

C.H ADMIN.

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESA ELABORADO POR:

EDUARDO PERDOMO GUTIERREZ cód. 2157052

JUAN SEBASTIAN ROMERO SALAMANCA cód. 2147826

MATEO LOPEZ USECHE cód. 2157059

TRABAJO PRESENTADO A:

ALEJANDRO DIAZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN

BOGOTÁ

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
LOGO.....	4
SLOGAN.....	4
MISIÓN.....	5
VISIÓN.....	5
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	5
MARCO REFERENCIAL.....	7
INVESTIGACIÓN CLUBHOUSE.....	12
SEGMENTOS DE MERCADO.....	13
PROPUESTA DE VALOR.....	13
CANALES.....	17
2.1 Tipos de canales.....	17
2.2 Proyección de la empresa.....	18
RELACIÓN CON LOS CLIENTES.....	19
INGRESOS.....	20
3.1 Precios del servicio.....	21
3.2 Materia Prima.....	22
RECURSOS CLAVES.....	25
ACTIVIDADES CLAVES.....	27
ASOCIACIONES CLAVES.....	29
ESTRUCTURA DE COSTOS.....	30
EVALUACIÓN DE IMPACTO.....	33
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38

INTRODUCCIÓN

Los Club House se construyeron a las afueras de la ciudad provistos con equipos deportivos (gimnasios, canchas de tenis, fútbol, baloncesto, voleibol, piscinas). Creadas por el incremento de la inseguridad en los años 70, de ahí se multiplicó y democratizó con la aparición de barrios cerrados para así nacer el concepto de conjunto residencial, para así aplicar el club house y generar comodidad en los habitantes de los conjuntos. Eure.(2005). En Colombia, el concepto de club house es relativamente nuevo, según Garcés, c.(2003), las inmobiliarias apenas exploraban el uso de el club house, en Colombia a principios de los años noventa, Eure.(2005).

El club house garantiza privacidad y tranquilidad con el objetivo de tener todos los servicios en un lugar, economizando y facilitando la accesibilidad de todas las actividades, esto hace entender que su finalidad es ofrecer un servicio sin tener que ir a otro lugar, pero según Martínez, L(2015) no se utilizan las instalaciones o infraestructura por falta de conocimiento o por no contar con un profesional que lo pueda asesorar, aunque se cuente con estos espacios.

C.H ADMIN tiene como finalidad, brindar a las personas que habitan en los conjuntos residenciales con instalaciones recreativas y deportivas, planes enfocados al aprovechamiento del club house. Prestar servicios de administración y gestión de los escenarios e instalaciones, como orientadores, formadores, entrenadores de iniciación y formación de manera permanente en deportes como natación, fútbol, baloncesto y salas de musculación en el espacio de gimnasio; además de hacer uso de la recreación para utilizar los espacios en vacaciones recreativas e incluso eventos de integración comunal. Dependiendo de los escenarios que disponga la unidad residencial y la capacidad de adquisición de la junta de administración de cada conjunto y sus necesidades.

NOMBRE DE LA EMPRESA:

C.H ADMIN

LOGO**Significado**

Color verde: tranquilidad, libertad y armonía

Color rojo: trabajo, determinación

Forma: una forma relacionada con el tejado de una casa haciendo referencia a la vivienda y una cancha dentro de ella mostrando el servicio deportivo que se va a prestar.

Monograma con las iniciales de club- house- administración

SLOGAN

Significado: C.H ADMIN. Es calidad de vida, comodidad y unión dentro del club house.

MISIÓN

C.H ADMIN busca ser una empresa fundamentada en pensamiento humanista, especializada brindar servicio, confort y esparcimiento, mediante procesos de gestión deportiva y administración del club house, que a su vez mediante la enseñanza-aprendizaje de actividad física, deporte y aprovechamiento del tiempo libre, se ofrezca bienestar, con el propósito de incentivar un estilo de vida saludable y mejorar la calidad de vida de los residentes del club house.

VISIÓN

C.H ADMIN pretende ser una de las mejores empresas optimizadoras de gestión deportiva y administración de escenarios deportivos de nuestros clientes, los clubes house, en las localidades de Usaquén y suba, en la ciudad de Bogotá. Con el fin de ofrecer un espacio de transformación social responsable para los usuarios de los servicios y sostenible frente a la gestión y ala administración de los escenarios deportivos, en procura del bien común de los usuarios, empleados y a la empresa en virtud de garantizar una mejor calidad de vida, para los clientes.

FUNDAMENTACIÓN HUMANÍSTICA

Teniendo como referente los contenidos propuestos por la vicerrectora general de la Universidad Santo Tomás, la cual en su política curricular (2004) en la cual se plantea diferentes objetivos que enmarcan de manera crucial el concepto de humanismo y la aproximación a una realidad semejante a este.

De esta manera se relaciona la fundamentación humanista de la USTA. iniciando por comprender la vida humana junto con su realidad, ya que es precisamente el aporte que se quiere lograr con la población de los conjuntos residenciales que en sus instalaciones cuentan con áreas aptas para un desarrollo humano y social íntegro. Integrar el objetivo del humanismo para posibilitar una calidad de vida que sea favorable para el ser humano en general.

Por otro lado el comprender una realidad, para desarrollar a plenitud el plan de negocio de manera ética y profesional.

Por último el poder relacionar o integrar el hacer con una intención de fidelización, que permita que los consumidores del servicio que brinda C.H ADMIN, prefieran la calidad y trato humanista que este les brinda, en cada uno de sus planes forma de gestionarlos.

El valor de C.H ADMIN, se encuentra en su fundamentación, la cual se basa en la prestación de un servicio que ayudará a mejorar la calidad de vida de un grupo poblacional, que como copropietario de un espacio en conjunto con otros, podría darle un valor agregado a su vivienda, no solo en lo económico, también en lo que a valores y convivencia refiere. para convertirse en una proyección de lo que verdaderamente deje ver:

“Lo que es ser humano y poder tratar a un semejante de la misma manera”

La Universidad Santo Tomás, dentro de los contenidos profesionales, ofrece una formación integral que permite al estudiante reconocerse a sí mismo como ser humano, con una tarea específica para realizarse como persona y crear unas relaciones más humanas y justas con el entorno natural y social.

