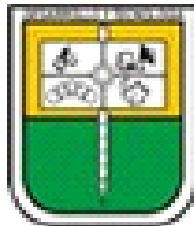


**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ACTIVIDAD FÍSICA, DEPORTE Y  
RECREACIÓN PARA LAS UNIDADES RESIDENCIALES  
DEL SECTOR DE BOSTON**

**JOE BERMÚDEZ DÁVILA**



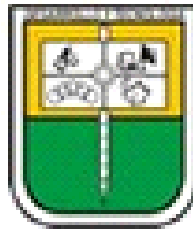
**POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID  
FACULTAD DE EDUCACIÓN  
FÍSICA RECREACIÓN Y DEPORTE  
MEDELLÍN  
2009**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ACTIVIDAD FÍSICA, DEPORTE Y  
RECREACIÓN PARA LAS UNIDADES RESIDENCIALES  
DEL SECTOR DE BOSTON**

**JOE BERMÚDEZ DÁVILA**

**Trabajo de Grado presentado como requisito  
Para optar el Título de Profesional en Deporte**

**Asesor  
GONZALO JARAMILLO HERNÁNDEZ  
Magíster en Educación**



**MEDELLÍN  
POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID  
FACULTAD DE EDUCACIÓN  
FÍSICA RECREACIÓN Y DEPORTE  
2009**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

Medellín, Agosto de 2009

A mi familia, por la comprensión y apoyo durante todos estos años de esfuerzo, sacrificio y lucha en conjunto.

A mi esposa, por brindarme la esperanza de un mejor mañana y ser junto a mi hijo la motivación para forjar un mejor futuro para todos.

## **RESUMEN**

En este trabajo se visualizan aspectos, que permiten desarrollar un estudio de factibilidad y los pasos que se llevaron a cabo para lograr de finir la no creación o la creación de una empresa de servicios de actividad física, deporte y recreación para las unidades residenciales del sector de Boston.

Se muestra la importancia de realizar un estudio de factibilidad bien elaborado donde las estadísticas muestran resultados claros y precisos, convirtiendo esto en una oportunidad que evitará pérdidas en aspectos tan relevantes como el recurso humano, económico y de tiempo.

La información obtenida, puede ser considerada el punto de partida para proyectos similares y tomar la decisión de poner en marcha el proyecto de crear la futura empresa sólida o analizar bien, y desistir del proyecto cuando los resultados son desfavorables.

Los aspectos antes mencionados son características del mercado, servicios de mayor demanda, factores internos y externos, análisis del comportamiento financiero.

Otro puntos que se analizaron en este trabajo son, la posibilidad de crear una empresa de prestación de servicios como alternativa laboral y motivación para futuros profesionales del deporte, pensar en grande según las nuevas tendencias del mercado y lo que pretende la academia al formar profesionales líderes, creativos que innoven en la sociedad, logrando generar empleo, ingresos económicos estables y servicios que estén apuntando al beneficio de la salud, el bienestar y el progreso de la sociedad actual.

## **ABSTRACT**

In this job you can see, different aspects that let you to develop a good study.

Also presents the steps that you must do for reaching success way and for doing a services' company destined to residence units with recreation and sport.

In other words , you see the important for doing a study good elaborated , where the results are very clear and exact, giving us opportunity for avoiding damages in aspects like human, economic and time.

Information result can be considered like a point for taking a decision to elaborate a Project or future solid company analyzing according to results and if those are good or unfavourable.

The aspects before mentioned are:

- Shopping characteristic
- Services with big demand
- Inner and external factors
- Analysis of business behavior

Another aspect that you can see in the Project is the possibility to create a company where you can find services and being an alternative for working, motivating to future professional sport, to think in big way according to new tendencies of shopping and thought' academy about form professional and creative leaders that can be able to innovate and to offer job and services in Benefit of health and progress of society.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. EL PROBLEMA	15
2 JUSTIFICACIÓN	16
3 OBJETIVOS	17
3.1 General	17
3.2 Específicos	17
4. MARCO TEÓRICO	18
4.1 Antecedentes	18
4.2 Bases teóricas	18
4.2.1 Estudio de factibilidad	19
4.2.2 Factores a tener en cuenta para el estudio de factibilidad	19
4.2.3 Factores externos	20
4.2.4 Factores internos	21
4.2.5 Estudio del mercado	21
4.2.6 Situación del mercado	21
4.2.7 Situación del servicio	21
4.2.8 Situación competitiva	21
4.2.9 Estudio legal	22
4.3 Tipo de empresa	26
4.4 Estudio financiero	26
4.4.1 Cálculo de la inversión inicial	26
4.4.2 Presupuesto	27
4.5 Estudio técnico	27
5. Variables e indicadores	27
5.1 Análisis del sector	27
5.2 Análisis del mercado	28

5.3	Análisis competitivos	28
5.4	Factor competitivo	28
5.5	Factor económico	28
5.6	Factor normativo	28
6.	METODOLOGÍA	29
6.1	Tipo de investigación	29
6.2	Población muestra	29
6.3	Procedimientos utilizados para la recolección y procesamiento de información	31
7.	Resultados	32
7.1	Características del grupo indagado	32
7.2	Situación del servicio	34
7.3	Situación competitiva	35
7.3.1	Competencia directa	36
7.3.2	Competencia indirecta	36
7.4	servicio o programas de mayor demanda En las unidades residenciales	38
7.5	recursos humanos y económicos que se requieren Para la prestación de los servicios	38
7.6	Comparativo de tarifas	40
7.7	Principales competidores	41
8.	viabilidad económica del proyecto y su valor económico	44
8.1	comparativo de ingresos, egresos y ganancias	44
8.2	Presupuesto	45
8.3	proyección económica a tres años	49
9.	Conclusiones	51
10.	Recomendaciones	52
11.	Anexos	53
12.	Bibliografía	56

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Urbanizaciones y población	30
Cuadro 2. Comparativo de costos	40
Cuadro 3. Gastos fijos	47
Cuadro 4. Gastos Variables	47
Cuadro 5. Equilibrio financiero	48
Cuadro 6. Proyección económica	49

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfica 1. Población de las urbanizaciones	30
Gráfica 2. Unidades residenciales	33
Gráfica 3. Familias por unidad residencial	34
Gráfica 4. Actividades de mayor demanda	36
Gráfica 5. Actividades físicas	37
Gráfica 6. Actividades deportivas	38
Gráfica 7. Comparativo de costos	40

## **GLOSARIO**

**ACTIVOS FIJOS:** Recurso de la empresa representados en equipos

**CAPITAL INICIAL:** La cantidad de dinero necesario para iniciar un negocio

**COMPETITIVO:** Altos estándares frente al rival que ofrece igual producto

**COMPORTAMIENTO FINANCIERO:** Tendencias del costo de un producto

**COSTO:** Es el valor bruto o neto del producto o servicio antes de iniciar su comercialización

**EGRESOS:** Salidas o gastos necesarios en una empresa

**ESTRÉS:** Estado de sobrecarga y tensión física y mental con sensación de cansancio.

**FACTIBILIDAD:** Posibilidades de ejecución de una tarea

**GANANCIAS:** Beneficio de una venta o negocio

**INGRESOS:** Son las utilidades económicas positivas

Al finalizar la venta o el negocio.

**MERCADO:** Clientes potenciales a quienes se dirige el producto

**PÉRDIDAS:** Estado negativo de las finanzas de una empresa

**PRESUPUESTO:** Cálculo anticipado de los gastos e ingresos previstos para un tiempo determinado

**STRECHING:** Actividad física basada en estiramientos

## INTRODUCCIÓN

En Medellín y todo su Valle de Aburrá se viene presentando un fenómeno en cuanto a las soluciones de vivienda, las empresas del sector inmobiliario con las constructoras, están construyendo viviendas según las necesidades y la capacidad adquisitiva de la población. Lo anterior, se traduce en proyectos urbanísticos donde se desarrollan soluciones de vivienda para miles de familias. Estos complejos llamados unidades residenciales o urbanizaciones que pueden ser conformadas entre 90, 120 y más casas o apartamentos están siendo dotados de espacios y equipos deportivos, siendo ésta la oportunidad que se está visualizando en este proyecto.

Para esto, se analizan los pasos que explican y demuestran la importancia de un estudio de factibilidad y la aplicación del mismo para la creación de una empresa prestadora de servicios de actividad física, deporte y recreación para unidades residenciales del sector de Boston en el centro de Medellín donde se viene incrementando la construcción de nuevas soluciones de vivienda.

Esta idea surge a partir del deseo de crear empresa, de la intención de cambiar la condición de empleado por la de empresario generador de empleo para futuras generaciones, que tomen la decisión de estudiar y trabajar como profesionales del deporte y la recreación.

