten tipo suave amateur para formación	\$65.000	\$1.950.000
	discos de ultimate	20	Discos universales de ultimate tipo frisbee de marca nacional	\$40.000	\$800.000
	platillos pvc	100	Platillos semi duros tipo pvc de diversos colores con hueco	\$2.800	\$280.000
	conos	70	Conos tipo vaya de diversos tamaños y colores en pvc	\$5.000	\$350.000
	vallas	20	Vallas standar multiusos para niños	\$8.000	\$160.000
	estacas	18	Estacas de piso y grama multiusos con base	\$10.000	\$180.000
	aros circulares	30	Aros sencillos circulares de diversos tamaños	\$5.000	\$150.000
	aros plegables	10	Aros tipo hexágono plegables multiusos	\$9.000	\$90.000
	balón medicinal	3	Balones de peso de 3kg	\$39.000	\$117.000
	fitball	2	Bola plastica grande de gimnasia	\$30.000	\$60.000
	superficie inestable	2	Lenteja de inestabilidad marca miyagi	\$37.000	\$74.000
	juego de elasticos	5	De diversos colores y resistencias con agarres para cintura, pies y manos	\$26.000	\$130.000
	pelotas de tenis	15	Pelotas recreativas tipo amateur	\$8.000	\$120.000
	paletas de ping pong	6	Raquetas marca miyagi	\$16.000	\$96.000
	escaleras de coordinacion	4	Escaleras 8 y 12 pasos plegables con tela y plástico	\$20.000	\$80.000
	báscula	1	Báscula de medición de kg, %agua, %grasa corporal.	\$100.000	\$100.000
	pendon publicitario	4	Pendón de propaganda fijo	\$100.000	\$400.000
	botiquín de emergencia	4	Botiquin primeros auxilios	\$25.000	\$100.000



TECNICOS Y TECNOLOGICOS	computadora personal	1	Computadoras portátiles marca toshiba para empresa	\$1.700.000	\$1.700.000
	celulares	2	Celular xiaomi redmi note 8 pro 64gb	\$700.000	\$1.400.000
	plan de celular	2	Planes minutos e internet 40GB claro Colombia	\$42.000	\$84.000
	plan de internet wifi para la oficina	1	Paquete claro empresarial con router.	\$80.000	\$80.000
	paquete empresarial básico microsoft 365	1	Servicios de word, excel, etc más los beneficios del paquete empresarial (almacenamiento, correo, etc)	\$26.568	\$26.568
TALENTO HUMANO	entrenadores deportivos	4	Entrenadores especializados para los requerimientos de CLAWfitness (se estiman 4 clases por semana pagas a 40.000)	\$480.000	\$1.920.000
	community manager	1	Encargado en general de la publicidad y redes sociales de la empresa	\$1.200.000	\$1.200.000
	contador	1	Se requiere por prestación de servicios o obra labor	\$400.000	\$400.000
	abogado	1	Se requiere en aspectos legales siempre cuando sea necesario, se paga por sus servicios cuando se requiera	\$500.000	\$500.000
OTROS	póliza de seguros de actividad física seguros del estado	1	Póliza de responsabilidad empresarial de seguros del estado	\$1.600.000	\$1.600.000
INVERSIÓN INICIAL					\$19.867.568

Nota: Elaboración Propia.

Tomando en cuenta la prevención de riesgos se deja un rubro económico para imprevistos el cual corre por parte de los inversionistas y dueños que son los socios igualitarios del proyecto CLAWfitness siendo Juan Sarmiento, Luis Avila y Diego Pacheco, los que deberán responder por la suma de un millón de pesos por persona para cualquier situación que se presente, siendo este un monto de común acuerdo que suscribe de manera verbal sin tenerse en cuenta dentro de la inversión inicial por estar dentro de posibilidades de situaciones que comprometan la inversión y el funcionamiento de la empresa pudiendo cada socio obtener el dinero de manera fácil con acceso de su capital para destinarlo a alguna situación variable.

