

**PLAN DE NEGOCIOS**

Centro Multifuncional Deportivo Diovall Club

**MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA**

**YADIRA ESPERANZA SÁNCHEZ MORENO  
YULISA ALEXANDRA PARRA VALBUENA  
ROBERT SMITH QUINTERO TORRES**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ  
2019**

**PLAN DE NEGOCIOS**

Centro Multifuncional Deportivo Diovall Club

**MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA**

**YADIRA ESPERANZA SÁNCHEZ MORENO  
YULISA ALEXANDRA PARRA VALBUENA  
ROBERT SMITH QUINTERO TORRES**

**Asesor Metodológico**

**Rubiela Rincón Gómez**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ  
2019**

**PLAN DE NEGOCIOS  
SOLUCIONES EMPRESARIALES  
MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA**

**Trabajo de Grado para optar al Título de Profesional en Administración de Empresas**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ  
2019**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA**  
**AUTORIDADES ACADÉMICAS**

**Rector**

DR. LEONARDO VALENCIA

**Vicerrector Académico**

DRA. MARTHA CASTELLANOS

**Decano Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras**

DR. MAURICIO ANDRES HERNANDEZ ANZOLA

**Director del Programa**

DRA. MARCELA GARZÓN POSADA

**Asesor Metodológico**

RUBIELA RINCÓN GÓMEZ

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

**PRESIDENTE DEL JURADO**

**JURADO**

---

**JURADO**

---

---

**Ciudad** \_\_\_\_\_ **Día** \_\_\_\_\_ **Mes Año** \_\_\_\_\_

## **AGRADECIMIENTOS**

Queremos agradecerle a Dios por permitirnos culminar nuestra carrera con éxito, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad; a nuestras familias, por la paciencia, apoyo y colaboración que obtuvimos, por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, y por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradecemos a nuestros docentes de Universidad, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, a la maestra Rubiela Rincón Gómez tutora de nuestro proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los habitantes de la comunidad de Chía por su valioso aporte para nuestra investigación.

## DEDICATORIA

Agradecemos a **DIOS TODO PODEROSO**, por permitirme culminar esta etapa de mi vida A mis **PADRES, HERMANOS, Y MAESTROS** por su apoyo, paciencia y motivación, los cuales hicieron posible la culminación exitosa de mi especialización.

## **ADVERTENCIA**

La **FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA** no se hace responsable de los conceptos emitidos en los trabajos de grado. Sólo velará porque no se publique nada contrario a la moral y ética profesional y por qué dicho trabajo no contengan ataques o polémicas personales, antes bien en ello se vea un anhelo de buscar la verdad.



## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	11
JUSTIFICACIÓN	12
OBJETIVOS	13
OBJETIVO GENERAL	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1. DESARROLLO DEL LIENZO CANVAS	14
1.1 Segmento de clientes	14
1.2 Propuesta de valor	14
1.3 Canales	16
1.4 Relación con los clientes	17
1.5 Flujo de ingresos	17
1.6 Recursos claves	18
1.7 Actividades clave	18
1.8 Aliados clave	19
1.9 Estructura de Costes	20
2. MODULO DE MERCADOS	21
2.1 Investigación de Mercados	21
2.1.1 Definición de Objetivos	21
2.1.3 Análisis del Sector	22
2.1.4 Análisis de Mercado	23
2.1.5 Análisis de la Competencia	28
2.1.6 Diagnóstico del Mercado	30
2.2 Estrategias de Mercado	32
2.2.1 Concepto del Producto o Servicio	32
2.2.2 Estrategias de Distribución	33
2.2.3 Estrategias de Precio	34
2.2.4 Estrategias de Promoción	36
2.2.5 Estrategias de Comunicación	37
2.2.6 Estrategias de Servicio	37
2.2.7 Estrategias de Marketing Digital	38
2.2.8 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	39
2.2.9 Estrategias de Aprovisionamiento	41

2.3 Proyección de Ventas	43
2.3.1 Cómo alimentar tabla Proyección de Venta	43
2.3.2 Justificación de las ventas	44
2.3.3 Política de Cartera	45
3. MODULO DE OPERACIÓN	46
3.1 Operación	46
3.1.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio	46
3.1.2 Estado de Desarrollo	47
3.1.3 Descripción del Proceso	48
3.1.4 Necesidades y Requerimientos	49
3.1.5 Plan de Producción	50
3.2 Plan de Compras	50
3.2.1 Como alimentar tabla Consumos Por Unidad de Producto	50
3.3 Costos de Producción	51
3.3.1 Como Alimentar tabla de costos de producción con base al plan de compras	51
3.4 Infraestructura	51
3.4.1 Como Alimentar tabla infraestructura	51
3.4.2 Parámetros Técnicos Especiales	54
4. MODULO DE ORGANIZACIÓN	55
4.1 Estrategia Organizacional	55
4.1.1 Análisis DOFA	55
4.1.2 Organismos de Apoyo	57
4.2 Estructura Organizacional	58
4.2.1 Estructura Organizacional	58
4.3 Aspectos Legales	58
4.3.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales	58
4.4 Costos administrativos	63
4.4.1 Tabla Gastos de Personal	63
4.4.2 Tabla de Gastos de Puesta en Marcha.	64
4.4.3 Tabla de Gastos Anuales de Administración	64
5. MÓDULO DE FINANZAS	65
5.1 Ingresos	65
5.1.1 Tabla de recursos	65

5.2.1 Tablas de Egresos,	65
5.2.3 Costos anualizados administrativos, gastos de personal anualizados	67
5.3 Capital de trabajo	69
5.3.1 Alimentar tabla de capital de trabajo	69
6 PLAN OPERATIVO	70
6.1 Cronograma de actividades	70
6.1.1 Cronograma de actividades a desarrollar	70
6.2 Metas sociales	70
6.2.1 Aportes del plan de negocio al Plan Nacional de Desarrollo	70
6.2.2 Número de Empleos indirectos	73
6.2.3 Emprendedores con participación accionaria	73
7. IMPACTOS	74
7.1 Impactos	74
7.1.1 Impacto Económico	74
7.1.2 Impacto Social	74
7.1.3 Impacto Ambiental	74
8. RESUMEN EJECUTIVO	76
8.1 Resumen Ejecutivo	76
8.1.1 Concepto del Negocio	76
8.1.2 Potencial del Mercado	78
8.1.3 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	81
8.1.4 Resumen de las Inversiones Requeridas	83
8.1.5 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	84
8.1.6 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	85
8.2 Equipo de trabajo	94
8.2.1 Tabla equipo de trabajo	94
9. ANEXOS	96
9.1 Anexos requeridos en el plan.	96
10. BIBLIOGRAFÍA	126

## INTRODUCCIÓN

Los inversionistas basándose en el crecimiento económico del sector deportivo para ser más exactos en el municipio de Chía quien se ha caracterizado por la implementación del deporte para beneficio a la salud y aprovechamiento del tiempo libre como lo estipula la ley 181 de 1995 (Ley Nacional del Deporte) en su artículo 16 “Es el 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” (Coldeportes, 2013). Se ha decidido crear un proyecto que responda a las necesidades con las que actualmente cuentan los clubes formales e informales en relación con el sector deportivo, evidenciando la falta de centros deportivos para la práctica de una de las disciplinas más importantes en el país como lo es el fútbol, contando actualmente en el municipio con tan solo cuatro (4) espacios deportivos de fútbol de uso común, para un total de veinticinco (25) clubes con reconocimiento deportivo. Dado lo anterior, se ve la necesidad de generar un espacio amplio que cuente con campos deportivos de fútbol los cuales además de servir como espacios de entrenamiento, contarán con espacios que funcionarán como puntos administrativos de los clubes, debido a que ninguna unidad deportiva les brinda la posibilidad de tener un punto fijo para temas administrativos que debe tener cada club; además funcionará como espacio de alquiler para la realización de eventos de otra índole (conciertos, ferias, eventos privados, eventos culturales, eventos políticos, eventos empresariales, etc..) debido a que el municipio tampoco cuenta con un espacio amplio para llevar a cabo eventos de gran magnitud. La finalidad es dar solución a una problemática que afecta directamente al sector deportivo del municipio de Chía, por lo cual en el presente documento se desarrolla un plan de investigación, verificando la viabilidad de desarrollar un plan de negocios acorde a las necesidades de los clubes de Chía.

## JUSTIFICACIÓN

El desempleo creciente en el país y la falta de oportunidades laborales para la gente joven, además de las migraciones de personas de diferentes regiones a nuestro entorno, han sido una problemática bastante notoria, por lo que con este proyecto se pretende generar alternativas de empleo para la gente joven con espíritu emprendedor, permitiendo también el desarrollo y crecimiento del municipio de Chía y de los clubes de fútbol, logrando suplir las necesidades que estos poseen en la aplicación de trabajo de habilidades deportivas. Cabe resaltar que, como lo menciona la Revista Asturiana de Economía (Sanz & Insúa, 2003): “El deporte ha pasado de ser una simple manifestación social, a ser considerado como una fuente de negociación, además de ser un bien, cuya producción, consumo, financiación y gestión responde a criterios de racionalidad económica”, y como un instrumento más de empleo de Capital Humano”

La práctica de fútbol cada vez toma más fuerza, siendo el deporte más practicado en el municipio y sus alrededores. Este deporte contribuye significativamente a la creación de espacios de convivencia ciudadana, familiar, de salud física y mental; además de generar recreación, empleo, fortalezas deportivas, desarrollo económico y social.

Este plan de negocio se enfoca en la creación de un nuevo espacio deportivo, donde se permite, además, que se lleven a cabo eventos de gran magnitud en un ambiente óptimo y campestre, que cumpla con las condiciones necesarias para la realización de cualquier evento, ya sea para eventos organizados por empresas logísticas, sistemas políticos, e incluso para eventos que realiza el municipio que requieren espacio con acogida a grandes multitudes de personas. Este proyecto es, además, la oportunidad para nosotros como jóvenes profesionales, aplicar los conocimientos adquiridos durante nuestra carrera de Administración de Empresas a un problema social.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de viabilidad de llevar a cabo un plan de negocios para la comercialización y alquiler de espacios para eventos deportivos y culturales en el municipio de Chía.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar mediante un estudio de mercado las necesidades más relevantes de los clubes de Chía que les impiden llevar de forma adecuada sus prácticas deportivas.
- Determinar el factor diferenciador de la compañía en comparación con la competencia para así establecer estrategias de posicionamiento exitosas dentro del mercado.
- Diseñar un plan administrativo y de operación donde se detalle el funcionamiento del centro multifuncional y que además permita conocer los requerimientos de capital necesarios para el desarrollo del proyecto identificando la viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad del centro.

# 1. DESARROLLO DEL LIENZO CANVAS

## 1.1 Segmento de clientes

Chía cuenta actualmente con veinticinco 25 clubes de fútbol constituidos legalmente y con reconocimiento deportivo otorgado por el IMRD (Instituto de Recreación y Deportes), sin contar con los clubes que están iniciando su proceso de constitución y aquellos que laboran de manera informal. (IMRD, 2019.). Estos clubes tienen situaciones actuales en común, como hecho de no contar con un espacio adecuado y fijo que les permita llevar a cabo no solo sus prácticas deportivas sino además sus funciones administrativas que como clubes debe cumplir. Dada esta situación nuestros clientes potenciales más importantes son los directivos de estos clubes que tienen la necesidad de tener un espacio en el cual desarrollar todo lo relacionado al ámbito del fútbol en sus diferentes categorías.

Viendo las necesidades de los ciudadanos se evidencia también como posibles clientes potenciales a empresas de logística, partidos políticos, alcaldías, personas jurídicas en general, que buscan espacios amplios y campestres donde puedan llevar a cabo eventos de gran magnitud con infraestructura óptima a lo que un evento como tal requiere.

## 1.2 Propuesta de valor

El Centro Multifuncional Deportivo será un espacio apto para la práctica de fútbol además de llegar a ser un espacio apto para la realización de grandes eventos, en vista de que, en el municipio de Chía Cundinamarca, no se cuenta con un espacio que cumpla las características que, requeridas, ni asequible a cualquier tipo de público.

Actualmente los clubes de fútbol del municipio deben estar legalmente constituidos y contar con un reconocimiento deportivo por parte del instituto de deportes de Chía para poder tener acceso a los escenarios deportivos que tiene el municipio, teniendo en cuenta que actualmente existen diez (10) escenarios deportivos, solo cuatro (4) son aptos para la práctica de este deporte, y son solo estos cuatro los que el instituto de deportes presta a los clubes formales, pero no a los informales o personas del común. Pues para poder acceder al préstamo de uno de estos escenarios para llevar a cabo entrenamientos deportivos se deben cumplir con ciertas exigencias documentales que se encuentran ya impuestas por el municipio, y solo los clubes formales podrán tener la posibilidad, más no la seguridad de acceder a esto. Además de lo anterior, los clubes deben acoplarse a los horarios que esta institución les impone, sin brindar la seguridad de un lugar estable para la práctica deportiva, sino que al obtener el permiso de uso del escenario, tienen los clubes que acoplarse al escenario que el instituto les imponga sin tener en cuenta que muchos de estos se encuentran en puntos extremos del municipio, es decir, en las diferentes veredas, haciendo que el traslado tanto para profesores como para practicantes se convierta en un proceso engorroso, provocando la caída administrativa de estos clubes. Algunos de estos clubes se quedan sin espacios para sus entrenamientos debido a la alta demanda de solicitudes de préstamo de estos escenarios, por lo que se ven obligados a alquilar espacios de campos sintéticos que en su mayoría no cuentan con las especificaciones técnicas, sanitarias y de seguridad, para la práctica deportiva, teniendo en cuenta que todos los clubes manejan categorías infantiles y juveniles. Por lo cual vemos la necesidad de brindar un espacio único en el municipio que cumpla con las características necesarias para la práctica deportiva, donde se da también la oportunidad de que los clubes cuenten con una oficina oportuna que podrá ser usada ya sea como depósito para material deportivo o centro de administración de su club, lo cual es una de las ventajas que ofrece este centro multifuncional deportivo, para que así los clubes cuenten con la opción de tener todo en un solo lugar, manteniendo



la estabilidad de estos; ofreciendo la opción también de desarrollar campeonatos abiertos u otro tipo de eventos que incrementan el turismo en Chía como el gusto deportivo y cultural y a su vez un crecimiento económico y social.

### 1.3 Canales

Se habla de un producto intangible debido a lo que deseamos ofrecer, por lo que seremos nosotros quienes entramos en contacto directo con los clientes empleando una comercialización idónea para satisfacer las necesidades de los clientes.

Los canales de comunicación son una fuente efectiva a nuestra propuesta pues están basados generar un acercamiento directamente al cliente, por lo cual vemos como mejores canales:

- Uso de las telecomunicaciones, el internet y redes sociales que permiten llegar a un público más amplio de clientes enfocados en el mercado que es de nuestro interés.
- Menciones en radio local que permite también lograr un posicionamiento por la voz a voz.
- Material impreso como carteles, volantes, pendones y/o vallas publicitarias.
- Convenios con sociedades que operan en el mercado meta, generando alianzas estratégicas que permitan el crecimiento en el mercado y la captación de clientes potenciales.

Estos canales de comercialización permiten tener un contacto directo con el cliente. Teniendo en cuenta que el más rentable es un canal tecnológico, pues hoy en día la totalidad de los mercados se promueven y dan a conocer a través del mundo del internet que permite alcanzar a públicos objetivos más allá de los esperados.

#### 1.4 Relación con los clientes

Los clientes juegan un papel importante en el desarrollo y crecimiento de toda compañía, convirtiéndose a la vez la mejor estrategia dentro de cualquier empresa. Mantener una buena relación con los clientes es saber enfocarnos en cómo estos se beneficiarán y serán además suplidas sus necesidades, teniendo clientes satisfechos y logrando en ellos una fidelización duradera.

Los clientes esperan que se les pueda comprender sus necesidades y a su vez estas sean atendidas, por lo cual, pretendemos tener un contacto directo con nuestros clientes ofreciéndoles diferentes medios de comunicación que facilite el contacto entre empresa – cliente, tales como buzón virtual y físico de mesa de ayuda, o lo que conocemos como PQRS, a fin de entender y atender a cada cliente como lo necesita. No todos los clientes tienen las mismas necesidades, ni los mismos problemas, por lo que el enfoque principal es dar soluciones efectivas a los clientes de forma personalizada, ya sea de forma presencial directa con el cliente o mediante un contacto digital dirigido únicamente a este, buscando entender lo que el cliente desea para así mismo ofrecerle la mejor alternativa, pues se sabe que lo que el cliente siempre desea es ser escuchado y que sus inquietudes sean atendidas de la mejor manera posible logrando aclarar y resolver sus cuestionamientos como brindando un acompañamiento donde se sientan seguros y confiados.

#### 1.5 Flujo de ingresos

Este proyecto está orientado hacia una posición estratégica encaminada a la diferenciación y calidad dentro del mercado actual del municipio que justifica los precios frente a la competencia,

pues se ofrece un producto/servicio superior donde los clientes están dispuestos a pagar más a cambio de calidad, seguridad y estabilidad donde nuestro valor diferenciador es claro y evidente.

La línea de ingresos principal la adquirimos mediante la renta y/o alquiler de las canchas de fútbol a las escuelas de este deporte que hay actualmente en el municipio y que no cuentan con un espacio propio o fijo para el desarrollo de sus prácticas y sus administraciones. Es así como se verán reflejados los primeros ingresos de este proyecto, de los cuales van de la mano la realización de torneos abiertos que generan una entrada económica extra sin contar el costo de parqueaderos a terceros, y la venta de comidas y bebidas no alcohólicas.

Los clientes estarán dispuestos a pagar por un espacio que cumplirá con las condiciones que requiere la práctica deportiva de fútbol, además que se les brindará un espacio que será usado como oficina de administración de cada club o como lugar de almacenamiento de material según el cliente lo requiera, situación que no ofrece ningún otro escenario deportivo en el municipio de Chía.

## 1.6 Recursos claves

Como recursos claves para el funcionamiento del centro necesitaremos 6 canchas de Fútbol 9, un salón en el cual se podrán realizar eventos de cualquier tipo (Conciertos, Ferias gastronómicas, Reuniones Políticas, eventos Políticos, reuniones personales y oficinas adecuadas para alquilar a los clubes deportivos de Fútbol que se encuentran en el municipio de Chía.

## 1.7 Actividades clave

- Como actividad básica se realizar el alquiler de las canchas de Fútbol a los clubes y a personas naturales que desean compartir un espacio adecuado para realizar este deporte.

- Daremos conocimiento de nuestro centro por medio de redes sociales, páginas de internet, volantes en los cuales se muestre el servicio que se va a prestar con sus respectivos precios.
- Las fuentes de ingreso para la realización de este centro vendrán ligadas inicialmente de los socios del centro deportivo, posteriormente se pretende obtener fuentes de ingreso mediante el alquiler del campo deportivo, alquiler de oficinas para administración o almacenamiento de material deportivo, pago de ingreso a parqueaderos, pago de inscripciones de campeonatos que se realicen, y alquiler de zona para comidas y bebidas, al punto de recuperar gradualmente la inversión inicial.

### 1.8 Aliados clave

Los Aliados para el funcionamiento del centro deportivo serán los socios los cuales se encuentran en cabeza de la realización de este trabajo de grado estos buscaran el apoyo de la población del municipio de Chía y los clubes deportivos que se encuentran formados en el municipio.

Como proveedores se contará con un espacio ubicado en la vereda Bojacá la cual cuenta con el espacio requerido para la creación de lo necesario para la puesta en marcha del proyecto; la indumentaria deportiva (Arcos, Mallas, Banderines, balones Petos entre otros) se podrá obtener en Four Point que se encuentra ubicado en el CC La Libertad –Chía, también se cuenta con Deportes Triatlón.

## 1.9 Estructura de Costes

Tabla 1.  
Estructura de costes

<b>ESTRUCTURA DE COSTES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de constitución empresa	\$ 302.700
Arriendo	\$ 61.216.548
Infraestructura	\$ 79.380.483
Gastos de mantenimiento	\$ 3.000.000
Salarios	\$ 11.695.096
Parafiscales	\$ 6.351.075
Servicios Públicos	\$ 1.930.000
Mobiliario	\$ 3.284.200
Insumos de papelería	\$ 350.000
	<b>\$ 167.510.103</b>

Fuente: Construcción Propia.

La infraestructura y adecuaciones para este proyecto, se convierte inicialmente en el rubro de mayor inversión para cumplir con lo que un espacio deportivo de esta índole requiere, seguido del rubro canon de arrendamiento que deberá cubrirse de manera mensual.

El centro multifuncional deportivo se desarrollaría en un terreno ubicado en la vereda de Bojacá del mismo municipio, que inicialmente se tomaría en alquiler que se pagará mes a mes.

Dentro de los rubros importantes para tener en cuenta son el acondicionamiento de las canchas en cuanto a aplanamiento del terreno, césped, pintura, entre otros.

## 2. MODULO DE MERCADOS

### 2.1 Investigación de Mercados

#### 2.1.1 Definición de Objetivos

##### **Objetivo General**

Realizar un estudio de viabilidad para llevar a cabo un plan de negocios que supla las necesidades de los clubes formales e informales de fútbol en el municipio de Chía y que a su vez proporcione un espacio atractivo para la práctica deportiva y de eventos de gran magnitud.

##### **Objetivos Específicos**

- Determinar las necesidades que impiden la práctica deportiva correcta en el municipio de Chía.
- Analizar la oferta y demanda de canchas y centros deportivos de Chía.
- Establecer estrategias de posicionamiento en el mercado.
- Examinar información sobre el mercado de canchas y centros deportivos en el municipio de Chía.
- Definir el mercado objeto.
- Calcular el capital para el desarrollo del proyecto
- Estimar la viabilidad, sostenibilidad y rentabilidad del proyecto.

### 2.1.3 Análisis del Sector

A nivel nacional: Basados en datos recolectados por la Institución Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) al corte de septiembre de 2019 existen 403 clubes registrados para su entrenamiento deportivo

A nivel local: Basados en datos recolectados por IMRD CHIA existen actualmente 25 clubes avalados para el entrenamiento deportivo dentro del municipio de Chía.

Ahora si bien es importante conocer a qué tipo y qué cantidad de mercado vamos a enfocar nuestro servicio también es importante validar la competencia actual, el proyecto está basado en ofrecer servicio principalmente a los clubes registrados oficialmente en el municipio de Chía los cuales cuentan con 4 centros que ofrecen el servicio que ellos solicitan para sus correspondientes entrenamientos deportivos, sin embargo la oferta otorgada por estos centros no cumple con la demanda presentada por los actuales clubes del municipio, para entrar en contexto presentamos la competencia.

Competencia:

- Unidad Deportiva la Lorena.

Dirección: Calle 5ª Esquina con Avenida Chilacos.

- Unidad Deportiva Rio Frio.

Dirección: Carrera 18 Calle 11/Avenida Chilacos.

- Unidad Deportiva campincito.

Dirección: Carrera 4 No. 7-00 Barrio Estadio

- Unidad Deportiva Samaria.

- Dirección: Calle 7 No. 3E-36 Vereda Samaria

Cabe resaltar que estos centros deportivos al ser directamente del municipio de Chía no hacen cobro por su servicio, sin embargo para que los clubes puedan hacer uso de estos, deben tener inicialmente el reconocimiento legal por parte del IMRD y adicionalmente, deben cumplir con determinados requisitos que permitan el uso y aprovechamiento de estos espacio que otorga el municipio, situación que termina siendo imposible para muchos clubes y deben buscar alternativas de alquiler de campos sintéticos, los cuales no terminan siendo seguros ni adecuados a la práctica deportiva. Adicionalmente, los clubes que están en proceso de constitución no tienen opción alguna de pedir en préstamo estos escenarios, pues no serán tenidos en cuenta por ser clubes informales.

Lo proyectado para el corto plazo año 2021 es lograr la inscripción y aprobación del proyecto a fin de posicionarlo y poder empezar a llevarlo a cabo.

Lo proyectado para el mediano plazo 2022 es lograr reconocimiento en los 25 clubes oficiales del municipio de Chía, para que inicien sus prácticas deportivas dentro del centro multifuncional, generando ingresos para recuperación de la inversión

Lo proyectado en el largo plazo 2027 es recuperar la inversión logrando tener un portafolio de clientes sólido que permita generar utilidades que logren el balance del centro multifuncional.

#### 2.1.4 Análisis de Mercado

A nivel nacional el ente regulador del Fútbol Colombiano es decir la Federación Colombiana de Fútbol (FCF, 2019) cuenta con dos Selecciones:

- La selección de mayores, dividida en dos Masculino y femenino.



- La selección Juveniles, dividida en dos Masculino y femenino.

Quienes realizan sus entrenamientos en los centros deportivos principales de cada ciudad, en Bogotá principalmente el conocido Estadio Nemesio Camacho el campín.

Se establecen clubes privados nacionales siendo 23 los relacionados en la Categoría A (Liga Águila, 2019) de equipos los cuales participan en torneos de la misma índole, estos clubes y los demás establecidos como privados realizan sus prácticas deportivas en sus respectivas escuelas ubicadas en todo el país.

Basados en datos recolectados por la Institución Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) al corte de septiembre de 2019 existen 403 clubes registrados para su entrenamiento deportivo, los cuales realizan prácticas deportivas entre sitios oficiales y no oficiales de los cuales no se obtiene registro.

### ***Mercado Objetivo***

**El mercado objetivo se divide en:**

**Mercado de Consumo:** Que son los veinticinco (25) clubes de formación de fútbol sin contar con los que están en busca de reconocimiento deportivo por parte del instituto de deportes del municipio.

**Mercado Empresarial:** Según la guía de empresas colombianas y el Ranking realizado por la revista portafolio (Portafolio, 2019) en la actualidad se encuentran establecidas en el municipio de Chía 5.228 empresas a quienes irá dirigido nuestro servicio para la realización de eventos de gran magnitud.