Este proyecto busca también, estar a la vanguardia de las necesidades que presenta la sociedad actual, en cuanto al ahorro del tiempo, los desplazamientos, los recursos económicos y las nuevas tendencias de la salud física y mental, lo anterior genera la necesidad de investigar y estudiar las características de este mercado, donde se pretende ser innovadores al brindar el servicio de manera domiciliaria, en las diferentes unidades residenciales, donde se potencializarán los recursos ya existentes como canchas, salones sociales, gimnasios, piscinas, saunas, turcos y placas polideportivas que son los espacios que están siendo entregados a los propietarios por los constructores para el esparcimiento, la integración y el disfrute de chicos y grandes.

También, se pretende identificar los servicios de mayor aceptación por la población, con el fin de brindar a través de profesionales en el área del deporte, diversas alternativas para la población infantil, juvenil y adulta.

En este momento la comunidad de las unidades residenciales del barrio Boston de Medellín son los beneficiados, logrando la optimización de los recursos y permitiendo el acceso a los servicios de una manera más económica y efectiva para la población.

## 1. EL PROBLEMA

El evidente crecimiento del sector inmobiliario en Medellín donde ahora es común ver gran cantidad de nuevos proyectos de conjuntos residenciales en construcción, que buscan solucionar necesidades de vivienda de muchas personas y que además tienen que contar con espacios propicios para la ejecución de actividades deportivas, aquí inicia este proyecto, en Medellín en el sector de Boston donde hay un buen crecimiento urbanístico. El objetivo de este proyecto, es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de actividad física, deporte y recreación para las unidades residenciales. que pueda suplir las necesidades recreativas y deportivas de los habitantes, en sus propios espacios deportivos y al tiempo ser económicamente viable para la población y la futura empresa.

¿Cuál es la factibilidad de crear una empresa de servicios de actividad física, deporte y recreación enfocada en la población de las unidades residenciales del barrio Boston en el centro de Medellín utilizando sus recursos físicos propios?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Con este estudio se analiza la factibilidad de crear una empresa prestadora de servicios de actividad física, deporte y recreación, para las unidades residenciales del sector de Boston en (Medellín) que cuentan con espacios propicios para desarrollar actividades.

Inicialmente este estudio proporciona información sobre el comportamiento de la población y las actividades que se ejecutarán, los valores y porcentajes económicos que se manejarán los recursos físicos y humanos necesarios esto sumado a los beneficios para sus habitantes en aspectos como el económico, el tiempo, la seguridad y el aprovechamiento del tiempo libre, son las principales razones que se deben conocer en el estudio de factibilidad para poder evaluar positivamente el proyecto e iniciar su ejecución o evaluarlo negativamente y desistir de la ejecución del proyecto.

Unido a lo anterior, se contemplaron los cambios y necesidades que presenta la sociedad actual con referencia al manejo del tiempo y la importancia de ser más efectivos, prácticos y rápidos. Se buscó un mejor aprovechamiento de los espacios y la generación de beneficios tales como: disminución de los desplazamientos de la población y de los riesgos que estos ocasionan, reducir costos de transporte, facilitar el manejo del tiempo para los padres y proporcionar mayor facilidad para acceder a los diferentes programas de actividad física, deporte y recreación

### **3. OBJETIVOS**

**3.1 General.** Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de actividad física, deporte y recreación para las unidades residenciales del sector de Boston.

#### **3.2 Específicos**

- Determinar las características del mercado donde se pretende intervenir.
- Identificar los servicios de mayor demanda de la población de las unidades residenciales con referencia a las actividades físicas, deportivas y recreativas
- Determinar los recursos humanos y económicos que se requieren para la prestación de los servicios
- Identificar los principales competidores, evaluar las similitudes y diferencias con el proyecto, sus fortalezas y sus debilidades.
- Analizar las posibilidades económicas del proyecto y el comportamiento de los diferentes servicios de actividad física, deporte y recreación para las unidades residenciales

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1 ANTECEDENTES

Este proyecto se origina con una simple inquietud: ¿por qué se utilizan tan poco los espacios deportivos en las unidades residenciales?

Esta inquietud se genera a partir de observar que en las unidades residenciales las personas utilizan más bien poco los espacios, por no decir nada, esto comparado con la demanda de cursos y programas deportivos en la empresa la cual no tiene la capacidad suficiente para atender todos los niños, jóvenes y adultos que quieren ingresar a desarrollar actividades.

Al observar esta situación y tener los estudios y el conocimiento para desarrollar actividades físicas y deportivas se realiza una convocatoria en una unidad para realizar aeróbicos dos veces por semana los días martes y jueves en horas de la noche, con un valor relativamente favorable y a la vez conocer un poco más las necesidades de la población.

La sorpresa fue el resultado de la convocatoria, con solo dos avisos en las carteleras principales de la unidad residencial el portero en el transcurso de una semana tenía una lista de 20 personas interesadas. Al martes siguiente se iniciaron los aeróbicos donde participaron en promedio unas 25 personas de 120 apartamentos que conforman la unidad; se realizó la actividad y en conversación informal con los participantes expresaban lo interesados y lo positivo de iniciar un programa de aeróbicos, y mencionaban que no utilizaban los espacios porque solos no se animaban.

La conversación con los participantes demostró que la población espera que alguien los dirija o que los motive para realizar las actividades o hacer uso de los espacios deportivos.

Al pasar los días, se analizaron las posibilidades de crear una empresa de servicios de actividad física, deporte y recreación sólo para las unidades residenciales. De inmediato se inició un proceso de investigación de todos los factores determinantes para poder ejecutar dicha actividad.

De esta manera se dio inicio al desarrollo del trabajo, en relación con el cual no se habían encontrado estudios relacionados para ese sector de la ciudad.

## **4.2 BASES TEÓRICAS:**

**4.2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD:** Es un análisis de diferentes factores que permiten conocer la viabilidad y el comportamiento a futuro del proyecto que se pretende implementar para lograr definir por medio de cálculos si es coherente o no crear dicho proyecto.....

### **4.2.2 FACTORES A TENER EN CUENTA PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

#### **4.2.3 Factores Externos**

- **El mercado:**

Es el sector y su población a la cual se le ofrece el servicio, donde se debe preguntar o indagar, quienes y como les brindan el servicio que se pretende intervenir, cuántos venden el mismo servicio y cómo, con qué voy a innovar para lograr posición en el mercado. Lo anterior muestra la importancia de cuál es el tipo de negocio, cuáles son los futuros clientes y algo muy importante, el o los competidores,

Cuando se habla del negocio que se quiere intervenir, se debe tener claridad con referencia al objetivo y al cliente que se pretende obtener o satisfacer para poder saber si se están realizando las cosas de forma adecuada. Para esto, se deben tener en cuenta las respuestas del siguiente cuestionario:

- ¿Qué hace mi servicio por el cliente?
- ¿Qué necesidad le resuelve?
- ¿Por qué creo o digo que lo hace?
- ¿Cuándo satisface la necesidad este servicio?

Lo anterior puede sonar a redundancia pero aquí la idea es seguir conociendo el mercado. Se trata ahora de descubrir cuál es el mercado adecuado o la estrategia que marcará la diferencia para vender el servicio, además de identificar los clientes y competidores potenciales.

Algo que es importante tener claro es el volumen del mercado, como el servicio no es algo nuevo, sólo diferente, se debe analizar los clientes que utilizan el servicio, los posibles clientes que iniciarían la utilización del mismo

y el porcentaje de ambos para la distribución del volumen de ventas o intervención, logrando conocer las tendencias del mercado y del servicio para lograr saber si será estático o en crecimiento, o al contrario, un mercado en decrecimiento para saber como mínimo el comportamiento en los próximos tres años del mercado. Se debe tener claro qué diferencia a estos servicios de los otros, el precio, el servicio, el personal, el respaldo, la versatilidad, la rapidez, la precisión, la representación, la atención. Cuando se logra tener claro qué diferencia a la empresa de la competencia, se debe iniciar con un plan de operaciones teniendo claras las estrategias sobre cómo se prestará el servicio, cuál será la reacción de los clientes, cuáles serán los recursos necesarios, físicos o humanos para lograr la aceptación y un balance positivo en el inicio de la nueva empresa, que garanticen perdurabilidad en el tiempo

#### **4.2.4 Factores Internos:**

Estos hacen referencia al surgimiento de la idea de vender un producto o servicio, es visualizar una oportunidad de negocio donde se evalúa la viabilidad del proyecto para suplir aspectos como: intereses personales, lucros económicos, figuración social, suplir una necesidad o mejorar la atención de la misma o simplemente mostrar la capacidad de innovar.