Tabla 6: Gastos imprevistos por variables inesperadas

GASTOS IMPREVISTOS POR VARIABLES INESPERADAS			
SOCIOS	MONTO	ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Juan Felipe Sarmiento Cardenas	\$1'000.000	Dinero de capital propio, ahorros personales para uso de imprevistos	\$3'000.000
Luis Fernando Avila Saldaña	\$1'000.000	Dinero de capital propio, ahorros personales para uso de imprevistos	
Diego Alejandro Pacheco Sanchez	\$1'000.000	Dinero de capital propio, ahorros personales para uso de imprevistos	



Nota: Elaboración Propia.

CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Para qué CLAWfitness funcione correctamente, se deben tomar ciertos pasos importantes; Estas actividades clave tienen lugar en el mercado y son necesarias para desarrollar e innovar la prestación de servicios. Un modelo de negocio analiza capacidades como recursos y actividades clave en la cadena de valor (Flores, 2015), por lo que es importante interpretar qué tipo de actividades clave se pretenden realizar en esta idea de negocio.

Dentro de la idea de negocio de CLAWfitness se pretende dar solución a una problemática circunstancial adaptada al contexto social de Bogotá por lo cual se pretende impactar a la población relacionada con el sector educativo por medio de la proposición, ejecución y evaluación de procesos y actividades deportivas de formación en horarios extra curriculares, de este modo se considera importante y necesario contar con un amplio portafolios de servicios los cuales son dependientes de la cantidad de participantes para poder ejecutarse y obtener tanto la ganancia como el objetivo final del proceso de formación deportiva.

El portafolio de servicios que ofrece CLAWfitness cuenta con actividades deportivas cualquier disciplina siempre y cuando se complete el número necesario de participantes que en cualquier circunstancia será de un mínimo de 9 participantes por mes en la disciplina específica, al cumplirse este cupo se podrá ejecutar la clase o sesión de entrenamiento obteniendo ganancias y pudiendo cumplir con los objetivos deportivos y culturales, todos los programas se imparten bajo la metodología CLAWfitness que enfoca el desarrollo de las sesiones de clase bajo la implementación de valores, primando las actividades lúdicas, y aplicando conceptos de neuro aprendizaje, en cada clase se planea para desarrollar estos tres aspectos, las actividades del portafolio ofertadas son:



- Fútbol en iniciación y formación deportiva
- Voleibol en iniciación y formación deportiva
- Baloncesto en iniciación y formación deportiva
- Patinaje en iniciación y formación deportiva
- Desarrollo motor enfocado en el desarrollo corporal y mental tomando como base las capacidades físicas coordinativas (ritmo, equilibrio, reacción, orientación, etc) y condicionales (fuerza, resistencia, velocidad, flexibilidad.)
- Taekwondo en iniciación y formación deportiva
- Tenis en iniciación y formación deportiva
- Artes dancísticas en formas de movimiento y coordinación rítmica
- Teatro enfocado a las artes escénicas y la representación de historias.

Para la ejecución de cada sesión de entrenamiento se dispone de una planeación previa que dicte el debido desarrollo de la misma con las actividades a ejecutarse, al ser CLAWfitness una empresa dedicada al aprovechamiento del tiempo libre de los escolares estos programas deportivos tendrán un enfoque de formación integral general y específica en valores.

Tipo de actividades clave:

CLAWfitness ofrece actividades deportivas las cuales el conjunto de acciones relacionadas con la práctica metódica del ejercicio físico, que tiene como finalidad superar una meta o vencer a un adversario en competencia sujeta a reglas establecidas, por otro lado, tenemos las actividades culturales como el arte las cuales favorecen el desarrollo motor, lingüístico, cognitivo, social y emocional de los niños. Podemos definir como arte cualquier actividad realizada por un ser humano con un fin comunicativo o para expresar ideas o emociones por lo que para llegar a comercializar de manera el servicio de CLAWfitness también se distinguen actividades importantes tales como:



- Conseguir audiencia en los colegios para exponer el proyecto deportivo.
- Crear portafolio de servicios y exponerlo en los colegios.
- Delimitar la metodología con los entrenadores en reuniones de creación de mesociclos.
- Llevar un control basado en planeaciones de clase para dar sustento a las actividades y el servicio brindado.

CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

En este apartado hay que tener en cuenta todos aquellos factores dentro de nuestro modelo de negocio que suponen un coste para nosotros. Se determinará si los objetos son de un costo variable o fijo, dando así un seguimiento a los elementos que estarán con un costo variable debido a que esta inversión se realizará al momento de iniciar con el proyecto y no será un gasto de mes a mes como el costo fijo.

Tabla 7: Tabla De Costos



TABLA DE COSTOS						
ELEMENTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS DE UNICO PAGO INVERCION INICIAL
oficina	1	\$300.000	\$300.000	x		
bodega	4	\$80.000	\$320.000	x		
espacios deportivos	4	\$300.000	\$1.200.000	x		
balones de fútbol	30	\$70.000	\$2.100.000			x
bolas de basketball	30	\$60.000	\$1.800.000			x
balones de volleyball	30	\$65.000	\$1.950.000			x
discos de ultimate	20	\$40.000	\$800.000			x
platicos pvc	100	\$2.800	\$280.000			x
conos	70	\$5.000	\$350.000			x
vallas	20	\$8.000	\$160.000			x
estacas	18	\$10.000	\$180.000			x
aros circulares	30	\$5.000	\$150.000			x
aros plegables	10	\$9.000	\$90.000			x
balón medicinal	3	\$39.000	\$117.000			x
fitball	2	\$30.000	\$60.000			x
superficie inestable	2	\$37.000	\$74.000			x
juego de elasticos	5	\$26.000	\$130.000			x
pelotas de tenis	15	\$8.000	\$120.000			x
paletas de ping pong	6	\$16.000	\$96.000			x
escaleras de coordinacion	4	\$20.000	\$80.000			x
báscula	1	\$100.000	\$100.000			x
pendon publicitario	4	\$100.000	\$400.000			x
botiquín de emergencia	4	\$25.000	\$100.000			x
computadora personal	1	\$1.700.000	\$1.700.000			x
celulares	2	\$700.000	\$1.400.000			x

plan de celular	2	\$42.000	\$84.000	x		
plan de internet wifi para la oficina	1	\$80.000	\$80.000	x		
paquete empresarial básico microsoft 365	1	\$26.568	\$26.568	x		
entrenadores deportivos	4	\$480.000	\$1.920.000		x	
community manager	1	\$1.200.000	\$1.200.000	x		
contador	1	\$400.000	\$400.000		x	
abogado	1	\$500.000	\$500.000		x	
póliza de seguros de actividad física seguros del estado	1	\$1.600.000	\$1.600.000	x		
TOTAL DE GASTOS PARA INICIAR EL PROYECTO DESDE EL MES 1.					\$19.867.568	

Nota: Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede visualizar los costos para poder iniciar la empresa mostrando cuáles son los costos variables y fijos logrando dar un total para dar inicio de \$19.867.568



Tabla 8: Costos Variables.

Costos Variables			
ELEMENTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
botiquín de emergencia	4	\$25.000	\$100.000
computadora personal	1	\$1.700.000	\$1.700.000
celulares	2	\$700.000	\$1.400.000
entrenadores deportivos	4	\$480.000	\$1.920.000
contador	1	\$400.000	\$400.000
abogado	1	\$500.000	\$500.000
TOTAL			\$6.020.000

Nota: Elaboración Propia.

Al realizar la tabla de costos variables se puede visualizar los costos variables de CLAWfitness sumados dan un total de \$6.020.000 lo que representa gastos mensuales que pueden variar según la cantidad de servicios, o requerimientos de personal como el abogado o el contador .

Tabla 9: Costos Fijos.