### ***Mercado Potencial***

Chía cuenta con aproximadamente 139.023 habitantes según estudios (Alcaldía de Chía, s.f.)

basándonos esta población aplicamos la fórmula para calcular muestra:

$$\text{Tamaño de Muestra} = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

Tamaño muestra	$95\% * (5) * (132700) / 4$	598
----------------	-----------------------------	-----

De la cual podemos obtener una muestra de 598 personas dada la dimensión tomamos una muestra de 200 personas a las cuales aplicamos una encuesta que nos permite obtener y evidenciar los siguientes resultados:

1. De 200 personas encuestadas, 130 practican el deporte Fútbol y 70 no es decir al menos el 65% de la muestra practican el deporte.
2. Midiendo la frecuencia de la práctica del deporte a la semana, 21 contestaron 1 vez a la semana, 85 2 veces, 48 22 veces y 24 5 o más veces por semana lo que nos permite considerar que la práctica del fútbol tiene una frecuencia común de bastante movimiento en el municipio.
3. A la pregunta, le gustan las actividades culturales, 170 personas respondieron 100 contra un 30 que manifestaron no gustar de dichas actividades.
4. La frecuencia en asistencia a actividades culturales al mes a su vez es de gran magnitud siendo esta 1 vez al mes 120, 2 veces 30 personas, 3 veces 20, y 50 personas respondieron no asistir a actividades culturales.
5. En cuanto a las actividades culturales que cuentan generan mayor atención el Deporte fue catalogado como la actividad de mayor atención con 95 personas, música 57 y arte 48.

6. Gran mayoría de las personas 125 están dispuestas a tomar en alquiler un espacio para el esparcimiento de actividades tanto deportivas como culturales, 75 contestaron no estar dispuestas.
7. 178 personas consideran que la práctica tanto de deportes como de actividades de aportan al sano esparcimiento del municipio, 22 contestaron que no.
8. 189 personas consideran que los espacios en Chía son limitados para el desarrollo del deporte y cultura frente a once que opinan lo contrario.
9. La totalidad de la muestra 200 personas, les gustaría que existieran más espacios que les permitieran la práctica de eventos deportivos y culturales.
10. 192 personas consideran que la práctica del deporte y la realización de eventos culturales aportan a la disminución de problemáticas sociales como el uso de sustancias psicoactivas.

En general con este contacto con parte de la comunidad de Chía podemos evidenciar que la práctica del Deporte y los eventos culturales son un llamativo para la comunidad considerándose importante para un gran porcentaje, lo que nos permite deducir que la puesta en marcha del proyecto tiene viabilidad.

### ***Magnitud de Necesidad***

De acuerdo a análisis anteriormente mencionados, es importante resaltar que en el municipio no es posible que clubes deportivos de fútbol accedan fácilmente a los escenarios deportivos de esta práctica para llevar a cabo sus entrenamientos de rendimiento según este deporte lo exige, y para lograrlo deben estar en constante rotación convirtiéndolos en clubes inestables, o en su defecto deben alquilar canchas sintéticas con espacios sumamente reducidos y que no cuentan con las condiciones y especificaciones de una cancha de fútbol, además de tener que cancelar costosos cánones de arrendamiento sin tener sus necesidades del todo suplidas, y es gracias a esto que se ve la oportunidad de generar espacios específicos a este deporte capaz de brindar todas las

especificaciones necesarias para suplir una necesidad, además de tener una doble funcionalidad pues serán espacios que servirán para realización de eventos grandes en el municipio ya que tampoco se cuenta con un espacio para desarrollar eventos de gran índole, lo que ocasiona el hacinamiento, o el hecho de tener que distribuir ciertos eventos en diferentes lugares o fuera del municipio.

### ***Nicho de mercado del servicio***

El nicho de mercado del servicio son los clubes deportivos que actualmente se encuentran en Chía los cuales son veinticinco (25) según (IMRD Chía, s.f.) e inicialmente el ente encargado de los temas culturales en el municipio en este caso de la cultura.

### ***Perfil del consumidor***

Son clubes deportivos legalmente constituidos o en proceso de formación, que cuentan con un proceso de crecimiento progresivo en el ambiente deportivo del fútbol, que además no cuentan con un espacio fijo para llevar a cabo sus prácticas deportivas; y aquellas empresas o instituciones interesadas en la realización de eventos de gran magnitud, como lo son las empresas de logística y eventos como Fuego entretenimiento, alcaldías cercanas como Chía, Cota, y Cajicá, partidos políticos, y empresas de otros sectores interesadas en la realización de algún tipo de evento, como la feria gastronómica.

Dentro del perfil consumidor, se encuentran también a padres de familia quienes acompañan a las prácticas deportivas y/o torneos a sus hijos, haciendo un consumo de parqueaderos de las zonas de comidas. Zona que será dada en alquiler a un proveedor de alimentos.

### ***Productos y servicios sustitutos y/o complementarios***

Existen otras actividades que podrían considerar los ciudadanos y lograrían sustituir la actividad deportiva de fútbol, si lo que buscan es realizar algún deporte ya sea para mantener condición física o para hacer uso del aprovechamiento del tiempo libre, como lo son canchas de voleibol, de rugby,

básquetbol, squash y hasta parques públicos, los cuales podrían llegar a ser atractivos para los usuarios.

En cuanto a precios, estos servicios sustitutos suelen ser de igual valor o un poco más altos a lo que puede costar la práctica del fútbol.

En el caso del uso de canchas de Voleibol, que se sitúan en clubes del municipio tienen un costo de \$28.800 por persona, es decir, un equivalente a \$172.000 por equipo (el voleibol se compone de 6 jugadores) sin derecho a suplencias. Este total por equipo es pagado por una hora de práctica, es decir, más costoso que lo que ofrece el centro multifuncional Diovall Club.

En otro de los casos, para la práctica de rugby, básquetbol, y squash, se tiene un valor de \$74.000 por persona cuando se es afiliado a algún club y \$161.000 cuando se es no afiliado. Por último, se cuenta con parques públicos, pero estos son reducidos, es decir, que limitan la práctica deportiva del fútbol, o los entrenamientos, además de que por ser público no se restringe entrada u horarios para las personas. De igual manera, existen servicios que complementan la práctica del fútbol como lo son las tiendas deportivas. Otro complemento para esta actividad es la zona de comidas, la cual ofrece una opción después del juego para compartir y consumir alimentos y bebidas.

#### 2.1.5 Análisis de la Competencia

En el municipio de Chía actualmente se cuenta con 4 centros deportivos:

Tabla 2.  
Análisis de la competencia

COMPETENCIA				
DESCRIPCION	Unidad deportiva la Lorena	Unidad deportiva Río Frio	Unidad deportiva Campicito	Unidad Deportiva Samaria
<b>Localización</b>	Calle 5a esquina con Avenida Chilacos	Carrera 18 Calle 11/Avenida Chilacos	Camera 4 N.7-00 - Barrio Estadio	Cll 7 No.3E-36 Vereda Samaria
<b>Productos / Servicios</b>	1 campo de mini-futbol, 1 campo múltiple (futsal y baloncesto), 1 parque infantil, sede administrativa, Salón para reuniones de la JAC, Salón para programa de la Secretaria de Salud- centro de vida sensorial, unidad sanitaria con duchas y Parque Biosaludable con 11 máquinas	1 campo de futbol, 1 campo de mini futbol, un campo múltiple (futsal y baloncesto), 1 campo de mini baloncesto, Rampas para deporte extremo, parque infantil, parque Biosaludable, caseta de vigilancia., unidad sanitaria para damas y caballeros.	1 campo de mini-futbol con camerinos, 1 campo múltiple (futsal y baloncesto), Sede administrativa, gimnasio, salón de tenis de mesa, salón de ajedrez y unidades sanitarias para damas y caballeros.	1 campo de mini-futbol, 1 campo múltiple (futsal y baloncesto), 1 parque infantil, sede administrativa, muro para tenis de campo, parque Biosaludable, salón para esgrima con implementación moderna, baños para damas y caballeros.
<b>Precios</b>	Estas instalaciones son directamente del municipio de Chia, por tal motivo no se cobra por su prestamo , pero se solicitan ciertos requisistos para lograr obtener el prestamo de las mismas, por tal motivo son de sos solo para los clubes deportivos los cuales se encuentren en los registros del IDRM			
<b>Logística</b>	Al ser centros deportivos que no tienen cobro no implementan una cadena de distribución de sus productos establecida, pero para el uso de cualquier espacio deportivo por parte de comunidad organizada y en general en la Unidad deportiva Campicito, requiere autorización previa del IMRD,			
<b>Otro ¿Cuál?</b>	Actividades y torneos de integración de las Juntas de Acción Comunal, actividades de la Administración Municipal, espacio libre para la comunidad en horarios establecidos, entrenamientos de clubes deportivos y espacios para campeonatos. Área: 3960m2/ Cápac: 2000 personas.	Actividades y torneos de integración de las Juntas de Acción Comunal, Festivales de cometas, actividades de la Administración Municipal y de las Instituciones Educativas, espacio libre para la comunidad en horarios establecidos, entrenamientos de clubes deportivos y espacios para campeonatos. Área: 19,612m2/Capacidad: 3000 p	Actividades de las juntas de acción comunal y comunidad en general, actividades de las diferentes secretarías de la Administración Municipal, espacio libre para la comunidad en horarios establecidos, entrenamientos de clubes deportivos y espacios para campeonatos. Área: 3500m2/ Capacidad Aproximada: 3000 personas.	Actividades y torneos de integración de las Juntas de Acción Comunal, actividades de la Administración Municipal, espacio libre para la comunidad en horarios establecidos, entrenamientos de clubes deportivos y espacios para campeonatos. Área: 3748 m2/ Capacidad: 2000 p

Fuente: Construcción Propia.

Cabe resaltar que de acuerdo al análisis realizado a la competencia, estas unidades deportivas son gratuitas pero no son asequibles a cualquier público, pues pese a ser parte del municipio, para acceder al uso de ellas, es necesario llevar a cabo una tramitología documental y específica que permita obtener un permiso de uso, dentro de esta tramitología, se exige que quienes la usen para entrenamientos o torneos deben ser clubes legalmente constituidos con un cierto número de

jugadores de todas las categorías, contar con el reconocimiento deportivo que otorga el instituto de deportes, entre otras, lo que automáticamente descarta las posibilidades de que clubes informales o personas del común hagan uso de estos espacios. Y es aquí donde el centro multifuncional no cuenta con una competencia directa que ofrezca espacios adecuados a la práctica del fútbol con tarifas asequibles a los clubes y habitantes de Chia.

### 2.1.6 Diagnóstico del Mercado

Tabla 3.  
Matriz MEFI

<b>FACTORES EXTERNOS (MATRIZ MEFI)</b>			
<b>Factores Internos</b>	<b>Valor (Peso)</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Equipo de trabajo eficiente	0,11	3,00	0,33
Oferta de servicio diferenciadora	0,10	4,00	0,40
Seguridad del servicio	0,04	2,00	0,08
Calidad de atención al servicio	0,08	3,00	0,24
Instalaciones en óptimo estado	0,35	4,00	1,40
<b>DEBILIDADES</b>			
No hay alianzas estratégicas	0,02	3,00	0,06
Uso inadecuado de las TIC	0,03	2,00	0,06
Deterioro de Canchas	0,15	3,00	0,45
Deterioro de mobiliario	0,05	4,00	0,20
Perdida en los procesos	0,20	3,00	0,6
<b>TOTALES</b>	<b>1,13</b>		<b>3,8</b>

Fuente: Construcción Propia.

Las fuerzas internas son favorables a la organización con un peso ponderado de **2.75** contra **1.37** de las debilidades (la compañía tiene más fortalezas que debilidades), situación favorable al crecimiento de la compañía dentro del mercado al cual se incursiona.

Tabla 4.  
Matriz MEFE

<b>FACTORES EXTERNOS (MATRIZ MEFE)</b>			
<b>Factores Externos</b>	<b>Valor (Peso)</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Centro multifuncional deportivo único en la zona	0,15	4,00	0,60
Buena ubicación	0,10	4,00	0,40
Variedad de servicios	0,04	3,00	0,12
Mercado externo	0,30	3,00	0,90
Zona segura para el tránsito	0,20	3,00	0,60
<b>AMENAZAS</b>			
Poco apoyo gubernamental	0,06	3,00	0,18
Factores climáticos (lluvias, terremotos, sismos, etc.)	0,1	2,00	0,2
Competencia	0,1	4,00	0,4
Modificaciones en el POT	0,04	2,00	0,08
Modificaciones en leyes permisos de funcionamiento	0,20	2,00	0,4
<b>TOTALES</b>	<b>1,29</b>		<b>3,9</b>

Fuente: Construcción Propia.

De acuerdo con el peso ponderado total de las oportunidades equivalentes al **2.62** y el de las amenazas equivalentes al **1.26**, se establece que el ambiente externo es favorable para el crecimiento y desarrollo de la compañía.



### **Estrategias a partir de las Matrices:**

- Generar alianzas estratégicas con proveedores, organizaciones y clubes, que permitan obtener beneficios mutuos y compartir recursos y ofertar a los clientes productos y servicios más completos que suplan y superen sus necesidades y expectativas.
- Competir con un servicio diferenciador, considerado único y novedoso en el sector.
- Aplicar procesos de capacitación al personal, con el fin de mantener un equipo de trabajo eficiente capaz de brindar soluciones y proactividad al centro multifuncional deportivo.
- Conservar un riguroso mantenimiento de canchas con el fin de ofrecer espacios óptimos y adecuados que permitan la satisfacción de los clientes.
- Contar con planes de contingencia ante los factores climáticos que pueden ocasionar deterioros de la infraestructura como la pérdida de clientes.
- Mantener un conocimiento actualizado sobre la normatividad actual que influya en el mercado en el cual se incursiona.
- Establecer nuevas opciones y canales comerciales y de publicidad para dar a conocer el servicio que se ofrece con el fin de llegar a más clientes potenciales y a su vez, aumentar las ventas.

## 2.2 Estrategias de Mercado

### 2.2.1 Concepto del Producto o Servicio

El centro multifuncional deportivo es una empresa que pretende ofrecer un espacio amplio y apto para la realización de prácticas deportivas de fútbol asequible a clubes del municipio, a aquellos clubes ya constituidos legalmente como a los clubes informales que inician su proceso de formación. Este espacio estará ubicado en el municipio de Chía Cundinamarca donde vemos una oportunidad atractiva al mercado. Este proyecto contará inicialmente con seis (6) canchas de fútbol, cada una tendrá la demarcación adecuada, arcos y mallas, además, habría una oficina por cada cancha, que funcionará como sede administrativa de los clubes y zona de depósito, según las necesidades y requerimientos del cliente. Contará también con parqueaderos para vehículos, motos, y bicicletas,

zona de camerinos, baños (sin duchas), una zona administrativa del centro multifuncional, y una zona para venta de comidas y bebidas no alcohólicas, la cual será puesta en alquiler para algún proveedor de alimentos.

### ***Ventajas competitivas***

El centro multifuncional se posicionará en la mente de los consumidores presentando un espacio adecuado, que contará con todas las especificaciones técnicas que requiere la práctica deportiva del fútbol. Cabe resaltar que este centro es asequible a todos los clubes y futuros clubes de fútbol del municipio que actualmente no cuentan con espacios de entrenamiento ni sedes administrativas por lo que deben trasladarse de un lugar a otro generando un estado de inestabilidad. Es por esto por lo que se considera este, un centro diferenciador que prestará un servicio diferente a lo que se encuentra comúnmente en el municipio, pues si hay canchas en el municipio, pero estas son solo prestadas por espacios de tiempo reducidos, en horarios difíciles de acceder, y cumpliendo tramitologías documentales que dificultan la obtención de permisos de uso, y adicionalmente son insuficientes en cantidad para el número de clubes que pertenecen al municipio.

#### 2.2.2 Estrategias de Distribución

Este servicio tendrá una distribución directa ya que el alquiler se da directamente a los directivos de clubes de fútbol y/o a las personas que requieren alquilar el espacio para llevar a cabo eventos de gran magnitud. Además, seremos nosotros quienes entremos en contacto directo con el usuario y empleamos nuestros propios medios para la distribución y no se utilizan intermediarios.



Gráfico 1. Estrategias directas de Distribución del servicio. Construcción propia

### 2.2.3 Estrategias de Precio

Los precios que pagan los clientes incluyen alquiler de cancha por una hora, día, semana o mes, según el cliente lo requiera, teniendo derecho a oficina para su sede administrativa o como zona de almacenamiento de material deportivo, según el cliente lo requiera, zona de parqueadero para directivos. El servicio de comidas y parqueadero a terceros se cobrará adicional. Estos valores fueron definidos gracias al estudio de mercado realizado a los habitantes del municipio y según encuestas realizadas (*ver anexos*):

- De lunes a viernes entre 8:00 am a 5:00 pm tienen un valor entre \$40.000 a \$64.000
- De lunes a viernes entre 6:00 pm a 10:00 pm tiene un valor entre \$110.000 a 156.000
- Fines de semana tienen un valor entre \$110.000 a \$129.000

Para los alquileres de oficina se generó un sondeo de mercado donde se evidencia que en promedio el m<sup>2</sup> en arriendo está en \$59.876.

Tabla 5.  
Sondeo de Mercado

<b>ARRIENDO</b>				
<b>ZONA</b>	<b>INMUEBLE</b>	<b>AREA</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VALOR M2</b>
CHIA	OFICINA	40	\$ 2.700.000	\$ 67.500
CHIA	OFICINA	41	\$ 1.600.000	\$ 39.024
CHIA	OFICINA	61	\$ 4.350.000	\$ 71.311
CHIA	OFICINA	57	\$ 4.186.000	\$ 73.439
CHIA	OFICINA	48	\$ 2.670.000	\$ 55.625
CHIA	OFICINA	19	\$ 1.050.000	\$ 55.263
CHIA	OFICINA	20	\$ 1.200.000	\$ 60.000
CHIA	OFICINA	30	\$ 1.350.000	\$ 45.000
CHIA	OFICINA	18	\$ 1.115.000	\$ 61.944
CHIA	OFICINA	26	\$ 1.700.000	\$ 65.385
CHIA	OFICINA	27	\$ 1.600.000	\$ 59.259
CHIA	OFICINA	39	\$ 1.500.000	\$ 38.462
CHIA	OFICINA	32	\$ 2.384.000	\$ 74.500
CHIA	OFICINA	20	\$ 1.200.000	\$ 60.000
CHIA	OFICINA	21	\$ 1.500.000	\$ 71.429
<b>Promedio</b>		<b>33</b>	<b>\$ 2.007.000</b>	<b>\$ 59.876</b>

Fuente: Construcción Propia

Las oficinas del centro multifuncional deportivo serán rentadas junto con el alquiler de la cancha, pero cuando no se alquile la cancha sino solo el espacio de oficina, esta tendrá un valor mensual de \$400.000 según el sondeo de mercado, teniendo en cuenta que cada oficina contará con 3m de frente x 2m de fondo para un total de 6m<sup>2</sup>:

Tabla 6.  
Valor promedio oficina

<b>Valor Promedio Oficina</b>	
<b>M2</b>	<b>Valor</b>
1	\$ 59.876
6	\$ 359.256

Fuente: Construcción Propia

Se dispondrá además de un espacio para la venta de comidas y bebidas el cual también será rentado a un proveedor de comidas. El valor del alquiler de este espacio será de \$718.513 teniendo en cuenta que el espacio será de 9 m de frente x 2 m de fondo:

Tabla 7.  
Valor promedio caseta

<i>Valor Promedio Caseta</i>	
<i>M2</i>	<i>Valor</i>
1	\$ 59.876
12	\$ 718.513

Fuente: Construcción Propia

Como estrategia de precios se plantea hacer un lanzamiento inaugural con el desarrollo de un campeonato donde se inviten a los clubes del municipio a participar con sus categorías con el costo de una inscripción moderada ofreciendo así mismo una premiación monetaria.

Pretendemos además dar a nuestros clientes facilidades de pago a las cuotas de sus alquileres o de los eventos a desarrollar, mediante consignaciones bancarias que nos permitirán también tener un control de los ingresos.

#### 2.2.4 Estrategias de Promoción

Para el lanzamiento del centro multifuncional deportivo se realizará una inauguración donde se inviten a los clubes con mayor trayectoria en el municipio, a directivos principales del municipio como el alcalde, director del instituto de deportes, entre otros, dándoles a conocer el nuevo lugar que está abriendo las puertas al mercado. Adicionalmente se realizará una campaña publicitaria que hará énfasis en las ventajas competitivas que poseemos. Dentro de la campaña con:

- Campañas digitales en redes sociales que se destinarán a esta actividad con perfiles en Instagram y Facebook propias del centro multifuncional deportivo, las cuales no tienen costo alguno.
- Posicionamiento de SEO

- Menciones en radio local, el cual no tiene costo inicial por dar a conocer nuestro nuevo servicio.
- Material impreso como volantes, pendones, vallas publicitarias,

#### 2.2.5 Estrategias de Comunicación

La campaña publicitaria se realizará a través de los siguientes medios los cuales comunicarán las ofertas que se realicen para así acaparar mercado y empezar a atraer clientes potenciales:

- Pautar en emisora local y del instituto de deportes
- Contratar perifoneo que recorra todo el municipio brindando información
- Repartir volantes en los clubes y en algunas empresas para así informar al mercado objetivo de los servicios que ofrecemos
- Redes sociales en donde los clientes puedan ingresar hacer sus reservas y brindarles información sobre torneos y eventos que se vayan a llevar a cabo.
- Realizar alianzas con las empresas de logística para llevar a cabo diferentes eventos.

#### 2.2.6 Estrategias de Servicio

Para prestar un servicio adecuado a lo que el cliente requiera se tendrá en cuenta aspectos puntuales como:

- Personal joven con actitud de servicio, presto a servir a los clientes en cuanto a las necesidades que este tenga.
- Instalaciones óptimas en seguridad e higiene, además de contar con implementos de calidad tales como los arcos y mallas, entre otros elementos que se usarán en la infraestructura del centro multifuncional deportivo.

- Servicio de parqueadero para todo vehículo.
- Servicio óptimo en zona de comidas.
- Terreno de calidad para el buen desarrollo de las prácticas deportivas y campeonatos que se realicen, así como eventos de otra índole.

Para garantizar que la estrategia de servicio se ejecute de la mejor manera, se realizarán auditorías regularmente teniendo en cuenta el mantenimiento de las canchas y su aseo permanente, el sistema de almacenamiento de implementos deportivos por los clubes, Personal de servicio en zona de parqueo, zona de alimentación y administración del centro, entre otros.

### 2.2.7 Estrategias de Marketing Digital

Las principales herramientas de la estrategia de marketing digital son que se usarán son: La web, el posicionamiento online, el blog corporativo, el email marketing y los perfiles sociales:

#### **La web**

La página web es el pilar fundamental del marketing digital, todo se basa en mayor o menor medida en ella. La finalidad de la web es convencer a usuarios que están interesados en la tipología del servicio la oferta es la más adecuada de entre todas. También es necesario ofrecer a los clientes formas de contacto, herramientas novedosas como el chat en vivo.

#### **Posicionamiento en motores de búsqueda (SEO)**

El tráfico orgánico se consigue básicamente estando bien posicionado en los buscadores. Esto se logra creando un contenido de calidad en la web.

#### **Email Marketing**

El email marketing ayudará a fidelizar a aquellos usuarios que ya se han convertido en clientes, creando Mailyng que informen a los clientes de las nuevas ofertas, promociones o eventos, creando nuevas oportunidades de negocio.

### **Perfiles en Redes Sociales**

El objetivo de crear perfiles en las redes sociales es crear una comunidad de usuarios fieles, que compartan contenidos. De esta manera puedes mantener un buen número de seguidores, con el fin de generar también un posicionamiento de marca y generar nuevas oportunidades de mercado.

#### **2.2.8 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo**

Se plantea una estrategia de marketing mix teniendo en cuenta las 4P (Producto, promoción, plaza y precio) de la siguiente manera:

- **Producto:** Desarrollar un producto adecuado para el mercado objetivo, mostrando una imagen corporativa confiable y amigable ante la vista de los clientes, ofreciendo garantías y un excelente servicio.
- **Promoción:** Dar a conocer el servicio por los diferentes medios de comunicación, con una publicidad efectiva como volantes, vallas expectativas, redes sociales, perifoneo, pendones, internet, cuñas radiales, etc., a fin de que se obtenga un posicionamiento de marca.
- **Plaza:** Adecuación del centro multifuncional que permitirá ofrecer un servicio de calidad.
- **Precio:** Se fijan por encima del coste promedio para obtener así beneficios, teniendo en cuenta descuentos y precios especiales.



Tabla 8.  
Estrategias Marketing Mix

Estrategia Marketing Mix	
Evento de Lanzamiento	Valor
Redes Sociales de Promoción	\$ 50.000
Perifoneo de invitación	\$ 180.000
Cuñas Radiales de invitación	\$ 340.000
Volanteo	\$ 90.000
Pendones	\$ 104.000
Llaveros para participantes	\$ 820.000
Tres Trofeos con nombre del club	\$ 367.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.951.000</b>

Fuente: Construcción Propia

Se tiene en cuenta para el evento de lanzamiento un torneo relámpago inaugural donde se realizaría convocatoria abierta para clubes formales e informales, sin valor de inscripción por ser inaugural, donde al campeón, subcampeón y tercer puesto, se les otorgará un trofeo significativo con el nombre del centro Diovall Club.

Tabla 9.  
Presupuesto Publicidad

Presupuesto Estrategias Publicitarias										
Publicidad Requerida	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21
Vallas Expectativa	\$ 3.600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Redes Sociales	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Perifoneo	\$ 180.000	\$ -	\$ 180.000	\$ -	\$ -	\$ 180.000	\$ -	\$ -	\$ 180.000	
Cuñas Radiales	\$ -	\$ 340.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 340.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Video Proyecto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.642.200
Pagina Web Proyecto	\$ -	\$ 1.950.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Volanteo	\$ -	\$ -	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ -	\$ -	\$ 90.000	\$ -	\$ -	\$ -
Pendones	\$ -	\$ -	\$ 104.000	\$ 52.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
YouTube Video	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago posicionamiento Google Adwords	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ 500.000
Llaveros para clientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 820.000	\$ -
	<b>\$3.830.000</b>	<b>\$2.340.000</b>	<b>\$424.000</b>	<b>\$192.000</b>	<b>\$250.000</b>	<b>\$570.000</b>	<b>\$ 640.000</b>	<b>\$50.000</b>	<b>\$1.050.000</b>	<b>\$ 2.192.200</b>

**VALOR TOTAL PUBLICIDAD POR 10 MESES (Esto valores Incluyen IVA) \$11.538.200**

Fuente: Construcción Propia

Los valores de publicidad después del mes de enero de 2021 están sujetos a los incrementos a que haya lugar por el nuevo año y la esta estrategia puede variar según lo requiera el proyecto para incrementar sus ventas.

