

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CONFORMACIÓN
DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EN EL CAMPO DEL DEPORTE,
LA RECREACIÓN Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLE**

**JOHN JAIRO AGUIRRE MAZO
C.C 71.944.009**

**NADINA LLUVIA MESA OSORIO
C.C 43.634.099**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ESPECIALISTAS EN GERENCIA DE PROYECTOS**

**ASESOR ACADEMICO
JORGE ARBEY TORO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
UNIVERSIDAD DEL TÓLIMA
APARTADÓ
2010**

RESUMEN

En el país se encuentran comunidades que afrontan múltiples problemáticas sociales, las cuales han sido analizadas y estudiadas desde muy diversos puntos de vista; se debe resaltar que estas comunidades han sido intervenidas por instancias públicas y privadas, con resultados evidentes en lo referente al mejoramiento de las condiciones sociales, económicas e infraestructurales, tal como se aprecia en ciudades, municipios, departamentos, así como en los entes territoriales, en comunas y barrios.

En muchos lugares abundan los talentos, y no sólo en el campo deportivo, sino también en el campo recreativo. A lo anterior se agrega el hecho de contarse con una mediana infraestructura, a nivel de los municipios, al igual que espacios recreativos y lugares naturales.

Esta potencialidad, en diferentes espacios, con diferentes recursos, no ha sido aprovechada en su conjunto, tal como se pretende demostrar, pues si bien hay éxitos individuales en el campo del deporte, lo mismo que en ciertas actividades recreativas, en general, el deporte y la recreación –diferente al competitivo, es necesario aclarar- se desarrolla en forma bastante limitada, con no pocas estrecheces por parte de quienes hacen de quijotes de estas empresas.

Se pretende, entonces, realizar el planteamiento de un estudio de pre factibilidad para la posterior conformación de una organización, la cual al funcionar al mismo tiempo como una organización empresarial, tiene como finalidad central revertir en las comunidades objeto de su accionar, los beneficios que obtenga esta entidad con la ejecución de actividades en el campo del deporte, la recreación y estilos de vida saludable.

CONTENIDO

	Pág.
Introducción.....	5
1. JUSTIFICACIÓN.....	8
1. OBJETIVOS.....	11
1.1. GENERAL.....	11
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	12
3. ESTUDIO FINANCIERO.....	19
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	23
4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	23
4.1.1. DESCRIPCIÓN DE PERFILES PROFESIONALES Y FUNCIONES PARA LOS CARGOS DE LA EMPRESA.....	25
4.1.2. POLÍTICAS INSTITUCIONALES.....	30
4.1.2.1. TIPO DE CONTRATACIÓN.....	30
4.1.2.2. CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	30
4.1.2.3. SERVICIO AL CLIENTE.....	31
5. GLOSARIO.....	32
6. BIBLIOGRAFÍA.....	37
ANEXOS.....	38
ANEXO 1.....	39

LISTADO DE CUADROS

	Págs.
Cuadro 1: Flujo de Caja – VAN – TIR -PRI.	52
Cuadro 2: Proyección de ventas mensual	53
Cuadro 3: Ingresos	54
Cuadro 4: Proyección de costos fijos mensual	55
Cuadro 5: Costos fijos planta de personal	55
Cuadro 6: Inversión en activos fijos	56

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estructura organizativa	23
------------------------------------	----

INTRODUCCIÓN.

La presente investigación sustenta la prefactibilidad para el montaje de una entidad dedicada a prestar servicios en el campo del deporte, la recreación y estilos de vida saludable, a la par, presenta las alternativas de mercado, financieras, técnicas y sociales que soportan la viabilidad del proyecto.

Interesa demostrar aquí los pasos a seguir para realizar el montaje de una entidad prestadora de servicios, considerando los principales requerimientos legales, técnicos y administrativos necesarios para el desarrollo de sus actividades, partiendo del hecho que la empresa en mención se puede localizar en cualquier parte del país, acorde con las condiciones particulares de quien, o quienes, la proyecten.

Las razones generadoras del interés por este proyecto específico son varias, entre ellas, el incremento de la demanda en lo relacionado con actividades deportivas y recreativas por parte de grupos poblacionales de diferentes estratos sociales y económicos, quienes pretenden alternativas de utilización del tiempo libre por parte de diferentes instituciones de servicios, tal como ocurre, por ejemplo, con las políticas que adelantan empresas en cuanto al mejoramiento del bienestar de sus empleados.

Para dar respuesta a tal problema, al igual que plantear el montaje de una empresa de servicios, procedió a realizar un estudio de mercado de la oferta y demanda en el campo deportivo y uso del tiempo libre, pues es común en el medio empresarial desarrollar proyectos sin sustento en estudios previos en los cuales se

determine la localización, capacidad instalada, aceptación, entre otros aspectos, todo lo cual se pretende corregir en el presente trabajo.

Igualmente se ha llegado a la conclusión que la principal ventaja competitiva de éste tipo de negocio que se pretende estructurar, como valor agregado lo constituye, sin lugar a dudas, el tipo de administración a ejercerse en la empresa, pues del rastreo inicial de experiencias empresariales se encontró que si bien son pocas las empresas de servicios en este campo específico de la recreación y el uso del tiempo libre, pocas superan el año de vida, puesto que en forma general se carece de una estructura organizativa en la cual se soporte la organización de eventos, al igual que actividades propias del fin de la empresa, diluyéndose en el activismo, tanto como en los quehaceres diarios los alcances proyectados al momento de conformación de la entidad.