De acuerdo UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS,(2004) a el ser humano cuando adopta una actitud reflexiva frente a sus actos, reconociéndose así mismo como alguien que interpreta y comprende su mundo, y que respeta y acepta como legítimo otro a quien convive con él es más eficiente en su desempeño profesional, en cualquiera de las áreas en las que actúa, de acuerdo a estos criterios C.H ADMIN, como empresa busca comprender, respetar y convivir con el prójimo, para poder tener un desempeño óptimo tanto con los colegas como con los usuarios, con el fin de poder desarrollarnos como profesionales de la mejor manera y dando un servicio de calidad a personas, con un componente ético ya que no se puede dejar de lado la ética, ya que al tratar con personas nuestro deber como empresa es brindarles el mejor profesionalismo sin causar daños o perjudicar a nuestros clientes.

MARCO REFERENCIAL

C.H ADMIN, es una empresa que presta servicios de gestión y organización en actividad física, recreación a residentes de conjuntos residenciales con instalaciones de tipo club house, ya que en la actualidad los club house, se encuentran subutilizados en cuanto a instalaciones deportivas o de actividad física, de acuerdo a esto el deporte y la recreación están regulado por la ley 181 de 1995, la cual tiene como objetivo la creación del sistema nacional del deporte y la recreación.

Según el título II de la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación extraescolar, menciona que para el fomento del deporte, la recreación, la enseñanza y la utilización constructiva del tiempo libre, para el perfeccionamiento personal y el servicio a la comunidad, diseñando actividades en deporte y recreación para niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad.

según la recreación en el artículo 5, entiende como el proceso y participación dinámica, para entender la vida como una vivencia de disfrute, creación y libertad para el desarrollo de las potencialidades del ser humano para su realización y mejoramiento de las calidad de vida del individuo.

Igualmente el aprovechamiento del tiempo libre, es definido en el mismo artículo 5 como el uso constructivo del ser humano, enriquecimiento personal y de disfrute de la vida en forma individual o colectiva, su función básica es el descanso, la diversión, la socialización, la recreación, el desarrollo personal, la liberación en el trabajo y la recuperación psicológica,

Según el Artículo 15, El deporte en general, es la específica conducta humana caracterizada por una actitud lúdica y de afán competitivo de comprobación o desafío, de acuerdo a los diferentes tipos de deporte el más pertinente para nuestra empresa es el Deporte social comunitario el cual es definido como aprovechamiento del deporte con fines de esparcimiento, recreación y desarrollo físico de la comunidad. Procura integración, descanso y creatividad. Se realiza mediante la acción interinstitucional y la participación comunitaria para el mejoramiento de la calidad de vida.

LEY 181 DE 1995. (Artículo 81)

Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el sistema nacional del deporte.

Artículo 81. Las academias, gimnasios y demás organizaciones comerciales en áreas. Corresponderá al ente deportivo municipal o distrital, velar porque los servicios prestados en estas organizaciones, se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. CAPÍTULO 2. ARTÍCULO 52. DEPORTE Y RECREACIÓN.

El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano.

El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.

El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

LEY 729 DE 2001. (DICIEMBRE 31).

Por medio de la cual se crean los Centros de Acondicionamiento y Preparación Física en Colombia.

Artículo 1°. Créase los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, Municipales o Distritales.

Artículo 2°. Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, son establecimientos que prestarán un servicio médico de protección, prevención, recuperación, rehabilitación, control, y demás actividades relacionadas con las condiciones físicas, corporales y de salud de todo ser humano, a través de la recreación, el deporte, la terapia y

otros servicios fijados por autoridades competentes y debidamente autorizados, orientados por profesionales en la salud, que coordinarán a licenciados en educación física, tecnológicos deportivos y demás personas afines que consideren que el tratamiento o rehabilitación de la persona (s) se realice en los CAPF.

Artículo 3° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales y distritales conforme al reglamento que se dicte al respecto.

Artículo 4° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, deberán contar con las instalaciones adecuadas para la realización de los diferentes programas. Cada una de sus áreas poseerá la implementación necesaria para el desarrollo de los mismos, previstos de servicio médico, fisioterapéutico, nutricional y demás servicios que las autoridades soliciten para su funcionamiento.

Artículo 5° Corresponde al ente deportivo municipal o distrital velar porque los servicios prestados en estas organizaciones se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva, atendidas por personal altamente capacitado, médico, nutricionista, fisioterapeutas, educadores, físicos, licenciados o tecnólogos en deporte y educación física entre otras y con una implementación diseñada técnicamente para este fin; los usuarios de los CAPF recibirán servicios de salud como: Prevención, atención, recuperación, rehabilitación y control. La vigilancia y control de los servicios, convenios, contratos, títulos y demás circunstancias afines en materia de salud se prestará por la respectiva Secretaría de Salud Municipal o Distrital o quien haga sus veces; se pasará a los entes deportivos municipales o distritales para que pueda expedir las certificaciones que acrediten su funcionamiento permanente. En cualquier incumplimiento certificado por los organismos de salud para la prestación del servicio médico acarreará las sanciones establecidas en la legislación nacional o la imposibilidad de que los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, presten su servicio.

En cualquier momento podrán las Secretarías de Salud o quien haga sus veces en el respectivo municipio realizar las visitas de control para supervisar que se preste eficientemente el servicio médico.

Artículo 6° Las actividades desarrolladas por los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, se entenderán como servicio médico siempre y cuando estén relacionados con la rehabilitación, prevención, atención, recuperación y control de las personas debidamente remitidas por profesionales de la salud.

Artículo 7° Podrán los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, celebrar convenios y contratos con hospitales, EPS, IPS, ARS y entes territoriales en programas encaminados a la prevención, rehabilitación y control de salud.

Artículo 8° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, podrán asociarse para buscar representación nacional y participar en temas de salud y deporte.

Artículo 9° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, podrán recibir los beneficios que en materia deportiva se establezcan en Colombia.

Artículo 10° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, están autorizados para atender programas sociales a bajo costo para pensionados o grupos de tercera edad debidamente asociados y autorizados por los entes deportivos municipales para llevar control o prevención en salud. Se deberá hacer evolución médica interna sin ningún costo y elaborar el programa a seguir.