Tabla 10.  
Resumen Presupuesto publicidad

PUBLICIDAD	COSTO	DESCRIPCIÓN
Vallas Expectativa	\$ 3.600.000	Vallas con información básica del proyecto en uno de los puntos estratégicos de Chía x 1 mes
Redes Sociales	\$ 500.000	Campaña para generar seguidores y dar a conocer el proyecto en todos los medios digitales.
Perifoneo	\$ 720.000	Contracción de automóvil con altoparlantes dando información del proyecto.
Cuñas Radiales	\$ 680.000	Comercial de 30 segundos dando información del proyecto en la emisora local de Chía
Video Proyecto	\$ 1.642.200	Video comercial del proyecto máximo de 1 min, mostrando la ubicación, como llegar, todo lo que va a tener el proyecto y su funcionalidad
Pagina Web Proyecto	\$ 1.950.000	Pagina básica para creada exclusivamente para el proyecto con los renders creados.
Volanteo	\$ 270.000	Volantes con información del proyecto para repartir en la zonas comerciales de Chía y municipios aledaños.
Pendones	\$ 156.000	Diseño e impresión pendones para eventos y sala de ventas.
YouTube Video	\$ 200.000	presupuesto entre 20 mil y 30 mil diarios para aparecer en la publicidad de YouTube.
Pago posicionamiento Google AdWords	\$ 1.000.000	Pago por aparición del proyecto en pagina principal de Google mediante palabras clave
Llaveros para clientes	\$ 820.000	Llavero en forma de balón de futbol
<b>Total publicidad por 10 meses</b>	<b>\$ 11.538.200</b>	<b>Todos los valores Incluyen IVA</b>

Fuente: Construcción Propia

### 2.2.9 Estrategias de Aprovisionamiento

Las estrategias de Aprovisionamiento facilitan conocer la cantidad de abastecimiento y en qué momento abastecer la cadena de suministro, definiendo y controlando el inventario en cuanto a materia prima y elección de proveedores.

Al ser una empresa enfocada a prestar un servicio a la comunidad de Chía, debemos garantizar el uso óptimo de las instalaciones del centro multifuncional, por tanto, se debe tener precaución con la

elección de proveedores, para esto debemos identificar qué tipo de proveedores necesita el centro multifuncional para responder con el servicio ofrecido, los cuales son:

- Proveedor de Mantenimiento de Canchas.
- Proveedor de suministros para el equipamiento tales como: (Arcos, mallas, modulares)
- Proveedor de Banderines y balones entre otros implementos que sean necesarios para los entrenamientos y eventos.

Al establecer los principales proveedores para el óptimo servicio del centro multifuncional, se deben relacionar no solo un proveedor por actividad o insumo requerido sino varios para así contar siempre con un tercero que permita llevar a cabalidad la prestación del servicio, siendo así se diseña la siguiente tabla para establecer los proveedores.

Tabla 11.  
Proveedores y suministros

Tipo de Proveeduría	Proveedor	Ubicación	Número de contacto	Página Web
Mantenimiento de canchas	Eco sintéticos	Bogotá	<a href="tel:3134205857">313 4205857</a>	<a href="https://www.ecosinteticos.co/mantenimiento-de-canchas-sinteticas/">https://www.ecosinteticos.co/mantenimiento-de-canchas-sinteticas/</a>
	Equiver	Bogotá	<a href="tel:3108141623">310 814 16 23</a>	<a href="http://www.equiver.com.co/">http://www.equiver.com.co/</a>
Suministro para equipamiento mallas, Arcos, modulares	COIND	Bogotá	<a href="tel:3164159479">316 4159479</a>	<a href="https://www.mallasredescoind.com/?gclid=Cj0KCQjwr-tBRCMARIsAN413WQax7_7xRISG3NYNRCShJ0GmWormuS0cbfmtfeNpdHBH5uxFU9SsF8aAofdEALw_wcB">https://www.mallasredescoind.com/?gclid=Cj0KCQjwr-tBRCMARIsAN413WQax7_7xRISG3NYNRCShJ0GmWormuS0cbfmtfeNpdHBH5uxFU9SsF8aAofdEALw_wcB</a>
	MUNDIGRAMAS	Bogotá	<a href="tel:3103385461">3103385461</a>	<a href="http://www.mundigramas.com/puertas-y-arcos.html">http://www.mundigramas.com/puertas-y-arcos.html</a>
Banderines y balones entre otros implementos	Almacén el Deportista	Bogotá	<a href="tel:3207691943">3207691943</a>	<a href="https://www.eldeportista.co/">https://www.eldeportista.co/</a>
	Dismovel	Bogotá	<a href="tel:3186898665">3186898665</a>	<a href="https://dismovel.com/">https://dismovel.com/</a>

Fuente: Construcción Propia

## 2.3 Proyección de Ventas

### 2.3.1 Cómo alimentar tabla Proyección de Venta

Se tomaron como base para la proyección los 365 días del año multiplicados por las 14 horas diarias en las cuales va a operar el centro deportivo multiplicada por las 6 canchas con las cuales que se cuentan; aparte de ello se contará con un espacio el cual estará disponible para la realización de otro tipo de eventos el cual operará en las mismas horas establecidas para las canchas.

Se contarán con parqueadero para 10 carros 20 motos y 30 bicicletas el cobro de los parqueaderos será en una tarifa plena la cual cubrirá desde la llegada del vehículo hasta la salida de este sin importar el tiempo que demore en las instalaciones.

Se busca tener una demanda del 75% de las horas en las cuales se pueden prestar el servicio sobre este porcentaje se calculara la proyección de ventas.

Tabla 12.  
Horas alquiler Canchas, eventos y parqueaderos.

DIAS LABORADOS AL AÑO	DIAS HABILDES	FINES DE SEMANA AL MES		
	261	104		
TIPO DE HORARIO	HORAS DIARIAS x 1 CANCHA	HORAS ANUALES X UNA CANCHA	TOTAL HORAS X 6 CANCHAS	75% DE ALQUILER CANCHAS
VALLE	10	2610	15660	11745
PICO	4	1044	6264	4698
FINES DE SEMANA	14	1456	8736	6552
TIPO DE HORARIO	HORAS DIARIAS EVENTOS	HORAS ANUALES OTROS EVENTOS	% DE ALQUILER OTROS EVENTOS 75 % AL MES	
VALLE	10	2610	1957,5	
PICO	4	1044	783	
FINES DE SEMANA	14	1456	1092	
PARQUEADERO	TARIFA PLENA	HORARIO PARQUEADERO ANUAL	HORARIO PARQUEADERO ANUAL 75%	
BICICLETAS	\$ 500	3650	2737,5	
MOTOS	\$ 1.000	7300	5475	
CARROS	\$ 2.000	10950	8212,5	

Fuente: Construcción Propia

Tabla 13.  
Proyección de ventas a 5 años

PRODUCTO	HORAS	AÑO 1			AÑO 2					
		VALOR X HORA	Horas Vendidas	total	VALOR X HORA	Horas Vendidas	total			
Alquiler de Canchas	VALLE	\$ 64.000	11745	\$ 751.680.000	\$ 66.993	11745	\$ 786.828.557			
	PICO	\$ 110.000	4698	\$ 516.780.000	\$ 115.144	4698	\$ 540.944.633			
	FINES DE SEMANA	\$ 129.000	6552	\$ 845.208.000	\$ 135.032	6552	\$ 884.729.926			
Otros eventos	VALLE	\$ 64.000	1958	\$ 125.280.000	\$ 66.993	1958	\$ 131.138.093			
	PICO	\$ 110.000	783	\$ 86.130.000	\$ 115.144	783	\$ 90.157.439			
	FINES DE SEMANA	\$ 129.000	1092	\$ 140.868.000	\$ 135.032	1092	\$ 147.454.988			
PARQUEADERO	BICICLETAS	\$ 500	2738	\$ 1.368.750	\$ 523	2738	\$ 1.432.753			
	CARROS	\$ 1.000	5475	\$ 5.475.000	\$ 1.047	5475	\$ 5.731.011			
	MOTOS	\$ 2.000	8213	\$ 16.425.000	\$ 2.094	8213	\$ 17.193.033			
PRODUCTO	HORAS	2020			2021					
		VALOR MENSUAL	Unidades alquiladas	total	VALOR MENSUAL	Unidades Alquiladas	total			
MODULOS OFICINA Y CAFETERIA		\$ 400.000	5	\$ 2.000.000	\$ 418.704,00	6	\$ 2.512.224,00			
PRODUCTO	HORAS	AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
		VALOR X HORA	Horas Vendidas	total	VALOR X HORA	Horas Vendidas	total	VALOR X HORA	Horas Vendidas	total
Alquiler de Canchas	VALLE	\$ 70.125	11745	\$ 823.620.660	\$ 73.404	11745	\$ 862.133.162	\$ 76.837	11745	\$ 902.446.509
	PICO	\$ 120.528	4698	\$ 566.239.204	\$ 126.164	4698	\$ 592.716.549	\$ 132.063	4698	\$ 620.431.975
	FINES DE SEMANA	\$ 141.346	6552	\$ 926.099.897	\$ 147.955	6552	\$ 969.404.329	\$ 154.874	6552	\$ 1.014.733.675
Otros eventos	VALLE	\$ 70.125	1958	\$ 137.270.110	\$ 73.404	1958	\$ 143.688.860	\$ 76.837	1958	\$ 150.407.751
	PICO	\$ 120.528	783	\$ 94.373.201	\$ 126.164	783	\$ 98.786.092	\$ 132.063	783	\$ 103.405.329
	FINES DE SEMANA	\$ 141.346	1092	\$ 154.349.983	\$ 147.955	1092	\$ 161.567.388	\$ 154.874	1092	\$ 169.122.279
PARQUEADERO	BICICLETAS	\$ 548	2738	\$ 1.499.748	\$ 573	2738	\$ 1.569.876	\$ 600	2738	\$ 1.643.284
	CARROS	\$ 1.096	5475	\$ 5.998.993	\$ 1.147	5475	\$ 6.279.506	\$ 1.201	5475	\$ 6.573.136
	MOTOS	\$ 2.191	8213	\$ 17.996.979	\$ 2.294	8213	\$ 18.838.518	\$ 2.401	8213	\$ 19.719.407
PRODUCTO	HORAS	2022			2023			2024		
		VALOR MENSUAL	Unidades alquilada	total	VALOR MENSUAL	nidades Alquilada	total	VALOR MENSUAL	nidades alquilad	total
MODULOS OFICINA Y CAFETERIA		\$ 438.282,60	7	\$ 3.067.978,19	\$ 458.776,69	8	\$ 3.670.213,55	\$ 480.229,09	9	\$ 4.322.061,82

Fuente: Construcción Propia

### 2.3.2 Justificación de las ventas

La proyección de ventas se realizó tomando en cuenta las horas diarias en las que va a estar en funcionamiento el centro deportivo multiplicándose por los 365 días con los que cuenta un año.

También se hizo en base a la experiencia de negocios en funcionamiento que se encuentran en las localidades aledañas al municipio de Chía como lo son Suba y Usaquén, en donde se muestra que se tienen horarios más productivos que otros, y obtienen sus utilidades dependiendo de las diferentes actividades que realice la organización según la época del año:

- De lunes a viernes entre 8:00 am y 5:00 pm tienen un valor entre \$40.000 a \$64.000
- De lunes a viernes entre 6:00 pm y 10:00 pm Tiene un valor entre \$110.000 a 156.000

- Fines de semana tienen un valor entre \$110.000 a \$129.000.

De igual manera para la fijación de los precios y conocer la proyección de ventas se tomó de referencia una encuesta realizada a la población del Municipio de Chía (Revisar Anexos) la cual permitió visualizar cuáles serían los horarios más rentables y cuál es la costumbre de compra de este servicio para los usuarios.

Los precios que se manejan para el préstamo de las instalaciones serán los siguientes:

Tabla 14.  
Precios de alquiler

HORARIO	L	M	M	J	V	S	D
08:00 a.m.	\$64,000( Hora Valle)					\$ 129.000	
05:59 p.m							
06:00 p.m	\$110,000 (Horas Pico)						
10:00 p.m							

Fuente: Construcción propia

Para la proyección de ventas se tuvo en cuenta el promedio de la inflación en Colombia de los últimos 5 años y el promedio de participación del PIB en las actividades deportivas, todas estas cifras fueron consultadas en la página del (DANE, s.f. 2019)

### 2.3.3 Política de Cartera


Es de suma importancia saber, que no se le otorgará crédito a ningún tipo de cliente para la utilización de los servicios que se prestaran en este centro deportivo. Los precios que se encuentran en el mercado varían según hora y el día.

### 3. MODULO DE OPERACIÓN

#### 3.1 Operación

##### 3.1.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio

Tabla 15.  
Ficha técnica

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	
<b>NOMBRE</b>	Centro Multifuncional Deportivo DIOVALL CLUB
<b>IMAGEN CORPORATIVA</b>	
<b>UBICACIÓN</b>	Chia Cundinamarca / Vereda de Bojacá
<b>USOS</b>	Práctica deportiva de Fútbol - Eventos
<b>MEDIDAS</b>	20.900 m <sup>2</sup>
<b>ZONAS</b>	Canchas de Fútbol, Oficinas administrativas, baños, comedas, parqueaderos.
<b>HORARIOS</b>	Domingo a Domingo de 8:00 am a 10:00 pm
<b>USUARIOS</b>	Clubes deportivos / Equipos de Fútbol / Empresas de logística / Otras Empresas y/o Entidades
<b>SERVICIOS</b>	Prácticas deportivas de fútbol, eventos de toda índole, Torneos internos y abiertos, Festivales.
<b>ESCENARIO CUBIERTO</b>	<b>NO</b>
<b>PROCESO DE MANTENIMIENTO</b>	Barrido general (basura, hojas) Revisión de mallas y reparación de estas (si es necesario), Riego de canchas, Aseo general a zonas comunes, demarcación de líneas.

Fuente: Construcción propia

### 3.1.2 Estado de Desarrollo

El centro multifuncional Diovall Club no ha iniciado operaciones, por lo que podríamos catalogarlo como que se encuentra en un estado de desarrollo del concepto donde se realiza una investigación para calcular los posibles costos, ingresos y beneficios de este.

En esta fase se llevan a cabo análisis que permiten identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas, que existen en el mercado. También se generan estrategias de mercado que permitan obtener el éxito mediante el alcance a los clientes potenciales, las segmentaciones de mercado y otras acciones que inciden en el progreso dentro del mercado objetivo. (Adams, s.f.)

Dentro de la investigación que se desarrolla se pretende realizar análisis de los mayores porvenires y los posibles inconvenientes y dificultades que se puedan encontrar en la realización del proyecto.

Este proyecto también tiene una fase de exploración de espacios para elegir el más adecuado donde se podría llevar a cabo la fase de implementaciones e instalaciones, adecuación e inicio de labores.



### 3.1.3 Descripción del Proceso

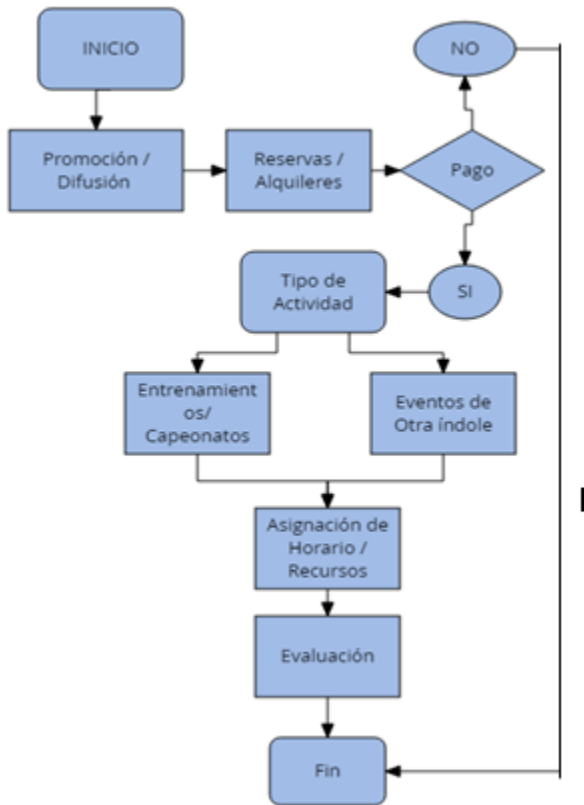


Grafico 2 Descripción del proceso. Fuente Construcción Propia

### 3.1.4 Necesidades y Requerimientos

Tabla 16.  
Necesidades y requerimientos

NECESIDAD	REQUERIMIENTO	DESCRIPCIÓN / FUNCIÓN
Terreno	1	De acuerdo a lo planeado, se requiere un terreno uniforme de 110 mtr de ancho x 190 mtr de fondo, para un total de 20.900 mts <sup>2</sup> Este Terreno se encuentra ubicado en la Vereda de Bojacá en Chia Cundinamarca, el cual se pretende tomar inicialmente en arriendo.
Arcos de Fútbol	12	Cada arco consiste de 2 postes verticales de 2 metros de alto separados a 5 metros y unidos por la parte superior por un travesaño horizontal, también llamado larguero cada uno de estos con 1,255 mm de espesor
Mallas para arcos	12	Estas complementaran la estructura del arco de futbol, esta es una malla cuadrada que no puede superar los 12 cm y con un diámetro de la trencilla que debe de ser mínimo de 2 mm y de 1,50 metros de profundidad
Cal	1	La CAL es un material cementante que se obtiene de la roca sedimentaria caliza, tiene múltiples propiedades y usos entre las que se puede destacar la afinidad con el agua y agregados pétreos, la dureza, el color brillante, la estabilidad y el alto pH; a fin de demarcación de líneas de las canchas (Foccal, s.f.)
Banderines	24	En cada esquina se colocará un poste no puntiagudo con un banderín, cuya altura mínima será de 1 m.
Balones	10	Deben ser de una circunferencia de entre 68 y 70 cm, un peso entre 410 y 450 gm con una presión de inflado 1,6-2,1 atmosferas, preferiblemente marca Golty
Mallas para Cerramiento /Divisiones	11	Conjunto de cuerdas entrelazadas de manera equitativa constituyendo una red, a fin de cubrir el área deportiva
Lavamanos	4	Para instalación en baños de damas y caballeros
Sanitarios	4	Para instalación en baños de damas
Orinales	4	Para instalación en baños de caballeros
Reflectores	24	Reflectores LED de 400 W Para exteriores, ideal para iluminación nocturna
Oficinas modulares	7	Oficinas prefabricadas de 3mtrs de largo por 2mtrs de ancho para un total de 6mt <sup>2</sup> . Al
Viajes de tierra	20	A fin de acondicionar terreno y crecimiento efectivo de césped
Instalaciones eléctricas	PTE.	Requeridas para iluminación nocturna en todas las zonas del Club
Instalación hidráulica	5	Requeridas para baños
Red hidrosanitaria	8	Requeridas para baños
Mano de obra	PTE.	Personal calificado para instalación de redes hidráulicas, hidrosanitarias y eléctricas
Vigilancia privada	2	Personal de vigilancia 24 / 7
Equipos de oficina	PTE.	Se requiere equipamiento para la oficina de administración tales como equipo de computo, escritorio, sillas, impresora, mueble archivador, entre otros.

Fuente: Construcción Propia

### 3.1.5 Plan de Producción

Tabla 17.  
Plan de Producción

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
Acondicionamiento de Suelo					
Instalación de arcos, mallas, banderines					
Demarcación canchas					
Instalaciones eléctricas					
Instalaciones Hidráulica					
Instalaciones Hidrosanitarias					
Instalación de reflectores					
Instalación de Mallas Divisorias					
Instalación de baños y Oficinas prefabricadas					

Fuente: Construcción Propia

### 3.2 Plan de Compras

#### 3.2.1 Como alimentar tabla Consumos Por Unidad de Producto

Tabla 18.  
Consumos por unidad

TABLA CONSUMO POR UNIDAD					
LOCALIZACION: Chia					
DESCRIPCION	UNIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	OBSERVACION	
Alquiler Terreno	1	M2	\$ 61.216.548	Terreno de 20.900 m2 (\$2.929 x m2 el arriendo, según sondeo)	
Arcos futbol 9	12	Mt	\$ 350.000	/	
Mallas para arcos	12	M2	\$ 54.999	/	
Cal	10	Kg	\$ 22.000	La cal se usa a base de mezcla en agua, por lo cual no se requiere mas de lo indicado	
Banderines	24	Cm	\$ 32.000	/	
Balones	10	N/A	\$ 119.000	/	
Mallas para cerramiento/ Divisiones	11	M2	\$ 480.000	Se requieren 11 divisiones de 40 x 6 para 240 m2 por malla. Del cual 1 m2 cuesta \$2.000	
Oficinas modulares	6	M2	\$ 714.285	Oficinas prefabricadas ya diseñadas, de 6 m2	
Oficina Para Admon modular	1	M3	\$ 714.285	Oficinas prefabricadas ya diseñadas, de 9 m2	
Baños Modulares	4	m2	\$ 623.900	Baños prefabricados ya diseñados	
Espacio modular usado para comidas	1	M4	\$ 860.200	Oficinas prefabricadas ya diseñadas, de 12 m2	
Lavamanos Acucer con pedestal	3	N/A	\$ 90.900	/	
Sanitario	4	N/A	\$ 149.900	/	
Orinal	4	N/A	\$ 192.000	/	
Reflectores con base	24	N/A	\$ 325.600	/	
<b>Total</b>			<b>\$ 65.945.617</b>		

Fuente: Construcción Propia

### 3.3 Costos de Producción

#### 3.3.1 Como Alimentar tabla de costos de producción con base al plan de compras

Tabla 19.  
Costos de Producción

ACTIVIDAD	COSTO TOTAL
Acondicionamiento de Suelo	\$ 22.500.000
Instalación de arcos, mallas, banderines	\$ 200.000
Demarcación canchas	\$ 350.000
Instalaciones eléctricas	\$ 2.300.000
Instalaciones Hidráulica	\$ 3.780.000
Instalaciones Hidrosanitarias	\$ 1.500.000
Instalación de reflectores	\$ 5.860.800
Instalación de Mallas Divisorias	\$ 6.600.000
Instalación de baños y Oficinas prefabricadas	\$ 4.999.995
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 48.090.795</b>

Fuente: Construcción Propia

### 3.4 Infraestructura

#### 3.4.1 Como Alimentar tabla infraestructura

Tabla 20.  
Infraestructura

INFRAESTRUCTURA			
LOCALIZACIÓN: Chía			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alquiler Terreno	1	\$ 61.216.548	\$ 61.216.548
Acondicionamiento de Terreno (Viajes de Tierra)	15* Cancha	\$ 3.750.000	\$ 22.500.000

Alquiler Motoniveladora	X día	\$	250.000	\$	1.750.000
Arcos futbol 9	12	\$	350.000	\$	4.200.000
Mallas para arcos	12	\$	54.999	\$	659.988
Cal	10KG	\$	22.000	\$	22.000
Banderines	24	\$	32.000	\$	768.000
Balones	10	\$	119.000	\$	1.190.000
Mallas para cerramiento/ Divisiones	11	\$	480.000	\$	5.280.000
Oficinas modulares	6	\$	714.285	\$	4.285.710
Oficina Para Admón. modular	1	\$	714.285	\$	714.285
Espacio modular usado para comidas	1	\$	860.200	\$	860.200
Baños modulares	4	\$	623.900	\$	2.495.600
Lavamanos Acucer con pedestal	3	\$	90.900	\$	272.700
Sanitario	4	\$	149.900	\$	599.600
Orinal	4	\$	192.000	\$	768.000
Reflectores con base	24	\$	325.600	\$	7.814.400
Instalaciones eléctricas	1	\$	2.300.000	\$	2.300.000
Instalación hidráulica	5	\$	3.780.000	\$	18.900.000
Red hidrosanitaria	8	\$	500.000	\$	4.000.000
Mano de obra	5	\$	1.300.000	\$	6.500.000
Personal de seguridad	2	\$	1.100.000	\$	2.200.000
Personal Administrativo	4	\$	1.650.000	\$	6.600.000
Gastos de Mantenimiento de espacios	NA	\$	3.000.000	\$	3.000.000
<b>Sub-Total</b>		<b>\$</b>	<b>83.575.617</b>	<b>\$</b>	<b>158.897.031</b>
<b>MOBILIARIO</b>					

Escritorio	1	\$	319.900	\$	319.900
Sillas de oficina	3	\$	109.900	\$	329.700
Archivador	1	\$	306.400	\$	306.400
Teléfono	1	\$	78.500	\$	78.500
Computador escritorio	1	\$	1.800.000	\$	1.800.000
Impresora	1	\$	429.700	\$	429.700
Papelera	1	\$	20.000	\$	20.000
Insumos de papelería	N/A	\$	350.000	\$	350.000
Gastos administrativos (mantenimientos, pago de servicios)	N/A	\$	1.930.000	\$	1.930.000
<b>Sub-Total</b>			<b>\$ 5.344.400</b>	<b>\$</b>	<b>5.564.200</b>
<b><u>TOTAL</u></b>					<b><u>\$ 164.461.231</u></b>