Asimismo se procedió a realizar las proyecciones financieras buscando prever el comportamiento de la inversión realizada y las fases en las cuales el ciclo del dinero permite sostener, en principio, el negocio sin sustos por los resultados económicos, los cuales avizoran el punto de equilibrio en el tercero, máxime en el cuarto año, al igual que considerar la estructura organizativa de la empresa acorde con los ingresos proyectados.

La estructura organizativa, considerada en el componente técnico, es proyectada con el objetivo de cumplir con los servicios que en materia de recreación y manejo del tiempo libre se tiene considerado en los objetivos del proyecto. La estructura es pequeña, acorde con la inversión de capital necesario para la puesta en marcha del negocio, pero está concebida como una organización flexible y adaptativa, tal como se plantea en la actualidad la estructura organizacional de empresas de tipo asociativo.

El análisis financiero permitió estudiar el nivel de inversión, tiempos y rentabilidad del negocio, lo cual, amarrado al componente técnico calificado permite proyectar el éxito de la empresa, en la medida que una estructura organizacional idónea establece los roles o papeles a realizar por los miembros de una entidad con el fin de trabajar juntos, de una manera óptima, pretendiendo en todo momento el alcance de las metas fijadas para el logro de los fines de la organización.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo empresarial ha conllevado, por la llamada responsabilidad social de las empresas, al montaje de fundaciones de carácter privado, encargadas de realizar con los trabajadores programas de carácter social, entre ellos actividades deportivas, recreativas y programas de bienestar que promueven estilos de vida saludable.

De otra parte, las administraciones municipales reciben del gobierno central recursos destinados a ser invertidos en las poblaciones, con el objeto de promocionar el deporte y la recreación, al igual que a desarrollar la infraestructura para posibilitar el uso y manejo del tiempo libre, a través de la promoción de acciones encaminadas a la realización de actividades deportivas y recreativas.

Algunas empresas, o entes públicos, poseen en su entorno una infraestructura medianamente adecuada para la realización de estas actividades las cuales en muchos casos no son debidamente aprovechadas.

Dadas estas condiciones ¿Es posible conformar una organización, de carácter empresarial, cuyo objetivo fundamental sea el manejo del tiempo libre a través de la realización de actividades en los campos deportivo y recreativo, lo cual a su vez promocióne programas de estilos de vida saludable?

Con el presente proyecto se muestra, a partir del estudio de prefactibilidad realizado en el campo financiero, respaldado por el estudio de mercado y sustentado en la propuesta técnica de estructura organizativa, la cual efectivamente puede constituirse para este tipo de empresa, previo unas

condiciones detalladas con mayor claridad en cada uno de los capítulos del cuerpo de éste trabajo.

En tal contexto, algún analista podría afirmar que el cubrimiento en estos campos señalados es satisfactorio, tanto como común, opinión errada, pues a pesar de los recursos físicos, presupuestales y operativos, muchas personas, en especial, los jóvenes, no encuentran apoyo para la realización de sus aspiraciones deportivas o recreativas, ocurriendo entonces como buena parte de los pobladores no tienen acceso a la recreación y al manejo del tiempo libre.

El estudio de prefactibilidad para la conformación de una entidad, de tipo empresarial, encargada de prestar servicios en el campo del deporte, la recreación y estilos de vida saludable llenarían la expectativa de muchas personas, al igual de entidades públicas y privadas, quienes han manifestado acerca de empoderar a las comunidades en la gestión de sus asuntos.

La metodología de trabajo incluyó la realización de una encuesta, elaborada a partir de la percepción personal de la potencialidad de una empresa de servicios en el campo de la recreación y el manejo del tiempo libre. En los documentos anexos se da cuenta del tipo de pregunta elaborada al igual los alcances obtenidas de las mismas.

Con el fin de caracterizar los recursos, el ejercicio financiero se realiza considerando unos determinado estratos sociales; sobre ello se procedió a realizar un estudio de prefactibilidad para la conformación de una entidad encargada de la promoción del deporte, la recreación y estilos de vida saludable, desde el punto de vista empresarial, desarrollándolos en función de unas determinadas comunidades o de empresas.

De acuerdo a la línea investigativa en la cual se inscribe el proyecto, según los parámetros de la Universidad, o sea, la Línea 4, gestión, participación y desarrollo comunitario, se optó por la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, así como por la composición o procesos de los fenómenos.

Concluyendo el aspecto metodológico, se procedió al montaje del proyecto, teniendo de presente las normas ICONTEC, en un cuerpo escrito de tres capítulos, con su respectiva bibliografía, documento sustentador de la viabilidad, bajo las consideraciones, descritas en cada uno de ellos, de una empresa de servicios en el campo de la recreación y uso del tiempo libre.

El estudio señaló, finalmente, como la entidad tendrá la figura de empresa privada, contará con una sede principal, su radio de acción será departamental; desarrollará sus actividades como empresa prestadora de servicios, actuando en convenios, o contratación con las administraciones municipales, departamentales, las entidades privadas de las fundaciones y organismos de cooperación internacional.

1. OBJETIVOS.

1.1. GENERAL.

Realizar un estudio de prefactibilidad para la conformación de una entidad prestadora de servicios en el campo del deporte, la recreación y estilos de vida saludable.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un estudio de mercado para identificar la pre-factibilidad para el montaje de una empresa de servicios enfocada el deporte, la recreación y promoción de estilos de vida saludable.
- Efectuar los análisis de la información para permitir garantizar la pre-factibilidad financiera de la entidad a conformar.
- Determinar los recursos técnicos, físicos y el talento humano necesarios para el funcionamiento de la empresa.

2. ESTUDIO DE MERCADO.

En el medio económico se establecen diferentes tipos de empresas: comerciales, industriales, agrícolas, de servicios, financieras, entre otras, públicas, privadas, de economía mixta, de carácter solidario; de régimen privado y público¹; entre otras definiciones contenidas en la legislación comercial de nuestro país.