Luego se debe tener en cuenta cómo evaluar la idea en aspectos fundamentales como: quiénes atenderán los clientes, quiénes ejecutarán el servicio, qué perfil es el adecuado para este servicio, mejor dicho cuál será el recurso humano que tendrá intervención directa e indirecta con el cliente como aspecto clave en el éxito de la prestación del servicio, se cuenta con la capacidad para la inversión inicial y los primeros meses de funcionamiento y posicionamiento en el mercado, esto quiere decir recurso económico, el cual es fundamental como base en todo proyecto. Otro factor interno es cómo se realizará la estructura organizativa y los procedimientos a tener en cuenta para determinar la capacidad de funcionamiento y lograr en lo posible la eficacia y la eficiencia de los diferentes programas y servicios que se pretenden ofrecer, en este caso de mayor los de mayor demanda por la población de las unidades residenciales en las áreas de actividad física, deporte y recreación. La estrategia de cómo vender es importante porque puede enmarcar puntos importantes como la estrategia de venta, el precio competitivo, la diferencia en el servicio, el personal y su atención, la calidad y la puntualidad.

#### **4.2.5 ESTUDIO DEL MERCADO**

Los estudios de mercado muestran si el proyecto será exitoso o por el contrario, no tiene posibilidades de éxito.

**4.2.6 Situación del mercado.** Es una revisión detallada del mercado objetivo, es decir, el análisis de las posibilidades, el crecimiento, la perduración del servicio, otras empresas con similares servicios, las necesidades de la población objeto donde se lograrán aclarar dudas como mercado objeto, nicho de mercado, sector de influencia, demanda del servicio en el sector, cuáles son las principales fortalezas y debilidades en el comportamiento del mercado específico que se pretende abordar.

**4.2.7 Situación del servicio.** Busca conocer cómo se comportan las ventas, cuáles son las utilidades según los servicios ofrecidos en relación al paso de unos tres años.

**4.2.8 Situación competitiva.** Se identifican los principales competidores determinando fortalezas y debilidades, calidad de los servicios brindados y las diferentes estrategias que se utilizan para la aceptación de los servicios que se venden.

#### **4.2.9 ESTUDIO LEGAL:**

Este punto hace referencia a los deberes y obligaciones que se toman con el estado, en el momento de crear una empresa de actividad física, deporte y recreación.

##### **➤ Ley 181 de Enero de 1995**

#### **Objetivos y Principios fundamentales de la Ley 181/95**

Esta ley se instituyó entre otros aspectos para patrocinar, fomentar, masificar, divulgar, planificar, coordinar, ejecutar y asesorar la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, la promoción de la educación extraescolar de la niñez y la juventud de todos los niveles y estamentos sociales. (Art. 1). Para tal efecto, define la ley en el artículo 5° qué se debe entender por cada una de las actividades desarrollar así:

- **Recreación**

Es el proceso de acción participativa y dinámica que facilita entender la vida como una vivencia de disfrute, creación y libertad, en el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano para su realización y mejoramiento de la calidad de vida individual y social, mediante la práctica de actividades físicas e intelectuales de esparcimiento.

- **Aprovechamiento del tiempo libre**

Es el uso constructivo que el ser humano hace de él, en beneficio de su enriquecimiento personal y del disfrute de la vida en forma individual o colectiva. Tiene como funciones básicas el descanso, la diversión, el complemento de la formación, la socialización, la creatividad, el desarrollo personal, la liberación en el trabajo y la recuperación.

- **Educación extraescolar**

Es la que utiliza el tiempo libre, la recreación y el deporte como instrumentos fundamentales para la formación integral de la niñez y para la transformación del mundo juvenil, con el propósito de que éste incorpore sus ideas, valores y su propio dinamismo interno al proceso de desarrollo de la nación.

Esta educación complementa la brindada por la familia y la escuela y se realiza por medio de organizaciones, asociaciones o movimientos para la niñez o de la juventud e instituciones sin ánimo de lucro, que tengan como objetivo prestar este servicio a las nuevas generaciones.

Considera la ley en el artículo 4° que el deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, son los elementos fundamentales de la educación, la salud y el factor básico en la formación integral de la persona.

- **Universalidad:**

Todos los habitantes del territorio nacional tienen derecho a la práctica del deporte, el acceso a la medicina deportiva, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.

- **Participación comunitaria:**

La comunidad tiene derecho a participar en los procesos de concertación, control y vigilancia de la gestión estatal en la práctica del deporte, el acceso a la medicina deportiva, la recreación y al aprovechamiento del tiempo libre, de manera individual, familiar y comunitaria.

- **Integración funcional:**

Las entidades públicas o privadas dedicadas al fomento, desarrollo y práctica del deporte, la medicina deportiva, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, concurrirán de manera armónica y concertada al cumplimiento de sus fines, mediante la integración de funciones, acciones y recursos, en los términos establecidos en la presente ley.

- **Democratización:**

El Estado garantizará la participación democrática de sus habitantes para organizar la práctica del deporte, el acceso a la medicina deportiva, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, sin discriminación alguna de raza, credo, condición o sexo.

- **Ética deportiva:**

La práctica del deporte, el acceso a la medicina deportiva, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, preservará la sana competición y respeto a las normas y reglamentos de tales actividades.

El artículo 6°: es una función obligatoria de todas las instituciones públicas y privadas de carácter social, patrocinar, promover, ejecutar, dirigir y controlar actividades de recreación, para lo cual elaborarán programas de desarrollo y estímulo de esta actividad, de conformidad con el Plan Nacional de Recreación.

Según el artículo 10 de la ley 181/95, se entiende por Educación Física la disciplina científica cuyo objeto de estudio es la expresión corporal del hombre y la incidencia del movimiento en el desarrollo integral y en el mejoramiento de la salud y calidad de vida de los individuos con sujeción a lo dispuesto en la ley 115 de 1994.

➤ **Normas del fomento de deporte y la recreación**

**Artículo 17°**

El deporte formativo y comunitario hace parte del Sistema Nacional del Deporte. y planifica en concordancia con el Ministerio de Educación Nacional la enseñanza y utilización constructiva del tiempo libre y la educación en el ambiente, 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.

**Artículo 27°:**

Los proyectos de renovación urbana a que se refiere el artículo 39° de la ley 2845 de 1989 y los nuevos proyectos de urbanización que se aprueben a partir de la vigencia de esta ley, deberán contemplar infraestructura para el desarrollo de actividades deportivas, recreativas y de aprovechamiento del tiempo libre que obedezcan a las necesidades y tendencias deportivas de la comunidad en su zona de influencia, conforme a los reglamentos que expidan los consejos municipales.

➤ **Plan nacional del deporte, la recreación y la educación física**

**Artículo 52°:**

El Sistema Nacional del Deporte, en coordinación con diferentes entidades o instituciones deportivas, recreativas, de aprovechamiento del tiempo libre, de educación extraescolar y educación física, estatales y asociadas, a través del Instituto Colombiano del Deporte – Coldeportes, elaborará el Plan Nacional del deporte, la recreación y la educación física, de conformidad con la ley orgánica respectiva y para ser incluido en el Plan Nacional de Desarrollo.

El plan sectorial deberá contener:

1. Los propósitos y objetivos de largo plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política deportiva y recreativa que sea adoptada por el Gobierno Nacional.
2. El plan de inversiones con los presupuestos plurianuales de los principales programas y proyectos de inversión pública de los diferentes sectores del sistema y la especificación de los recursos financieros requeridos para su ejecución.

### **Artículo 53°:**

El Plan nacional del deporte, la recreación y la educación física, tendrá como fundamento los planes y proyectos que las entidades territoriales de carácter municipal, departamental y las instituciones de deportes, la recreación y el aprovechamiento libre asociados, propongan para el fomento y desarrollo del sector deportivo de acuerdo a las políticas del Gobierno Nacional.

- **4.3. Tipo de empresa**

- Persona natural:
- Persona jurídica:
- Sociedad comercial:
- Sociedad civil:

- **Actividad comercial.**

- Servicios deportivos

- **Clasificación de acuerdo a la actividad económica**

- Prestación de servicios
- Microempresa
- Mediana empresa
- Gran empresa

## **4.4 ESTUDIO FINANCIERO**

**4.4.1 Cálculo de la inversión inicial.** Es todo lo necesario para realizar el montaje y comenzar su funcionamiento, teniendo en cuenta aspectos como:

- **Activos fijos.** Son todos aquellos bienes tangibles que son necesarios para el funcionamiento y que relativamente son duraderos.
- **Capital inicial.** Éste es el capital económico disponible en efectivo, necesario para el inicio de la empresa y sus servicios.
- **Comparativo de ingresos, egresos y ganancias.**
  - Flujo de caja durante un tiempo determinado
  - Cálculo de utilidades con referencia al costo
- **Proyección contable a tres años:** se proyecta a nivel económico el comportamiento financiero del proyecto para lograr evaluar la perdurabilidad y la estabilización del mismo en el mercado con aspectos como el IPC, la demanda y el costo del servicio.