Fuente: Construcción Propia

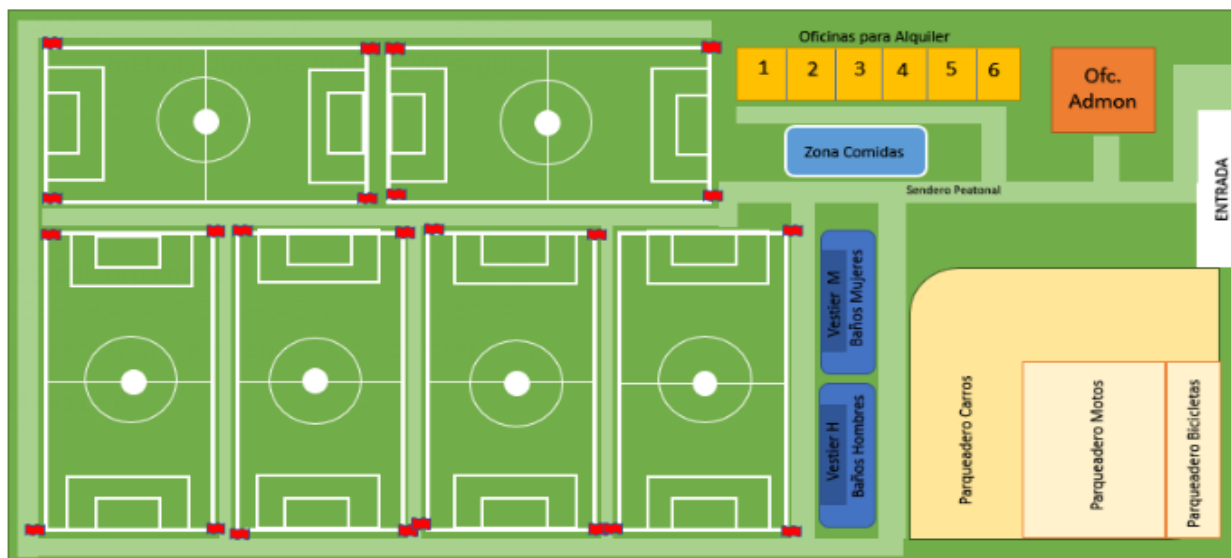


Gráfico 3. Plano Centro Deportivo Diovall Fuente: Construcción Propia

### 3.4.2 Parámetros Técnicos Especiales

Para llevar a cabo el plan deberán cumplirse con algunos parámetros técnicos tales como:

- Un plan básico de SG-SST (sistema de gestión y salud en el trabajo) a fin de prevenir algún tipo de accidentalidad dentro del desarrollo y acondicionamiento del centro multifuncional deportivo.
- Se deberá tener zona de parqueadero para vehículos, motos y bicicletas.
- Las canchas de fútbol deberán cumplir con la medida de 40 ancho x 60 de fondo, esto debido a que serán canchas de fútbol 9.
- Las demarcaciones de las canchas deberán ser claras y cumplir con un ancho de mínimo 7 CM, se deberá contar con la seguridad de agarre de los arcos.
- Los baños deberán quedar a una distancia prudente de la zona de comidas

## 4. MODULO DE ORGANIZACIÓN

### 4.1 Estrategia Organizacional

#### 4.1.1 Análisis DOFA

Tabla 21.  
Matriz DOFA

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
<b>MATRIZ DOFA</b>	1. La inversion inicial es muy alta y la recuperacion de ella conlleva tiempo	1. Contara con mas de una cancha para asi permitir el desarrollo de diferentes encuentros en simultanea
	2. Horaios Muertos	2. Brindara instalaciones adecuadas para la creacion de las oficinas administrativas de los clubes deportivos
	3. Falta de experiencia en el mercado	3. Al ser un centro deportivo multifuncional no solo se enfocara en eventos deportivos, tambien se podran realizara diversos eventos.
	4. Altos costos de arrendamiento	4. Una topografia en distintas direcciones lo que genera un proyecto con distintos niveles, generando un proyecto atractivo y de recorrer.
	5. Temporadas cortas en los torneos	5. Es un centro nuevo el cual estara conformado con peronal idoneo para el desarrollo de las funciones de este.
	6. Desconocimiento del servicio por parte de los clientes	6. Se encontrara asesorado por administradores deportivos
	7. Escasa cantidad de socios	7. Hubicacion en zonas de Crecimiento
	8. Ser un negocio nuevo	8. Horario y precios adecuados
		9. Se realizaran diferentes actividades de competencia con clubes o colegios que imparten la disciplina.



OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FO
1. Potencial humano con aptitudes para el desarrollo de prácticas deportivas de alta competición	Crear paquetes promocionales para hacer mas atractivo el uso de nuestro servicio	Realizar pagina de internte en la cual se muestra la vision, mision de nuestro centro , asi como las instalaciones con las que se cuentan y los servicios ofrecidos
2. Promover el deporte en el municipio de CHIA como parte de un programa de inclusión social.		
3. Mejoramiento de todo el sector a partir de la nueva obra generando apropiación del sector, promoviendo su uso y cuidado.	Realizar eventos especiales que se enfoquen en los clientes naturales que no pertenecen a clubes deportivos	Promover nuetsros servicios en las empresas que se encuentran en el municipio, solciitando un espacio en el cual se muestre los servicios que se ofrecen tanto para eventos deportivos que deseen realizar así como para otor tipo de eventos
4. Hay mas oportunidades a los niños en eventos deportivos y culturales en el sector		
5. Hay un crecimiento de clubes privados y escuelas de formacion en el municipio		
6. Atencion agrupos adicionales	Realizar inauguracion del centro deportivo invitando a los clubes y habitantes del municipio a que conozcan las instalaciones y los servicios prestados	
7.Incorporacion de la practica deportiva a nuetsros habitos	Crear un perfil profesional del centor deportivo en redes sociales	Realizar charlas deportivas las cuales inculquen la buena practica del deporte y muetre los beneficios que brinda el centro deportivo
8. Aprovechar el uso creciente uso de redes sociales(Ejemplo: Facebook,o Twitter) para fidelizar clientes y aumentar la venta		
9. Amplia oferta deportiva y facilidad de acceso a los servicios deportivos	Trabajar con tarifas especiales en auquellos horarios que sean de poca demanda	
10. La posibilidad general de los jóvenes y la indolencia en los hábitos de consumo de su tiempo libre		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FA
1. Llegada de nuevos competidores	Establecer el precio delservicio ofrecido pormedio de una política deprecios por tasa vigente.	Realizar convenio con los clubes deportivos para así sacar el mejor provecho a las instalaciones del centro deportivo
2. Impactos negativos por inestabilidad economica del país		
3. Creacion de nuevos impuestos por parte del municipio	Ofertas especiales para las empresas las cuales deseen realizar eventos como capacitaciones, o reuniones empresariales	Crear convenio con la alacaldia de CHIA para el desarrollo de los diversos eventos municipales que se puedan presentar
4. . Recursos financieros limitados		
5. Economia en crisis por alto indidce de venezolanos		
6.Poco interes al deporte por los jovenes del municipio	Brindar asesorias a los clubes para obtener el mayor beneficio de los servicios que se prestan y como pueden mejorar sus practicas profesionales al desarrollarlas en este centro	Realizar un evento deportivo gratis el cual incentive a los habitantes del municipio al desarrollo de la practica deportiva y así promocionar las instalaciones del centro
7.No obtener la suficiente acogida por los clubes y los habitantes del municipio		
8. Falta de apoyo por la alcaldia		

Fuente: Construcción Propia

## Impacto de las estrategias

Una vez establecidas las estrategias mediante el análisis de la matriz DOFA realizada, se determina mediante una puntuación de 1 a 7, según la escala de Likert, la importancia de la estrategia donde la mayor puntuación 7 se define como una estrategia de impacto a nivel empresarial que permite alcanzar resultados efectivos para el crecimiento de la compañía en el mercado que se incursiona. De esta misma manera el nivel de impacto de la estrategia se determina por el promedio del porcentaje que es equivalente al 7%, es decir, que aquellas estrategias iguales o mayores a este porcentaje se determinan con un impacto importante para la toma de decisiones y éxito de la compañía. Una vez determinado el valor, se procederá a realizar indicadores que se medirán con base a lo propuesto, se compara el rendimiento real con lo planificado y así se toman las medidas correctivas:

Fuente: Creación propia

CUADRANTE	ESTRATEGIA	PTOS	PORCENTAJE
Ofensivo	Paquetes promocionales	6	8%
	Eventos Especiales	5	6%
	Inauguración	7	9%
	Perfil profesional en redes sociales	5	6%
	Tarifas especiales en horarios de poca demanda	6	8%
Defensivo	Pagina corporativa en internet	7	9%
	Espacio para promover servicios	4	5%
	Charlas deportivas	4	5%
Adaptativo	Establecer precio del servicio por medio de una política de precios	6	8%
	Ofertas a empresas que realicen eventos	6	8%
	Asesoría a clubes conforme a su necesidad	5	6%
Supervivencia	Convenios con Clubes deportivos	7	9%
	Convenios con Alcandía	7	9%
	Evento gratuito que incentive la actividad deportiva	5	6%
<b>TOTALES</b>		<b>80</b>	<b>100%</b>

### 4.1.2 Organismos de Apoyo

Los organismos de apoyo directamente para el centro deportivo serán los socios quienes directamente buscarán los recursos para empezar el desarrollo de este, también serán los encargados del respectivo funcionamiento administrativo del establecimiento así como los recursos que este maneja para tomar las mejores decisiones para el Éxito del proyecto; de igual manera se

espera encontrar el apoyo directamente de la población dando acogida a este proyecto y recibir la mayor participación de los Clubes los cuales recibirán un gran beneficio utilizando las instalaciones que se brindaran por este centro.

## 4.2 Estructura Organizacional

### 4.2.1 Estructura Organizacional

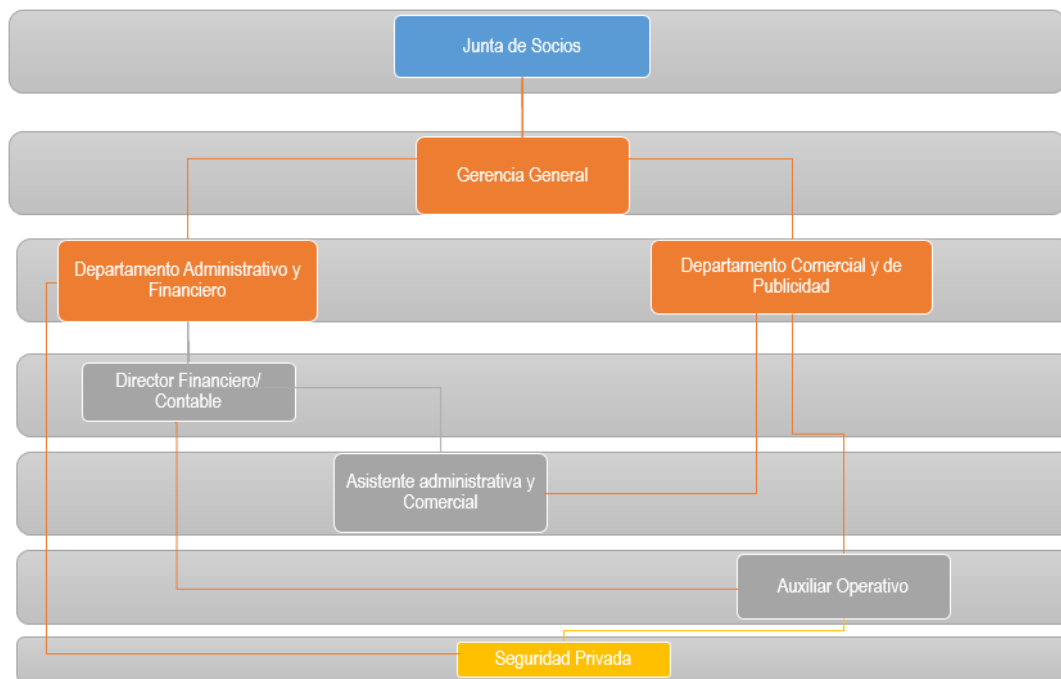


Grafico 4. Estructura Organizacional del negocio Fuente: Construcción Propia

## 4.3 Aspectos Legales

### 4.3.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales

El centro multifuncional deportivo DIOVALL CLUB se configurará como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) de acuerdo con la ley 1258 de 2008 la cual especifica que “La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de

la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad .” (Congreso De La República, 2008)

Además de esto, no exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.

Para su constitución según (CONGRESO DE LA REPUBLICA, 2008): La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

- Una vez verificada la disponibilidad de nombre y logo se procede a hacer la inscripción de la sociedad y del establecimiento en el registro mercantil (Cámara de Comercio de Bogotá).

Se deberá clasificar la actividad económica y según (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.) este tipo de proyectos se clasifica con código **CIU 9311 “Gestión de instalaciones deportivas”**, a esta clase se le incluye la gestión de instalaciones para eventos deportivos bajo techo o al aire libre (abierto, cerrado o cubierto, con o sin asientos para espectadores): - Canchas o estadios de fútbol, Estadios de atletismo, Boleas, Gimnasios, entre otros; La organización y gestión de competencias deportivas al aire libre o bajo techo, con participación de deportistas profesionales o aficionados, por parte de organizaciones con instalaciones propias y la gestión de esas instalaciones y la dotación del personal necesario para su funcionamiento.

- Descargar, diligenciar y anexar la documentación exigida tal como Formularios RUES, estatutos, Copias de cédula del representante legal y suplente.

- Presentarse ante la cámara de comercio de Bogotá y solicitar Pre-Rut y la vez solicitar la Pre-Matrícula mercantil, donde se asignará un Número de Identificación Tributaria (NIT) provisional.
- Se deberá abrir una cuenta bancaria a nombre de la compañía
- Radicar la documentación ante Cámara de comercio
- Tres días después de la pre aprobación por parte de la cámara de comercio se deberá solicitar cita ante la DIAN donde se solicitará RUT definitivo.
- Se deberá llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
- En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

El proceso de registro de los Libros en la Cámara de Comercio se puede realizar en el momento de la matrícula. Para ello, solo basta con diligenciar un formulario y efectuar el pago respectivo. Puede llevarse físicamente marcados con la solicitud correspondiente o adquirirse en cualquiera de las taquillas del Centro de Atención Empresarial de la Cámara de Comercio. Inicialmente se deberán registrar los Libro de Actas y el Registro de Socios.

La ley de financiamiento, Ley 1943 de 2018 (EL CONGRESO DE COLOMBIA, 2018), trae consigo varias modificaciones importantes en el impuesto a las ventas, una de ellas es el cambio del nombre para el régimen común y simplificado que pasan a ser **responsables y no responsables** del impuesto a las ventas respectivamente. Es decir, a partir del 1 de enero de 2019, desaparecieron de la legislación tributaria, los conceptos de régimen común y régimen simplificado del impuesto a las

ventas y fueron reemplazados por RESPONSABLES y NO RESPONSABLES del impuesto a las ventas, manteniendo la mayoría de las características.

El antes conocido régimen común presenta características como:

- Toda persona jurídica, por el sólo hecho de ser jurídica debe pertenecer al régimen común.
- El régimen común está obligado inscribirse en el RUT, a facturar, a cobrar IVA, a declarar y a llevar contabilidad
- Los responsables del régimen común deben declarar renta
- Pertenecer al régimen común implica estar formalizado.

(Gerencie).

La declaración de IVA debe ser presentada por los responsables régimen común, tal como lo dispone el inciso primero del artículo 601 del estatuto tributario. Estas declaraciones de IVA se realizan según el periodo fiscal o periodo gravable del impuesto a las ventas. (Gerencie.com, 2018).

Los ingresos por venta del servicio son una operación que conduce a que el contribuyente pueda incrementar su patrimonio, por lo que es un ingreso que puede estar gravado con el impuesto de renta, razón por la cual, al momento que el cliente hace el pago, éste debe retener un valor por concepto de impuesto de renta.

Se deberá pagar impuesto a la renta cuando se obtiene utilidades, y esas utilidades se generan a partir de los ingresos o ventas, de manera que en cada venta que se hace se está generando un impuesto potencial, que debe ser pagado en el momento, y por eso el mecanismo de retención.

(Gerencie.com, 2019)

En cuanto a la declaración de renta se deben tener presente las condiciones económicas según (Economía y Negocios, 2019):

- Que se haya tenido en el año gravable un patrimonio bruto igual o superior a 149'202.000 pesos. El patrimonio bruto es la suma de todas las pertenencias, sin restarle las deudas.
- Haber realizado compras y consumos totales en el año por valor superior a los 46'418.000 pesos.
- Tener ingresos brutos durante el año de 46'418.000 pesos.
- Tener consignaciones, depósitos o inversiones en el año por 46'418.000 pesos.
- Haber hecho gastos con tarjeta de crédito por 46'418.000 pesos.

Y, por último, el Reteica es un mecanismo de recaudo anticipado establecido en el municipio, mediante el cual, la compañía deberá efectuar la retención de todos los pagos o abonos en cuenta por la compra de bienes y servicios que están sometidos al impuesto de industria y comercio, de acuerdo con las tarifas establecidas por el concejo municipal. (Will, 2018)

Sin contar las afiliaciones a los sistemas de salud, debido a que el centro multifuncional contará con empleados a su cargo.

## 4.4 Costos administrativos

### 4.4.1 Tabla Gastos de Personal

Tabla 22.  
Gastos de personal

CARGO	Salario Mensual	No. Días	DEVENGADO			DEDUCCIONES				NETO A PAGAR
			Basico	Aux. Transporte	TOTAL	Salud 4%	Pensión 4%	Otros	TOTAL	
Gerente Administrativo	\$ 2.300.000	30	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 5.000.000	\$ 92.000	\$ 200.000	0	\$ 292.000	\$ 4.708.000
Director Financiero/Contable	\$ 2.000.000	30	\$ 3.000.000	\$ 0	\$ 3.000.000	\$ 80.000	\$ 120.000	0	\$ 200.000	\$ 2.800.000
Asistente Administrativa y Comercial	\$ 1.300.000	30	\$ 1.500.000	\$ 97.032	\$ 1.597.032	\$ 52.000	\$ 60.000	0	\$ 112.000	\$ 1.485.032
Auxiliar Operativo	\$ 1.000.000	30	\$ 1.500.000	\$ 97.032	\$ 1.597.032	\$ 40.000	\$ 60.000	0	\$ 100.000	\$ 1.497.032
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 6.600.000</b>		<b>\$ 11.000.000</b>	<b>\$ 194.064</b>	<b>\$ 11.194.064</b>	<b>\$ 264.000</b>	<b>\$ 440.000</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 704.000</b>	<b>\$ 10.490.064</b>

Fuente: Creación Propia

Tabla 23.  
Aportes Parafiscales

APROPIACIONES o Aportes para fiscales	%	VALOR	PROVISIONES o Prestaciones Sociales	%	VALOR
EPS	8,5%	951.495	CESANTIAS	-	932.839
ARP	0,5%	58.433	INTERESES / CESANTIAS	1,0%	9.328
FONDO DE PENSIONES	12%	1.343.288	PRIMA Y SERVICIOS	-	932.839
SENA	2%	223.881	VACACIONES	4,17%	458.700
ICBF	3%	335.822			
CCF	4%	447.763			
<b>TOTAL</b>		<b>3.360.682</b>	<b>TOTAL</b>		<b>2.333.706</b>
			<b>TOTAL APROPIACIONES</b>		<b>5.694.388</b>

TOTAL, GASTOS ADMÓN. /NOMINA (mes)	<b>\$ 16.184.452</b>
TOTAL, GASTOS ADMÓN. /NÓMINA (Año)	<b>\$ 194.213.419</b>

Fuente: Construcción Propia



#### 4.4.2 Tabla de Gastos de Puesta en Marcha.

Tabla 24.  
Gastos de puesta en marcha.

<b>GASTOS PUESTA EN MARCHA</b>	<b>VALOR</b>
Formulario Registro Mercantil	4.500
Matricula Persona Jurídica	131.000
Constitución de entidad Comercial	34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	70.000
Inscripción de libros	14.400
Inscripción de actos y otros documentos	43.000
Certificado de Existencia y Representación	5.800
<b>Total, Gastos</b>	<b>302.700</b>

Fuente: Construcción Propia

#### 4.4.3 Tabla de Gastos Anuales de Administración

Tabla 25.  
Gastos anuales de administración

<b>Concepto GASTOS</b>	<b>VALOR Mensual</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Salarios	11.695.096	140.341.152
Prestaciones	2.600.999	31.211.983
Aportes Para Fiscales	3.750.077	45.000.922
Arrendamiento	61.216.548	734.598.581
Servicios Publicos	1.930.000	23.160.000
Gastos de oficina	200.000	2.400.000
Gastos Publicitarios	961.517	11.538.200
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>82.354.236</b>	<b>988.250.838</b>

Fuente: Construcción Propia

## 5. MÓDULO DE FINANZAS

### 5.1 Ingresos

#### 5.1.1 Tabla de recursos

La fuente de financiación para el inicio del proyecto será realizada por un préstamo bancario el cual se maneja de la siguiente manera:

Tabla 26.  
Fuentes de financiación

FUENTES DE FINANCIACIÓN				
VALOR DEL PRESTAMO:	\$			63.992.898
BANCO	MODALIDAD DE LA CUOTA	CANTIDAD DE LA CUOTAS	TASA EFECTIVO ANUAL	VALOR MENSUAL
Colpatria	Mensual	48	27,95%	\$ 1.490.501

Fuente: Construcción Propia

Se tomará un préstamo bancario por un valor de \$152. 459 446 con el banco Colpatria el cual se diferirá a 48 cuotas fijas con una tasa EA 27,85%; con este préstamo se busca cubrir los gastos de puesta en marcha e infraestructura del centro deportivo.

#### 5.2.1 Tablas de Egresos,

Tabla 27.  
Egresos

GASTOS PUESTA EN MARCHA	VALOR
Formulario Registro Mercantil	4.500
Matricula Persona Juridica	131.000
Constitucion de entidad Comercial	34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	70.000
Inscripción de libros	14.400
Inscripción de actos y otros documentos	43.000
Certificado de Existencia y Representación	5.800
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>302.700</b>

Fuente Construcción Propia

En esta tabla se evidencia lo que se requiere y el valor que tiene para poner en marcha el centro deportivo, y su constitución como una empresa legal frente a las leyes colombianas.

Tabla 28.  
Infraestructura.

INFRAESTRUCTURA			
LOCALIZACIÓN: Chia			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arcos futbol 9	12	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Mallas para arcos	12	\$ 54.999	\$ 659.988
Cal	10KG	\$ 22.000	\$ 22.000
Banderines	24	\$ 32.000	\$ 768.000
Balones	10	\$ 119.000	\$ 1.190.000
Mallas para cerramiento/ Divisiones	11	\$ 480.000	\$ 5.280.000
Oficinas modulares	6	\$ 714.285	\$ 4.285.710
Oficina Para Admon modular	1	\$ -	\$ -
Espacio modular usado para comidas	1	\$ -	\$ -
Baños modulares	4	\$ 623.900	\$ 2.495.600
Lavamanos Acucer con pedestal	3	\$ 90.900	\$ 272.700
Sanitario	4	\$ 149.900	\$ 599.600
Orinal	4	\$ 192.000	\$ 768.000
Reflectores con base	24	\$ 325.600	\$ 7.814.400
Instalaciones eléctricas	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000
Instalación hidráulica	5	\$ 3.780.000	\$ 18.900.000
Red hidrosanitaria	8	\$ 500.000	\$ 4.000.000
Mano de obra	5	\$ 1.300.000	\$ 6.500.000
Gastos de Mantenimiento de espacios	NA	\$ 3.000.000	
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 14.034.584</b>	<b>\$ 60.055.998</b>
MOBILIARIO			
Escritorio	1	\$ 319.900	\$ 319.900
Sillas de oficina	3	\$ 109.900	\$ 329.700
Archivador	1	\$ 306.400	\$ 306.400
Teléfono	1	\$ 78.500	\$ 78.500
Computador escritorio	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Impresora	1	\$ 429.700	\$ 429.700
Papelera	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Insumos de papelería	NA	\$ 350.000	\$ 350.000
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 3.414.400</b>	<b>\$ 3.634.200</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 63.690.198</b>

Fuente: Construcción Propia

En esta tabla se muestra los requerimientos de infraestructura y sus costos los cuales son de \$148.522.546 estos cubren las necesidades para la adaptación de las canchas de fútbol y las oficinas que se necesitan para su funcionamiento, también refleja la parte mobiliaria que se requiere para el manejo de la parte administrativa del centro deportivo la cual tiene una suma de \$3.634.200

Tabla 29.  
Depreciación

**Muebles y Enseres ( 10 AÑOS)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Escritorio	319.900,00	31.990,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	31.990,00	31.990,00	31.990,00	31.990,00	31.990,00
DEP. ACUMULADA	-	63.980,00	95.970,00	127.960,00	159.950,00

**Muebles y Enseres ( 10 AÑOS)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Sillas de oficina	329.700,00	32.970,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	32.970,00	32.970,00	32.970,00	32.970,00	32.970,00
DEP. ACUMULADA	-	65.940,00	98.910,00	131.880,00	164.850,00

**Muebles y Enseres ( 10 AÑOS)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Archivador	306.400,00	30.640,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	30.640,00	30.640,00	30.640,00	30.640,00	30.640,00
DEP. ACUMULADA	-	61.280,00	91.920,00	122.560,00	153.200,00

**Equipo telecomunicaciones ( 5 años)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Teléfono	78.500,00	15.700,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	15.700,00	15.700,00	15.700,00	15.700,00	15.700,00
DEP. ACUMULADA	-	31.400,00	47.100,00	62.800,00	78.500,00

**EQUIPOS DE COMPUTACION ( 5 AÑOS)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Computador escritorio	1.800.000,00	360.000,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00
DEP. ACUMULADA	-	720.000,00	1.080.000,00	1.440.000,00	1.800.000,00

**EQUIPOS DE COMPUTACION ( 5 AÑOS)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Impresora	429.700,00	85.940,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	85.940,00	85.940,00	85.940,00	85.940,00	85.940,00
DEP. ACUMULADA	-	171.880,00	257.820,00	343.760,00	429.700,00

**Muebles y Enseres ( 10 AÑOS)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Papelera	20.000,00	2.000,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
DEP. ACUMULADA	-	4.000,00	6.000,00	8.000,00	10.000,00

**Muebles y Enseres ( 10 AÑOS)**

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEPRECIACION ANUAL			
Insumos de papelería	350.000,00	35.000,00			
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
DEP. ACUMULADA	-	70.000,00	105.000,00	140.000,00	175.000,00

Fuente: Construcción Propia

En esta parte se muestra la depreciación proyectada a los próximos 5 años que prestará la parte mobiliaria que se utilizara en la parte administrativa del centro deportivo.