En lo tocante a los sectores de la recreación, del deporte y promoción de estilos de vida saludable, es común la prestación de tales servicios por parte de entidades públicas –Ministerios, Casas de la Cultura, Institutos de Deporte, Secretarías de Educación-; organizaciones privadas con funciones públicas –Cajas de Compensación, entes mixtos, contratistas-; sector privado –Cadenas hoteleras, empresas de transporte, operadores, microempresas, ONG´s- , pero son limitadas las empresas que tenga entre sus objetivos la atención específica de estos tres sectores de una forma integrada, según los resultados de uno de los puntos de la encuesta realizada como base del estudio de mercado.

Las entidades y organizaciones que tienen como finalidad la prestación de servicios integrando estos tres campos son muy específicas, pues tienen un público objetivo determinado, tal cual lo son los empleados de grandes empresas o los funcionarios adscritos a los entes estatales, quienes son involucrados en este tipo de actividad en razón del cumplimiento, al interior de estas organizaciones y entes públicos, de la normatividad en materia de salud ocupacional y manejo del tiempo libre.²

¹ ESPINOZA VERGARA, Fabio. Evaluación de Proyectos Sociales. 1998. P 26.

² Los estudios sobre las condiciones laborales de la P.E.A han detectado, entre otros tópicos que las coberturas en cuanto a al manejo del tiempo libre y el cumplimiento de los requisitos en materia de salud ocupacional no cubren el ciento por ciento de los trabajadores y empleados vinculados laboralmente. Encuesta Nacional de Salud. 2007. Ministerio de la Protección Social. P 14.

Pero estudios recientes sobre la calidad de vida de los colombianos dejan ver que buena parte de la población no tiene acceso a actividades recreativas o deportivas, en razón a, no encontrarse vinculados laboralmente en forma permanente, de una parte, y de la otra, a desarrollar actividades informales, en las cuales se requiere la presencia permanente en jornadas superiores a las diez, once, doce horas, en lugares alejados de los sitios de residencia habitual, o de los espacios donde se realizan actividades recreativas y de esparcimiento³.

En cuanto a la demanda⁴, los analistas señalan que buena parte de la población no tiene una demanda real de estos servicios en razón a la baja capacidad adquisitiva que genera la economía informal, estrechamente orientada a resolver tanto la subsistencia como los mínimos vitales, a lo cual se agrega los altos índices de desempleo y la poca cultura existente en nuestro medio sobre la necesidad de realización periódica de actividades saludables.

En la oferta, los sectores poblacionales que acceden a servicios de recreación, deporte y actividades encaminadas a estilos saludables de vida son casi elitistas, pues las coberturas en salud ocupacional no son del cien por ciento en las empresas y entidades públicas; de otro lado, las cajas de compensación familiar sólo desarrollan programas para los afiliados, extendido a los beneficiarios, y de otra, los estratos superiores al nivel 4, tienen garantizada, por la capacidad de gasto, estos servicios, pero son muy costosos en términos relativos.

La oferta institucional de las entidades públicas encargadas de estos tres componentes se centra más en el componente infraestructura, antes que en el componente social, que según parámetros internacionales deberá apuntar a la

³ Ibid., P 34

⁴ Ver Resultados de la encuesta. Anexo 1.

masificación del deporte, la recreación y la cultura, con el fin de garantizar unas condiciones de vida digna de los habitantes de los países⁵.

Se tiene, entonces, que en términos generales, buena parte de la población colombiana, tomada por estratos, por sectores, por localización territorial, o por ingresos económicos, entre otras variables posibles, se encuentra, por fuera de la oferta institucional y privada, de bienes culturales, de manejo de tiempo libre y del cubrimiento en materia de recreación

El análisis del estudio de mercado para el montaje de una empresa de servicios en materia de deporte, recreación y estilos de vida saludable, permite concluir que las oportunidades empresariales en este campo específico son inmejorables, pues día a día crece la demanda de tales servicios, pero también muestra que empresas dedicadas a estos servicios no son frecuentes en el medio, lo cual obedece a factores que no se pudieron discernir a cabalidad en el presente estudio, pues no era el objetivo central del mismo, pero si es un antecedente a considerar al momento de realizar una matriz DOFA, o en el momento de realizar la factibilidad de la empresa en estudio⁶.

El mercado objetivo⁷ de la empresa de servicios señalada serían las personas que no tienen cobertura por parte de entidades públicas, empresas y cajas de compensación, o sea, un buen número de habitantes, tanto de un municipio –si la empresa tiene un radio de acción de este nivel- como de un barrio o sector de una ciudad –si es este el radio de acción de la empresa-.

Las características de estas personas es que tengan una actividad productiva, bien sea por servicios a terceros, o como trabajadores informales, con cierto nivel

⁵ Artículo 24. Declaración Mundial de la UNESCO.

⁶ Miranda Juan José. Gestión de Proyectos. Editorial Hombre Nuevo. 2006. P 123.

⁷ Resultados de la encuesta. Anexo 1.

cultural, de estrato dos o tres, con disponibilidad de dos a tres horas libres semanales, e interesados en las prácticas saludables, perfil que se cumple para un buen número de habitantes de los barrios populares y localidades de mediana población.

El éxito de los servicios que prestará la empresa se encontraría en el trato personalizado de los clientes, la calidad de las instalaciones y las garantías de un servicio efectivo, condiciones obligatorias, pues si se compara con la competencia, se tiene que las Cajas de Compensación, en especial, tienen un servicio reconocido por los beneficiarios como excelente, al igual que ciertos programas de interés público, como las ciclo vías, fuera de contador con personal capacitado e idóneo para acompañar a los usuarios⁸.