#### 4.4.2 Presupuesto

- **Ingresos:** costo del servicio por mensualidad, revisiones deportivas, torneos, actividades físicas, actividades recreativas.
- **Egresos:** sueldos, papelería, prestaciones sociales, gastos parafiscales, dotación empleados, mantenimiento de materiales, impuesto.

#### 4.5 ESTUDIO TÉCNICO

- **El personal:** cuáles son los profesionales con los que se pretende prestar el servicio, qué características deben tener para lograr el servicio idóneo.
- **Recursos necesarios para prestar el servicio con calidad:** es tener en cuenta si se tienen los materiales necesarios para un buen servicio.
- **Costos del servicio con referencia a la competencia:** si las tarifas están acorde al mercado y la capacidad adquisitiva de la población.
- **Porcentaje entre inversión y rentabilidad del servicio con referencia a la competencia:** es vital para lograr rentabilidad en el mercado y perdurabilidad.

- **Composición del mercado y cubrimiento de la demanda:** son las empresas que ofrecen un servicio similar o igual y la población objeto que requiere el servicio.

## **5. VARIABLES E INDICADORES**

Características del mercado donde se pretende intervenir:

### **5.1 Análisis del sector**

- La población
- Infraestructura
- Programas de mayor interés

### **5.2 Análisis del mercado**

- Participación del mercado
- Mercado potencial
- Crecimiento a futuro

### **5.3 Análisis de la competencia**

- Competencia directa
- Competencia indirecta
- Costo del producto o servicio

**5.4 Factor Competitivo.** Es identificar los principales competidores teniendo en cuenta la experiencia, el tamaño, la participación en el mercado, el sector de incidencia, la población y los servicios que brinda y lo que lo hace diferente de las otras empresas.

**5.5 Factor Económico.** La fuerza de adquisición según el poder económico, dónde se pretende concentrar el servicio, la población y su demanda, calcular los ingresos con referencia a los egresos.

**5.6 Factor Normativo.** Conocer las normas legales que rigen para la realización de este estudio y futura empresa.

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Estudio de factibilidad basada en la investigación de mercado de los servicios de actividad física, deporte y recreación para las unidades residenciales del sector de Boston.

#### **Ficha técnica.**

- Tipo de Estudio: Estudio de factibilidad
- Población: habitantes de unidades del barrio Boston
- Universo: 3498 familias
- Promedio de afectación de 10494 personas
- Muestra: 374 apartamentos
- Promedio de afectación de 775 personas
- Enfoque: cuantitativo exploratorio

### 6.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objeto de este proyecto estuvo constituida por los niños, jóvenes, adultos y adultos mayores de las unidades residenciales del sector de Boston específicamente (4) que cuentan con infraestructuras deportivas apropiadas para desarrollar actividades.

En el sector, se cuentan unas treinta (30) unidades residenciales y algunas más en construcción, todas con diferentes características en sus infraestructuras deportivas, como grupo de referencia se logro trabajar con la población de cuatro unidades residenciales que manifestaron estar interesados en las diferentes actividades.

Básicamente, la muestra está compuesta por cuatro unidades del sector de Boston, así:

- Torre Lima Tres            con 120 apartamentos y 301 personas interesadas
- Condominio Galicia      con 110 apartamentos y 208 personas interesadas
- Faros de Perú              con 80 apartamentos y 130 personas interesadas
- Bilbao Uno                 con 64 apartamentos y 116 personas interesadas

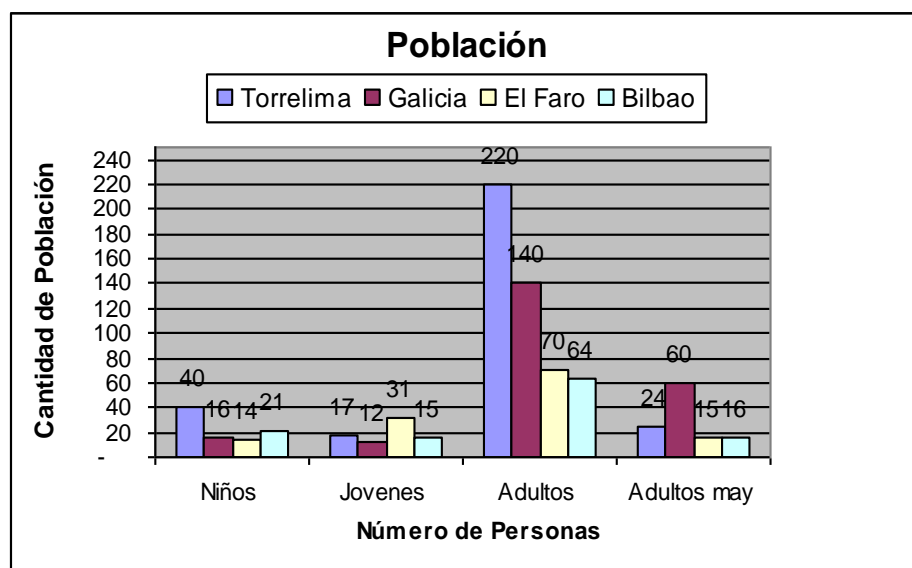
### Cuadro 1. Urbanizaciones y Población

Este cuadro muestra las urbanizaciones escogidas para este proyecto y la población interesada en las actividades que se propusieron en las encuestas:

Urbanizaciones y Población						
		Niños	Jóvenes	Adultos	Adultos mayores	Total
1	Torre Lima	40	17	220	24	301
2	Galicia	16	12	140	60	228
3	El Faro	14	31	70	15	130
4	Bilbao 1	21	15	64	16	116
	Total	91	75	494	115	775

### Gráfica 1. Población de las urbanizaciones

Esta grafica muestra la variabilidad y lo heterogéneo de la población en las unidades residenciales generando que la demanda del servicio varíe de acuerdo a la población de mayor demanda.



### **6.3 PROCEDIMIENTOS UTILIZADOS PARA LA RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN**

#### **➤ ENCUESTA PARA ANÁLISIS DE MERCADO.**

Esta cuenta con preguntas que pueden recopilar información necesaria acerca de otras empresas con servicios similares, considerados para este proyecto competencia en el mercado. Por medio de una visita se pretende conocer sus metodologías, para mantener el posicionamiento, las tarifas de cada uno de los servicios, su composición legal, la población cliente, los servicios de mayor demanda, la ubicación y las estrategias de venta del servicio (ver anexo)

#### **➤ ENCUESTAS PARA LAS UNIDADES RESIDENCIALES.**

Se busca identificar la población, sus necesidades con relación a las actividades físicas, deportivas y de recreación, su capacidad económica para acceder al servicio, sus preferencias, las condiciones y espacios deportivos con los cuales cuentan al interior de la unidad y el porcentaje de población que se puede interesar en los servicios que se ofrecerán.

Las encuestas fueron entregadas en la portería con autorización de la administración de la unidad para que el portero entregara a los habitantes y luego se recogieron y se analizó la información (ver anexo)

#### **➤ INSPECCIÓN OCULAR (Observación directa).**

Se visitaron las empresa con servicios similares al que se pretende ofrecer y las unidades clientes del futuro servicio logrando analizar diferentes aspectos como: la creatividad dentro de las propuestas de publicidad con referencia a lo realizado por la competencia, determinar la viabilidad de ejecutar el proyecto, los costos del servicio para la aceptación de la población y lograr las utilidades necesarias para consolidar el proyecto, evaluar con anterioridad los diferentes escenarios deportivos que se utilizaran en la ejecución del proyecto, analizar como lograr brindar el servicio de manera innovadora y que motive a participar a la población (ver anexo)

## **7. RESULTADOS**

Cuando se habla de resultados se tienen en cuenta los instrumentos de recolección de la información y todos los aspectos que pueden ser determinantes en este estudio de factibilidad, tales como:

- Características del mercado donde se pretende intervenir
- Factores necesarios para la creación de una empresa
- Análisis del comportamiento del proyecto
- Identificar los servicios claves para la prestación del servicio

Es bueno resaltar que los resultados pueden presentarse de manera cuantitativa o cualitativa según los datos recogidos durante la investigación.