Costos Fijos			
ELEMENTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
oficina	1	\$300.000	\$300.000
bodega	4	\$80.000	\$320.000
espacios deportivos	4	\$300.000	\$1.200.000
plan de celular	2	\$42.000	\$84.000
plan de internet wifi para la oficina	1	\$80.000	\$80.000
paquete empresarial básico microsoft 365	1	\$26.568	\$26.568
community manager	1	\$1.200.000	\$1.200.000
póliza de seguros de actividad física seguros del estado	1	\$1.600.000	\$1.600.000
		TOTAL	\$4.810.568

Nota: Elaboración Propia.



En la tabla anterior se puede visualizar los costos fijos que sumados dan un costo de \$4.810.568 que sumando con los costos variables y de inversión dan el resultado para poder dar inicio con el proyecto.

Se realizó el punto de equilibrio, que este demuestra el valor aproximado de las ventas necesarias para determinar el valor requerido para cumplir con el objetivo a corto y largo plazo del proyecto, CLAWfitness cuenta con un punto de equilibrio de 138 personas que equivalen a \$20.700.000 mensuales.

Tabla 10: Tabla de Gastos de inversión anual.

Gastos de inversión anual					
ELEMENTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL DE UNIDADES REQUERIDAS	VIDA UTIL ESTIMADA SEGUN EL ESTATUTO TRIBUTARIO (AÑOS)	TASA DE DEPRECIACIÓN FISCAL ANUAL
balones de fútbol	30	\$70.000	\$2.100.000	5	20%
bolas de basketball	30	\$60.000	\$1.800.000	5	20%
balones de volleyball	30	\$65.000	\$1.950.000	5	20%
discos de ultimate	20	\$40.000	\$800.000	5	20%
platillos pvc	100	\$2.800	\$280.000	5	20%
conos	70	\$5.000	\$350.000	5	20%
vallas	20	\$8.000	\$160.000	5	20%
estacas	18	\$10.000	\$180.000	5	20%
aros circulares	30	\$5.000	\$150.000	5	20%
aros plegables	10	\$9.000	\$90.000	5	20%
balón medicinal	3	\$39.000	\$117.000	5	20%
fitball	2	\$30.000	\$60.000	5	20%
superficie inestable	2	\$37.000	\$74.000	5	20%
juego de elasticos	5	\$26.000	\$130.000	5	20%
pelotas de tenis	15	\$8.000	\$120.000	5	20%
paletas de ping pong	6	\$16.000	\$96.000	5	20%
escaleras de coordinacion	4	\$20.000	\$80.000	5	20%
báscula	1	\$100.000	\$100.000	5	20%
pendon publicitario	4	\$100.000	\$400.000	5	20%
botiquín de emergencia	4	\$25.000	\$100.000	5	20%
computadora personal	1	\$1.700.000	\$1.700.000	5	20%
celulares	2	\$700.000	\$1.400.000	5	20%
TOTAL DE GASTOS DE INVERSIÓN ANUAL CLAWfitness				\$12.237.000	

Nota: Elaboración propia.



Para el inicio del proyecto CLAWfitness se establecen los costos de material deportivo, tecnológico y de comunicación como costos de inversión inicial que no están descritos en los costos fijos ni variables ya que son gastos que se realizan una vez para dar inicio al funcionamiento y se renuevan o aumentan según la necesidad de la empresa como adquisición de más cantidades por desarrollo y crecimiento o abastecimiento según el deterioro de cada recurso, estos elementos tiene una vida útil estimada y no están exentos de robo, pérdida o daño por condiciones de uso, basado en la tasa de depreciación propuesta por el gobierno colombiano según el artículo 137 se establece que los artículos encontrados tienen una durabilidad de cinco años con una depreciación anual del veinte por ciento por uso.

Tabla 11: Depreciación y Amortización.

Depreciación y Amortización		
Gasto de inversión	Depreciación	Amortización
\$12.237.000	\$1.019.750	\$1.019.750

Nota: Elaboración propia.