Pero en la competencia se encuentra una potencialidad, que se deberá saber explotar, tal cual la constituye la capacidad instalada que tienen a su disposición, la cual no es utilizada en todo tiempo, en cada día, en razón a las coberturas que tienen –limitadas, como se ha dicho- en materia de recreación y deporte.

Con la realización de convenios, donde ambas partes ganan, con entidades públicas y privadas⁹, los cuales no están exentos del pago de arriendo y mantenimiento de espacios físicos, se puede acceder a instalaciones en diversos sitios, con diferentes equipamientos y ambientes, lo cual conlleva a tener una mejor oferta para los usuarios de los servicios, de una parte, y de la otra, evita la inversión de cuantiosos recursos, lo que incide en mejores resultados financieros en el corto y mediano plazo, así como en el abaratamiento de los costos de los servicios ofrecidos, lo que conlleva a la satisfacción del cliente, vía precios

⁸ El hecho de no contar con un servicio de calidad atentaría contra las metas que la empresa tenga en cuanto a crecimiento en usuarios, lo que afectará los resultados económicos de futuro, y por ende, los planes de brindar un buen servicio.

⁹ Miranda. P. 156

adecuados, a su alcance y sin necesidad de tener que afiliarse a entidades públicas y privadas.

En cuanto a desarrollar un plan de mercados, con el fin de posicionar la empresa en el medio, se podrán tener las siguientes tres estrategias que responderán al público objetivo que se ha caracterizado anteriormente, como son:

- Estrategia de precios.

Como queda visto, una de las limitantes para que las personas puedan acceder a los servicios en materia de recreación, deporte y pautas de vida saludable, lo constituye la capacidad adquisitiva de los potenciales clientes, por factores económicos de gran peso, como son el desempleo y las actividades informales en los cuales se genera el ingreso.

Pero tal limitante debería ser enfrentada con la fijación de los precios de los servicios, los cuales deben estar acorde con la capacidad de gasto de los usuarios; se propone que los precios se fijen como un pequeño sobrecosto, por administración, sobre los costos efectivos que tenga cada actividad, máxime si se trabaja con convenios con entidades públicas y privadas, lo que representa una economía de escala, pues no se requiere cargar al usuario los sobrecostos financieros de las inversiones en infraestructura.

Los recursos obtenidos, gracias a la estrategia de precios, debería posibilitar el mejoramiento cualitativo de los servicios que se prestan y el empoderamiento de la empresa en el mediano plazo, por lo cual, se recomienda hacer, en forma paulatina, el equipamiento de infraestructuras propias, así como la adquisición de bienes que son indispensables para la prestación del servicio, para no depender del concesionario o arrendador, pues se puede traducir en un mal servicio, o una crítica de los usuarios para con los administradores de la empresa.

- Estrategia Promocional.

En dos vías habrá de desarrollarse esta estrategia: primero, la difusión de los servicios a brindar en materia de recreación, deporte y estilos de vida saludable para lo cual se emplearan los medios masivos de comunicación de uso más frecuente en el medio; un segundo camino será acudir a los canales informales, como son los avisos en lugares públicos, aprovechar las reuniones de organizaciones sociales para repartir volantes, establecer brigadas de entrega de folletos, llamadas telefónicas, la atención personalizada de las inquietudes presentadas, el patrocinio de ciertos eventos, la colaboración con organizaciones, entre otros.

En la estrategia se deberá resaltar el hecho de los convenios establecidos, pues da cuenta del reconocimiento que en el medio tiene la empresa, así como la elaboración, con la posterior realización, de encuestas de satisfacción entre los usuarios de los servicios, la entrega de souvenirs con los logos de la organización y actividades de estímulos por diversas causas.

- Estrategia de uso de las TIC's.

En la actualidad, la accesibilidad a los mercados, utilizando los medios tecnológicos, se ha convertido en una ventaja competitiva para las empresas. Estas herramientas serán empleadas por parte de los empleados que laboren en la empresa, para lo cual se tendrá en cuenta al momento de la contratación el conocimiento de los principales aspectos de las TIC's.

El correo electrónico, la virtualidad, la página web, de una parte; y las transacciones desarrolladas bajo los postulados del e-commerce, permitirán llegar

a nuevos clientes, personas que cumplen con el perfil establecido para el público objetivo al cual se enfila la oferta de servicios.

La utilización de las herramientas TIC's, es otra de las formas en que se pueden abrir puertas, tanto de instituciones públicas como de entidades privadas, pues al actuar en tiempo real se optimizan los recursos, se diversifica la oferta de servicios y se agilizan los procedimientos que realizan los usuarios, todo lo cual redundará en el buen servicio a los clientes potenciales.

También se posibilita la integración de la empresa en redes, sociales, públicas y comerciales, todo lo cual amplía en gran proporción, tanto los mercados potenciales como los beneficios para la empresa y los usuarios.

3. ESTUDIO FINANCIERO.

Para el montaje de la empresa de servicios en el campo de la recreación el deporte y estilos de vida saludable, es necesario realizar una inversión inicial (mes cero) mínima de \$28.2600.000, tal como se muestra en el Cuadro No 1.

Esta inversión se hará de la siguiente manera: en activos fijos, un 38% de la inversión, o sea, \$10.800.000 correspondiente a muebles y enseres (ver cuadro N° 6) necesarios para el montaje de la oficina,; mientras que los restantes \$300.000 corresponden a los gastos de constitución legal. Más la previsión de \$17.160.000 para el sostenimiento de la empresa durante los tres primeros meses, los cuales son gastos correspondientes costos fijos de producción, administración y costos variables

La marcha de la empresa, mensual tiene un costo de \$5.720.000, representados principalmente en costos fijos por \$ 5.620.000 dentro de los que hallamos los costos de producción, administración y ventas (publicidad).