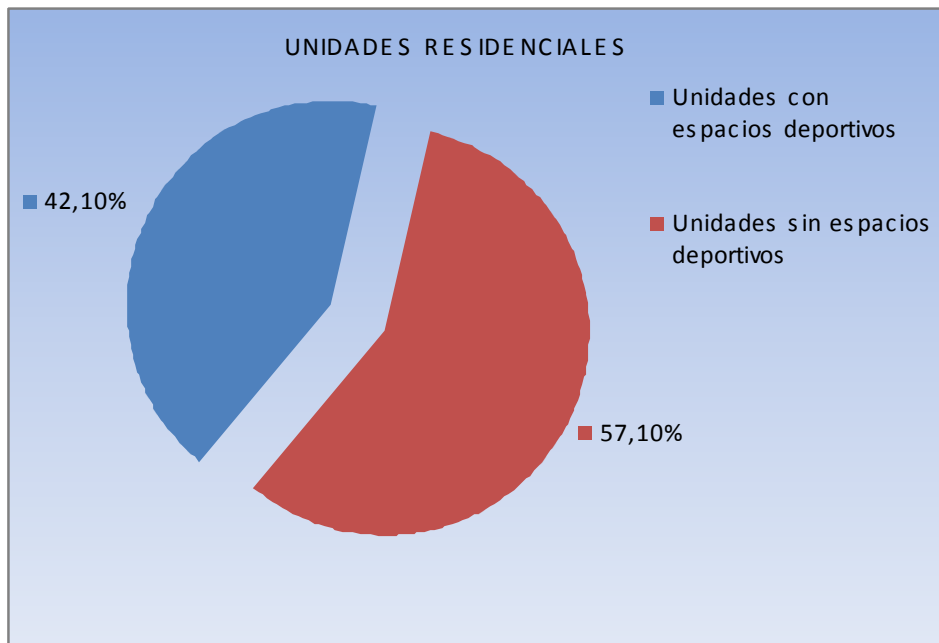
### **7.1 CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO INDAGADO**

Los grupos intervenidos fueron los pertenecientes a las unidades residenciales de (Torre Lima, Bilbao, Nueva Galicia, El Faro).

Cada una, con diferentes características en su población y en la demanda del servicio, donde se marca una alta participación de los adultos y los adultos mayores.

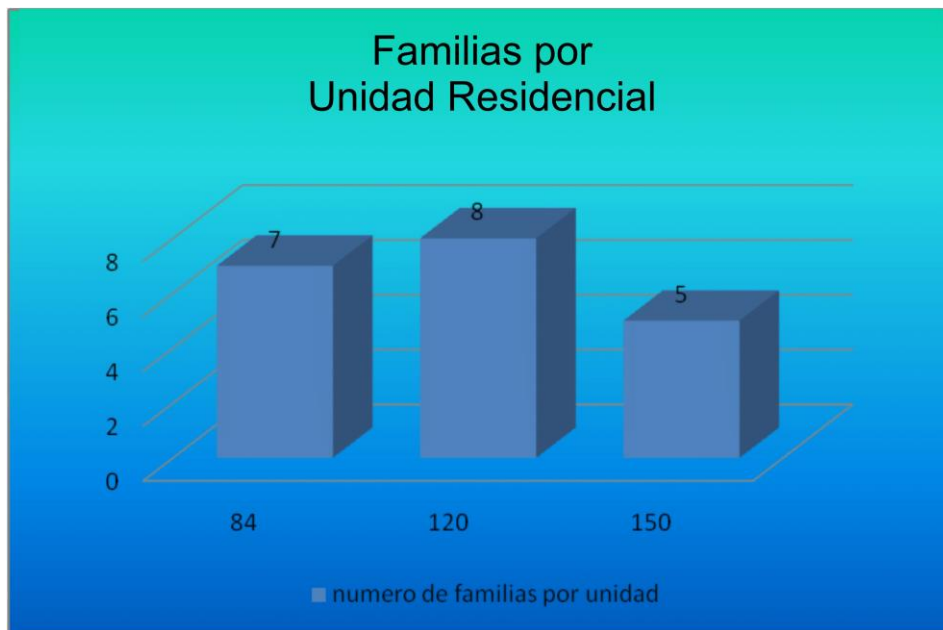
### **7.2 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO**

Los diferentes instrumentos de recolección de información, mostraron que en el sector donde se pretende realizar este proyecto (Boston), se recolectó un total de 70 unidades residenciales, como posibles clientes en el proyecto. Se determinó que 30 unidades residenciales cuentan con espacios deportivos y las unidades restantes no cuentan con dichos espacios, por lo cual las posibilidades de ser efectivos son de 42.10%, de acuerdo al número de unidades que cumplen en el sector con las características mínimas para ejecutar actividades deportivas.



La población de las unidades residenciales es muy heterogénea: niños, jóvenes, adultos y adultos mayores; los cuales no cuentan al interior de su unidad con programas de actividad física, deporte o recreación, pero sí con los espacios mínimos para el desarrollo de estas actividades.

La cantidad de familias varía entre 84,120 y 150 por unidad residencial y están conformadas en algunos casos por niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.



Durante la ejecución de esta investigación, se visualizaron otras posibles unidades en construcción y el crecimiento urbanístico como futuros clientes de este proyecto que puedan ser tenidos en cuenta, como el crecimiento de la empresa que se pretende formar.

No se encontró competencia directa, sólo empresas de servicios que más adelante se mencionarán y se realizará su descripción.

### 7.3 SITUACIÓN DEL SERVICIO

Se pretende abrir mercado con un servicio que podrá generar múltiples beneficios en la población, en aspectos como:

- Tiempo
- Economía
- Desplazamientos
- Socialización
- Convivencia
- Salud
- Seguridad

No se puede desconocer que otras empresas con mucho tiempo en el mercado, ofrecen servicios similares, pero es ahí donde se deben resaltar las diferencias con relación a este proyecto. Éste proyecto no espera que la gente llegue, se va en busca de la gente, se pretende estar en el lugar de vivienda de la gente evitando los desplazamientos y la inseguridad, se pretende el mayor aprovechamiento del tiempo y los recursos, estamos hablando de realizar las actividades físicas, deportivas y recreativas en las instalaciones propias de cada unidad residencial, logrando los beneficios antes mencionados.

## **7.4 SITUACIÓN COMPETITIVA**

Se tienen en cuenta dos tipos de competencia: la competencia directa y la competencia indirecta, las cuales se diferencian de la siguiente manera:

**7.4.1 Competencia directa.** Empresas que brinden el servicio a domicilio y que dentro de su portafolio se presente similitud en los servicios con referencia al proyecto que se pretende realizar.

Ejemplo: Inder Medellín sería en este proyecto considerado la única competencia directa si las diferencias en el servicio no fueran tan marcadas e importantes de resaltar.

Fortalezas del Inder Medellín:

- El costo: gratuito
- El servicio: tiene buenos profesores y en puntos muy estratégicos
- El tiempo de servicio : para la comunidad en general sin discriminaciones
- Frecuencia: dos secciones de una hora semanal

Debilidades:

- El espacio:

Son las placas públicas de la comunidad con pisos rústicos, descubiertos e inseguros con los que cuenta en el sector de Boston.

- Número de participantes:

No es controlado y se mezclan diversos tipos de edades y patologías, desarrollando un trabajo de tipo general no recomendado.

**7.4.2 Competencia indirecta.** Se realizó un estudio en la zona de las diferentes empresas, consideradas competencia, entre las cuales se encuentra con incidencia en la población del sector las siguientes:

- Caja de compensación familiar COMFENALCO Antioquia
- Caja de compensación familiar COMFAMA
- Gimnasio Universal
- Gimnasio Milenio
- Gimnasio Ser Activo

## 7.5 SERVICIO O PROGRAMAS DE MAYOR DEMANDA EN LAS UNIDADES RESIDENCIALES.



Los servicios o programas de mayor demanda por la población, según las encuestas y teniendo en cuenta las instalaciones deportivas son:

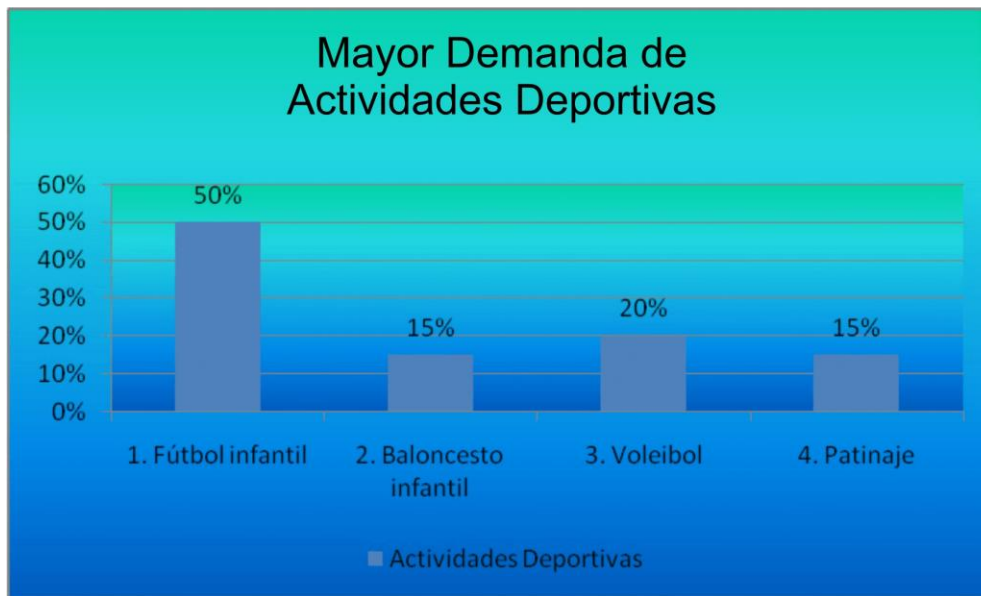
➤ **Actividades Físicas:** con una frecuencia de dos veces por semana con una duración de una hora por sección : 65%, distribuidas en los siguientes programas:

➤

- Aeróbicos 40%
- 1. Rumbaeróbicos 15%
- 2. Natación infantil 15%
- 3. Hidroaeróbicos 20%
- 4. Gimnasia 10%



La gráfica anterior, permite visualizar que sí se tienen potenciales clientes en las diversas unidades residenciales, para la implementación de programas de actividad física, sin importar que en el sector se realicen programas similares.