5.2.3 Costos anualizados administrativos, gastos de personal anualizados

Tabla 30.  
Gastos de administración

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Concepto GASTOS</b>	<b>VALOR Mensual</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Salarios	11.695.096	140.341.152
Prestaciones	2.600.999	31.211.983
Aportes Para Fiscales	3.750.077	45.000.922
Arrendamiento	61.216.548	734.598.581
Servicios Publicos	1.930.000	23.160.000
Gastos de oficina	200.000	2.400.000
Gastos Publicitarios	961.517	11.538.200
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>82.354.236</b>	<b>988.250.838</b>

<b>INCREMENTO GASTOS ADMINISTRACION</b>	
Año 2	2%
Año 3	2%
Año 4	2%
Año 5	2%

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
Salarios	\$ 140.341.152	\$ 143.147.975	\$ 146.010.935	\$ 148.931.153	\$ 151.909.776
Prestaciones	\$ 31.211.983	\$ 31.836.223	\$ 32.472.947	\$ 33.122.406	\$ 33.122.406
Aportes Para Fiscales	\$ 45.000.922	\$ 45.900.941	\$ 46.818.959	\$ 46.818.959	\$ 46.818.959
Arrendamiento	\$ 734.598.581	\$ 749.290.552	\$ 749.290.552	\$ 749.290.552	\$ 749.290.552
Servicios Publicos	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000
Gastos de oficina	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Gastos Publicitarios	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200
<b>Total</b>	<b>\$ 988.250.838</b>	<b>\$ 1.007.273.890</b>	<b>\$ 1.011.691.593</b>	<b>\$ 1.015.261.271</b>	<b>\$ 1.018.239.894</b>

Fuente: Construcción Propia

Se evidencian los gastos administrativos que se tendrán en el primer año de funcionamiento del centro deportivo y se realiza la proyección de estos gastos a los siguientes 5 años teniendo un incremento de un 2% en cada año de funcionamiento.

## 5.3 Capital de trabajo

### 5.3.1 Alimentar tabla de capital de trabajo

Tabla 31.  
Balance General

Nombre		CENTRO DEPORTIVO MULTIFUNCIONAL DIOVALL CLUB		
BALANCE GENERAL APERURA				
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTE</b>	\$ -		<b>CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCOS	\$ -		CUENTAS POR PAGAR	\$ -
CUENTAS POR COBRAR	\$ -		IMPUESTOS POR PAGAR	\$ -
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	\$ -		<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	\$ -
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	\$ -		PASIVO LARGO PLAZO	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ -		OBLIG. FINANCIERAS	\$ 63.992.898
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 60.358.698		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	\$ 63.992.898
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$ 60.358.698		<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 63.992.898
TERRENOS			<b>PATRIMONIO</b>	
COMPUTADORES	\$ 2.229.700		CAPITAL	\$ -
- DEP. ACUM. COMPUTADORES			UTILIDAD DEL PERIODO	\$ -
EDIFICIOS			UTILIDAD ACUMULADA	\$ -
-DEP. ACUM. EDIFICIOS			<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ -
VEHICULOS			<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 63.992.898
- DEP. ACUM. VEHICULOS				
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 78.500			
- DEP. ACUM. MAQ. Y EQUIPO				
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.326.000			
-DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES				
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	\$ 3.634.200			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 63.992.898	\$		\$ -

Fuente: Construcción Propia

En el balance general de apertura se evidencia la situación financiera sobre la cual se pondrá en marcha la operación del centro deportivo.

## 6 PLAN OPERATIVO

### 6.1 Cronograma de actividades

#### 6.1.1 Cronograma de actividades a desarrollar

Tabla 32.  
Cronograma de actividades

ACTIVIDADES A DESARROLLAR		Semana	CRONOGRAMA CENTRO MULTIFUNCIONAL DIOVALL SAS																																		
			Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8																											
1	DEFINIR EL TERRENO	4	x	x	x	x																															
2	CONTRATAR ALQUILER DEL TERRENO	2			X	x																															
3	REGISTRO DE LA EMPRESA	2				X	X																														
4	NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES PARA COMPRA DE SUMINISTROS	3					X	X	X																												
5	COMPRA DE SUMINISTROS PARA LA ADECUACIÓN	3						X	X	X																											
6	PUESTA EN MARCHA PAGINA WEB	3								X	X	X																									
7	ADECUACIÓN DEL CENTRO	8								X	X	X	X	X	X	X	X	X																			
8	CONVOCATORIA CLUBES DE FUTBOL	4																																			
9	INAUGURACIÓN DEL CENTRO	1																																			

Fuente: Construcción Propia

### 6.2 Metas sociales

#### 6.2.1 Aportes del plan de negocio al Plan Nacional de Desarrollo

Según las 20 metas del plan nacional de desarrollo establecido para el periodo 2018-2022(DNP, 2019) las cuales nos dicen:

1. Los niños y adolescentes son una prioridad en el PHD, ya que busca llegar a 2 millones de niños con educación inicial y preescolar, lo que significa un aumento del 67%. Así mismo, pretende que 7 millones de menores se beneficien con el Plan de Alimentación Escolar.
2. El Plan propone, también, duplicar los estudiantes en jornada única en los colegios oficiales, es decir, pasar de 900.000 a 1,8 millones.
3. Plantea el fortalecimiento de las Instituciones de Educación Superior (IES) públicas, con un avance en gratuidad para 320.000 jóvenes que tengan un desempeño académico excelente.
4. Multiplicar más de cuatro veces Jóvenes en Acción, llegando a 500.000 cupos.
5. Realizar 600.000 intervenciones de mejoramiento de vivienda y 520.000 Viviendas de Interés Social (VIS) iniciadas.
6. Saneamiento total de deudas del régimen contributivo de salud.
7. Garantiza asistencia técnica agro a 550.000 productores y 300.000 con Agricultura por Contrato.
8. Tiene como meta lograr el 60% de actualización catastral, frente al 20% de hoy, duplicando la velocidad de titulación.
9. Busca apoyar a 4.000 empresas con fábricas de productividad, frente a 200 actuales.
10. Crear 1,6 millones de empleos y reducir la tasa de desempleo de 9,4% a 7,9%, el más bajo desde los 90.
11. Erradicar 280.000 hectáreas de cultivos ilícitos.
12. Detener el crecimiento de la deforestación en 2022; hoy crece al 23%.
13. Llevar la tasa de homicidios a su menor nivel en 27 años, 23,2 por cada 100.000 habitantes, frente a 25,8 que se registra hoy.
14. Lograr que 11,8 millones de hogares, es decir el 70%, estén conectados a internet. Hoy lo están 7,4 millones (50%).
15. Que los sectores de la Economía Naranja tengan una mayor dinámica; pasar de un crecimiento real de 2,9% a 5,1% en cuatro años.
16. Duplicar la inversión pública y privada en ciencia y tecnología a 1,5% del PIB.



17. Aumentar, en más del doble, la red férrea en operación comercial y llegar a 1.077 kilómetros.
18. Aumentar la capacidad de generación, con energías limpias, en 1.500 MW, frente a 60 MW que se generan hoy.
19. Sacar a 1,5 millones de personas de la pobreza extrema.
20. Sacar a 2,9 millones de personas de la pobreza.

“Todo esto se hace en armonía con la idea de tener un país con responsabilidad fiscal, seriedad en el manejo de los recursos, transparencia, aumento del recaudo y mejor focalización del gasto, para que los subsidios vayan a quienes realmente los necesiten. Y debo decir, también, que se hará en cumplimiento de los objetivos fiscales del país, de la meta de la regla fiscal”, señaló el Mandatario.

Al llevar a cabo nuestro proyecto con el centro multifuncional estamos aportando a dos (2) de las veinte (20) metas del plan nacional de desarrollo las cuales son:

La Número 13. Llevar la tasa de homicidios a su menor nivel en 27 años, 23.2 por cada 100.000 habitantes, frente a 25,8 que se registra hoy. Con la ejecución de nuestro proyecto estamos aportando a la recreación y cultura del municipio de Chía, fortaleciendo el vínculo deportivo y cultural de esta sociedad generando más espacios para el desarrollo del deporte que es practicado por al menos el 52% de la población de Chía, y en su mayoría personas entre los 5 a 22 años hacen parte de una escuela de fútbol formal y/o informal las cuales ahora contarán con un centro que les permitan el desarrollo de sus actividades involucrándose culturalmente lo que nos lleva a incentivar culturalmente en una práctica de deporte de sano esparcimiento mitigando acciones que vayan en contra de la ley y de la vida de los demás.

La número 15. Que los sectores de la Economía Naranja tengan una mayor dinámica; pasar de un crecimiento real de 2,9% a 5,1% en cuatro años. Con el centro multifuncional no solo pretendemos brindar un espacio deportivo, también cultural para la realización de diferentes actividades que se llevan a cabo actualmente en el municipio y las venideras, lo cual nos permite incentivar la participación de actividades que actualmente no cuentan con los espacios con infraestructura adecuada para el desarrollo óptimo de dichas actividades, dentro de los objetivos del plan de la economía Naranja están el incentivar la cultura y por medio de ella generar aportes nos lleven a tener un crecimiento económico, ahora con el planteamiento y proyección del centro

multifuncional estamos brindando una herramienta para que este plan tenga mayor facilidad de ser llevado a cabo.

#### 6.2.2 Número de Empleos indirectos

Los posibles empleos que genera la puesta en marcha de nuestro proyecto son:

A los seis proveedores de Insumos para la adecuación del centro multifuncional los cuales son:

1. Implementos relacionados con Arcos y mallas de futbol
2. Banderines y balones
3. Cal
4. Malla para cerramiento de división y oficinas modulares
5. Lavamanos Sanitario y orinal.
6. Reflectores Base.

También se debe tener en cuenta la creación de la página Web, la cual se realiza con un proveedor adicional, lo que nos lleva a tener 7 empleos indirectos en la puesta en marcha del proyecto.

#### 6.2.3 Emprendedores con participación accionaria

La constitución de la empresa se realizará mediante el tipo de asociación como sociedad por acciones simplificada (SAS) La cual es una sociedad por capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, en nuestro caso tres personas naturales, los cuales realizarán un aporte correspondiente a la participan accionaria del 33,33% cada uno constituyendo una persona jurídica distinta a la de los accionistas es decir Centro multifuncional Diovall Club SAS será la figura jurídica que respaldará el proyecto.

## 7. IMPACTOS

### 7.1 Impactos

#### 7.1.1 Impacto Económico

Con este plan de negocio se creará la inclusión de nuevos proyectos o nuevas empresas que se puedan crear en el municipio debido a que esta nueva idea atraerá la atención de nuevos proveedores de recurso o indumentaria deportiva , así como la generación de nuevos empleos tanto en el centro deportivo como en las nuevas opciones de negocio que se empezaran a evidenciar con el desarrollo de las actividades que normalmente se van a desarrollar, ayudando así al desarrollo económico del municipio brindando un crecimiento sostenible.

#### 7.1.2 Impacto Social

La intervención social del Plan de negocio muestra una orientación hacia la satisfacción de las necesidades que muestran los clubes deportivos del departamento, promoviendo la disciplina y el respeto comunitario respecto a las diferencias culturales que se pueden encontrar.

Se brindará un espacio óptimo, el cual brinde un ambiente sano y seguro al cual pueda acceder todas las personas sin importar edad, género o gustos diversos con este se dará una buena opción en la cual se pueda invertir el tiempo libre alejando así a los habitantes de malas vicios (Drogadicción, alcoholismo, vandalismo) los cuales afectan el desarrollo personal y cultural del municipio.

#### 7.1.3 Impacto Ambiental

El desarrollo de las actividades que brinda el centro deportivo no se implementa ningún tipo de maquinaria contaminante que pueda afectar directamente el medio ambiente que se encuentra en la

vereda Bojacá , se busca cuidar las zonas verdes tanto como los recursos naturales que nos brinda no se implementaran equipos que puedan generar ruidos u olores desagradables para la percepción de los habitantes del municipio , tampoco se implementara la tala de árboles para la adecuación de las instalaciones.

Se desarrollará un plan de reciclaje el cual ayude a mitigar la mayor contaminación de los residuos que se puedan generar en el funcionamiento del centro deportivo y así ayudar a generar una cultura ambiental en los clientes que utilizaran los servicios que se prestan.

## 8. RESUMEN EJECUTIVO

### 8.1 Resumen Ejecutivo

#### 8.1.1 Concepto del Negocio

Esta empresa se creará a fin de prestar el servicio de alquiler de canchas de fútbol a los clubes deportivos del municipio de Chía ya constituidos y a los clubes informales que inician su proceso de legalización. Brindando un espacio ideal para la práctica deportiva y un espacio que servirá como oficina y/o depósito de material deportivo, según lo disponga el cliente, además de ofrecer alternativas de realización de otro tipo de eventos de gran magnitud que requieren de un espacio amplio y campestre para llevarse a cabo.

Dicha empresa se clasifica con código CIUU No. 9311 cuya actividad económica será Gestión de Instalaciones Deportivas, a esta clase se le incluye la gestión de instalaciones para eventos deportivos al aire libre (abierto, cerrado o cubierto, con o sin asientos para espectadores), la organización y gestión de competencias deportivas al aire libre, con participación de deportistas aficionados.

**Misión:** Brindar un espacio óptimo y agradable a los clubes de fútbol formales e informales del municipio de Chía para que puedan llevar a cabo prácticas deportivas, logrando superar las expectativas de estos dentro de un ambiente sano y seguro, según las exigencias del mercado, además de incentivar y desarrollar actividades deportivas y culturales, así como incentivar el emprendimiento joven.

**Visión:** En el 2025 se espera ser el centro multifuncional deportivo más reconocido del municipio y sus alrededores ofreciendo un servicio de calidad que supla las necesidades de los clientes, consolidando esta organización como una líder en el desarrollo y fomento del deporte y el emprendimiento joven, logrando además un posicionamiento efectivo y eficaz en el mercado.

## **Valores Corporativos**

**Respeto:** Actuar de manera correcta y atenta, respetando los ideales, creencias, razas, géneros, etc., de clientes, proveedores y miembros de la compañía.

**Servicio:** Brindar una atención oportuna e integral a las necesidades de clientes internos como clientes externos de manera con calidad y excelencia, encaminada a cumplir las expectativas, teniendo en cuenta como una de las prioridades la satisfacción del cliente.

**Honestidad:** Ejercer prácticas transparentes y correctas, basándose en la ética y la moral de una conducta de buen actuar, anteponiendo la verdad ante cualquier situación.

**Confiabilidad:** Seguridad y certeza en las opiniones y en el desarrollo de procesos.

**Lealtad:** Mostrar gratitud, fidelidad y honor hacia la compañía, caracterizado por la conducta y la confidencialidad de la información.

**Amabilidad:** Conducta cálida y servicial para con clientes, proveedores y compañeros.

## **Objetivos puesta en Marcha**

### **Objetivo General**

Brindar un espacio rentable que supla las necesidades de inestabilidad a los clubes de fútbol formal e informal del municipio de Chía, además de proporcionar la posibilidad de realizar eventos de grandes magnitudes en un lugar campestre y seguro.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercadeo que permita conocer las necesidades más relevantes de los posibles clientes
- Lograr posicionamiento paulatino y progresivo en el municipio de Chía y sus alrededores.

- Contar con personal idóneo y emprendedor para cumplir con las metas propuestas en la puesta en marcha del proyecto.
- Implementar un ciclo PHVA de forma continua que permita mantener la competitividad del servicio mejorando la calidad de forma continua.

Con este proyecto se pretende satisfacer las necesidades que sufren actualmente los clubes de fútbol formal e informal del municipio de Chía quienes actualmente tienen problemas para ubicarse en un lugar estable y adecuado donde puedan llevar a cabo sus prácticas deportivas. Además de permitir al municipio contar con un lugar campestre idóneo para desarrollar eventos de gran magnitud, debido a que no existe ninguno actualmente.

Debido a lo anterior se establece como mercado objetivo principal aquellos clubes de fútbol que ya cuentan con reconocimiento deportivo y los que no, es decir, los formales e informales. Esto debido a que por la gran cantidad de clubes (25 constituidos legalmente y un porcentaje más, no constituidos) y los pocos escenarios deportivos del municipio, les es imposible contar con un lugar estable debido a la alta demanda, además de someterse a numerosos trámites documentales y/o traslados de un lugar a otro convirtiéndolos en clubes inestables y de poca fiabilidad. Por tal motivo, se ofrece un espacio apto para la práctica deportiva con una zona para el almacén de material deportivo u oficina para su administración, según el cliente disponga y según su necesidad.

#### 8.1.2 Potencial del Mercado

A nivel local: Basados en datos recolectados por IMRD CHIA existen actualmente 25 clubes avalados para el entrenamiento deportivo dentro del municipio de Chía.

Ahora si bien es importante conocer a qué tipo y qué cantidad de mercado vamos a enfocar nuestro servicio también es importante validar la competencia actual, el proyecto está basado en ofrecer servicio principalmente a los clubes registrados oficialmente en el municipio de Chía los

cuales cuentan con 4 centros que ofrecen el servicio que ellos solicitan para sus correspondientes entrenamientos deportivos, sin embargo la oferta otorgada por estos centros no cumple con la demanda presentada por los actuales clubes del municipio, para entrar en contexto presentamos la competencia.

Competencia:

- Unidad Deportiva la Lorena.

Dirección: Calle 5ª Esquina con Avenida Chilacos.

- Unidad Deportiva Rio Frio.

Dirección: Carrera 18 Calle 11/Avenida Chilacos.

- Unidad Deportiva campincito.

Dirección: Carrera 4 No. 7-00 Barrio Estadio

- Unidad Deportiva Samaria.
- Dirección: Calle 7 No. 3E-36 Vereda Samaria

Cabe resaltar que estos centros deportivos al ser directamente del municipio de Chía no hacen cobro por su servicio, sin embargo para que los clubes puedan hacer uso de estos, deben tener inicialmente el reconocimiento legal por parte del IMRD y adicionalmente, deben cumplir con determinados requisitos que permitan el uso y aprovechamiento de estos espacio que otorga el municipio, situación que termina siendo imposible para muchos clubes y deben buscar alternativas de alquiler de campos sintéticos, los cuales no terminan siendo seguros ni adecuados a la práctica deportiva. Adicionalmente, los clubes que están en proceso de constitución no tienen opción alguna de pedir en préstamo estos escenarios, pues no serán tenidos en cuenta por ser clubes informales.



Lo proyectado para el corto plazo año 2021 es lograr la inscripción y aprobación del proyecto a fin de posicionarlo y poder empezar a llevarlo a cabo.

Lo proyectado para el mediano plazo 2022 es lograr reconocimiento en los 25 clubes oficiales del municipio de Chía, para que inicien sus prácticas deportivas dentro del centro multifuncional, generando ingresos para recuperación de la inversión

Lo proyectado en el largo plazo 2027 es recuperar la inversión logrando tener un portafolio de clientes sólido que permita generar utilidades que logren el balance del centro multifuncional.

A nivel nacional el ente regulador del Fútbol Colombiano es decir la federación Colombiana de Fútbol (FCF, 2019) cuenta con dos Selecciones:

- La selección de mayores, dividida en dos Masculino y femenino.
- La selección Juveniles, dividida en dos Masculino y femenino.

Quienes realizan sus entrenamientos en los centros deportivos principales de cada ciudad, en Bogotá principalmente el conocido Estadio Nemesio Camacho el campin.

Se establecen clubes privados nacionales siendo 23 los relacionados en la Categoría A (Liga Águila, 2019) de equipos los cuales participan en torneos de la misma índole los más reconocidos principalmente son: Atlético Nacional, Junior de Barranquilla, Millonarios FC, América de Cali, · Deportivo Independiente Medellín, Asociación deportiva de Cali, Asociación deportiva de Pasto, Club Independiente Santa fe, Club deportes Tolima, Once Caldas, Patriotas Club, Corporación deportiva Alianza Petrolera, Club Deportivo Atlético Huila, Club Deportivo la equidad, club Atlético de Bucaramanga, Águilas Doradas de Rio Negro, Cúcuta Deportivo, Envigado Fútbol Club, Unión

Magdalena, Jaguares Fútbol Club S.A, Itagüí Leones, Boyacá Chicó Fútbol Club y Universidad Autónoma del Caribe. Estos clubes y los demás establecidos como privados realizan sus prácticas deportivas en sus respectivas escuelas ubicadas en todo el país.

Basados en datos recolectados por la Institución Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) al corte de septiembre de 2019 existen 403 clubes registrados para su entrenamiento deportivo, los cuales realizan prácticas deportivas entre sitios oficiales y no oficiales de los cuales no se obtiene registro.

### 8.1.3 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor

Este plan de negocio está enfocado a brindar un factor diferenciador con el cual no se cuenta actualmente en el municipio de Chía Cundinamarca, donde se pretende desarrollar dicho proyecto, el cual consiste en brindar inicialmente a los clubes de fútbol un espacio adecuado para la práctica deportiva. El valor diferenciador consiste en que Chía no cuenta actualmente con un sitio como el que se pretende ofrecer, además de que los escenarios que tiene el municipio son escasos para la cantidad de clubes formales e informales que existen, por lo que, para que un club quiera hacer uso de un escenario deportivo deberá estar inicialmente legalmente constituido, lo cual indica que los clubes informales ya descartan esta posibilidad de usar estos escenarios, adicionalmente les solicitan rigurosos documentos que para algunos les es difícil cumplir, y como si fuera poco, no les ofrecen un solo escenario deportivo para que tengan estabilidad, sino que les asignan horarios poco factibles de cumplir y se les asignan diferentes escenarios que se ubican de extremo a extremo del municipio generando la inestabilidad, además de que estos no cuentan con zona de almacenamiento de material por lo cual hace que se les dificulte el traslado de un lugar a otro. Esto permite que se desarrolle una idea diferenciadora, ofreciendo a estos clubes formales e informales, un espacio

adecuado a sus requerimientos y necesidades. Situación que no ofrece ningún otro lugar en el municipio. Y para añadir valor, se pretende usar estos espacios, además, como lugar para la realización de eventos de gran magnitud de toda índole.

## 8.1.4 Resumen de las Inversiones Requeridas

Tabla 33  
Inversión Requerida

INFRAESTRUCTURA			
LOCALIZACIÓN: Chia			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arcos futbol 9	12	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Mallas para arcos	12	\$ 54.999	\$ 659.988
Cal	10KG	\$ 22.000	\$ 22.000
Banderines	24	\$ 32.000	\$ 768.000
Balones	10	\$ 119.000	\$ 1.190.000
Mallas para cerramiento/ Divisiones	11	\$ 480.000	\$ 5.280.000
Oficinas modulares	6	\$ 714.285	\$ 4.285.710
Oficina Para Admon modular	1	\$ -	\$ -
Espacio modular usado para comidas	1	\$ -	\$ -
Baños modulares	4	\$ 623.900	\$ 2.495.600
Lavamanos Acucer con pedestal	3	\$ 90.900	\$ 272.700
Sanitario	4	\$ 149.900	\$ 599.600
Orinal	4	\$ 192.000	\$ 768.000
Reflectores con base	24	\$ 325.600	\$ 7.814.400
Instalaciones eléctricas	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000
Instalación hidráulica	5	\$ 3.780.000	\$ 18.900.000
Red hidrosanitaria	8	\$ 500.000	\$ 4.000.000
Mano de obra	5	\$ 1.300.000	\$ 6.500.000
Gastos de Mantenimiento de espacios	NA	\$ 3.000.000	
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 14.034.584</b>	<b>\$ 60.055.998</b>
MOBILIARIO			
Escritorio	1	\$ 319.900	\$ 319.900
Sillas de oficina	3	\$ 109.900	\$ 329.700
Archivador	1	\$ 306.400	\$ 306.400
Teléfono	1	\$ 78.500	\$ 78.500
Computador escritorio	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Impresora	1	\$ 429.700	\$ 429.700
Papelera	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Insumos de papelería	NA	\$ 350.000	\$ 350.000
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 3.414.400</b>	<b>\$ 3.634.200</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 63.690.198</b>
Formulario Registro Mercantil	NA	4.500	4.500
Matricula Persona Juridica	NA	131.000	131.000
Constitucion de entidad Comercial	NA	34.000	34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	NA	70.000	70.000
Inscripción de libros	NA	14.400	14.400
Inscripción de actos y otros documentos	NA	43.000	43.000
Certificado de Existencia y Representación	NA	5.800	5.800
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$ 302.700</b>	<b>\$ 302.700</b>
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 17.751.684</b>	<b>\$ 63.992.898</b>

Fuente: Construcción Propia

Tabla 34.  
Fuentes de financiación

FUENTES DE FINANCIACIÓN				
VALOR DEL PRESTAMO:	\$ 63.992.898			
BANCO	MODALIDAD DE LA CUOTA	CANTIDAD DE LA CUOTAS	TASA EFECTIVO ANUAL	VALOR MENSUAL
Colpatría	Mensual	48	27,95%	\$ 1.490.501

Fuente: Construcción Propia

La inversión que se requiere para la puesta en marcha del Centro deportivo son todos los insumos que se solicitan para la adecuación del espacio que se está arrendando, también el parte mobiliario que se requiere para la parte administrativa del negocio y los gastos que se tendrán para su registro en Cámara de Comercio; todos estos gastos se cubrirán con la adquisición de un préstamo bancario con el cual se iniciara la puesta en marcha del proyecto.

### 8.1.5 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

Tabla 35.  
Resumen ventas.