Los bienes muebles e inmuebles deberán adquirirse, en su totalidad, por compra de contado, por lo cual en el cuadro No 6, posibilita tomar una decisión ejecutivo al momento de la inversión de los recursos que los socios aportan al conformar la empresa, e incluso, para la atracción de posibles socios inversores interesados en el proyecto, considerando las cifras que se presentan.

En lo relacionado con las proyecciones de costos fijos, planteados en el cuadro No 4, estas se realizan teniendo como unidad de tiempo el mes calendario. Los costos fijos consideran los gastos administrativos, los cuales tienen poca variación entre los meses; estos incluyen aquellos ítems que son usuales para cualquier tipo de empresas; como es de conocimiento general corresponde a servicios públicos,

arrendamientos, gastos fijos, mano de obra, ítems que no sufren variación a lo largo de los meses del año, mientras que el cuadro No 5, presenta los costos fijos de la planta de personal.

Los activos fijos, aquellos bienes que son indispensables para el cumplimiento de las funciones básicas de los servicios que se ofrecen son los que estarán en la oficina para facilitar el cumplimiento de los fines de la empresa.

El estimativo que se realiza relacionado con la proyección de las ventas mensuales, se estiman a partir de considerar la demanda del mercado regional y los costos que se tienen para el funcionamiento y la actividad mensual de la empresa.

En el cuadro No 2, se tienen las proyecciones de ventas, estimadas a partir de las actividades que se realizarán, los cuales se enmarcan en servicios dirigidos a obtener vida saludable, servicios deportivos, servicios recreativos y otros servicios.

Se considera un promedio de ventas por mes de 8.850.000, de acuerdo a las actividades requeridas a contratar con el propósito de obtener un piso en el valor total de las ventas y garantizar así, tanto la viabilidad como una mínima rentabilidad de la empresa.

Para el primer año se tiene en cuenta que los dos primeros meses son de gestión y ventas únicamente, ello significa que no se obtienen ingresos

Con este promedio de ventas mensuales el ejercicio financiero nos arroja un flujo de caja en el que se da un equilibrio en el mes ocho, para un flujo de caja positivo en el mes doce de \$1.368.000 de los cuales se le recomienda a los socios no extraer parte de la inversión inicial y dejar es recurso para capitalizar la empresa.

Finalmente, tenemos como síntesis, las siguientes consideraciones, contenidas en el cuadro No 1:

1. La Empresa, con las proyecciones establecidas, según los ingresos proyectados en la venta de servicios recreativos, deportivos y estilos de vida saludable es viable económicamente, tal como lo muestra el consolidado del Flujo de Caja, la TIR, el VAN y el PRI.

Un Flujo de Caja positivo que nos arroja en los diez años de análisis \$260 millones de pesos.

Una Tasa Interna de Retorno del 54%.

Un Valor Actual Neto de \$59. 900 mil pesos

Un Periodo de Recuperación de la Inversión entre el tercer y el cuarto año de \$ 10 millones de pesos.

2. Los ingresos proyectados, teniendo en cuenta los altibajos de los mercados colombianos, nos presentan un consolidado de 88 millones de pesos para el primer año; mientras que los egresos alcanzan una cifra aproximadamente en 68 millones, para una utilidad de 20 millones, netos, en el primer año.
3. Si las condiciones establecidas en el primer año se mantienen, proyectados para el segundo, tercero, hasta un décimo año, considerando la inflación esperada, se tiene unos ingresos positivos para la vida media de la inversión. Estos resultados, a favor de los inversionistas, deberán ser utilizados de manera racional, reinvirtiéndose en la adquisición de infraestructuras, bienes y

equipos, que posibiliten el mejoramiento continuo de los servicios, lo que habrá de impactar sobre los usuarios, tanto en calidad como en precios.

4. ESTUDIO TÉCNICO.

4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El propósito de una estructura organizacional es establecer los roles, o papeles, que han de realizar los miembros de una entidad con el fin de trabajar juntos, de una manera óptima, pretendiendo en todo momento el alcance de las metas fijadas para el logro de los fines de la organización.

Por organización se entiende un tipo de agrupamiento social que se establece de forma elaborada, con el propósito de desarrollar un objetivo específico, por ejemplo, la prestación de un servicio, con el fin de obtener unos determinados beneficios¹⁰.

Una organización se caracteriza porque a su interior existen unas reglas, unos procedimientos, al igual que una estructura jerárquica, u horizontal, a través de la cual se ordenan las relaciones entre sus miembros.

Las principales características de una estructura organizativa formal, son:

- Coordinación: Un grupo determinado actúa bajo la responsabilidad, o atribución, de un funcionario con cierta capacidad de orientación y toma de decisiones.
- Especialización: Las tareas generales son divididas en trabajos más simples, a la vez que las personas son agrupadas en unidades organizativas.