Para determinar el valor de depreciación de los activos que serán contemplados a largo plazo para ser reabastecidos por uso, pérdida o robo se tomó en cuenta que estos son diversos y varían según su condición ya que unos se usan más que otros y su utilidad en tiempo es indefinida por condiciones variables, debido a esto se dio como punto de partida el gasto total de la suma de los recursos requeridos y se dividieron en la proyección de la empresa la cual es anual (1) es decir doce (12) meses dando un valor de \$1.019.750 por consiguiente una amortización de \$1.019.750 valor el cual se tendrá en cuenta para que al cumplir la vida útil o de requerir más material conste en el libro contable cuánto es el total de los activos de CLAWfitness y en qué promedio se debe hacer la compra de el recurso requerido, teniendo



en cuenta la proyección de los 12 meses se tomará un 10% de las ganancias para reinversión con el fin de comprar material desgastado y hacer abastecimiento de los recursos de la inversión inicial.

Egresos:

Dentro del funcionamiento de cualquier empresa se tienen gastos para poder desarrollar las actividades comerciales, para CLAWfitness, los gastos son fijos mensuales por dedicarse a la comercialización de servicios, siendo algo intangible que no tiene un costo fijo de producción, pero sí de sostenimiento y de funcionamiento, para lo cual se estiman los gastos totales de la empresa.

Tabla 12: Tabla de Egresos

TABLA DE EGRESOS			
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	TOTAL EGRESOS MENSUALES
oficina	servicios públicos y costes de la misma	\$300.000	\$6.506.000
bodegas	arriendo de espacio físico para guardar material deportivo	\$400.000	
espacios deportivos	alquiler y/o negociación de los espacios deportivos con los colegios (socios clave)	\$1.500.000	
plan de celular	plan regular de claro colombia	\$420.000	
plan de wifi	incluido en el paquete empresarial de claro colombia	\$80.000	
paquete de windows	suscripción anual debitada a meses de funcionamiento	\$10.000	
nomina	pago de 4 entrenadores por prestación de servicios según la cantidad de clases dictadas por mes, se estiman 3 clases por semana para un total de 12 semanales. cada clase se paga en \$40.000	\$1.920.000	
	pago de community manager contrato laboral a término indefinido	\$1.200.000	
póliza de seguros	seguros de vida y accidentalidad por práctica deportiva con seguros del estado se adquiere anualmente en \$1.600.000 y se difiere a pago en seis meses con tasa interés de 3.5 (\$56.000 sobre el valor inicial) pagando en total \$1.656.000	\$276.000	
publicidad pagada	pagos a plataformas digitales según requerimientos del community manager	\$400.000	

Nota: Elaboración propia.



En la tabla anterior se puede visualizar los egresos o dinero de los gastos son fijos mensuales por dedicarse a la comercialización de servicios, siendo algo intangible que no tiene un costo fijo de producción, pero sí de sostenimiento y de funcionamiento, para lo cual se estiman los gastos totales de la empresa que mensualmente sería de \$6.506.000

CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera forma parte del proceso de toma de decisiones de una entidad, mediante la cual se realiza un análisis económico de sensibilidad de un determinado período de tiempo, para estudiar los costos y beneficios de los diversos proyectos y alternativas de inversión a corto plazo y largo plazo.

Se realiza una TIR (Tasa Interna de Retorno) la cual evidencia el porcentaje de beneficio o pérdida del proyecto en una determinada proyección de ventas estimadas en el año, realizando los cálculos CLAWfitness cuenta con una TIR de 88.8% siendo equivalente en dinero a \$15.978.826 lo cual que permite cumplir la validez de la empresa.

Se calcula con VPN (Valor Presente Neto) que según Arturo (2001) citando a Baca (1996) “pone en pesos de hoy tanto los ingresos como los egresos futuros, lo cual facilita la decisión desde el punto de vista financiero, de realizar o no un proyecto.” en el cual en CLAWfitness un total de \$1.268.795 Pesos validando la viabilidad del proyecto, confirmando el análisis con la TIR.

Tabla 13: Datos de TIR, VPN y Punto de equilibrio.