PRODUCTO	HORAS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
		VALOR X HORA	Horas Vendidas	VALOR X HORA	Horas Vendidas	VALOR X HORA	Horas Vendidas
Alquiler de Canchas	VALLE	\$ 64.000	11745	\$ 66.993	11745	\$ 70.125	11745
	PICO	\$ 110.000	4698	\$ 115.144	4698	\$ 120.528	4698
	FINES DE SEMANA	\$ 129.000	6552	\$ 135.032	6552	\$ 141.346	6552
Otros eventos	VALLE	\$ 64.000	1958	\$ 66.993	1958	\$ 70.125	1958
	PICO	\$ 110.000	783	\$ 115.144	783	\$ 120.528	783
	FINES DE SEMANA	\$ 129.000	1092	\$ 135.032	1092	\$ 141.346	1092
PARQUEADERO	BICICLETAS	\$ 500	2738	\$ 523	2738	\$ 548	2738
	CARROS	\$ 1.000	5475	\$ 1.047	5475	\$ 1.096	5475
	MOTOS	\$ 2.000	8213	\$ 2.094	8213	\$ 2.191	8213
PRODUCTO	HORAS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
		VALOR MENSUAL	Unidades alquiladas	VALOR MENSUAL	Unidades alquiladas	VALOR MENSUAL	Unidades alquiladas
MODULOS OFICINA Y CAFETERIA		\$ 400.000	5	\$ 418.704	6	\$ 438.283	7

PRODUCTO	HORAS	AÑO 4		AÑO 5	
		VALOR X HORA	Horas Vendidas	VALOR X HORA	Horas Vendidas
Alquiler de Canchas	VALLE	\$ 73.404,27	11745	\$ 76.837	11745
	PICO	\$ 126.163,59	4698	\$ 132.063	4698
	FINES DE SEMANA	\$ 147.955,48	6552	\$ 154.874	6552
Otros eventos	VALLE	\$ 73.404,27	1958	\$ 76.837	1958
	PICO	\$ 126.163,59	783	\$ 132.063	783
	FINES DE SEMANA	\$ 147.955,48	1092	\$ 154.874	1092
PARQUEADERO	BICICLETAS	\$ 573,47	2738	\$ 600	2738
	CARROS	\$ 1.146,94	5475	\$ 1.201	5475
	MOTOS	\$ 2.293,88	8213	\$ 2.401	8213
PRODUCTO	HORAS	AÑO 4		AÑO 5	
		VALOR MENSUAL	Unidades alquiladas	VALOR MENSUAL	Unidades alquiladas
MODULOS OFICINA Y CAFETERIA		\$ 458.776,69	8	\$ 480.229	10

Fuente: Creación Propia

Tabla 36.  
TIR

PERIODO	FLUJO DE CAJA	PERIODO	GASTOS	PERIODO	FLUJO DE EFECTIVO NETO
				AÑO 0	\$ (63.992.898)
AÑO 1	\$ 2.491.214.750	AÑO 1	\$ 1.496.610.700	AÑO 1	\$ 994.604.050
AÑO 2	\$ 2.608.122.656	AÑO 2	\$ 1.548.333.895	AÑO 2	\$ 1.059.788.761
AÑO 3	\$ 2.730.516.754	AÑO 3	\$ 1.592.081.949	AÑO 3	\$ 1.138.434.805
AÑO 4	\$ 2.858.654.494	AÑO 4	\$ 1.637.063.428	AÑO 4	\$ 1.221.591.066
AÑO 5	\$ 2.992.805.407	AÑO 5	\$ 1.671.837.217	AÑO 5	\$ 1.320.968.190
				<b>TIR</b>	<b>1561%</b>

Fuente: Construcción Propia

Teniendo la proyección de vetas de los siguientes 5 años y los gastos que se tendrán proyectados a los próximos 5 años, se toma la inversión inicial para así poder validar la Tasa Interna de Retorno que presentara el proyecto, dándonos un porcentaje muy favorable el cual nos indica la gran viabilidad que tiene este nuevo proyecto.

#### 8.1.6 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

Tabla 37.  
Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos de caja</b>	<b>\$ 2.491.214.750</b>	<b>\$ 2.608.122.656</b>	<b>\$ 2.730.516.754</b>	<b>\$ 2.858.654.494</b>	<b>\$ 2.992.805.407</b>
<b>ventas Canchas horas Valle</b>	<b>\$ 751.680.000</b>	<b>\$ 786.828.557</b>	<b>\$ 823.620.660</b>	<b>\$ 862.133.162</b>	<b>\$ 902.446.509</b>
Horas valle vendidas	11745	11745	11745	11745	11745
precio	\$ 64.000	\$ 66.993	\$ 70.125	\$ 73.404	\$ 76.837
<b>ventas Canchas horas Pico</b>	<b>\$ 516.780.000</b>	<b>\$ 540.944.633</b>	<b>\$ 566.239.204</b>	<b>\$ 592.716.549</b>	<b>\$ 620.431.975</b>
Horas pico vendidas	4698	4698	4698	4698	4698
precio	\$ 110.000	\$ 115.144	\$ 120.528	\$ 126.164	\$ 132.063
<b>Ventas canchas fines de semana</b>	<b>\$ 845.208.000</b>	<b>\$ 884.729.926</b>	<b>\$ 926.099.897</b>	<b>\$ 969.404.329</b>	<b>\$ 1.014.733.675</b>
Horas fines de semana vendidas	6552	6552	6552	6552	6552
precio	\$ 129.000	\$ 135.032	\$ 141.346	\$ 147.955	\$ 154.874
<b>Ventas Alquiler Oficinas</b>	<b>\$ 2.000.000</b>	<b>\$ 2.512.224</b>	<b>\$ 3.067.978</b>	<b>\$ 3.670.214</b>	<b>\$ 4.322.062</b>
Cantidad	5	6	7	8	9
Precio	\$ 400.000	\$ 418.704	\$ 438.283	\$ 458.777	\$ 480.229
<b>Ventas parqueadero bicicletas</b>	<b>\$ 1.368.750</b>	<b>\$ 1.432.753</b>	<b>\$ 1.499.748</b>	<b>\$ 1.569.876</b>	<b>\$ 1.643.284</b>
Horas vendidas Bicicleta	2738	2738	2738	2738	2738
precio	\$ 500	\$ 523	\$ 548	\$ 573	\$ 600
<b>Ventas parqueadero Carro</b>	<b>\$ 5.475.000</b>	<b>\$ 5.731.011</b>	<b>\$ 5.998.993</b>	<b>\$ 6.279.506</b>	<b>\$ 6.573.136</b>
Horas vendidas Carro	5475	5475	5475	5475	5475
precio	\$ 1.000	\$ 1.047	\$ 1.096	\$ 1.147	\$ 1.201
<b>Ventas parqueadero Carro</b>	<b>\$ 16.425.000</b>	<b>\$ 17.193.033</b>	<b>\$ 17.996.979</b>	<b>\$ 18.838.518</b>	<b>\$ 19.719.407</b>
Horas vendidas Moto	8213	8213	8213	8213	8213
precio	\$ 2.000	\$ 2.094	\$ 2.191	\$ 2.294	\$ 2.401
<b>ventas alquiler horas Valle otros eventos</b>	<b>\$ 125.280.000</b>	<b>\$ 131.138.093</b>	<b>\$ 137.270.110</b>	<b>\$ 143.688.860</b>	<b>\$ 150.407.751</b>
Horas Valle vendidas	1958	1958	1958	1958	1958
precio	\$ 64.000	\$ 66.993	\$ 70.125	\$ 73.404	\$ 76.837
<b>ventas alquiler horas Pico otros eventos</b>	<b>\$ 86.130.000</b>	<b>\$ 90.157.439</b>	<b>\$ 94.373.201</b>	<b>\$ 98.786.092</b>	<b>\$ 103.405.329</b>
Horas pico vendidas	783	783	783	783	783
precio	\$ 110.000	\$ 115.144	\$ 120.528	\$ 126.164	\$ 132.063
<b>ventas alquiler fines de semana otros eventos</b>	<b>\$ 140.868.000</b>	<b>\$ 147.454.988</b>	<b>\$ 154.349.983</b>	<b>\$ 161.567.388</b>	<b>\$ 169.122.279</b>
Horas fin de semana otros eventos	1092	1092	1092	1092	1092
precio	\$ 129.000	\$ 135.032	\$ 141.346	\$ 147.955	\$ 154.874
<b>Egresos de caja</b>	<b>\$ 1.496.610.700</b>	<b>\$ 1.548.333.895</b>	<b>\$ 1.592.081.949</b>	<b>\$ 1.637.063.428</b>	<b>\$ 1.671.837.217</b>
Salarios	\$ 140.341.152	\$ 143.147.975	\$ 146.010.935	\$ 148.931.153	\$ 151.909.776
Prestaciones	\$ 31.211.983	\$ 31.836.223	\$ 32.472.947	\$ 33.122.406	\$ 33.122.406
Aportes Para Fiscales	\$ 45.000.922	\$ 45.900.941	\$ 46.818.959	\$ 46.818.959	\$ 46.818.959
Arrendamiento	\$ 734.598.581	\$ 749.290.552	\$ 749.290.552	\$ 749.290.552	\$ 749.290.552
Servicios Publicos	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000	\$ 23.160.000
Gastos de oficina	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Gastos Publicitarios	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200	\$ 11.538.200
Bancos	\$ 17.886.015	\$ 17.886.015	\$ 17.886.015	\$ 17.886.015	
Depreciación	\$ 594.240	\$ 1.188.480	\$ 1.782.720	\$ 2.236.960	\$ 2.971.200
Impuestos	\$ 489.879.607	\$ 521.985.509	\$ 560.721.620	\$ 601.679.182	\$ 650.626.123
<b>Flujo del año</b>	<b>\$ 994.604.050</b>	<b>\$ 1.059.788.761</b>	<b>\$ 1.138.434.805</b>	<b>\$ 1.221.591.066</b>	<b>\$ 1.320.968.190</b>
<b>Flujo Acumulado</b>		<b>\$ 2.054.392.811</b>	<b>\$ 2.198.223.566</b>	<b>\$ 2.360.025.871</b>	<b>\$ 2.542.559.256</b>

Fuente: construcción propia

Con el flujo de caja podemos tener una vista más clara de cuáles son los ingresos por ventas anuales que se tendrán y los egresos que se presentaran en el transcurso del año, conociendo así cual es el valor neto de ganancia en la caja.

Tabla 38.  
Balance General año 1

Nombre

CENTRO DEPORTIVO MULTIFUNCIONAL DIOVALL CLUB

		BALANCE GENERAL AÑO 1	
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCOS	\$ 2.491.214.750	CUENTAS POR PAGAR	\$ 988.250.838
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 489.879.607
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	\$ -	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 1.478.130.445</b>
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	\$ -	PASIVO LARGO PLAZO	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 2.491.214.750</b>	OBLIG. FINANCIERAS	\$ 17.886.015
GASTOS PREOPERATIVOS		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 17.886.015</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ - \$ 2.491.214.750</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 1.496.016.460</b>
TERRENOS		<b>PATRIMONIO</b>	
COMPUTADORES	\$ 2.229.700	CAPITAL	\$ 3.634.200
- DEP. ACUM. COMPUTADORES	\$ 445.940	UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 994.604.050
EDIFICIOS		UTILIDAD ACUMULADA	\$ -
- DEP. ACUM. EDIFICIOS		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 998.238.250</b>
VEHICULOS		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 2.494.254.710</b>
- DEP. ACUM. VEHICULOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 78.500		
- DEP. ACUM. MAQ. Y EQUIPO	\$ 15.700		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.326.000		
- DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	\$ 132.600		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 3.039.960</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 2.494.254.710</b>		

Fuente: Construcción Propia



Tabla 39.  
Balance general año 2

Nombre	CENTRO DEPORTIVO MULTIFUNCIONAL DIOVALL CLUB		BALANCE GENERAL AÑO 2	
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTE</b>	\$	-	<b>CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCOS	\$	3.602.726.706	CUENTAS POR PAGAR	\$ 1.007.273.890
CUENTAS POR COBRAR	\$	-	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 521.985.509
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	\$	-	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 1.529.259.400
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	\$	-	PASIVO LARGO PLAZO	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$	3.602.726.706	OBLIG. FINANCIERAS	\$ 17.886.015
GASTOS PREOPERATIVOS			<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	\$ 17.886.015
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$	- \$ 3.602.726.706	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 1.547.145.415
TERRENOS			<b>PATRIMONIO</b>	
COMPUTADORES	\$	2.229.700	CAPITAL	\$ 3.634.200
- DEP. ACUM. COMPUTADORES	\$	891.880	UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 1.059.788.761
EDIFICIOS			UTILIDAD ACUMULADA	\$ 994.604.050
-DEP. ACUM. EDIFICIOS			<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 2.058.027.011
VEHICULOS			<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 3.605.172.426
- DEP. ACUM. VEHICULOS				
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$	78.500		
- DEP. ACUM. MAQ. Y EQUIPO	\$	31.400		
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.326.000		
-DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	\$	265.200		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	\$	2.445.720		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$	3.605.172.426		

Fuente: Creación Propia

Tabla 40.  
Balance General año 3

Nombre		CENTRO DEPORTIVO MULTIFUNCIONAL DIOVALL CLUB	
BALANCE GENERAL AÑO 3			
<b>ACTIVOS</b>			
<b>CORRIENTE</b>			
CAJA - BANCOS	\$	-	
CUENTAS POR COBRAR	\$	4.784.909.565	
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	\$	-	
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	\$	-	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$	4.784.909.565	
GASTOS PREOPERATIVOS			
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$	-	\$ 4.784.909.565
TERRENOS			
COMPUTADORES	\$	2.229.700	
- DEP. ACUM. COMPUTADORES	\$	1.337.820	
EDIFICIOS			
-DEP. ACUM. EDIFICIOS			
VEHICULOS			
- DEP. ACUM. VEHICULOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$	78.500	
- DEP. ACUM. MAQ. Y EQUIPO	\$	47.100	
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.326.000	
-DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	\$	397.800	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	\$		1.851.480
<b>TOTAL ACTIVO</b>			\$ 4.786.761.045
<b>PASIVOS</b>			
<b>CORRIENTE</b>			
CUENTAS POR PAGAR	\$	1.011.691.593	
IMPUESTOS POR PAGAR	\$	560.721.620	
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>			\$ 1.572.413.214
PASIVO LARGO PLAZO			
OBLIG. FINANCIERAS	\$	17.886.015	
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>			\$ 17.886.015
<b>TOTAL PASIVO</b>			\$ 1.590.299.229
<b>PATRIMONIO</b>			
CAPITAL	\$	3.634.200	
UTILIDAD DEL PERIODO	\$	1.138.434.805	
UTILIDAD ACUMULADA	\$	2.054.392.811	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			\$ 3.196.461.817
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			\$ 4.786.761.045

Fuente: Construcción Propia

Tabla 41.  
Balance general año 4

Nombre

CENTRO DEPORTIVO MULTIFUNCIONAL DIOVALL CLUB

BALANCE GENERAL AÑO 4

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	
CAJA - BANCOS	\$ 6.051.482.110	CUENTAS POR PAGAR	\$ 1.015.261.271
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 601.679.182
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	\$ -	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 1.616.940.453
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	\$ -	PASIVO LARGO PLAZO	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ 6.051.482.110	OBLIG. FINANCIERAS	\$ 17.886.015
GASTOS PREOPERATIVOS		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	\$ 17.886.015
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$ - \$ 6.051.482.110	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 1.634.826.468
TERRENOS		<b>PATRIMONIO</b>	
COMPUTADORES	\$ 2.229.700	CAPITAL	\$ 3.634.200
- DEP ACUM. COMPUTADORES	\$ 1.783.760	UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 1.221.591.066
EDIFICIOS		UTILIDAD ACUMULADA	\$ 3.192.827.617
-DEP. ACUM. EDIFICIOS		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 4.418.052.883
VEHICULOS		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 6.052.879.350
- DEP ACUM. VEHICULOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 78.500		
- DEP ACUM. MAQ. Y EQUIPO	\$ 62.800		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.326.000		
-DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	\$ 390.400		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	\$ 1.397.240		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 6.052.879.350		

Fuente: Construcción Propia

Tabla 42.  
Balance general año 5

Nombre		CENTRO DEPORTIVO MULTIFUNCIONAL DIOVALL CLUB	
BALANCE GENERAL AÑO 5			
<b>ACTIVOS</b>			
<b>CORRIENTE</b>			
CAJA - BANCOS	\$	-	
CUENTAS POR COBRAR	\$	7.407.224.090	
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	\$	-	
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	\$	-	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$	7.407.224.090	
GASTOS PREOPERATIVOS			
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$	-	\$ 7.407.224.090
TERRENOS			
COMPUTADORES	\$	2.229.700	
- DEP. ACUM. COMPUTADORES	\$	2.229.700	
EDIFICIOS			
-DEP. ACUM. EDIFICIOS			
VEHICULOS			
- DEP. ACUM. VEHICULOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$	78.500	
- DEP. ACUM. MAQ. Y EQUIPO	\$	78.500	
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.326.000	
-DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	\$	663.000	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>			\$ 663.000
<b>TOTAL ACTIVO</b>			\$ 7.407.887.090
<b>PASIVOS</b>			
<b>CORRIENTE</b>			
CUENTAS POR PAGAR	\$	1.018.239.894	
IMPUESTOS POR PAGAR	\$	650.626.123	
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>			\$ 1.668.866.017
PASIVO LARGO PLAZO			
OBLIG. FINANCIERAS	\$	-	
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>			\$ -
<b>TOTAL PASIVO</b>			\$ 1.668.866.017
<b>PATRIMONIO</b>			
CAPITAL	\$	3.634.200	
UTILIDAD DEL PERIODO	\$	1.320.968.190	
UTILIDAD ACUMULADA	\$	4.414.418.683	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			\$ 5.739.021.072
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			\$ 7.407.887.090

Fuente: Construcción Propia

Tabla 43. PYG

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	\$ 2.491.214.750	\$ 2.608.122.656	\$ 2.730.516.754	\$ 2.858.654.494	\$ 2.992.805.407
COSTO DE VENTAS	\$ 594.240	\$ 1.188.480	\$ 1.782.720	\$ 2.236.960	\$ 2.971.200
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 2.490.620.510</b>	<b>\$ 2.606.934.176</b>	<b>\$ 2.728.734.034</b>	<b>\$ 2.856.417.534</b>	<b>\$ 2.989.834.207</b>
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 988.250.838	\$ 1.007.273.890	\$ 1.011.691.593	\$ 1.015.261.271	\$ 1.018.239.894
GASTOS FINANCIEROS	\$ 17.886.015	\$ 17.886.015	\$ 17.886.015	\$ 17.886.015	\$ -
<b>UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL</b>	<b>\$ 1.484.483.657</b>	<b>\$ 1.581.774.270</b>	<b>\$ 1.699.156.425</b>	<b>\$ 1.823.270.248</b>	<b>\$ 1.971.594.313</b>
IMPUESTO DE RENTA	\$ 489.879.607	\$ 521.985.509	\$ 560.721.620	\$ 601.679.182	\$ 650.626.123
<b>UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO</b>	<b>\$ 994.604.050</b>	<b>\$ 1.059.788.761</b>	<b>\$ 1.138.434.805</b>	<b>\$ 1.221.591.066</b>	<b>\$ 1.320.968.190</b>
UTILIDAD ACUMULADA		\$ 2.054.392.811	\$ 3.192.827.617	\$ 4.414.418.683	\$ 5.735.386.872

Fuente: Construcción Propia

Teniendo los estados financieros y el PYG Proyectado a los siguientes 5 años se podrá realizar la validación de los indicadores financieros los cuales ayudaran a la toma de decisiones del negocio.

Tabla 44.  
TIR, TIO, VAN, PRI

<b>TIR</b>	<b>1561%</b>	
<b>TASA DE INTERES DE OPORTUNIDAD</b>		
<b>TIO</b>	30%	EA
<b>VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS</b>		
<b>VPI</b>	\$ 2.693.839.079	
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>		
<b>VPN O VAN</b>	\$ 2.629.846.181	
<b>PRI</b>		
PERIDODO ULTIMO FLUJO NEGATIVO	0	
ABS ULTIMO FLUJO NEGATIVO	\$ 63.992.898	
FLUJO NETO SIGUIENTE PERIODO	\$ 994.604.050	
<b>PRI</b>	0,06	
<b>PRI MESE</b>	0,8	

Fuente: Construcción Propia

Conociendo la TIR se puede evidenciar que el proyecto tiene una expectativa de viabilidad muy favorable la cual nos indica que es un proyecto en el cual vale la pena invertir

Se espera una TIO de 28% siendo a la tasa que se espera de ganancia al invertir en este proyecto, con esta tasa de oportunidad podemos estimar el valor presente neto que se espera de ganancia en las proyecciones realizadas en los próximos 5 años de funcionamiento del proyecto.

Tabla 45.  
Indicadores financieros

INDICADORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez Corriente	1,69	2,36	3,04	3,74	4,44
Endeudamiento del activo	0,60	0,43	0,33	0,27	0,23
Rendimiento del Patrimonio	99,6%	51,5%	35,6%	27,6%	23,0%
Rentabilidad neta de ventas	40%	41%	42%	43%	44%

Fuente: Construcción Propia

Con el indicador de liquidez corriente se evidencia que el negocio en el primer año de funcionamiento por cada peso que la empresa debe contara con 1,69 para respaldar sus obligaciones, para el año dos contara con 2,36 pesos para respaldar sus obligaciones, para el año 3 contara con 3,04 pesos para respaldar sus obligaciones, para el año 4 contara con 3,74 pesos para respaldar sus obligaciones y para el año 5 contara con 4,44 pesos para respaldar sus obligaciones.

Con el indicador del endeudamiento del activo se evidencia que para el primer año de funcionamiento del centro deportivo por cada peso que se tiene invertido en activos 0,60 pesos han sido financiados por acreedores o por sus deudores externos, para el año 2 0,43 pesos han sido financiados por acreedores o por sus deudores externos, para el año 3 0,33 pesos han sido financiados por acreedores o por sus deudores externos, para el año 4 0,27 pesos han sido financiados por acreedores o por sus deudores externos, y para el año 5 0,23 pesos han sido financiados por acreedores o por sus deudores externos.

Con el indicador del Rendimiento del Patrimonio las utilidades netas correspondieron a un 99,6 % del patrimonio, para el año 2 las utilidades netas correspondieron a un 51.5% del patrimonio, para el año 3 las utilidades netas correspondieron a un 35.6% del patrimonio, para el año 4 las utilidades netas correspondieron a un 27.6% del patrimonio y para el año 5 las utilidades netas correspondieron a un 23.0% del patrimonio

Con el indicador de rentabilidad neta de las ventas se puede evidenciar que para el primer año se generara un 40% es decir que por cada peso vendido se generó un 40% pesos de utilidad bruta, para el año 2 fue un 41% para el año 3 un 42% y para el año 4 un 43% y para el año 5 un 44%

## 8.2 Equipo de trabajo

### 8.2.1 Tabla equipo de trabajo

Tabla 46.  
Equipo De trabajo

PERFIL EQUIPO DE TRABAJO			
NOMBRE	EDAD	CRITERIOS	PERFIL
Yulisa Alexandra Parra Valbuena	22	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsable</li> <li>* Comunicación asertiva</li> <li>* Colaboradora</li> <li>* Cumplimiento efectivo de tareas</li> </ul>	Tecnóloga en Gestión Empresarial y profesional en formación de administración de empresas. Con amplia experiencia en áreas administrativas, enfocadas a la atención al cliente, responsable, dinámica, eficiente, con alta capacidad del trabajo en equipo, cumplidora de deberes y responsabilidades, y buen adaptabilidad al trabajo.
Yadira Esperanza Sanchez Moreno	23	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsable</li> <li>* Capacidad de liderazgo</li> <li>* Colaboradora</li> <li>* Cumplimiento efectivo de tareas</li> </ul>	Tecnóloga en Gestión Empresarial y profesional en formación de administración de empresas. Dinámica y con experiencia laboral en áreas administrativas y comerciales con alta capacidad del aprendizaje en forma rápida, dedicada al cumplimiento de tareas asignadas para el cumplimiento de objetivos personales como grupales, persona con excelente actitud y vocación de servicio, dinámica, paciente, puntual y organizada, destacada por la habilidad de trabajo en equipo y la adaptabilidad.
Robert Smith Quintero Torres	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsable</li> <li>* Proactivo</li> <li>* Compromiso</li> <li>* Emprendimiento</li> <li>* Aprendizaje</li> </ul>	Tecnólogo en Gestión de negocios con conocimientos y manejo de herramientas informáticas, experiencia en atención al público, con vocación al servicio comunicación asertiva, facilidad de adaptación al cambio, manejo de relaciones interpersonales, alto sentido de pertenencia y responsabilidad

Fuente: Construcción propia

El proyecto y su estructura responde a las necesidades que se pudieron evidenciar con la realización del estudio de mercado brindando así un espacio adecuado el cual es muy completo para el desarrollo de actividades deportivas de los clubes de fútbol y los aficionados a este deporte y también cubrir las necesidades que tienen las empresas y/o habitantes del Municipio a la hora de realizar un evento de cualquier índole que se pueda presentar.

El esfuerzo y la dedicación que se da para el óptimo funcionamiento y la puesta en marcha de este centro deportivo apoyarán al crecimiento de las habilidades administrativas que se lograron

obtener durante este periodo de aprendizaje, ya que este reúne condiciones técnicas y operativas las cuales aseguran el cumplimiento de sus metas y los objetivos planeados.

Realizando el respectivo análisis financiero se puede evidenciar que es un proyecto altamente viable, el cual sabiéndolo administrar lograra generar grandes ganancias a sus inversionistas, siendo así un proyecto rentable en el cual vale la pena invertir.