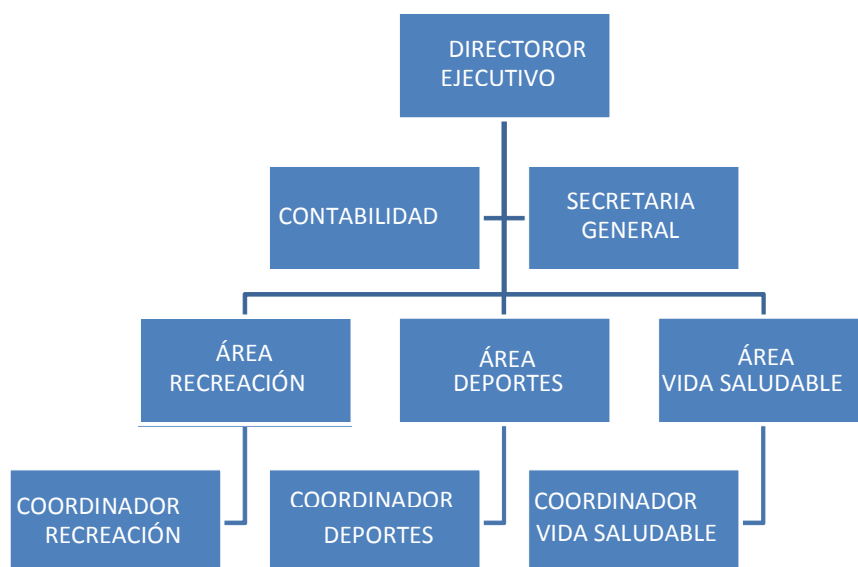
¹⁰ David. Fred R. La Gerencia Estratégica. 1999. 7ª edición. P 23.

- Formalización: Estandarización de actividades, al igual que existencia de normas, procesos, procedimientos, todo ello representado en manuales y organigrama.

La estructura administrativa de la empresa de servicios en el campo de la recreación, el deporte y la promoción de estilos de vida saludable tendrá la siguiente estructura organizacional, a través de la cual se podrán adelantar las diferentes actividades misionales y de apoyo.

La estructura, como queda señalado arriba, nos permite tener claridad en cuanto al papel que le corresponde a cada funcionario, mientras que los manuales señalan lo que cada uno de ellos aporta a la entidad.

Gráfico No 1. Estructura organizativa.



Fuente: Diseño propio.

4.1.1. DESCRIPCIÓN DE PERFILES PROFESIONALES Y FUNCIONES PARA LOS CARGOS DE LA EMPRESA.

4.1.1.1 DIRECTOR EJECUTIVO.

Es la persona responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la empresa de servicios, así como de la coordinación y toma de decisiones sobre comercialización, ventas, prestación de servicios, y manejo de las personas de la empresa.

En desarrollo de estas responsabilidades asignadas, le corresponde:

- Representar Administrativa, Judicial y Extrajudicialmente a la Empresa
- Planear, organizar, dirigir,
- controlar y coordinar todas las actividades de manejo, administración y proyección de la Empresa.

FUNCIONES:

1. Toma las decisiones en materia presupuestal, laboral y administrativa en la empresa
2. Elabora el presupuesto anual de la empresa y vela por su cumplimiento
3. Evaluar el avance de los programas de cultura, deporte y recreación.
4. Coordina, supervisa y dirige las actividades de la Empresa.
5. Autoriza contrataciones, y/o liquidaciones de contratos de trabajo.
6. Coordina con los empleados a su cargo reuniones de trabajo y balance de actividades.
7. Solicita informes a los encargados de los programas y analiza la forma en que se están ejecutando.

REQUISITOS:

- Profesional en Administración de empresas o áreas a fin

- Disponibilidad de Horario, pues es de tiempo completo
- Experiencia laboral: dos años de experiencia en la ejecución de tareas similares
- Habilidades de negociación.
- Experiencia en evaluación y monitoreo de proyectos.
- Experiencia en formulación de proyectos de desarrollo integral.
- Manejo del tema de Responsabilidad social empresarial.
- Buenas Relaciones interpersonales.

4.1.1.2. SECRETARIA GENERAL

FUNCIONES:

1. Atención al público, brindando información en relación a los trámites a realizar.
2. Redactar y digitar correspondencia de acuerdo a instrucciones recibidas, llevar la agenda de reuniones, citas, compromisos y otras actividades de su jefe y mantenerlo informado al respecto.
3. Atender y efectuar llamadas telefónicas oficiales
4. Participación en reuniones de trabajo, elaborando ayudas de memoria acerca de lo tratado.
5. Llevar y mantener control estricto de la correspondencia, tanto la que ingresa como la que egresa
6. Elaboración de documentos oficiales,
7. Mantener la confidencialidad en relación a la documentación y/o información que maneje.
8. Organizar y mantener actualizado los Archivos de la oficina, documentos y Elaborar actas.
9. Vela por el buen uso y mantenimiento de los equipos de oficina a su cargo.

REQUISITOS:

- Secretaria Graduada en Institución reconocida, con orientación comercial.
- Experiencia de 2 años en el cargo.
- Buenas relaciones Humanas
- Habilidades en el uso de equipos de cómputo y capacidad en el manejo de la ofimática.

4.1.1.3. CONTADOR

FUNCIONES:

1. Ordena y clasifica comprobantes contables.
2. Revisa la elaboración de planillas de salarios y honorarios.
3. Revisa la preparación de planilla de la Seguridad Social.
4. Opera los libros contables.
5. Formula las declaraciones fiscales del IVA e Rete fuente.
6. Lleva control de cuentas corrientes.
7. Lleva control de Conciliaciones Bancarias.
8. Lleva control de las historias laborales.
9. Realiza las pólizas contables requeridas.
10. Archiva documentos contables.
11. Ayuda a la preparación de presupuestos.
12. Contacta a los nuevos proveedores

REQUISITOS:

- Profesional en Contaduría.
- Experiencia laboral de dos año en la ejecución de tareas similares
- Conocimientos básicos de sistemas (Word, hojas de Calculo)
- Buenas Relaciones interpersonales

4.1.1.4. RESPONSABLE DE DEPORTES

FUNCIONES:

1. Promover y ejecutar acciones de organización seguimiento y evaluación dentro del área de deportes.
2. Analizar la oferta y demanda existentes en el medio
3. Promover y ejecutar acciones de organización y evaluación dentro del área asignada.
4. Promover, integrar y realizar las acciones que se le asignen en razón de su capacidad y su cargo.
5. Fortalecer y orientar la capacidad de gestión de los comités
6. Controlar y registrar las acciones realizadas.
7. Presentar un informe mensual de actividades.