Este programa social se entenderá como parte del servicio médico que los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, prestarán.

Artículo transitorio. Podrán mientras se reglamenta esta ley autorizarse el funcionamiento temporal de los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, con la presentación de los documentos requeridos por las autoridades respectivas y los requisitos de los entes deportivos, municipales y distritales.

Después de primer año de vigencia de esta ley y su reglamentación sólo podrán funcionar con el lleno total de los requisitos exigidos.

Artículo 11° La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Se tiene entonces definido el marco legal que le compete a los establecimientos de comercio, que se constituyen como gimnasios, basándose en la las leyes 181 DE 1995 en su artículo 81,

ley 232 de 1995, ley 729 de 2001, y fundamentadas en los artículos 52 y 78 de la constitución política colombiana del año 1991.

La Ley 675 de 2001 enmarca la reglamentación de todo lo referente a la propiedad horizontal, que se define como los edificios o conjuntos construidos o por construir:

EDIFICIO O CONJUNTO DE USO RESIDENCIAL: Inmuebles cuyos bienes de dominio particular se encuentran destinados a la vivienda de personas, de acuerdo con la normatividad urbanística vigente.” (Alcaldía de Bogotá 2001, art. 3.). Igualmente, los edificios o conjuntos residenciales de acuerdo a lo que establece esta ley, pueden ser de uso residencial o comercial, con la diferencia que en el último, la infraestructura está destinada únicamente a actividades mercantiles.

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

BIENES COMUNES: partes del edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal pertenecientes en proindiviso a todos los propietarios de bienes privados, que por su naturaleza o destinación permiten o facilitan la existencia, estabilidad, funcionamiento, conservación, seguridad, uso, goce, o explotación de los bienes de dominio particular.” (Alcaldía de Bogotá, 2001, art.3.) Se puede evidenciar que no en todas las propiedades horizontales existe un GYM, Piscina, Cancha de Tenis, Canchas de Squash, Salón Comunal para eventos, entre otros, esto se debe a que en dicha ley se estipula lo que son BIENES COMUNES tales como fachadas, losas, jardines, shut de basura, etc.

INVESTIGACIÓN CLUB HOUSE

Reconocer las representaciones, que tienen las personas sobre el club house en una comunidad de residentes de dicho sitio, Es una investigación con enfoque cualitativo, de tipo exploratorio de un fenómeno.

Para la obtención de información se aplicaron encuestas a los participantes, por medio de las cuales se espera encontrar las **representaciones** que tienen sobre el **club house** ya que estos espacios por lo general no son usados por los usuarios, teniendo como referente el concepto de este y sus orígenes, además de la influencia de este a nivel social; por lo que se hace cuestionable saber si la comunidad que habita un espacio residencial, en conjunto con otras familias e inquilinos comprende la finalidad de tener un club house para su beneficio o la percepción de utilidad que este puede llegar a brindarle, haciendo relación a la actividad física en este tipo de espacios. Los resultados del proceso de recolección de información nos indican que:

No hay conocimiento de la función del Club house y que además de esto, no hay relación entre el club house y los procesos de ejercicio físico y **actividad física**

Resultados:

1. Las personas en su mayoría relacionan el concepto de club house como un sitio que es adecuado y frecuentado por cierto tipo de personas y que este es un lugar exclusivo. Lo que permite evidenciar que el concepto es medianamente claro y que aún no es un concepto que esté al alcance del conocimiento de toda la población, pues la manera de dar a conocer estos espacios no es clara por las entidades inmobiliarias y además de esto las representaciones para estos siguen siendo relacionadas como algo de alta sociedad o de exclusividad para población con poder adquisitivo.
2. Los sujetos entrevistados afirmaron que han asistido a uno de estos espacios y que brinda experiencias de confort y agradables para ellos.
3. Respecto a las preguntas en donde se busca saber si el sitio en que reside hay espacios para la práctica de la A.F y de si se le brindarán programas y variedad de actividades este asistiera, se puede determinar que si a los usuarios se les brinda variedad y

programas dirigidos de manera ordenada, que beneficien a estos, ellos harían mejor uso de este tipo de espacios, aprovechando los de mejor forma.

SEGMENTO DE MERCADO / GRUPO OBJETIVO

Hombres y mujeres administradores de conjuntos residenciales de estratos socioeconómicos medio-alto (3, 4 y 5), entre edades de 25 a 50 años, residentes en las localidades de Usaquén, chapinero, Fontibón y suba, interesados en la actividad física y recreación.

Segmentación geográfica: Residentes de conjuntos ubicados en las localidades de Usaquén, chapinero, Fontibón y suba, específicamente en los sectores de Mazzuren, Toberin, Cedritos, Salitre, Modelia, Hayuelos.

Segmentación demográfica: Personas las cuales puedan contemplar la implementación de un servicio de administración y organización de programas para club house y deseen realizar actividad física en la que ellos cuenten con la condición para elegir el fundamento deportivo o recreo deportivo el cual les interesa más.

Segmentación Conductual: C.H ADMIN. Busca cumplir con los objetivos de los residentes, mejorando estilos de vida, generando adherencia a la actividad física y satisfacción de la misma.

PROPUESTA DE VALOR

En Colombia, actualmente la administración de los clubes house no está vinculada con los profesionales que conocen sobre desarrollo de procesos relacionados a la actividad física, aprovechamiento del tiempo libre y de la utilización adecuada de los espacios deportivos. Por lo tanto lo que se busca y se quiere lograr, es traer un nuevo modelo de administración, en la que se le ofrece al cliente una forma segura y eficiente para que los espacios mencionados anteriormente sean aprovechados por los residentes de un conjunto residencial. Haciendo de este modelo algo novedoso para la satisfacción de necesidades en los usuarios, ofreciendo una mejoría en los servicios ya establecidos por la administración del conjunto, privatizando el uso de estos exclusivo para los residentes. Para C.H Admin, la propuesta de valor está centrada en brindar un servicio exclusivo personalizado, según el programa de preferencia de los usuarios.

Es importante reconocer que cada usuario es diferente y tiene gustos diferentes al resto, pero que los demás usuarios tienen el mismo valor e importancia, que son exclusivos y que el club house pertenece a ellos, no a usuarios externos.