- Las actividades deportivas con una demanda total del 25 % de la población encuestada, presenta más atención hacia algunos deportes de conjunto que a los mismos deportes individuales, siendo esto, una oportunidad para lograr una interacción social entre la población de las unidades residenciales
  
- **ACTIVIDADES RECREATIVAS:** sólo el 10% de la población manifestó estar interesados en este programa para ser ejecutados los fines de semana con una intensidad de dos horas, el resto no realizó comentarios a nivel recreativo.

- **7.6 RECURSOS HUMANOS Y ECONÓMICOS QUE SE REQUIEREN PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

**El personal.** Los empleados de la empresa serán contratados como prestadores de servicios, donde tendrán que acreditar tener seguridad social y pensiones, para prestar los servicios de actividad física, deporte y recreación. deben cumplir con un perfil de educadores físicos o profesionales en deporte con énfasis en programas de acondicionamiento

cardiovascular, que cuenten con buena presencia, capacidad de manejo de grupo, buenas relaciones interpersonales, dominio de los programas que brinda la empresa, con valores muy claros como, el respeto, la honestidad, la responsabilidad, la puntualidad,

Todos los puntos anteriores, son con el objetivo de lograr consolidar la empresa desde sus empleados y la buena atención a los clientes.

**Recursos.** En la inversión inicial se tiene previsto la adquisición de los diferentes materiales y equipos necesarios para lograr prestar un buen servicio a la población objeto de este proyecto.

**Costo del servicio.** El costo del servicio está sujeto al estudio que se realice tanto para quien solicitan el servicio, como el valor hora a pagar al profesor.

La calidad del servicio y la diferencia en la prestación del mismo son puntos importantes que marcan la diferencia en cuanto al costo la utilización de los espacios propios de cada unidad logra disminuir el valor del servicio, el ahorro en tiempo, desplazamientos, transporte, alimentación, son una disminución de gastos indirectos la interacción con los vecinos de la unidad y la participación masiva lograra que los costos estén distribuidos y presenten una tendencia a la baja, la contratación de los empleados es por prestación de servicios logrando costos mas fijos y controlados que se reflejaran en el valor del servicio.

**Tipo de Empresa.** Al crear una empresa se puede matricular de diversas formas, buscando ser mas efectivos Se solicitó una asesoría personalizada con la Cámara de Comercio de Medellín, donde según las características de la futura empresa optar por la razón social de Persona Natural y diligenciar el Rut (Registro Único Tributario) de régimen simplificado es la opción mas simple y económica para iniciar y es total mente legal para el servicio que se pretende vender.

**Actividad Comercial.** La actividad comercial que realizaría la futura empresa según los parámetros que genera la Cámara de Comercio de Medellín y los resultados obtenidos en el desarrollo del estudio de factibilidad, sería (actividades deportivos código 9241)

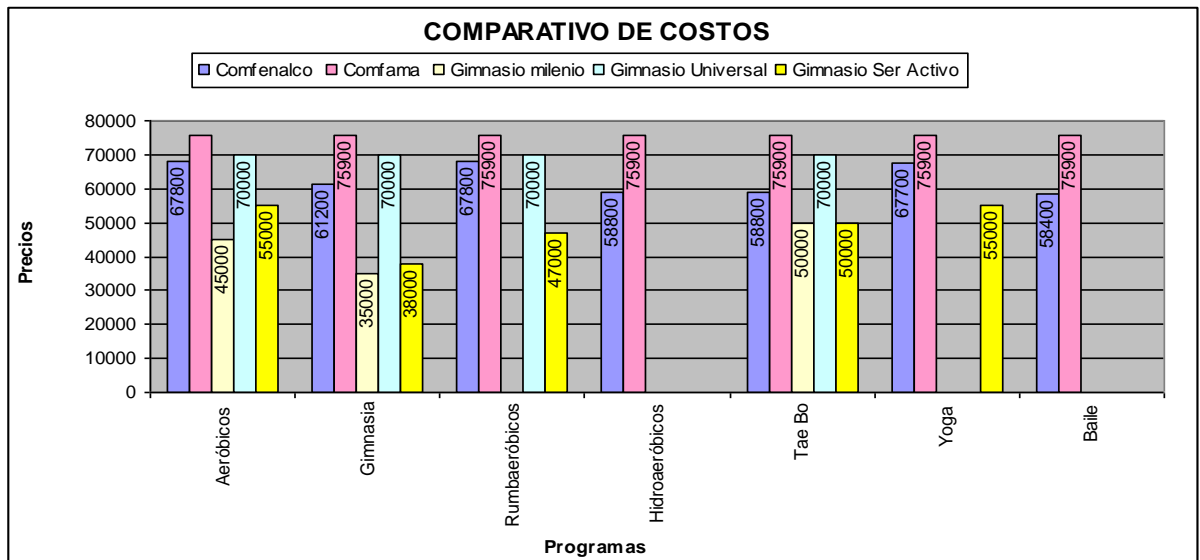
**Clasificación de acuerdo a la actividad económica.** Según el registro y la proyección de los servicios que brinda la futura empresa, es considerada por el estado como una persona natural pero de régimen simplificada, con una razón social y nombre comercial determinado que presta servicios deportivos.

## 7.7 COMPARATIVO DE TARIFAS

**Cuadro 3. Comparativo de costos en programas trimestrales**

<b>Programas</b>	<b>Comfenalco</b>	<b>Comfama</b>	<b>Gimnasio milenio</b>	<b>Gimnasio Universal</b>	<b>Gimnasio Ser Activo</b>
<b>Aeróbicos</b>	\$ 67.800	\$75.900	\$45.000	\$ 70.000	\$ 55.000
<b>Gimnasia</b>	\$ 61.200	\$75.900	\$35.000	\$ 70.000	\$ 38.000
<b>Rumbaeróbicos</b>	\$ 67.800	\$75.900	N/A	\$ 70.000	\$ 47.000
<b>Hidroaeróbicos</b>	\$ 58.800	\$75.900	N/A	N/A	N/A
<b>Tae Bo</b>	\$ 58.800	\$75.900	\$50.000	\$ 70.000	\$ 50.000
<b>Yoga</b>	\$ 67.700	\$75.900	N/A	N/A	\$ 55.000
<b>Baile</b>	\$ 58.400	\$75.900	N/A	N/A	N/A

**Gráfica 2. Comparativo de costos**



- El anterior grafico indica la fluctuación de precios de cada empresa según el servicio, donde se visualiza que las cajas de compensación son las más costosas, y los gimnasios particulares tienen precios más económicos. Con esta información se logró generar un precio para constituir el valor del servicio y que pudiera ser competitivo y generar ganancias para la empresa que se pretende crear.

## 7.8 LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

- Caja de compensación familiar COMFENALCO Antioquia
- Caja de compensación familiar COMFAMA
- Gimnasio Universal
- Gimnasio Milenio
- Gimnasio ser activo

Para mayor claridad de los servicios ofrecidos por estas empresas se detalla.

### COMFENALCO:

- Servicios: trabaja en sus instalaciones en este caso Comfenalco La Playa, ofrece programas de manera trimestral con tarifas diferentes para afiliados y particulares, ofrece programas similares a los servicios de este proyecto pero con un costo más elevado, la población sólo puede acceder al servicio cada tres meses
- Tarifas: son trimestrales dos clases por semana un total de 20 clases
  - Aeróbicos: Afiliado 42.800 No afiliados 67,800
  - Gimnasia Básica: Afiliado 28.600 No afiliados 61.200
  - Natación: Afiliado 31500 No afiliados 58.300
  - Hidroaeróbicos: Afiliado 31500 No afiliados 58.800
  - Yoga: Afiliado 43.000 No afiliados 67.700
  - Rumbaeróbicos: Afiliado 42.800 No afiliados 67.800
- Frecuencia del servicio: todos los servicios son ofrecidos con una intensidad de dos veces por semana con una duración por sección de una hora.