REQUISITOS:

- Disponibilidad de Horario
- Experiencia laboral de un año en la ejecución de tareas similares
- Responsabilidad
- Buenas relaciones interpersonales

4.1.1.5. RESPONSABLE DE RECREACIÓN

FUNCIONES:

1. Promover y ejecutar acciones de organización seguimiento y evaluación dentro del área de recreación
2. Promover y ejecutar acciones de organización y evaluación dentro del área asignada.
3. Analizar la oferta y demanda existentes en el medio

4. Promover, integrar y realizar las acciones que se le asignen en razón de su capacidad y su cargo.
5. Controlar y registrar las acciones realizadas.
6. Presentar un informe mensual de actividades.

REQUISITOS:

- Disponibilidad de Horario
- Experiencia laboral de un año en la ejecución de tareas similares
- Responsabilidad
- Buenas Relaciones interpersonales

4.1.1.6. RESPONSABLE DE ESTILO DE VIDA SALUDABLE

FUNCIONES:

1. Promover y ejecutar acciones de organización seguimiento y evaluación dentro del área de estilos de vida saludable.
2. Promover y ejecutar acciones de organización y evaluación dentro del área asignada.
3. Visitar la empresas para verificar oferta y demanda del servicio.
4. Promover, integrar y realizar las acciones que se le asignen en razón de su capacidad y su cargo.
5. Controlar y registrar las acciones realizadas.
6. Presentar un informe mensual de actividades.

REQUISITOS:

- Disponibilidad de Horario
- Experiencia laboral de un año en la ejecución de tareas similares
- Responsabilidad
- Buenas relaciones interpersonales

4.1.1.7. MONITORES

FUNCIONES:

1. Promover y ejecutar acciones de organización seguimiento y evaluación dentro de su respectiva área
2. Promover y ejecutar acciones de organización y evaluación dentro del área asignada.
3. Promover, integrar y realizar las acciones que se le asignen en razón de su capacidad y su cargo.
4. Controlar y registrar las acciones realizadas.
5. Presentar un informe mensual de actividades.

REQUISITOS:

- Disponibilidad de Horario
- Experiencia laboral de un año en la ejecución de tareas similares
- Responsabilidad
- Buenas relaciones interpersonales

4.1.2. POLÍTICAS INSTITUCIONALES

4.1.2.1. TIPO DE CONTRATACIÓN

La contratación tendrá las siguientes tipologías:

- Contrato indefinido.
- Salario básico y comisiones por ventas.
- Pago de parafiscales.
- Capacitación y entrenamiento

4.1.2.2. CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO

Las políticas de capacitación y entrenamiento serán:

- Cursos en el SENA en: Manejo de Clientes – Etiqueta – Inventarios - Proyectos.
- Relaciones interpersonales
- Mercadeo y ventas
- Salud ocupacional y seguridad industrial
- Consultas con expertos.
- Actualizaciones en leyes y normas de certificación
- Solicitando la mayor información a los proveedores

4.1.2.3. SERVICIO AL CLIENTE

Existen varios tipos y técnicas para realizar un buen servicio al cliente:

- Buzón de sugerencias
- Servicio a domicilio
- Línea telefónica 24 horas
- Utilización de la página web
- Encuesta de satisfacción del cliente
- Servicio post venta (atención personalizada, solución de reclamos, etc)

5. GLOSARIO

ACTIVIDAD(ES):

1. Acciones que el proyecto deberá llevar a cabo para obtener resultados. 2. Acciones tomadas o trabajo desarrollado dentro de un proyecto a fin de transformar los insumos (fondos, materiales) en productos (organizaciones, edificaciones)

COSTO-BENEFICIO

Es la efectividad de un proyecto en función de los costos. Criterio de evaluación que establece la relación entre los recursos asignados y los objetivos alcanzados. También se usan las expresiones costo - eficacia y costo – efectividad.

EFFECTIVIDAD

1. Grado en el cual un proyecto logró los resultados previstos o esperados y, por tanto, alcanzó su propósito y contribuyó a su fin. 2. Es una medida de grado de éxito de un proyecto o programa en el logro de sus objetivos.

EFICACIA

Término que indica en qué medida un programa de asistencia logra sus objetivos. Asimismo, es el cumplimiento estricto de un dado objetivo; por ejemplo en el plazo predeterminado, sin atender a otros aspectos tales como el costo, el recorrido, la duración, etc. Una persona eficaz es la que meramente cumple sus objetivos, sin reparar en costos.

EFICIENCIA

El grado hasta el cual se ejecutaron, administraron y organizaron las actividades de un proyecto de una manera apropiada al menor costo posible para rendir los productos y/o componentes esperados.

EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

Proceso de puesta en marcha del presupuesto, que está compuesto por el programa anual de caja, los compromisos, los acuerdos de gastos, los pagos de la nación y los pagos de las entidades. Además, es el cumplimiento satisfactorio de un dado objetivo optimizando todos los aspectos en juego para su consecución (costo, recorrido, esfuerzo, duración, desperdicios, etc.). Una persona eficiente es la que cumple sus objetivos y además optimiza el consumo de los recursos (de todo tipo) empleados.

ESTRATEGIA

Forma en que quien acomete un trabajo complejo adapta sus recursos y habilidades al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de los objetivos y las metas.