## 9. ANEXOS

### 9.1 Anexos requeridos en el plan.

#### **YADIRA ESPERANZA SÁNCHEZ MORENO**

Identificación : 1.072.709.321 Chía  
Estado civil : Soltera  
Edad : 23 Años  
Dirección : Vda la Balsa, Chía, Colombia  
Celular : 311-5059951  
Email : [yadirasanchez\\_17@hotmail.com](mailto:yadirasanchez_17@hotmail.com)

---

#### **PERFIL PROFESIONAL**

Tecnóloga en Gestión Empresarial y Profesional en formación de Administración de Empresas, con experiencia laboral en áreas administrativas (Recepción, archivo general, manejo de correspondencia, SGSST, manejo de agendas y apoyo general a todas las áreas) y comerciales (Coordinación de documentación, seguimiento de compromisos, respuesta a requerimientos de clientes y apoyo general al área comercial), con alta capacidad del aprendizaje en forma rápida, adaptación a los cambios, dedicada al cumplimiento de tareas asignadas para el cumplimiento de objetivos personales como grupales, persona con excelente actitud y vocación de servicio, dinámica, paciente, puntual y organizada, destacada por la habilidad de trabajo en equipo y la adaptabilidad.

#### **ESTUDIOS**

<b>2013</b> <i>Chía - Colombia</i>	<b>Bachiller Técnico</b> Institución Educativa Tecnico Jose Joaquin Casas
<b>2013</b> <i>Chía - Colombia</i>	<b>Técnico en Logística Empresarial</b> Servicion Nacional de Aprendizaje SENA
<b>2015</b> <i>Chía - Colombia</i>	<b>Tecnólogo en Gestión Empresarial</b> Servicion Nacional de Aprendizaje SENA
<b>2019</b> <i>Bogotá - Colombia</i> Semestre-Actual)	<b>Profesional en Formación en Administración de Empresas</b> Fundación Universitaria del Area Andina (Octavo

*Programas manejados* : Word, Excel, Power Point, Outlook.

## FORMACIONES ADICIONALES E INTERESES

- Curso Virtual (40 horas) : Excel 2010
- Curso Virtual (40 horas) : Excel 2016
- Curso Virtual (50 horas) : Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Curso Virtual (40 horas) : Aprendiz Digital
- Curso Virtual (40 horas) : Administración de Recursos Humanos
- Curso Virtual (40 horas) : Cuentas Contables
- Seminario de Servicio al Cliente en la Cadena Logística
- Curso virtual Con la UMB de Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Curso Presencial en Fundamentos en la Administración Deportiva

### Deportes -Hobbies :

- Practicante de Fútbol y Futsal, con amplio conocimiento en el área.
- Voluntaria en Fundación Infantil de niños de escasos recursos : *Fundación Maun - CDP*

## EXPERIENCIA LABORAL

Febrero 2018 – Actualmente

**PL+G S.A.S**  
**Sector Inmobiliario**

*Chía, Colombia*

**Cargo Ocupado: Auxiliar Administrativa y Comercial.**

Funciones genericas:

- Recepcion de llamadas y manejo de PBX.
- Manejo y control de correspondencia.
- Manejo y control de Archivo físico y digital.
- Apoyo en requerimientos de gerencia.
- Sondeos y levantamientos de mercado.
- Apoyo al area comercial.
- Telemercadeo.
- Manejo de Bases de Datos.
- Control de Posicionamiento.
- Diligencias bancarias y ante Fiducia.
- Realización de actas.

Marzo de 2016 – Enero 2018

**ESTRUCTURACIÓN Y DESARROLLO INMOBILIARIO SAS (EDICORP SAS)**  
**Sector Inmobiliario**

*Chía, Colombia*

**Cargo Ocupado: Auxiliar Administrativa y Comercial.**

Funciones genericas:

- Recepcion de llamadas y manejo de PBX.
- Manejo y control de correspondencia.
- Manejo y control de Archivo físico y digital.
- Lider en la implementación y control del SG-SST.
- Apoyo en requerimientos de gerencia.
- Sondeos y levantamientos de mercado.
- Apoyo al area comercial.
- Telemercadeo.
- Diligencias comerciales en puntos establecidos.
- Digitalización de documentos.
- Diligencias bancarias e inmobiliarias.

Junio 2015 – Diciembre 2015

**LABORATORIOS BIOPAS S.A**  
*Bogotá, Colombia*

**Cargo Ocupado: Pasante SENA.**

Tareas realizadas:

- Manejo de conmutador y recepcion de llamadas.
- Reservas hoteleras y zonas de eventos.
- Atención a requerimientos de clientes internos y externos y Apoyo a gerencia.
- Control de Inventario.
- Digitalización de documentos.
- Manejo de Base de Datos, Control de archivo físico y digital.
- Revisión y corrección de legalización de viaticos.
- Apoyo a clientes internos y externos.
- Manejo de correspondencia.

## REFERENCIAS LABORALES

**Geovanni Ausique**  
GRUPO ACERTA  
Gerente de Proyectos  
Teléfono : 3175161192  
E-mail : gausique@gmail.com

**Alicia Díaz**  
FUNDACIÓN MAUN CHIA (Chía-Colombia)  
Voluntaria  
Teléfono : 3177118825

## REFERENCIAS PERSONALES

**Julian CARRIÓN**  
Estudiante Universitario  
Teléfono : 3102693698

**Geraldine JIMÉNEZ**  
Teléfono : 3125039517

*Yadira Sánchez*

## Hoja de Vida No. 2

**ROBERT SMITH QUINTERO TORRES**

**C.C. No 1.012.349.392 de Bogotá**

**Teléfono celular: 311 201 8334**

**rsquintero@misena.edu.co**

### **PERFIL PROFESIONAL**

---

Soy una persona con conocimientos y manejo de herramientas informáticas, experiencia y excelente atención al público, con vocación al servicio comunicación asertiva, me caracterizo por la facilidad de adaptación al cambio, manejo de relaciones interpersonales, alto sentido de pertenencia y responsabilidad por la empresa, entrega en las actividades que se me asignan, formado con principios éticos de honradez y responsabilidad, con iniciativa para resolver problemas eficientemente logrando así las metas y objetivos trazados en la organización. Tengo gran capacidad de liderazgo y organización buscando las mejores soluciones a las circunstancias que se presenten, mostrando así inquietud por el funcionamiento de los diversos procesos que se puedan manejar en la empresa, dispuesto a transmitir mis conocimientos a quien lo requiera.

### **DATOS PERSONALES**

---

<b>Fecha y lugar de nacimiento:</b>	02- febrero-1989
<b>Cedula de Ciudadanía:</b>	1.012.349.392 de Bogotá
<b>Dirección Residencia:</b>	Cr 82 d #73a 64 sur
<b>Teléfono Celular:</b>	311 201 8334
<b>E-mail:</b>	rsquintero@misena.edu.co

## **ESTUDIOS REALIZADOS**

---

### **CARRERA PROFESIONAL**

Administración de Empresas, (Noveno (9) semestre finalizado diciembre de 2018, pendiente titulación)

**Fundación Universitaria del Areandina**

### **TECNÓLOGO**

Tecnología en Gestión de Negocios (Finalizado abril de 2017)

**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA**

### **SECUNDARIA**

Bachiller Académico (Finalizado diciembre de 2004)

**Colegio Distrital Gran Colombiano**

### **PRIMARIA:**

Básica Primaria

**Gimnasio Infantil Juanambu**

### **OTROS CURSOS:**

---

**“Servicio Nacional de Aprendizaje SENA”**

Curso virtual 40 Horas: Excel básico

## **EXPERIENCIA LABORAL**

---

<b>Empresa:</b>	<b>Scotiabank-Colpatria</b>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Sandra Parra- Cesar Salamanca
<b>Teléfono:</b>	3123896409-3004952629
<b>Tiempo de servicio:</b>	enero de 2018 -enero de 2019
<b>Cargo:</b>	Analista de Operaciones

**Funciones específicas:** Realización de informes de ingreso de solicitudes y capturas de compra de cartera, reportes de indicadores de devoluciones con soporte en archivos planos, bases de datos de Excel y Acces. Manejo de plataforma BPM ,Citidocs y IQ. Apoyo a la fuerza de ventas analizando y controlando los

requerimientos realizados por los clientes en las solicitudes bancarias, así como los documentos soportes que se requieren para la validación de los productos solicitados dependiendo de las características del cliente y de los segmentos al que este pertenezca. Atención al cliente interno del proceso en cuanto a los requerimientos que esté presente. Agendamiento a personal de línea para controlar el envío de las solicitudes bancarias en los cortes específicos al proveedor y tener respuesta del mismo en los tiempos estipulados.

**Logros Obtenidos:** Se implementó una bitácora de los nuevos controles que se debían realizar en el cotejo y en el control de las solicitudes bancarias, mejorando así el indicador de devoluciones

<b>Empresa:</b>	<b>L'Oreal Colombia (División Vogue)</b>
<b>Jefe Inmediato:</b>	Katherine Lizarazo/Alexandra Moreno
<b>Teléfono:</b>	317 649 3119-318 827 2239
<b>Tiempo de Servicio:</b>	abril de 2016 diciembre 2017
<b>Cargo:</b>	Asistente Comercial

**Funciones Realizadas:** Asignación de presupuestos de ventas a los ejecutivos de ventas, y asesoras comerciales con la actualización las rutas de los clientes que estas manejan. Manejo de los reportes de ventas facturadas versus el presupuesto asignado para tener seguimiento en el cumplimiento de los objetivos de venta propuestos por la compañía, liquidación de comisiones y eventos realizados a las fuerzas de venta, presentación de informes para Gerente Nacional, con resultados de crecimiento de los clientes. Manejo de plataformas para control de inventarios y ventas sell out y sell in (CEN, Boost, Ice3 La 14, Mantrak), atención al cliente interno y externo de la compañía. Apoyo al área de Trade Marketing con la debida implementación del material publicitario en cada punto de venta. Manejo de proveedores para eventos (Reuniones, Traslados de Muebles, lanzamientos) con sus respectivas cotizaciones y la generación de orden de compra

**Logros Obtenidos:** Se implementó un informe en Excel con los avances de ventas los cuales permitían conocer a los comerciales su porcentaje de cumplimiento cada semana, ayudando a mejorar la respuesta de los mismos para lograr la meta asignada mes a mes.

**Empresa:** FINART SAS  
**Jefe inmediato:** Diana Rico  
**Teléfono:** 594620 ext 252  
**Tiempo de servicio:** agosto de 2011 mayo de 2016  
**Cargo:** Operario de Maquina

**Funciones Realizadas:** Auxiliar de producción en maquina centrífuga, para la fundición de materia prima, control y manejo de producción y control de órdenes de pedido para la pronta entrega al cliente, control de inventarios del producto terminado, atención a los clientes en el punto de venta, exposición de nuevos productos y lanzamientos en la compañía.

#### REFERENCIAS PERSONALES

---

**Nombre:** Jeison Mauricio Casas  
**Cargo:** Supervisor de Producción  
**Celular:** 3108100577  
**Ciudad:** Bogotá D.C.

**Nombre:** Angela Patricia López Lugo  
**Cargo:** Asesora Comercial  
**Celular:** 3213815601  
**Ciudad:** Bogotá D.C.

---

**ROBERT SMITH QUINTERO TORRES**  
**C.C: No 1.012.349.392 de Bogotá**  
**CEL: 311 201 8334**



## Hoja de Vida No. 3

### ALEXANDRA PARRA VALBUENA

#### INFORMACION PERSONAL

---

**Cedula de Ciudadanía:** 1022430465  
**Estado Civil:** Soltera  
**Fecha de nacimiento:** 02/10/1997  
**Domicilio:** Calle 173 #19-75  
**Nro. De Teléfono celular:** 3222016584  
**Correo electrónico:** yulexapv@gmail.com



#### PERFIL LABORAL

---

Tecnóloga de Gestión Empresarial, con experiencia a nivel laboral como Asistente Administrativa, desempeñando funciones relacionadas con servicio al cliente de manera directa, asesor call center, auxiliar en licitaciones, facturación, elaboración de documentos, redacción, manejo de archivo. Buena orientación al logro y al resultado, fácil adaptación a los diferentes entornos laborales, capacidad para trabajar en equipo, capacidad de organización, planeación, iniciativa y buenas habilidades comunicacionales.

#### FORMACIÓN ACADEMICA

---

**Profesional en Administración de Empresas (En curso)**

Fundación Universitaria del Área Andina  
2018

**Tecnólogo en Gestión Empresarial**

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA  
2015

**Técnico logística Empresarial**

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA  
Técnico  
2013

**Bachiller Académico**  
I.E.D.NSTRA SEÑORA DEL CARMEN  
2013

## **EXPERIENCIA LABORAL**

---

### **FUNDACIÓN UNIVERSITARIA AGRARIA DE COLOMBIA**

#### **Asesor Comercial**

**Funciones:** Atención al cliente sobre procesos de admisión con la institución por medio telefónico y personal, direccionamiento de requerimientos hacia las áreas correspondientes, captación de datos en ferias universitarias y manejo de información captada, gestionar procesos comerciales.

**Fecha de inicio:** 19/11/2018

**Fecha de retiro:** 13/05/2019

**Persona de contacto:** Jose Luis Borrero

**Celular:** 3107910140

### **CONSTRUCTORA UROS**

#### **Analista de compras**

**Funciones:** Negociación con proveedores, compras de materiales y alquiler de equipo, inventarios físicos, intervectorias de almacén, recepción y clasificación de facturas, relación pago a proveedores, presentación de informes, manejo de bases de datos.

**Fecha de inicio:** 03/07/2018

**Fecha de retiro:** 15/09/2018

**Persona de contacto:** Julián Infante

**Celular:** 3007777143

### **SEGURIDAD EN LINEA**

#### **Asesora Comercial**

**Funciones:** Realizar estudios de seguridad, cotizaciones, presentaciones a clientes, contacto directo con el cliente, venta de productos de seguridad electrónica, archivo, redacción de documentos, manejo de base de datos, presentación de informes.

**Fecha de inicio:** 17/04/2017

**Fecha de retiro:** 30/06/2018

**Persona de contacto:** Henry Buitrago

**Celular:** 3125795340

**LABORATORIOS BAYER S.A.**

**Auxiliar Administrativa- Práctica**

**Funciones:** Atención al cliente interno y externo por medio de llamadas y correos electrónicos, Apoyo a inventarios de Alto y Bajo costo, Apoyo en licitaciones y manejo de documentos, Elaboración y redacción de cartas y demás actividades ordenadas.

**Fecha de inicio:** 01/06/2015

**Fecha de retiro:** 29/11/2015

**Persona de contacto:** Alexander Serrano

**Celular:** 31537145826

**CONOCIMIENTO Y MANEJO DE PROGRAMAS**

---

**Programa:** Word

**Nivel:** Avanzado

**Programa:** Excel

**Nivel:** Intermedio

**Programa:** Block Software

**Nivel:** Avanzado

**REFERENCIAS PERSONALES**

---

Danna Abril Hernández

Contadora

Cel.3128378573

Harol Valbuena Prieto

Contador

Cel. 3017970458

Alexandra Parra Valbuena

C.C. 1'022.430.465

• **Formato de encuesta**

FORMULARIO DE ENCUESTA ANÁLISIS DE MERCADO

**Objetivo:** Conocer la opinión de la muestra del mercado con el fin de analizar si están dispuestos a utilizar los servicios prestados por este nuevo centro deportivo multifuncional.

Fecha (dd/mm/aa) \_\_; \_\_; \_\_

**Datos del encuestado**

Nombre \_\_\_\_\_

Edad \_\_ Genero \_\_\_\_ Club Deportivo \_\_\_\_ Persona Natural \_\_\_\_ Empresa \_\_\_\_

**Instrucciones:** Marque con una **X** la respuesta que considera usted es la correcta

1. ¿Practica Fútbol?
  - Si
  - No
2. ¿Con que frecuencia juega usted futbol a la semana?
  - 1 vez
  - 2 veces
  - 3 veces
  - 4 veces
  - 5 o más veces

3. ¿Le gustan las actividades culturales?
  - Si
  - No
4. ¿Con que frecuencia asiste a actividades culturales mensualmente?
  - 1 vez
  - 2 veces
  - 3 veces
  - No asiste
5. ¿Qué actividad cultural del municipio llama más su atención?
  - Deporte
  - Música
  - Arte
6. ¿Estaría dispuesto a tomar en arriendo un espacio para la práctica de deporte o actividades culturales?
  - Si
  - No
7. En su opinión, ¿Considera que la práctica de deportes y actividades culturales aportarían al esparcimiento sano del municipio?
  - Si
  - No
8. ¿Cree que los espacios para la práctica de deportes y actividades culturales están limitadas en el Municipio de Chía?
  - Si

- No
9. ¿Le gustaría que en el Municipio de Chía existieran más espacios para la práctica de Fútbol y eventos culturales?
- Si
  - No
10. ¿Considera que la práctica de Deportes y la realización de eventos culturales disminuiría problemáticas sociales como el uso de sustancias psicoactivas?
- Si
  - No

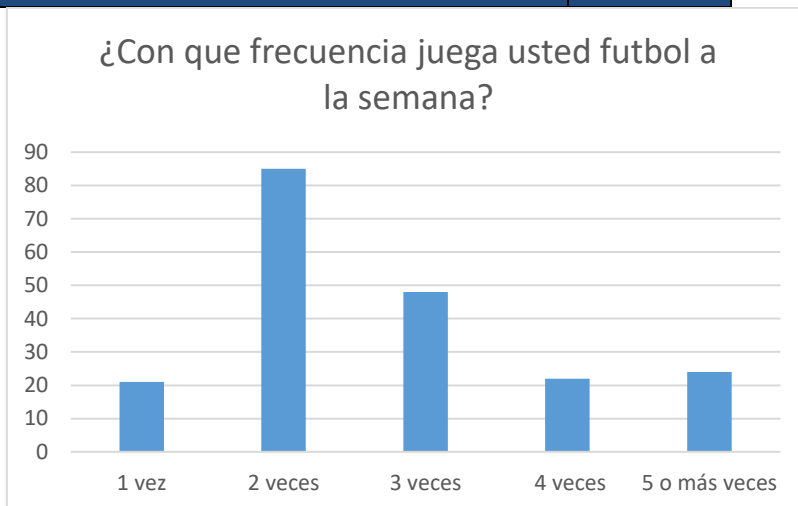
TABULACIÓN ENCUESTA:

1. ¿Practica Fútbol?	
Si	130
No	70
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>



## 2. ¿Con que frecuencia juega usted futbol a la semana?

1 vez	21
2 veces	85
3 veces	48
4 veces	22
5 o más veces	24
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>



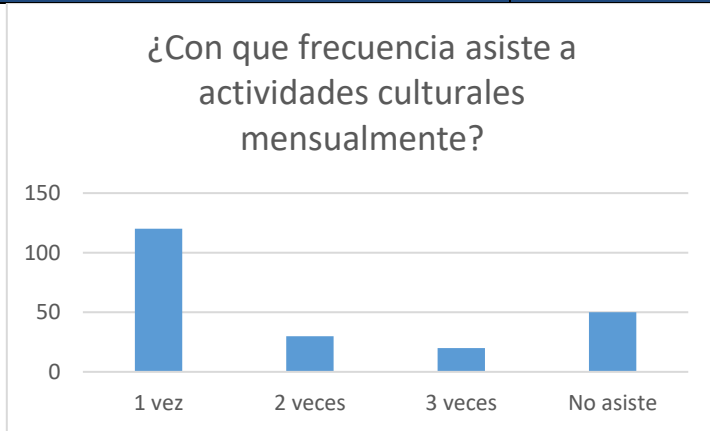
## 3. ¿Le gustan las actividades culturales?

Si	170
No	30
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>



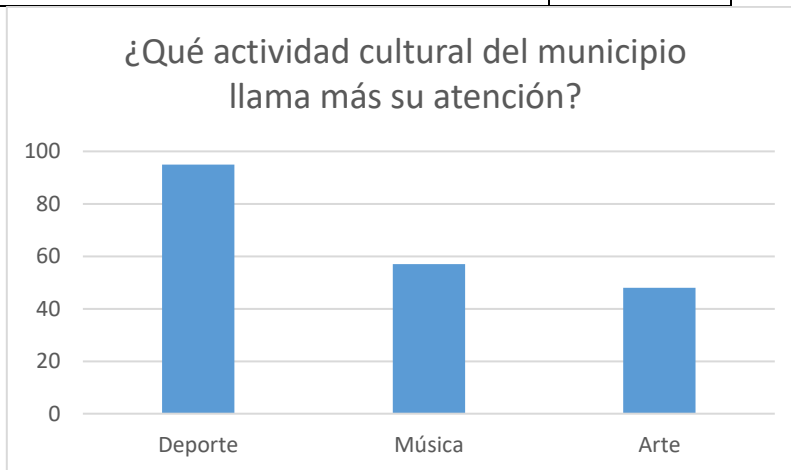
**4. ¿Con que frecuencia asiste a actividades culturales mensualmente?**

1 vez	120
2 veces	30
3 veces	20
No asiste	50
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>



**5. ¿Qué actividad cultural del municipio llama más su atención?**

Deporte	95
Música	57
Arte	48

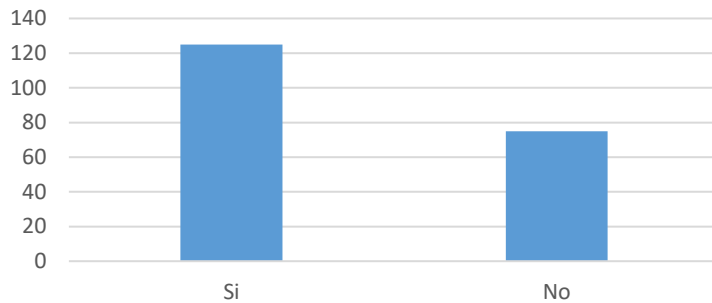




**6. ¿Estaría dispuesto a tomar en arriendo un espacio para la practica de deporte o actividades culturales?**

Si	125
No	75
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>

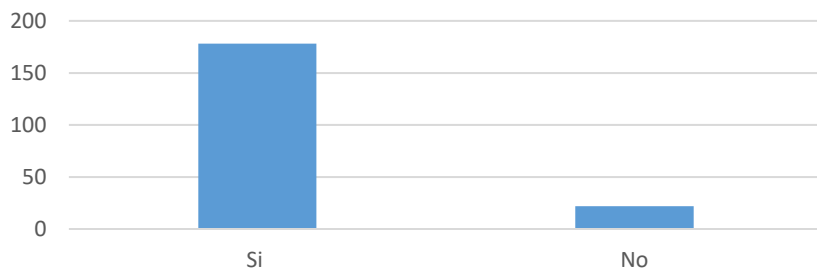
¿Estaría dispuesto a tomar en arriendo un espacio para la practica de deporte o actividades culturales?



**7. En su opinión, ¿Considera que la práctica de deportes y actividades culturales aportarían al esparcimiento sano del municipio?**

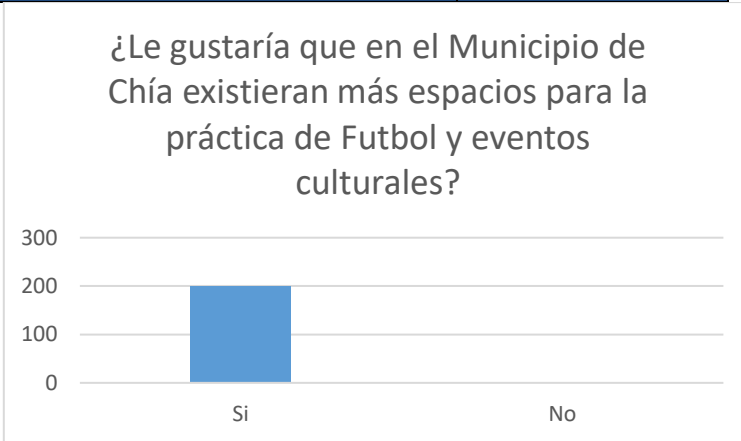
Si	178
No	22
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>

En su opinión, ¿Considera que la práctica de deportes y actividades culturales aportarían al esparcimiento sano del municipio?



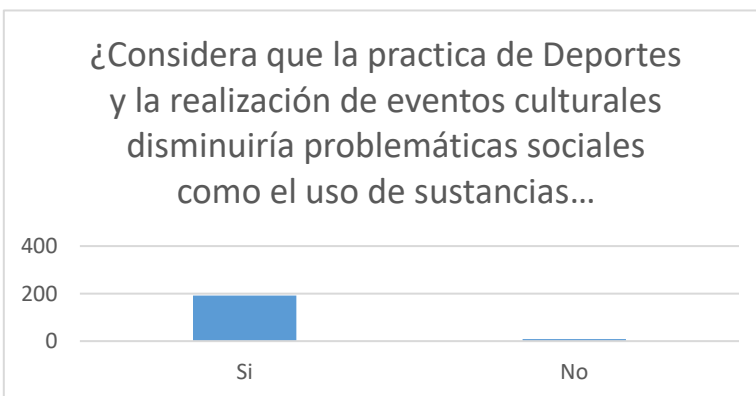
**9. ¿Le gustaría que en el Municipio de Chía existieran más espacios para la práctica de Fútbol y eventos culturales?**

Si	200
No	0
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>



**10. ¿Considera que la practica de Deportes y la realización de eventos culturales disminuiría problemáticas sociales como el uso de sustancias psicoactivas?**

Si	192
No	8
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>



## FORMULARIO DE ENCUESTA PROYECCIÓN DE VENTAS

**Objetivo:** Conocer la opinión de los posibles clientes sobre los horarios y los precios entre los cuales se encontrarán dispuestos a utilizar los servicios prestados por este nuevo centro deportivo multifuncional.

Fecha (dd/mm/aa) \_\_-\_\_-\_\_

### Datos del encuestado

Nombre \_\_\_\_\_

Edad \_\_ Genero \_\_\_\_ Club Deportivo \_\_\_\_ Persona Natural \_ Jurídica \_

**Instrucciones:** Marque con una **X** la respuesta que considera usted es la correcta

1. ¿Con qué frecuencia juega usted futbol a la semana?
  - 1 vez
  - 2 veces
  - 3 veces
  - 4 veces
  - 5 o más veces
  
2. ¿Cuáles son los días que utiliza comúnmente para jugar Futbol?
  - Lunes
  - Martes

- Miércoles
  - Jueves
  - Viernes
  - Sábado
  - Domingo
3. ¿Cuáles de los siguientes horarios es el preferido por usted para jugar Fútbol?
- Mañana (9:00 am a 12:00 pm)
  - Tarde (12:00PM a 5 :00pm)
  - Noche (6:00 pm a 10:00 pm)
4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por arrendar una cancha de Fútbol durante una hora (Por persona)?
- Entre 5 mil y 7 mil pesos
  - Entre 8 mil y 10 mil pesos
  - Entre 11 mil y 13 mil pesos.
5. ¿Qué días prefiere alquilar un salón de eventos?
- Fin de semana
  - Días entre semana
6. ¿Si usted alquilará un salón en que horarios escogería para realizar su compromiso?
- Mañana
  - Tarde
  - Noche
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el arrendamiento de una oficina para su Club deportivo?