## **COMFAMA:**

- **Servicios:** Esta empresa presenta mayores facilidades para el usuario realiza inscripciones trimestrales para todos los programas los cuales tienen una frecuencia de dos veces por semana con una duración de una hora por sección y vende tiquetes para realizar sesiones de las diferente actividades de manera inmediata, las tarifas siguen siendo elevadas y los servicios son centralizados en su unidad de San Ignacio.
- **Tarifas:** Al ser caja de compensación también presenta tarifas diferentes para afiliados y particulares

- Aeróbicos:	Afiliado 53.100	No afiliados 75.900
- Gimnasia Básica:	Afiliado 53.100	No afiliados 75.900
- Natación:	Afiliado 53.100	No afiliados 75.900
- Hidroaeróbicos:	Afiliado 53.100	No afiliados 75.900
- yoga:	Afiliado 53.100	No afiliados 75.900
- Rumbaeróbicos:	Afiliado 53.100	No afiliados 75.900

## **GIMNASIO UNIVERSAL:**

Esta empresa brinda servicios en su mayoría de musculación siendo el servicio de mayor fortaleza en su única sede de La Avenida la Playa, donde ofrecen otros servicios como Spinning, Aeróbicos, Tae Bo, Rumba los cuales tienen una frecuencia de dos clases por semana con una duración de una hora cada sección.

- **Tarifas:** En su puerta principal tiene tres opciones de tarifas
  - Tiquetera de gimnasio : 100.000
  - Tiquetera con spinning : 130.000
  - Tiquetera para spinning: 70.000
- **Servicio:** La atención es muy agradable, los profesores y la recepcionista son atentos y pendientes de los usuarios, es fácil y rápido acceder al servicio, las instalaciones son un poco pequeñas y estrechas para todos los servicios que se brindan.

### **GIMNASIO MILENIO:**

Esta empresa brinda servicios en su mayoría de musculación, siendo el servicio de mayor fortaleza en su única sede de La Calle Girardot con Ayacucho, donde ofrecen otros servicios como Spinning, Aeróbicos, Tae Bo, Rumba, masajes.

➤ Tarifas:

- Mensualidad general: \$ 50. 000
- Tiquetera de Gimnasio 16: \$ 45. 000
- Tiquetera con Spinning: \$ 50. 000
- Tiquetera General: \$ 35. 000

➤ Servicio: La atención es rápida, los profesores son atentos y pendientes de los usuarios, es fácil y rápido acceder al servicio, las instalaciones son pequeñas y estrechas para todos los servicios que se brindan.

➤ Frecuencia: este gimnasio utiliza el sistema de tiquetera y horarios establecidos para cada programa a los cuales se debe regir el cliente.

### **GIMNASIO SER ACTIVO:**

Este gimnasio ofrece servicios de musculación, aeróbicos Spinning, gimnasia para adultos rumba y actividades turísticas para los adultos y usuarios del gimnasio

➤ Tarifas:

- Mensualidad: \$ 55.000
- Tiquetera gimnasio12: \$ 47.000
- Tiquetera general: \$ 38.000
- Tiquete día : \$ 5.000

➤ Servicio: La atención es rápida, los instructores son de mala presencia mal uniformados, pero son atentos, formales y con buena actitud al servicio.

➤ Frecuencia: este gimnasio utiliza el sistema de tiquetera y horarios establecidos para cada programa a los cuales se debe regir el cliente

## 8. VIABILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO Y SU VALOR ECONÓMICO

### ➤ **Inversión Inicial:**

Para la creación de una empresa prestadora de servicios de actividad física, deporte y recreación es necesario tener en cuenta:

### ➤ **Capital inicial:**

Este estudio de factibilidad sugiere que el capital inicial para la futura empresa esté promediado entre los \$18'000,000 (Diez y Ocho millones) y los \$15'000,000 (Quince millones de pesos) como soportes para una variedad de inversiones iniciales y soporte para los primeros meses en los cuales la empresa esta iniciando sus ventas, capital aportado por cada uno de los socios en % de 50 y 50.

### ➤ **Gastos fijos:** Salarios, obligaciones tributarias,

<b>Concepto</b>	<b>Valor Mensual</b>
Salarios de 2 socios	\$ 1,600.000
Obligaciones tributarias parafiscales	\$ 250.000

### ➤ **Activos fijos:** Implementos deportivos, equipos de sonido,

- Equipos de sonido: (2) Valor \$ 40.000c/u Total:\$ 800.000
- Full Noder: (30) Valor \$ 15.000 c/u Total: \$450.000
- Balones Deportivos (20) Valor \$ 45.000 c/u Total: \$900.000
- Materiales de recreación: Valor Total \$ 1.200.000
- Materiales didácticos: Valor Total \$ 1.800.000

### ➤ **Gastos variables iniciales :**

- Suministros mensuales: \$120.000
- Uniformes empleados: \$ 1.500.000 Anuales
- Publicidad y mercadeo \$ 3.000.000 Anuales

- Total inversión inicial: \$ 11.730.000 Mes (Uno)
- Total gastos mes x mes: \$ 2.060.000 Mes (Dos, Tres.....)

### 8.1 COMPARATIVO DE INGRESOS, EGRESOS Y GANANCIAS

- Ingresos: los ingresos están soportados por el valor del servicio que se brinde a la población.
- Los gastos de igual manera por la utilización del personal en la prestación del servicio.
- Las ganancias es lo equivalente a el costo del servicio menos el valor Hora del profesional que ejecuto el servicio.
- **Nota:**
- Todo se muestra claramente en el siguiente ejemplo donde se aplica una fórmula la cual fué tomada con referencia al comportamiento tanto del valor que tiene el servicio, como el valor que se paga al instructor por el mismo :

Valor hora del servicio: (**Valor Serv.**) \$ 28.000

Valor hora para profesor: (**Valor HP**) \$ 14.000

Valor utilidad por hora: (**Valor utilidad**) \$ 14.000

$$\text{Valor.Serv} - \text{Valor. HP} = \text{Valor utilidad}$$

Es importante resaltar que se propone un precio uniforme para todos los programas, debido a que el servicio es domiciliario y no se corre con gastos de espacios y mantenimiento, con el fin de lograr que los procesos sean más asequibles, donde las utilidades generan los salarios de los socios de la empresa y las futuras inversiones en activos fijos y gastos tributarios, impuestos y papelería utilizados en la ejecución de la empresa.

## 8.2 PRESUPUESTO

### Ingresos:

Los ingresos estarán respaldados por los servicios inicialmente determinados en el estudio de factibilidad como los de mayor demanda por la población de las unidades residenciales los cuales son:

- Costo de las actividades de acondicionamiento físico 10 clases de una hora dos veces por semana para grupos mínimo de 10 personas :

- Aeróbicos: Valor hora: \$ 28.000
- Gimnasia básica: Valor hora: \$ 28.000
- Rumbaeróbicos: Valor hora: \$ 28.000
- Hidroaeróbicos: Valor hora: \$ 28.000
- Yoga: Valor hora: \$ 28.000
- Streching Valor hora: \$ 28.000

- Costo de las actividades recreativas:

- Recreación dirigida: tiene un costo por hora de \$ 28.000

- Costo de las actividades deportivas 10 clases de una hora para grupos de mínimo de 10 niños:

- Entrenamientos de Fútbol: \$ 28.000 hora
- Entrenamientos de Baloncesto: \$ 28.000 hora
- Entrenamientos de voleibol: \$ 28.000 hora
- Entrenamientos de Fútbol Sala: \$ 28.000 hora

➤ Costo de asesorías deportivas según las necesidades del cliente y el estado de los equipos y el servicio :

- Mantenimiento de gimnasios : Valor Variable
- Montaje de torneos deportivos: Valor Variable
- Planes de entrenamiento: Valor Variable

### Egresos

Están divididos en dos partes: los gastos fijos y las variables, los cuales pueden generar cambios en la estructura de la empresa con referencia al flujo de caja mensual.

➤ **Gastos fijos:**

<b>Concepto</b>	<b>Valor Mensual Unitario</b>	<b>Total mes</b>
Salarios de 2 socios	\$ 800.000	\$1,600.000
Obligaciones tributarias	\$ 160,000	\$160,000
Obligaciones para fiscales	\$ 90.000	\$180,000
<b>Total de gastos fijos</b>		<b>\$ 1,940.000</b>

➤ **Gastos variables:**

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>
Papelería mensual	\$ 40.000
Mantenimiento herramientas de trabajo	\$ 50.000
Transporte	\$ 30.000
<b>Total gastos variables</b>	<b>\$120.000</b>

<b>Total gastos mensuales</b>	<b>\$2,060.000</b>
-------------------------------	--------------------

➤ **Equilibrio Financiero:**

Número de horas o servicios que se deben realizar para lograr un punto de equilibrio entre los ingresos y los egresos de manera mensual.