¿Qué valor proporcionar al usuario?

- Pertenencia por su conjunto residencial.
- obsequios y premios a la constancia.
- circulares informativas, con respecto a programas vacacionales o programas para los fines de semana.
- acompañamiento a los usuarios cuando lo requieran.
- personal a disposición de las necesidades de los usuarios, capacitados, uniformados.

¿Qué solucionaremos para favorecer a los usuarios?

Para C.H Admin la solución de problemas es una tarea importante, que se

Llevan a cabo diariamente; uno de los problemas que se ayudan a solucionar es:

- Administración adecuada de las instalaciones de los conjuntos residenciales y así evitar su mal uso o el deterioro de ellas.
- Brindar una atención oportuna a los usuarios dentro de las instalaciones recreativas residenciales.
- Adicional a ello mejorar la calidad de vida de los usuarios mediante servicio de calidad profesional.

¿Qué satisfacemos?

C.H Admin como ente encargado de llevar a cabo procesos de administración, logística y organización de programas relacionados con la actividad física y la recreación, satisface necesidades relacionadas con el espacio y aprovechamiento del tiempo libre; con programas de formación deportiva, actividad física para la salud.

La posibilidad de realizar actividades pre deportivas y deportivas, en el caso de los usuarios más jóvenes, se satisface por medio de programas que contribuyan al desarrollo personal e interpersonal de esta población.

La actividad física para la salud, es un programa disponible para todos los usuarios residentes; este permite contribuir a mejorar la calidad de vida y disminución de sedentarismo de los usuarios.

La acogida en programas vacacionales para niños, jóvenes y tercera edad; satisface la necesidad de usar el tiempo libre y de ocio de manera adecuada y productiva en los usuarios.

ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Competencia directa: No existe una entidad que cumpla con las mismas características de servicio de club house, por ser una competencia potencial.

Competencia indirecta: Club arrayanes. Club Bellavista, Caja de Compensación Cafam, Colsubsidio, Compensar.

- Debilidades:
 - Dependen de las membresías de los usuarios.
 - Atención no personalizada.
 - Falta de personal.
- Oportunidades:
 - Antigüedad en el mercado
 - Top of mind de los usuarios
 - Red de servicios
- Fortalezas:
 - Fácil de acceder
 - Orden establecido

- Amplio portafolio de servicios
- Amenazas:
 - Llegada de competencia potencial
 -

Competencia Sustituta: BodyTech, Spinning Center, HardBody, Smart Fitness.

- Debilidades:
 - Dependen de las membresías de los usuarios.
 - Altos costos
 - Desinterés del personal hacia el usuario
- Oportunidades:
 - Antigüedad en el mercado
 - Top of mind de los usuarios
 - Comunicación directa
- Fortalezas:
 - Fácil de acceder
 - Orden establecido
 - Amplio portafolio de servicios
- Amenazas:
 - Llegada de competencia potencial
 - Posible desequilibrio entre oferta y demanda

DIFERENCIA DEL SERVICIO CON LA COMPETENCIA

Mediante el análisis de los dofa encontrados en las competencias se encontró que de los servicios ofrecidos por estos, nosotros lograremos que los usuarios tengan la opción de ser miembros del Club House tan solo por ser residentes del conjunto, con esto lograremos una cercanía con los clientes, además de ofrecer un servicio semi personalizado por el costo del pago de la administración, se contará con el personal suficiente, puesto que el manejo de los club house es a un número más reducido de personas.

CANALES.

C.H ADMIN, hace uso de redes sociales, las cuales se enlazan con las de los conjuntos residenciales, con el fin de darse a conocer a los administradores de los conjuntos residenciales; de esta manera mostrar los servicios, planes y beneficios que los programas pueden brindarle a los residentes de los conjuntos residenciales.

por tanto, a lo que a medio en:

Digital: Se busca mediante plataformas digitales mostrarse real, confiable y cercano para la comunidad, para ello se implementarán.

- Página web.

Su uso principal sería para dar una descripción detallada sobre la visión, misión y valores; servicios, contacto, planes y una explicación detallada del servicio a prestar a la administración.

Redes sociales:

- Instagram: Se quiere mostrar mediante videos e historias un día a día del servicio, testimonios y tips de vida saludable.
- Facebook: A través de vídeo e imágenes se les mostrará a los usuarios rutinas fáciles para realizar en grupo.
- Twitter: Mediante tweets se hablara de noticias y tendencias sobre vida saludable y aprovechamiento del tiempo libre

Todas estas, se enlazaran con las redes sociales de cada conjunto residencial, que sea cliente de nuestros servicios, con el fin de que se logre un alcance mayor y los residentes también pueden vincularse y estar más cerca a lo que se quiere ofrecer en cada programa para ellos.

TIPOS DE CANALES

- Medios Pagos:
 - Volantes
- Medios Propios:
 - Página WEB
 - Administración del conjunto
 - Redes Sociales (Fb, Instagram, Youtube)

- Medios Ganados:
 - Voz a voz entre los residentes
 - Interacción orgánica por parte de los residentes. (Hashtags, localización, etiquetas)

PROYECCIÓN DE LA EMPRESA A CORTO MEDIANO Y LARGO PLAZO

- **Corto plazo:** Ser una empresa reconocida a nivel local por la excelente gestión en los escenarios deportivos de los conjuntos residenciales de la ciudad de bogotá, y la implementación de este servicio en el mercado.
- **Mediano plazo:** Ser una empresa reconocida por ser la única a nivel local que presta este servicio de gestión y administración de escenarios deportivos de los conjuntos residenciales.
- **Largo plazo:** Ser una empresa reconocida en colombia por ser la pionera en la implementación de este servicio, su calidad y la gran cantidad de posibilidades brindadas a los conjuntos residenciales del país para el buen uso de los espacio y escenario deportivos.

RELACIÓN DE CLIENTE

C.H ADMIN brinda una relación de asistencia al usuario tanto personalizada como semi personalizada. El cliente puede comunicarse con el representante a cargo del servicio, el cual está encargado de la atención al cliente, para que este le ayude durante el proceso de inscripción, ingreso y adherencia al servicio de entrenamiento personalizado o en los

diferentes campos de acuerdo a los programas a los que el usuario se inscriba y desee ser partícipe dentro del club house.