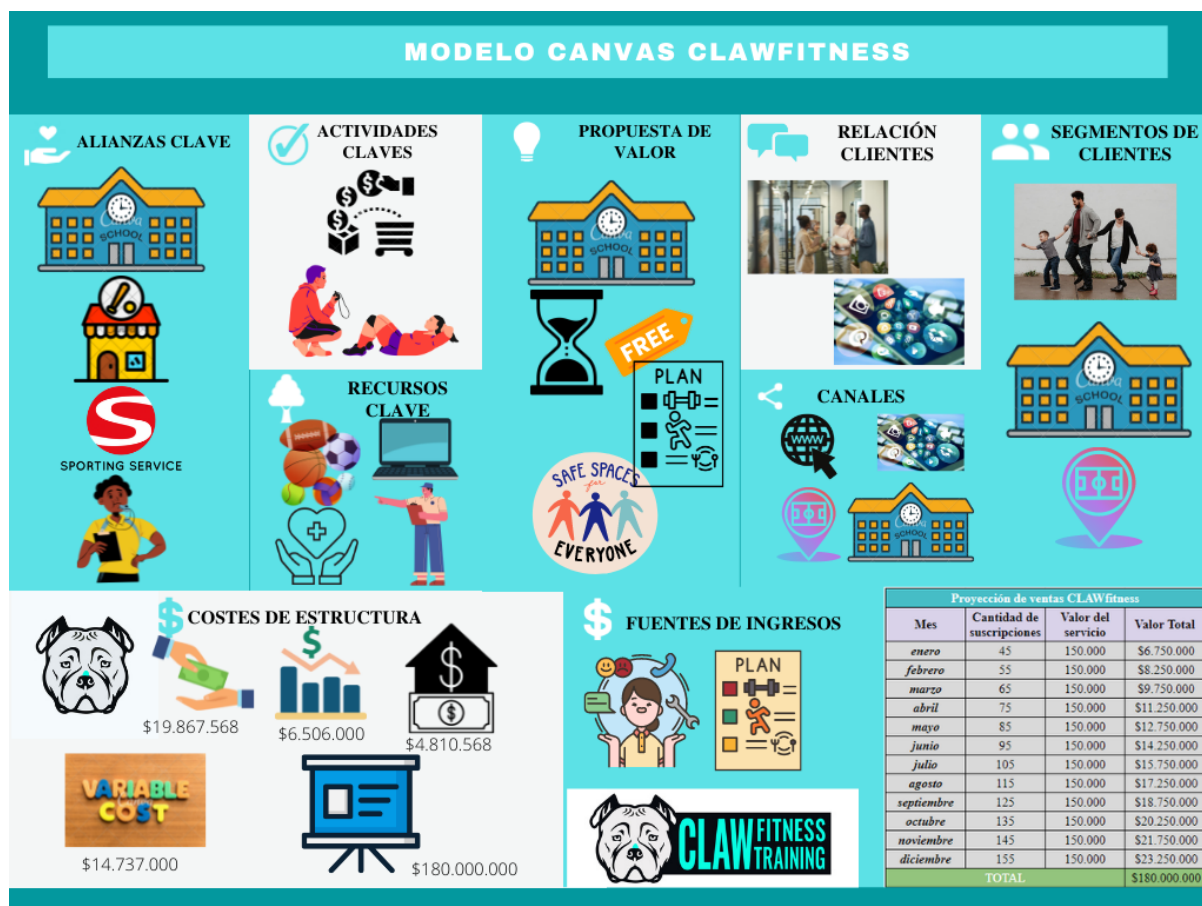


# DE MESES	12		TIR	88.8% anual	
INVERSIÓN INICIAL	\$19.867.568				
VPN	\$1.268.795		PUNTO EQUILIBRIO	En dinero	\$20.700.001
TASA INTERES	10%			En servicios	138