Servicios ejecutados: 165 horas mensuales	\$ 4,620.000
Menos pago horas profesor	-\$ 2.310.000
Menos Gastos fijo y variables	-\$ 2.060.000
Utilidad Mensual del ejercicio	\$250.000

**Estado de pérdidas y ganancias**

VENTAS BRUTAS DE SERVICIOS	\$ 4,620.000
VENTAS BRUTAS DEL MES	\$ 4,620.000
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 4,620.000</b>

GASTOS OPERACIONALES

<b>ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 2,060.000
GASTO DE PERSONAL	\$ 1,600.000
GASTOS LEGALES	\$ 340.000
GASTOS DIVERSOS	\$ 120.000

<b>VENTAS</b>	\$ 2,310.000
GASTO DE PERSONAL	\$ 2,310.000

<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ (4370000)</b>
-----------------------------------	---------------------

<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 250.000</b>
----------------------	-------------------

### 8.3 PROYECCIÓN ECONÓMICA A TRES AÑOS:

- **Supuestos financieros.**

La proyección económica esta basada en varios aspectos como:

- El crecimiento urbanístico del sector de Boston,
- El aumento de la comunidad en la participación de las actividades
- El incremento del IPC proyectado por el DANE
- La distribución de las utilidades será a partir de los tres años cuando se observe la estabilidad de la empresa y sus servicios (decisión de los socios)
- El incremento salarial será basado en la inflación anual proyectada

Esta proyección esta sujeta a mantener y aumentar paulatinamente el % de población participante y aumentar progresivamente las unidades residenciales logrando un crecimiento en la ejecución al transcurrir el tiempo. proyección programada para ejecutar al año 2010.

Primer Año	
Horas de servicio que se deben ejecutar:	(1.974) clases anuales
Meses del año de ejecución	(11) meses
Horas mensuales por ejecutar	(179) horas
Unidades residenciales a intervenir	(9) unidades
Promedio de horas mensual	(19) horas
Horas por ejecutar semanales por unidad	(5) horas
Valor hora para unidad residencial	(\$ 28.000)
Valor total de las horas que se deben ejecutar	(\$ 55.272.000) ingresos
Valor hora profesor	(\$14.000) egresos
Pagos a profesores por servicios prestados	(27.636.000) egresos
Gastos fijos y variables por mes	(2.060.000) egresos
Gastos fijos y variables	(24.720.000) egresos
Utilidades del ejercicio	(2.916.000) Utilidades anuales

<b>Segundo año: con un aumento del IPC del 6.5%</b>	
Horas de servicio que se deben ejecutar:	(2.102) horas de clase anuales
Meses del año de ejecución	(11) meses
Horas mensuales por ejecutar	(191) horas
Unidades residenciales a intervenir	(10) unidades
Promedio de horas mensual	(19) horas por unidad
Horas por ejecutar semanales por unidad	(5) horas
Valor hora para unidad residencial	(\$ 30.000)
Valor total de las horas que se deben ejecutar	(\$63.060.000) ingresos
Valor hora profesor	(\$15.000)
Pagos a profesores por servicios prestados	(31.530.000) egresos
Gastos fijos y variables por mes	(2.193.900) egresos mensuales
Gastos fijos y variables	(26.326.800) egresos
Utilidades del ejercicio	(5.203.200) Utilidades anuales

<b>Tercer año: con un aumento del IPC del 7.67%</b>	
Horas de servicio que se deben ejecutar:	(2.263) horas de clase mínimo
Meses del año de ejecución	(11) meses
Horas mensuales por ejecutar	(205) horas
Unidades residenciales a intervenir	(11) unidades
Promedio de horas mensual	(19) horas por unidad
Horas por ejecutar semanales por unidad	(5) horas
Valor hora para unidad residencial	(\$ 32.300)
Valor total de las horas que se deben ejecutar	(73.094.900) ingresos
Valor hora profesor	(\$16.200)
Pagos a profesores por servicios prestados	(36.660.600) egresos
Gastos fijos y variables por mes	(2.362.172) egresos mensuales
Gastos fijos y variables	(28.346.064) egresos anuales
Utilidades del ejercicio	(8.088.236) Utilidades anuales

## 9. CONCLUSIONES

- Este estudio de factibilidad muestra que la creación de una empresa de servicios de actividad física, deporte y recreación tiene posibilidades en el mercado, según las expectativas con las que se pretenda crear dicha empresa y teniendo claro las dificultades que presenta el mercado actual.
- El mercado esta rodeado de empresas con servicios similares pero la metodología planteada, representa una oportunidad para la nueva empresa que se pretende desarrollar y los servicios que pretende fortalecer.
- Tener claro el manejo financiero y los porcentajes de utilidades que se manejan para una empresa, logrando perdurar en el tiempo y las metas a corto, mediano y largo plazo, para consolidar la empresa
- Es trascendental el estudio de factibilidad porque muestra la importancia y coherencia según el proyecto, logrando economía en cuanto a tiempo, dinero y recursos humanos al momento de implementar el proyecto.

## 10. RECOMENDACIONES

- Con relación a las utilidades obtenidas en el ejercicio de recursos económicos, no se recomienda crear una empresa, se recomienda utilizar este proyecto como alternativa laboral independiente, ya que las utilidades son de bajo porcentaje.
- Mirar la población que habita en las unidades residenciales, con relación a las interesadas en los servicios. Es notoria la apatía o el desinterés por participar de las actividades propuestas por la empresa que se pretende crear, y esto afectará la proyección económica de la empresa y su perdurabilidad en el tiempo.
- Se recomienda en el momento de consolidar la empresa, tener claro la capacidad adquisitiva de la población objeto, por que esto repercutirá en el éxito de la empresa.
- El nivel económico del sector (estrato 2 y 3) muestra pocas posibilidades de éxito de la empresa que se pretende conformar ya que los habitantes de estos barrios tienen deudas de vivienda o su nivel socio-económico no les permite acceder a servicios de recreación y deporte. En otro estrato (4 y 5), podrá tener más oportunidad de implementarse la empresa porque las posibilidades económicas están fortalecidas.
- La constancia de la población en la participación de las actividades no es de un largo tiempo por lo cual se recomienda replantear la proyección de la futura empresa para lograr cumplir con los porcentajes de horas laboradas semanal, mensual, anual.

## 11. ANEXOS

**Cuadro 2. Formato encuesta para análisis de mercado**

ENCUESTA PARA ANÁLISIS DE MERCADO				
<b>Competencia Directa</b>				
<b>Nombre de la empresa:</b>				
<b>Persona encargada:</b>				
<b>Ubicación:</b>				
<b>Constitución legal:</b>	<b>SI:</b>		<b>NO:</b>	
	<b>Descripción:</b>			
<b>Cliente Potencial:</b>				
<b>Servicios que ofrece:</b>	1			
	2			
	3			
<b>Costo de los servicios:</b>	1			
	2			
	3			
<b>Programa con mayor demanda:</b>				
<b>Sistema de venta de los servicios:</b>				

<b>Observaciones:</b>				

### ENCUESTA PARA UNIDADES RESIDENCIALES

Nombre de la urbanización: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Nombre del Administrador: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_

Número de apartamentos o viviendas: \_\_\_\_\_

Espacios deportivos: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Estrato social: \_\_\_\_\_

Tiene programas deportivos: SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Le gustaría tener programas deportivos: SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_  
 ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Población: Niños: \_\_\_\_ Jóvenes: \_\_\_\_ Adultos: \_\_\_\_

**Observaciones:**

1)

2)

### **INSTRUMENTO 3 INSPECCIÓN OCULAR**

- Análisis de las posibilidades de ejecutar el servicio
- Análisis de los posibles programas que se puedan desarrollar
- Evaluar las estrategias de publicidad para iniciar el servicio
- Costo adecuado para los servicios con referencia al punto de equilibrio
- Espacios propicios para la ejecución del servicio
- Población
- Que puede marcar la diferencia en el servicio.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

BENJUMEA PÉREZ, Margarita, MORALES JARAMILLO, Guillermo León. Reestructuración de una empresa de servicios deportivos. Medellín, 2000. Trabajo de Postgrado (Administración Deportiva). Universidad de Antioquia,

GIL ESTALLO, María de los Ángeles. Como crear y hacer funcionar una empresa. 3ed. España: ESIC, 1998.

LONDOÑO CHICA, Carlos y MESA PRIETO, Rodrigo. Curso básico de administración, gerencia y recurso humano. Bogotá: Norma, 1997.

MONTSERRAT OLLÉ, Manuel Ludevid. Como crear su propia empresa, factores claves de gestión. México: Boixareu.

PARIS ROCHE, Fernando. La planificación estratégica en las organizaciones deportivas. España: Paidotribo, 2006.

PIERRE, CASPAR. Cómo crear tu propia empresa. Politécnico Jaime Isaza Cadavid. Barcelona: Técnicos Asociados, 1997.

REVISTAS INMOBILIARIAS de los meses de (febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio 2007)