La empresa tiene asistencia exclusiva ya que los usuarios cuando requieren los servicios, sólo tendrán que bajar de su establecimiento de residencia para ingresar a realizar el programa de su preferencia; para así encontrar al profesional encargado, el cual aclarara todas las dudas presentes.

C.H ADMIN ofrece calidad de vida para las personas por medio de la actividad física, con el fin de estar en contacto con la comunidad que adquiere el servicio, los cuales son los residentes del conjunto residencial, generando una comunicación que sea propia y privada para el residente usuario con relación a su conjunto residencial (página web del conjunto, facebook, instagram) para responder inquietudes, despejar dudas de una manera fácil, agregar información importante de cada programa, novedades y poder conocer más a los clientes para así tener más cercanía y un aumento en la pertenencia por su hogar o lugar de residencia. La credibilidad y propiedad sobre los servicios de CH ADMIN, está ligado a los procesos y seguimientos con el cliente de acuerdo a la planificación de actividad física o entrenamiento, de esta manera podremos generar una adherencia sobre cliente ya que pueden ver sus progresos, alternativas y formas de que se sientan apoyados por parte de la empresa.

INGRESOS

NATACIÓN	Días	Precio por clase	1 mes	3 meses
Clase de natación Grupo menor de 12 personas	Martes, jueves, sábado.	100.000	1.200.000	3.600.000
		Precio por clase	1 mes	3 meses
Clase de natación Grupo mayor de 12 personas	Martes, jueves, sábado.	130.000	1.560.000	4.680.000

GIMNASIO	DÍAS	PRECIO CLASE	1 MES	3 MESES
turnos de 8 horas	6	50.000	1.200.000	3.600.000
		Precio por clase	1 mes	3 meses
clases grupales mayores a 12 personas	lunes, miércoles, viernes	50.000	600.000	1.800.000
		total	1.800.000	5.400.000

BALONCESTO	DÍAS	PRECIO CLASE	1 MES	3 MESES
clases de	Lunes	120.000	1.440.000	4.320.000

baloncesto	Miércoles Viernes			
------------	----------------------	--	--	--

PRECIOS DE SERVICIOS

con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad, C.H Admin hace una propuesta de planes para los habitantes de los conjuntos residenciales que tiene acceso a club house, por tanto para definir el valor de los servicios se analizó propuestas de diferentes entidades que ofrecen el servicio de administración de club house y otra parte en programas de administración de gimnasios en club house o de conjuntos residenciales, además de agregar el valor de planes de natación y baloncesto, que se ajusten a la propuesta que ofrece C.H Admin y así ofrecer un costo justo del servicio.

servicios C.H Admin	tiempo	valor	tiempo	cantidad	valor unidad.
Administración y operación del club house	1 mes	\$ 585.000	3 meses	1	\$ 1.755.000
Asesoría para recibimiento y entrega de club house (1209/2008)	1 mes	\$ 170.000	3 meses	1	\$ 510.000

clases de baloncesto (grupo 12 personas)	90 min	1	\$ 90.000
clase de baloncesto (grupo menor de 12 personas hasta 10)	90 min	1	80.000
clase de baloncesto (grupo mayor 12 personas hasta 15)	90 min	1	120.000
mensualidad clases de baloncesto	90 min	12	95.000

administración y servicio GYM	8 horas	6	1.200.000
Acondicionamiento físico (10 personas)	60 min	1	50.000

Clase de pilates (15 personas)	60 min	1	50.000
clases musicalizadas (aerobics, rumba, combat (15 a 20 personas)	60 min	1	50.000

Servicio C.H Admin NATACIÓN	Tiempo		Valor unidad.
Clase de natación Grupo menor de 10 personas	60 min	1	100.000
Clase de natación Grupo mayor de 10 personas	60 min	1	130.000

MATERIA PRIMA

C.H ADMIN en calidad de ofrecer bienestar y un servicio adecuado para sus usuarios, implementará asesoría al club house, para adquirir e invertir en material acorde, para cada uno de los programas a los que el usuario quiera acceder, pero al mismo tiempo, cuando esto no sea posible, se cuenta con la capacidad de ofrecer un alquiler a material en el caso de los planes de natación y baloncesto.

El proceso que se realizará requiere materia prima que facilitara una experiencia y confort, permitiendo que el usuario disfrute al máximo del plan que selecciona.

- En el caso de los programas de natación usaremos implementos de calidad tales como pullbuoy, pullbuoy, aletas, paletas, snorkel frontal,

NATACIÓN				
Material	Unidad	Valor	Unidad	
TABLA INDIVIDUAL (NATARE)	1	45.000	10	450.000
PULLBUOY (NATARE)	1	28.000	10	280.000
ALETAS	1	110.000	10	1.100.000
PALETAS	1	79.000	10	790.000
SNORKEL FRONTAL	1	139.000	10	1.390.000
TOTAL		\$ 401.000		\$ 4.010.000

- Para baloncesto el material es balones, conos, tulas.

Material	unidad	valor unidad	unidad requerida	valor
Balones de baloncesto	1	50.000	20	1.000.000
conos	1	3.000	20	60.000
tulas de balones	1	15.000	2	30.000
total		68.000		1.090.000

- El gimnasio por lo general, en los clubhaus están poco dotados de maquinaria, para lo cual C.H ADMIN, propone el uso de implementos que sean de tipo funcional, es el caso de tulas, sacos de peso, sogas, TRX, steps. La maquinaria en este caso móvil,

como el caso de rack móvil, barras y discos de caucho, que pueden contribuir al desarrollo del usuario en cada una de sus sesiones en el gimnasio.

- Con excepción a los conjuntos que no requieren invertir en material para sus sesiones.

Material	cantidad	valor unidad
Banco multi uso (reclinable e inclinable)	2	400.000
barra olimpica	3	280.000
rack para barras	2	380.000
balones de peso	1 (4,7,10,15kg)	40.000
sacos de peso	1 (10,15,20kg)	130.000 160.000 190.000
discos de caucho	2 (5.10,20,25,45kg)	130.000 140.000 145.000 160.000 200.000
trx	3	110.000
stps	20	75.000
	total	5.670.000

Mano de obra.