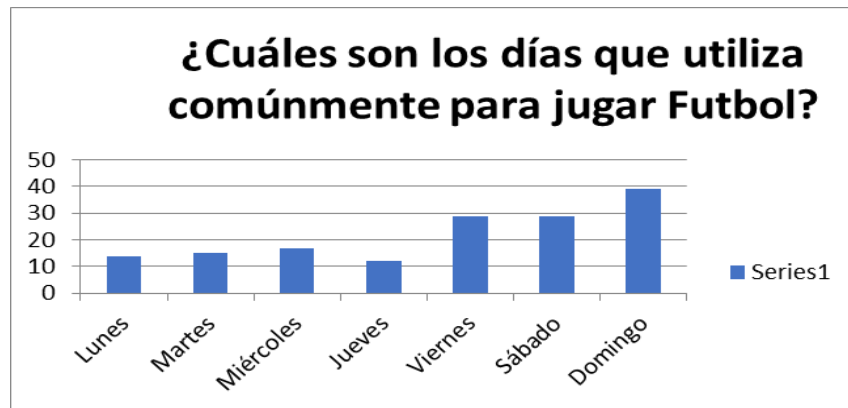
- Entre \$500.000 y \$700.000 al mes
  - Entre \$750.000 Y \$1.000.000 al mes
8. ¿Considera usted que el cobro por el préstamo de las instalaciones para otro tipo de eventos se calcule por?
- Horas en las que se utilice las instalaciones
  - Tipo de evento
9. ¿Teniendo de referencia los diferentes horarios en los cuales pueda usted realizar sus eventos estaría dispuesto a pagar por el alquiler de las instalaciones?
- Entre \$100.000 y \$300.000
  - Entre \$ 350.000 Y \$ 500.000
  - Más de \$500.000

• **Resultados de la investigación de mercados, tabular, graficar y analizar de manera individual cada pregunta y general**

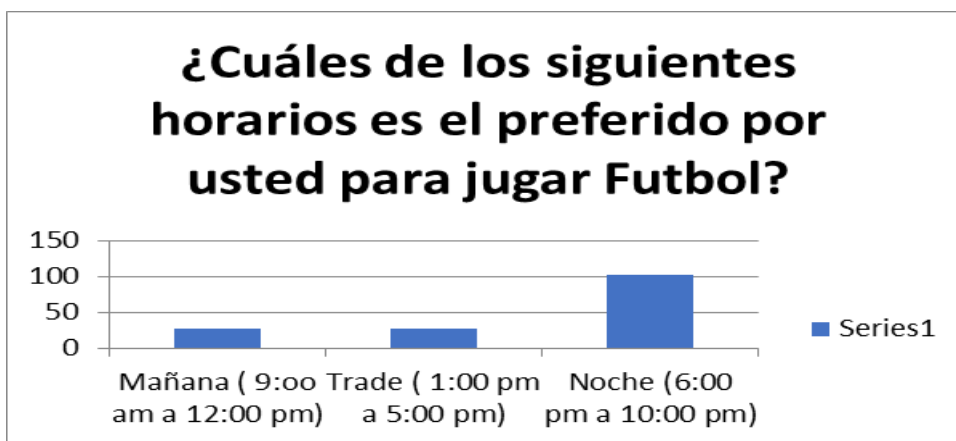
**Tabulación encuesta**



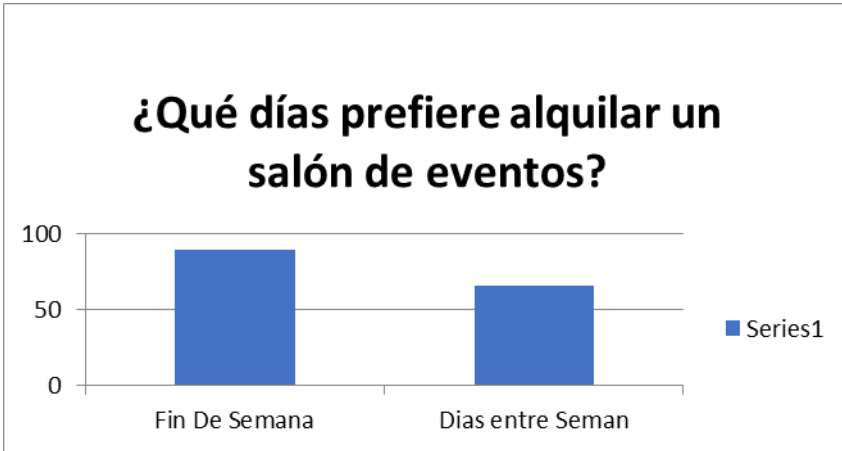
OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
1 VEZ	45
2 VECES	41
3 VECES	24
4 VECES	20
5 O MAS VECES	25
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>



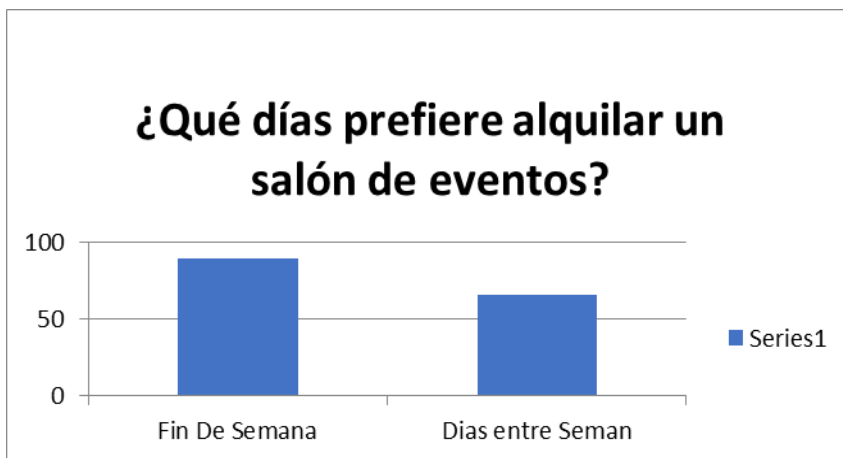
OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
Lunes	14
Martes	15
Miércoles	17
Jueves	12
Viernes	29
Sábado	29
Domingo	39
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>



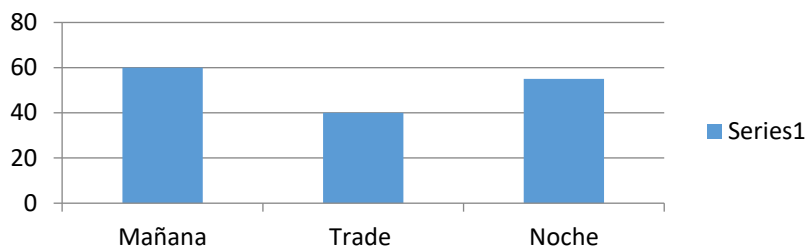
OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
Mañana ( 9:00 am a 12:00 pm)	26
Trade ( 1:00 pm a 5:00 pm)	27
Noche (6:00 pm a 10:00 pm)	102
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>



OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
Fin De Semana	89
Dias entre Seman	66
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>

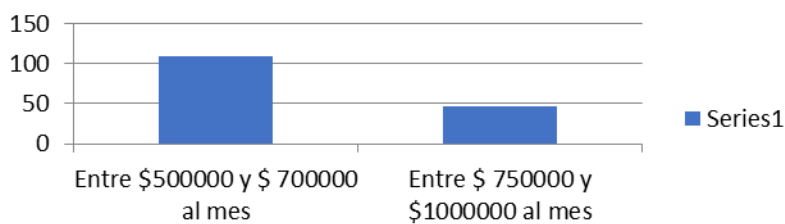


### ¿Si usted alquilara un salón en que horarios escogería para realizar su compromiso?



OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
Mañana	60
Trade	40
Noche	55
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>

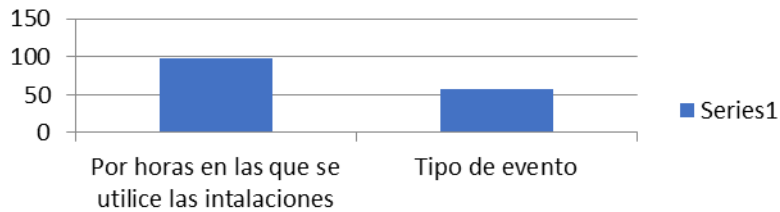
### ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el arrendamiento de una oficina para su Club...



OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
Entre \$500000 y \$ 700000 al mes	109
Entre \$ 750000 y \$1000000 al mes	46
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>

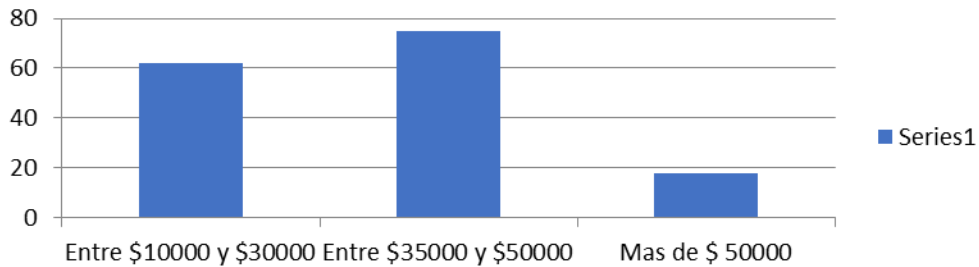


### ¿Considera usted que el cobro por el préstamo de las instalaciones para otro tipo de eventos se calcule por?



OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
Por horas en las que se utilice las int	98
Tipo de evento	57
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>

### ¿Teniendo de referencia los diferentes horarios en los cuales pueda usted realizar sus eventos estaría dispuesto...



OPCIONES	TOTAL ENCUESTA
Entre \$10000 y \$30000	62
Entre \$35000 y \$50000	75
Mas de \$ 50000	18
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>155</b>

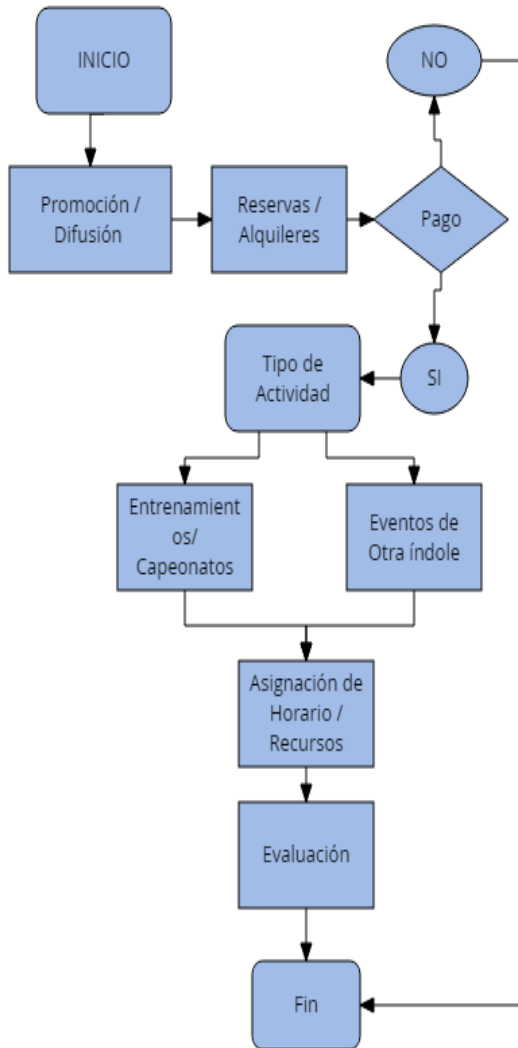
• Ficha técnica de la encuesta y Cálculo de la muestra.

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA PARA LA P'ROYECCION DE VENTAS		
Dirección Y ejecución	El trabajo de campo fue dirigido por los investigadores Yadira Esperanza Sanchez Moreno, Yulisa Alexandra Parra Valbuena y Robert Smith Quintero Torres Egresadas no graduadas de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Areandina	
Periodo de Ejecucion	Las encuestas se diligenciaron los días Miercoles 04 y Jueves 05 de Septiembre de 2019 se tomo un rango completo entre las 10:00AM y 5:00PM.	
Poblacion	Para el año 2017 Chia contaba con 132.700 habitantes, siendo este un municipio receptor de la poblacion migrante de municipios de la sabana, presentando uno de los crecimientos mas altos del pais según , por lo cual se estimo que para el 2019 la poblacion alcance a los 139.023 (Alcaldia de Chia, s.f)	
Muestra	Características de la muestra	25 Clubes de Futbol , Hombres y mujeres entre los 13 y 45 años de edad habitantes del Municipio de Chia
	Tamaño de la muestra	El tamaño de la muestra basandonos en la formula es de 598 debido al impacto que este tiene se realizara la encuesta a los directivos de los 25 clubes deportivos y a 130 personas naturales las cuales se encuentran en rango de edad entre los 18 y 35 años
Tipo de Encuesta	Se realizo una encuesta personal, el tipo de preguntas fue según contestación, se diseñaron preguntas cerradas de respuesta sugerida. El cuestionario contuvo 9 preguntas las cuales se referian directamente al tema a tratar.	

$$\text{Tamaño de Muestra} = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

Tamaño muestra	$95\% * (5) * (132700) / 4$	598
----------------	-----------------------------	-----

• Diagrama de flujo del proceso productivo para un bien o servicio



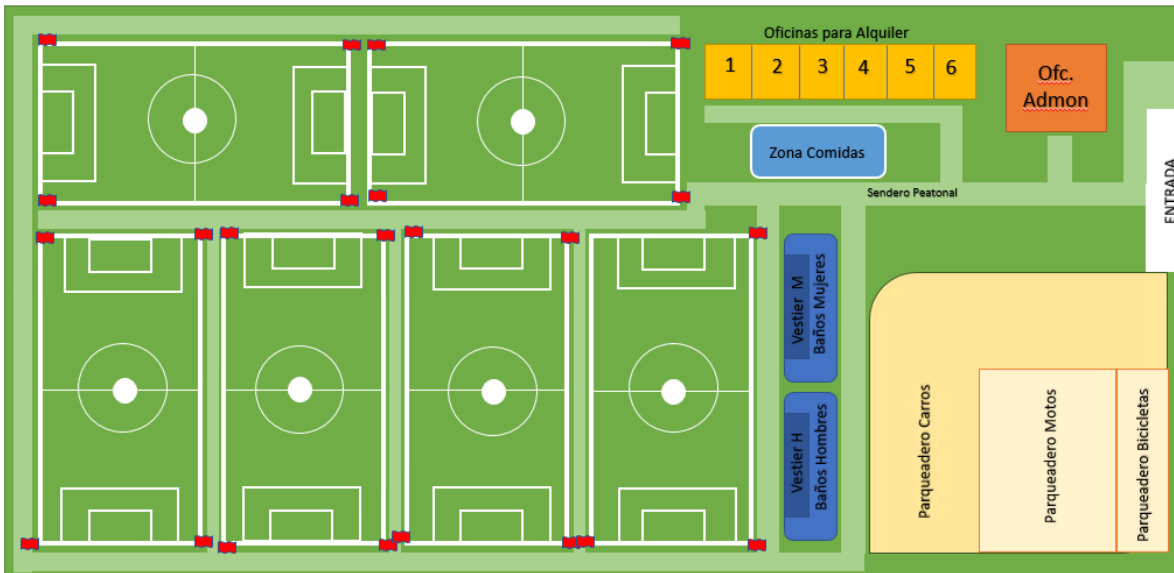
• Capacidad instalada los cuales fueron necesarios para justificar las ventas

<i>CAPACIDAD INSTALADA</i>			
No de Servicios por Hora * Horas Laboradas * Días a la semana a Laborar = Capacidad Instalada			
6	14	7	588

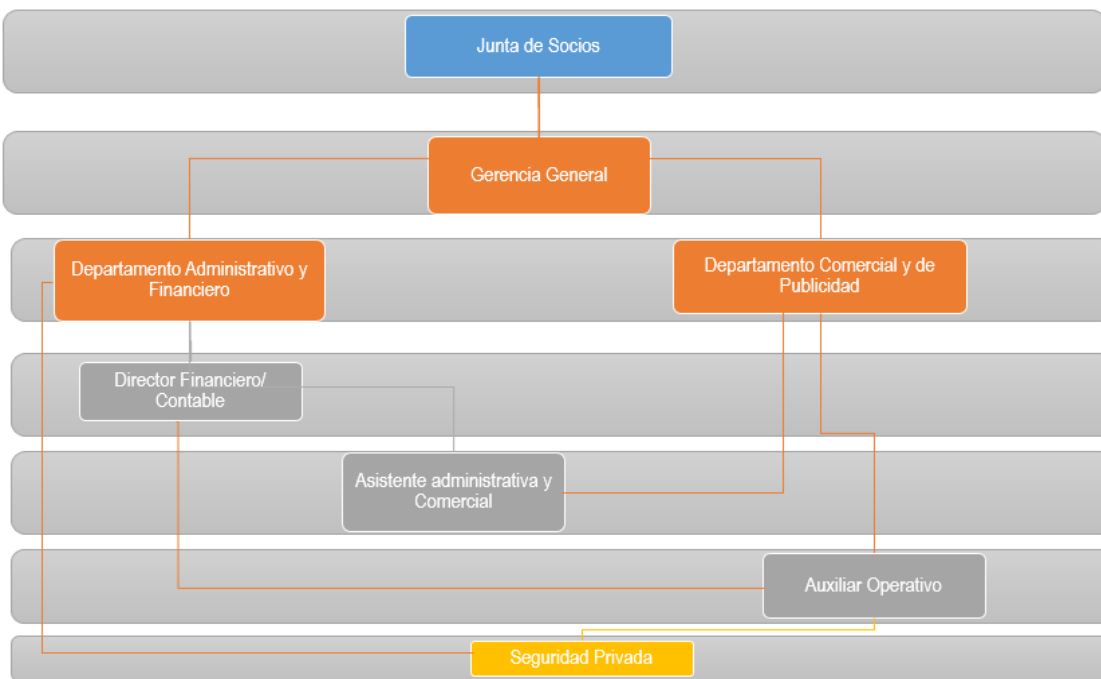
**6 \* 14 \* 7 = 588**

Dado lo anterior, se evidencia que, si por hora se alquilaran las 6 canchas durante las 14 horas a laborar en los 7 días de la semana, se tendría un nivel de servicio diario de 588 alquileres.

• **Diseño de planta o instalaciones**



• **Organigrama de la empresa.**



• Cálculos de nómina

CARGO	Salario Mensual	No. Días	DEVENGADO			DEDUCCIONES				NETO A PAGAR
			Basico	Aux. Transporte	TOTAL	Salud 4%	Pensión 4%	Otros	TOTAL	
Gerente Administrativo	\$ 2.300.000	30	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 5.000.000	\$ 92.000	\$ 200.000	0	\$ 292.000	\$ 4.708.000
Director Financiero/Contable	\$ 2.000.000	30	\$ 3.000.000	\$ 0	\$ 3.000.000	\$ 80.000	\$ 120.000	0	\$ 200.000	\$ 2.800.000
Asistente Administrativa y Comercial	\$ 1.300.000	30	\$ 1.500.000	\$ 97.032	\$ 1.597.032	\$ 52.000	\$ 60.000	0	\$ 112.000	\$ 1.485.032
Auxiliar Operativo	\$ 1.000.000	30	\$ 1.500.000	\$ 97.032	\$ 1.597.032	\$ 40.000	\$ 60.000	0	\$ 100.000	\$ 1.497.032
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 6.600.000</b>		<b>\$ 11.000.000</b>	<b>\$ 194.064</b>	<b>\$ 11.194.064</b>	<b>\$ 264.000</b>	<b>\$ 440.000</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 704.000</b>	<b>\$ 10.490.064</b>

Fuente: Creación Propia

APROPIACIONES o Aportes para fiscales	%	VALOR	PROVISIONES o Prestaciones Sociales	%	VALOR
EPS	8,5%	951.495	CESANTIAS	-	932.839
ARP	0,5%	58.433	INTERESES / CESANTIAS	1,0%	9.328
FONDO DE PENSIONES	12%	1.343.288	PRIMA Y SERVICIOS	-	932.839
SENA	2%	223.881	VACACIONES	4,17%	458.700
ICBF	3%	335.822	TOTAL		2.333.706
CCF	4%	447.763	TOTAL APROPIACIONES		5.694.388
<b>TOTAL</b>		<b>3.360.682</b>			

TOTAL, GASTOS ADMÓN. /NOMINA (mes)	<b>\$ 16.184.452</b>
TOTAL, GASTOS ADMÓN. /NÓMINA (Año)	<b>\$ 194.213.419</b>

• Formatos financieros para establecer rubros en detalle

<b>RUBROS</b>			
<b>Infraestructura</b>			
<i>Items</i>	Area	Vlr mt2 / Global	Costo Total
<b>Subtotal 1</b>			\$ -
<b>Mantenimiento</b>			
<i>Items</i>	U.M.	Global	Costo Total
<b>Subtotal 2</b>			\$ -
<b>Nomina</b>			
<i>Items</i>	U.M.	Global	Costo Total
<b>Subtotal 3</b>			\$ -
<b>Trámites legales e Impuestos</b>			
<i>Item</i>	U.M.	Vlr mt2/Un	Costo Total
<b>Subtotal 4</b>			\$ -
<b>Otros Gastos</b>			
<i>Item</i>	U.M.	Global	Costo Total
<b>Subtotal 5</b>			\$ -
<b>Total</b>			\$ -

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, N. (10 de diciembre de 2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de ¿Cuáles son los diversos canales de distribución en una empresa de servicio?: <https://www.cuidatudinero.com/13092186/cuales-son-los-diversos-canales-de-distribucion-en-una-empresa-de-servicio>
- Adams, D. (s.f.). *5 fases del proceso de desarrollo de nuevos productos*. Obtenido de La Voz: <https://pyme.lavoztx.com/cinco-fases-del-proceso-de-desarrollo-de-nuevos-productos-5584.html>
- Alcaldía de Chía. (2019). *Obras de los polideportivos en Chía van 'a mil'*. Obtenido de <http://www.chia-cundinamarca.gov.co/index.php/1954-obras-de-los-polideportivos-en-chia-van-a-mil>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *Tarifas 2019*. Obtenido de Registros Públicos: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Tarifas-2019>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Descripción actividades económicas (Código CIIU)*. Obtenido de <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Cholo, O. H. (2015). *Caracterización Poblacional Chía, Cundinamarca*. Chía.
- CONGRESO DE LA REPUBLICA. (05 de 12 de 2008). *ARTÍCULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN*. Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (05 de 12 de 2008). *LEY 1258 DE 2008*. Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)
- DANE. (s.f.). *DANE Información para todos*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/>
- Economía y Negocios. (05 de 08 de 2019). ¿Quiénes deben declarar renta? *El Tiempo*.
- EL CONGRESO DE COLOMBIA. (28 de 12 de 2018). *PODER PÚBLICO – RAMA LEGISLATIVA*. Obtenido de LEY 1943 DE 2018: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1943\\_2018.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1943_2018.html)
- Focal. (s.f.). Obtenido de ¿Que es la CAL?: <http://foccal.org/quees.html>
- Gerencie. (s.f.). *Diferencie entre régimen común y régimen*. Obtenido de [http://www.cccucuta.org.co/uploads\\_descarga/desc\\_7f0207eef7646c0f248223a98fc63651.pdf](http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_7f0207eef7646c0f248223a98fc63651.pdf)
- Gerencie.com. (15 de 03 de 2018). *Declaración del impuesto a las ventas (Iva)*. Obtenido de [https://www.gerencie.com/declaracion-del-impuesto-a-las-ventas.html#Periodo\\_fiscal\\_en\\_el\\_impuesto\\_a\\_las\\_ventas](https://www.gerencie.com/declaracion-del-impuesto-a-las-ventas.html#Periodo_fiscal_en_el_impuesto_a_las_ventas)

Gerencie.com. (05 de 03 de 2019). *Retención en la fuente ¿Qué es?* Obtenido de <https://www.gerencie.com/retencion-en-la-fuente.html>

IMRD Chía. (s.f.). Obtenido de <http://www.imrdchia.gov.co/index.php/unidades-deportivas-1>

Revista Semana. (s.f.). *El Salto del Deporte en Colombia*. Obtenido de La Clave del Progreso del Deporte Colombiano: <https://especiales.semana.com/colombia-potencia-deportiva-sudamericana/>

Sanz, R. P., & Insúa, J. A. (2003). El Impacto del Deporte en la Economía: Problemas de Medición. *REVISTA ASTURIANA DE ECONOMÍA - RAE N° 26*, 64.

Semana. (2019). Es un hecho: Colombia tiene Ministerio del Deporte. *Revista Semana*.

Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Tasas Signos Distintivos 2019*. Obtenido de Resolución 69831 de 2018: <http://www.sic.gov.co/tasas-signos-distintivos>

Will. (17 de 03 de 2018). *Que es reteica*. Obtenido de <https://contabilidadmasfinanzas.com.co/que-es-reteica/>

FCF, 2019, Federación Colombiana de Fútbol, Obtenido de <https://fcf.com.co/>

Liga Águila, 2019, Equipos en categoría A, Obtenido de <https://www.futbolred.com/futbol-colombiano/liga-aguila>

Portafolio, 2019, Empresas ubicadas en Chía obtenido de <https://empresas.portafolio.co/localidad/CHIA/?qPagina=175>

DNP, 2019, Plan Nacional de desarrollo, Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>