Nota: Elaboración propia

Tabla 14: Modelo canvas CLAWfitness





Nota: Elaboración propia

Entrega Turnitin

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	Calificación	Nota general
Ver recibo digital	CLAW	1937901203	28/10/2022 10:21	15%	N/A	-- Entregar Trabajo --

REFERENCIAS



- Alvídrez, M. S. U., Soto, D. E. R., & Ramos, G. J. G. (2016). La práctica del valor del respeto en un grupo de quinto grado de educación primaria. *Ra Ximhai: revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible*, 12(6), 187-204. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194012.pdf>
- Burke, J. (1990). Segmentación de mercados: la clave para el éxito en la promoción turística. *Papers de Turismo* (3). <https://conalepmorelos.edu.mx/temixco/actividades/descargas/Lectura%205.%20Segmentaci%C3%B3n%20de%20Mercados%20la%20Clave%20para%20el%20%C3%89xito%20en%20la%20Promocion%20Tur%C3%ADsticaok.pdf>.
- De Viteri Arranz, D. S. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 6(3), 71-86. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/187780.pdf>
- Flores, J. G. (2015) Actividades y recursos clave de la cadena de valor del turismo médico: percepciones de los directores de hospitales privados en Guadalajara, Jalisco. DIRECTORIO DE LA ACADEMIA MEXICANA DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA CONSEJO DIRECTIVO 2012-2015, 526. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48389537/La_construccion_del_espacio_turistico-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1664488073&Signature=abl0zs7K2g~L70LZYREstpEN4n~oCvCDIhwKmcASxAKTuiK~dzJk4fMkNRfNaAPcpXEf8eXKFzF2OJmiQzTN7x5YtQ~zGjDIItq~vYskDVxetN364TZkIgcjflAcE~b26B0kjHxk8RZ0nt7aORD~khjYmiZs8V0r0woBrgcoq-6Ez~mChr8RezTltBOtYdRlO2YOl-c~vkRws8bll~nKYmuP-rBYW1mW8UZzHX-mQt~sctPQrZHPrUGkYewJ5~sDbnv47878phazn8DfHPNYSQTK81xFQvPnwiw~cPFLNSsu3sXKvPRLzcao8qRYO09q0zmXgcPRJIvopPdzdZdn~YQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=526
- Guilian Vela Soria, G. (2019). El valor de la honestidad en el nivel inicial. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/1623/VELA%20SORIA,%20GUILIAN.pdf?sequence=1>
- Ministerio de Educación Nacional. (1994). Serie Lineamientos Curriculares Educación Física, Recreación y Deporte. Ley General de Educación. (P6). https://www.mineduacion.gov.co/1780/articles-339975_recurso_10.pdf
- Pinasa.V. (2015). Las problemáticas actuales de la educación física y el deporte escolar en España. *Revista española de educación física y deportes*. (411). Pág-53. <http://www.reefd.es/index.php/reefd/article/view/114/111>
- Panzarelli, A., & Casals, J. P. (2008). Nicho de mercado. *Dermatología Venezolana*, 46(1). <http://revista.svderma.org/index.php/ojs/article/view/74/74>
- Quiroz. J. (N.P). Legislación Deportiva en Colombia. *Indeportes Antioquia*. <https://www.indeportesantioquia.gov.co/imagenes/originalpdf/6673LEGISLACIONDEPORTIVA-INDEPORTES.pdf>.



- Rodríguez Albarracín, Eudoro (2008). ¿Qué es el humanismo? Problemática de la formación humanística. Análisis. Revista Colombiana de Humanidades, (72),89-104. ISSN: 0120-8454. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515551759007>
- Sacco, F. (2009). Responsabilidad, responsabilidad social y Responsabilidad social universitaria, Perspectivas de tres conceptos. *Visión gerencial*, (2), 383-397. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545881015.pdf>
- UCP, C. A. (2001). El significado del valor presente neto y su importancia como criterio para evaluar económicamente proyectos de inversión. Revista Páginas, 48-54. <https://revistas.ucp.edu.co/index.php/paginas/article/view/2399/2215>