C.H ADMIN pone a disposición de sus usuarios, profesionales en cultura física deporte y recreación, los cuales tienen los conocimientos suficientes para dirigir los programas ofrecidos tanto en sus diferentes modalidades como en la población de diferentes edades, para iniciación y formación deportiva, en los programas de deportes de conjunto, individuales como el caso de natación y actividad física para la salud.

RECURSOS CLAVES

Cada recurso para CH ADMI utilizamos cuatro recursos importantes los cuales la empresa vincula para poder generar mejores estrategias, los cuales son intelectuales, humanos, físicos, económicos.

Intelectual

La empresa CH ADMI cuenta con tres profesionales de cultura física los cuales tienen conocimiento para realizar las actividades de la mejor manera, nuestro recurso base es realizar un seguimiento a los residentes de los club house, de esta manera ellos podrán ser como esta su progreso tanto en baloncesto como natación o el gimnasio, de esta manera estos usuarios tan podrán retroalimentarnos o dejar sugerencias las cuales nos sirven para mejorar, con el fin de dar un mejor servicio de calidad, contamos con redes sociales con las cuales los usuarios y administradores se pueden comunicar con nosotros.

Humanos

CH ADMI cuenta con profesionales más que preparadas los cuales fueron deportista de alto rendimiento, eso implica que tienen conocimiento los diferentes campos como la natación baloncesto y gimnasio etc., cuentan con un conocimiento importante sobre el entrenamiento, la actividad física para la salud para personas con enfermedades crónicas no transmisibles de esta manera los residentes podrán cumplir con sus objetivos de la mejor forma posible.

Físico

C.H Admin se encuentra en la capacidad de ofrecer en su servicio solución a la carencia de elementos y material, cuando los conjuntos residenciales no cuentan con estos para realizar una adecuada sesión, en los diferentes deportes.

De ser esto necesario, C.H Admin hace una propuesta de inversión que será presentada a cada club house, con el fin de que este haga adquisición de lo que requiere.

NATACIÓN				
Material	Unidad	Valor	Unidad	
TABLA INDIVIDUAL (NATARE)	1	45.000	10	450.000
PULLBUOY (NATARE)	1	28.000	10	280.000
ALETAS	1	110.000	10	1.100.000
PALETAS	1	79.000	10	790.000
SNORKEL FRONTAL	1	139.000	10	1.390.000
TOTAL		401.000		4.010.000

Material	unidad	valor unidad	unidad requerida	valor
Balones de baloncesto	1	50.000	20	1.000.000
conos	1	3.000	20	60.000
tulas de balones	1	15.000	2	30.000
total		68.000		1.090.000

Material	cantidad	valor unidad
Banco multi uso (reclinable e inclinable)	2	400.000

barra olimpica	3	280.000
rack para barras	2	380.000
balones de peso	1 (4,7,10,15kg)	40.000
sacos de peso	1 (10,15,20kg)	130.000 160.000 190.000
discos de caucho	2 (5.10,20,25,45kg)	130.000 140.000 145.000 160.000 200.000
trx	3	110.000
stps	20	75.000
	total	5.670.000

El espacio es brindado por los clubes house donde es aprovechado por la empresa CH ADMI.

Económico

El recurso económico de la empresa será solventado una vez cada plan sea adquirido por el conjunto residencial ya que este se manifestará a través de aportes monetarios (cada plan) con el fin de que el dinero sea destinado a cada necesidad, en este caso para cada servicio (gimnasio, piscina, baloncesto, administración y asesoría de esta). Esto será invertido de forma igual y equitativa entre los 3 socios fundadores de la empresa.

Esto con el fin de asumir la gestión financiera de las responsabilidades en partes iguales para cada uno, así mismo del manejo y utilización de los recursos físicos comprados a través de los aportes monetarios destinados para un correcto funcionamiento de la empresa, necesarios para que CH ADMI genere utilidades y posteriormente un reconocimiento como empresa líder en el servicio de administración y gestión de planes de actividad física, deporte y aprovechamiento del tiempo libre en los conjuntos residenciales.

ACTIVIDADES CLAVES

C.H ADMIN maneja dos categorías principales de actividades claves, pensando en las necesidades más comunes de los habitantes de los conjuntos residenciales. Basados en producción y solución de problemas (gestión/administración y programas de aprovechamiento de espacios sub utilizados). Paralelo a esto se da un apoyo con plataformas y redes para generar confianza, hacer del servicio algo privado que pertenece a los habitantes del conjunto residencial.

Producción.

Dirigido a la venta y gestión de servicios para la población que reside en los conjuntos, con actividades (planes) enfocados a la actividad física (clases grupales, acondicionamiento físico) y a lo deportivo (formativo/pre competitivo); así mismo al aprovechamiento de las zonas habilitadas para realizar cada una de las actividades propuestas y su respectivo cuidado y mantenimiento.

Solución de problemas.

C.H ADMIN como ente administradora y de gestión de la sub utilización de los espacios que los conjuntos residenciales disponen (gimnasios, piscinas, canchas deportivas), se hace presente por medio de planes (paquetes) que cubren la necesidad de los residentes de buscar fuera de su zona de confort espacios propicios para realizar diversas actividades, permitiendo así ver la viabilidad del funcionamiento del club house dentro de su conjunto de residencia.

Cada periodo, se contará con encuestas de satisfacción, revisión de comentarios en las redes sociales ligadas al conjunto y a C.H Admin; por parte de los residentes quienes serán los beneficiarios del servicio, con el fin de reconocer la calidad del servicio.

Ventas.

Para el ofrecimiento de los planes, C.H ADMIN realizará la presentación de sus servicios vía online (uso de redes), con el fin de llegar a los residentes de los conjuntos residenciales y posteriormente a los administradores, quienes tendrán la potestad de realizar la adquisición por conveniencia de los residentes.

Una vez el primer plan sea adquirido, será la base para generar una alianza fuerte que incentivar a los demás conjuntos residenciales a adquirir el servicio.

Las ventas estarán ligadas a las plataformas, la página web de C.H ADMIN o sus redes sociales (Facebook, Instagram), permitirán ampliar el alcance y estar en constante contacto con los clientes, además de ser un motor de sugerencias para mejorar el servicio e incluso ampliar los planes del servicio.

Soporte.

Las bases de datos de las personas inscritas a cada plan y servicio serán de ayuda para ver qué segmento de la población es la más frecuente y así mismo realizar las contrataciones (más personal para suplir la necesidad de ser necesario) con el fin de suplir la demanda.

ASOCIACIÓN CLAVE

Las sociedades o asociaciones claves reducen el riesgo y variables que pueden llegar a afectar a la empresa, ya que C.H. ADMIN. No tiene ningún tipo de alianza y vende sus servicios sin ningún tipo de ayuda de otra empresa, se debe mencionan a continuación las empresas que pueden ser competencia:

1. **empresas no competidoras:** empresas las cuales ayudan a la propuesta de valor de C.H. ADMIN y colaboran directamente a la empresa sin afectar a la venta del servicio puesto a disposición de la población objetivo; empresas como Gatorade, Agua cristal, Sporade, entre otras.
2. **Empresas competidoras:** C.H. ADMIN es consciente de la existencia de algunas empresas que administran los Club house en Bogotá tales como :
 - Sporting service S.A.S
 - Swim service LTDA
3. **Empresas conjuntas:** es importante para C.H. ADMIN generar conexiones con empresas que puedan generar ideas de negocio innovadoras en el mercado dentro del nicho seleccionado.
Se busca a largo plazo la asociación con alguna constructora, la cual puede

implementar dentro de su plan de trabajo y obras la construcción de espacios óptimos y adecuados a los posibles servicios que se prestan, y a inclusión desde la venta de los apartamentos del paquete de club house.

- 4. Relación cliente proveedor:** es importante una alianza estratégica con los proveedores que suministra material para todas las prácticas, ya sea que C.H. ADMIN adquiera el material directamente o realizar un contacto para el club house obtenga el material a precios de fábrica.

ESTRUCTURA DE COSTO

C.H ADMIN para su adecuado funcionamiento, en cuanto a la calidad de los servicios que brinda hace mención a valores fijos, presentes dentro de la adquisición de sus paquetes (gimnasio, clases grupales, natación y baloncesto) para que se puedan ejecutar a plenitud, requieren de personal profesional, capacitado para ello. Por tanto:

- 5.195.000\$ referente al costo de salarios durante 1 mes de los profesionales encargados de las diferentes actividades Y correspondientes a la asesoría, entrega y administración de un club house según ley (1209-2018) (1 mes)

Las actividades de natación y baloncesto requieren de material, que se vincula en el costo adquisición del paquete:

- clases grupales: 600.000\$ (12 sesiones)
- Natación: 4.010.000\$ que es el costo del material, este se verá reflejado en la compra del paquete a modo de alquiler de la siguiente manera: su valor de alquiler para un mes de trabajo (12 sesiones) es de, \$ 334.166.
- Baloncesto: \$ 1.090.000% costo de material, que en la compra del paquete se verá representado por un valor de alquiler de \$ 90.800 durante (12 sesiones)
- Con el ánimo de generar ingreso que mantenga a flote a C.H ADMIN, se busca generar una ganancia del 30% con respecto al valor de la venta, como servicio de

gestión (logística y organización) en este caso: \$ 1.865.989 que se sumaran al precio definitivo del plan adquirido por el conjunto residencial.

- 6.219.966\$ valor del paquete (1 mes) + 30% C.H ADMIN servicio de gestión.
- TOTAL=\$ 8.085.955

Con lo anterior, C.H ADMIN hace un balance, del punto de equilibrio para un adecuado funcionamiento de la adquisición del paquete de servicios (gimnasio, natación y baloncesto) por 1 mes:

PROMEDIO INGRESOS MES

CÓDIGO	PRECIO PROMEDIO	VENTA PROMEDIO	INGRESO PROMEDIO
FS (producto/ servicio)	\$ 269.531	30	8.085.955
		TOTAL	8.085.955

COSTOS FIJOS

CÓDIGO	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROMEDIO	COSTO FIJO
F1	Salarios	1.731.666\$	3	1.731.666
F1.1	Admin, gestion club house (asesoría)	755.000	1	755.000
F2	Clases musicalizadas	50.000	3	150.000
F3	Balones	50.000	20	1.000.000
F4	Conos	3.000	20	20.000
F5	Tulas	15.000	2	30.000
F6	Tabla individual	45.000	10	450.000
F7	Pullbuoy	28.000	10	280.000
F8	Aletas	110.000	10	1.100.000

F9	Paletas	79.000	10	790.000
F10	Snorkel frontal	139.000	10	1.360.000
			TOTAL	7.666.666

VARIABLES

CÓDIGO	CENTRO DE COSTOS	CANTIDAD	COSTOS DE VARIABLE PROM.	TOTAL PROM
V1	C.D ADMIN (servicio)	1	1.865.989	1.865.989
V2	Botiquín	2	172.799	345.598
			TOTAL	2.211.587

- N° personas viables inscritas= 45 Costo variable unitario= 55.289\$

TOTAL COSTOS FIJOS=9.878.253\$

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

- P.E= 9.878.253

$$\frac{269.531 - 55.289}{269.531 - 55.289} = 214.242$$

PE= 46.1074896 N° de usuarios partícipes en el servicio ofrecido, para que sea viable para el conjunto residencial y C.D ADMIN.

- Valor de equilibrio = PE*PU

$$\text{VE} = 46.1074896 * 269.531 = 12.427.397\$ \text{ pesos}$$

Entonces el costo por paquete de servicio durante un mes de administración y gestión de actividades, para los residentes de los conjuntos residenciales con club house y el aprovechamiento de zonas disponibles (gimnasio, piscina, campos deportivos) y el aprovechamiento del tiempo libre es: **12.427.397 Doce millones, cuatrocientos veintisiete mil, trescientos noventa y siete pesos.**

BALANCE INICIAL**ACTIVOS**

C.H ADMIN SERVICIO	1.865.989
VALOR PAQUETE/ SERVICIO	7.666.666
ALQUILER MATERIAL Y CLASES GRUPALES	1.024.966
TOTAL	10.557.621

PASIVOS

SUELDOS	5.195.000
BOTIQUÍN	345.598
total	5.540.598

Patrimonio.

C.H ADMIN SERVICIO	1.865.989
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	7.406.587

EVALUACIÓN DE IMPACTO

Para C.H ADMIN, el impacto a generar es el afianzamiento de los residentes con respecto al uso seguro y satisfactorio uso de las instalaciones que estos poseen en el conjunto residencial; que por el hecho de ser copropietarios del inmueble y de una parte del conjunto por el pago responsable de su administración, sea beneficiario a participar y hacer uso del paquete de servicios que se le brinda.

Para nosotros como ente gestora y administradora, además de ser asesores en el buen funcionamiento de las instalaciones y atención al residente usuario del servicio, permite que se cree una confianza y seguridad para el beneficiario al hacer uso del servicio a su disposición.

Por tanto C.H ADMIN garantiza una atención de calidad, un servicio confiable, poniendo a disposición profesionales aptos y altamente capacitados que generan adherencia y gusto al usuario y que de ahí se genere el lazo para hacer cliente fiel a ese conjunto residencial que adquiera el servicio.

LIENZO CH ADMIN



ASOCIACIÓN CLAVE

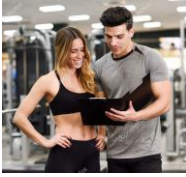


Las sociedades o asociaciones claves reducen el riesgo y variables que pueden llegar a afectar a la empresa, ya que C.H. ADMIN. no tiene ningún tipo de alianza y vende sus servicios sin ningún tipo de ayuda de otra empresa.




ACTIVIDADES CLAVES

Dirigido a la venta y gestión de servicios para la población que reside en los conjuntos, con actividades (planes) enfocados a la actividad física (clases grupales, gestión de la sub utilización de los espacios que los conjuntos residenciales disponen (gimnasios, piscinas, canchas baloncesto, deportivas

PROPUESTA DE VALOR

C.H Admin, la propuesta de valor está centrada en brindar un servicio exclusivo semi personalizado, según el programa de preferencia de los usuarios.
es importante reconocer que cada usuario es diferente y tiene gustos diferentes al resto, pero que los demás usuarios tienen el mismo valor e importancia, que son exclusivos y que el club house pertenece a ellos, no a usuarios externos.

<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</p> 	<p>C.H ADMIN brinda una relación de asistencia al usuario tanto personalizada como semi personalizada. El cliente puede comunicarse con el representante a cargo del servicio, el cual está encargado de la atención al cliente,</p>
<p>SEGMENTO DE MERCADO</p> 	<p>Hombres y mujeres administradores de conjuntos residenciales de estratos socioeconómicos medio-alto (3, 4 y 5), entre edades de 25 a 50 años, residentes en las localidades de Usaquén, chapinero, Fontibón y suba, interesados en la actividad física y recreación.</p>
<p>RECURSOS CLAVES</p> 	<p>Cada recurso para CH ADMI utilizamos cuatro recursos importantes los cuales la empresa vincula para poder generar mejores estrategias, los cuales son intelectuales, humanos, físicos, económicos.</p>

<p>CANALES</p> 	<p>C.H ADMIN, hace uso de redes sociales, las cuales se enlazan con las de los conjuntos residenciales, con el fin de darse a conocer a los administradores de los conjuntos residenciales; de esta manera mostrar los servicios, planes y beneficios que los programas pueden brindarle a los residentes de los conjuntos residenciales.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTO</p> 	<p>C.H ADMIN para su adecuado funcionamiento, en cuanto a la calidad de los servicios que brinda hace mención a valores fijos, presentes dentro de la adquisición de sus paquetes (gimnasio, clases grupales, natación y baloncesto) para que se puedan ejecutar a plenitud, requieren de personal profesional, capacitado para ello.</p>
<p>FUENTE DE INGRESOS</p> 	<p>El principal ingreso de CH admi, son los pagos de los usuarios a las administración y de la administración a nosotros.</p>

REFERENCIAS

Jodelet, D.(2008).El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales. Recuperado de scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s2007-81102008000200002&script=sci_arttext

Mora, M.(2002) La teoría de las representaciones sociales de Sergio moscovici. Recuperado de: <file:///C:/Users/Casala2/Downloads/34106-34037-1-PB.pdf>

MARTÍNEZ, L & ACUÑA, W & TARAZONA, J. (2015).Club house health, trabajo de grado en creación de empresa, bogota, editorial universidad santo tomas, recuperado de: <http://repository.usta.edu.co/handle/11634/3878>

Garcés, c.(2003) club house ... todo un conjunto, recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-995348>

Puebla, J (2002) Neovanguardias y representación arquitectónica. Universidad politécnica de Catalunya. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=en&lr=&id=kTgePAj_d38C&oi=fnd&pg=IA1&dq=REPRESENTACION+SOCIAL+CLUB+HAUS&ots=6SfaZr8uaN&sig=DMOwky9MOxdSKz6Zhj-pQMipRHw#v=onepage&q&f=false

Eure.(2005) El impacto socio-espacial de las urbanizaciones cerradas: el caso de la Región Metropolitana de Buenos Aires. Recuperado de: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612005009300001

Pérez, M .(2016) Arquitectura de Clubes Un Buque de Comportamiento, Lenguaje y Política, recuperado de: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-69962016000100011&script=sci_arttext&tlng=en

Borgucci, E.(2005) las representaciones sociales y el realismo, Editorial Revista de Ciencias Humanas y Sociale, recuperado de: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872005000200009

Cordero, P.(2017) la desarticulación de lo habitual. consideraciones fenomenológicas sobre el espacio a partir de la intervención arquitectónica *haus u r* de gregor Schneider, recuperado de: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0718-22012017000100265

Vidarte, J & Vélez, C & Sandoval, C & Alfonso, M.(2011) actividad física: estrategia de promoción de la salud.Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/3091/309126695014/>

Sandoval, C.(2002) Investigación cualitativa, ARFO Editores e Impresores Ltda, Recuperado de:
file:///C:/Users/End%20User/Downloads/Lectura%203%20Mod%204%20Briones%20Investigacion%20Cualitativa.pdf

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS,(2004) PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL PEI, recuperado de:
file:///C:/Users/AMD/Downloads/vustabmanga20110718113509%20(1).pdf

LEY 181 DE 1995, Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema nacional del deporte, recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3424>

https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/Resultados_Censo_2017%20version%20final.pdf