ESTUDIO DE PRE – FACTIBILIDAD

Etapa que sigue al perfil del proyecto, en la cual se fija con mayor grado de presión los diferentes aspectos y se determina por aplazar, rechazar o pasar a la siguiente etapa de factibilidad.

EVALUACIÓN

Examen independiente y objetivo (realizado durante el proyecto o una vez finalizado) del contexto, objetivos, resultados, actividades y medios utilizados, efectuado para formular las conclusiones extrapolares.

GRUPO OBJETIVO

Son los beneficiarios directos. Es el grupo o población específico a quienes beneficiará el proyecto o programa. Término estrechamente relacionado al impacto y a la relevancia.

IDENTIFICACIÓN

Primera elaboración de una idea de proyecto, expresada globalmente en objetivos, resultados y actividades con el fin de determinar si se debe proceder o no al estudio de factibilidad del proyecto.

IMPACTO

Son los cambios positivos y negativos producidos directamente e indirectamente, como resultado de un proyecto o programa.

MODELO

Cuando una interpretación tiene la propiedad de satisfacer (hacer verdaderos) a todos los teoremas y axiomas, o sea que satisface al sistema, se dice que es un "modelo" del sistema. Consecuentemente, un sistema axiomático puede tener varios modelos. Finalmente, se dice que un sistema es "satisfactorio" si tiene, al menos, un modelo (Schuster).

OBJETIVO

Es conveniente distinguir entre "objetivo", "propósito" e "impacto". La acepción que emplearemos es la de meta o finalidad perseguida con el proyecto encarado, observable, medible y comparable.

PLANIFICACIÓN

Plan general, científicamente organizado, para alcanzar cierto(s) objetivo(s) predeterminado(s).

PROYECTO

Conjunto de actividades diseñadas para lograr ciertos objetivos específicos a un costo dado y dentro de un período de tiempo determinado.

RESULTADOS

Son el fruto de las actividades realizadas que, en su conjunto, supondrán la consecución del objetivo específico.

SEGUIMIENTO

Supervisión continua o periódica de la implementación de un proyecto para asegurar que los insumos, actividades, productos y supuestos están desarrollándose de conformidad con lo planteado.

VALOR

Variedad (no necesariamente numérica) de estados posibles que presentan las variables.

VALOR PRESENTE NETO (VAN)

Valor presente de la corriente, estimadas, de los flujos de caja netas de un proyecto, descontando al costo de capital de la firma, menos el costo inicial del proyecto.

VARIABLE

Atributo, relación o contexto seleccionado como relevante para describir las unidades de análisis en un estudio o proyecto

VIABILIDAD

Un proyecto o programa es viable cuando puede proporcionar un nivel aceptable de beneficios al grupo destinatario durante un período suficientemente largo una vez terminada la asistencia financiera y técnica del proveedor de fondos.

6. BIBLIOGRAFÍA

DAVID, Fred R. La Gerencia Estratégica. Editorial LEGIS, 1999. 7ª edición. 120 p.

ESPINOZA VERGARA, Fabio. Evaluación de Proyectos Sociales. Editorial Hvmantitas. Buenos Aires, 1998. 4ª edición. 139 p.

GÓMEZ, Manuel y SAINZ Héctor. El ciclo del proyecto de Cooperación. Editorial CIDEAL. Buenos Aires, 1996. 141 p.

MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resultados Encuesta Nacional de Salud 2007.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Editorial Hombre Nuevo. Bogotá. 2006. 189 p.

CIBERGRAFÍA.

http://portal.unesco.org/es/ev.php-RL_ID=26053&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

ANEXOS

ANEXO 1. SOPORTES ESTUDIO DE MERCADOS.

ENCUESTA

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CONFORMACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EN EL CAMPO DE LA CULTURA, EL DEPORTE Y LA RECREACION	
ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE MERCADO	
MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA	
1. Espacios donde acuden las personas para mejorar su estilo de vida saludable	
a. Espacios Propios	d. Espacios privados (parques recreacionales y otros)
b. Estadio municipal	e. Espacios públicos (parques y otros)
c. Gimnasio	f. No asiste a ninguno
2. Espacios donde acuden las personas para realizar actividades deportivas (Actividades de participación directa en juegos, asistencia parcial, participación pasiva)	
a. Espacios propios	d. Instalaciones privadas
b. Instalaciones públicas	e. No utiliza ninguna
c. Instalaciones mixtas	
3. Espacios donde acuden las personas para realizar actividades recreativas (Participación activa, participación parcial, participación pasiva)	
a. Espacios propios	d. Espacios privados
b. Espacios públicos	e. No utiliza ninguno
c. Espacios mixtos	
4. Cantidad de personas por hogar que tienen un empleo fijo	
a. Una sola persona en el hogar	d. Cuatro personas en el hogar
b. Dos personas en el hogar	e. Ninguno con empleo fijo
c. Tres personas en el hogar	
5. Cuando toma una decisión en materia de cultura, deportes y recreación ¿cuál organización pública, privada o mixta selecciona?	
a. Espacio propio	d. Organización Mixta
b. Organización pública	e. Ninguna
c. Organización privada	
6. Cantidad promedio de dinero/mes que las familias invierten en cultura, deporte y recreación	
a. Hasta un máximo de \$ 20.000.00	d. De \$80.000.00 A \$100.000.00
b. De \$20.000.00 A \$40.000.00	e. Superior a \$100.000.00
c. De \$40.000.00 A \$80.000.00	
7. Utilización de servicios (al menos una vez) que incluyan cultura, deportes y recreación, con entidades públicas o privadas (distintas a cajas de compensación)	
a. Todos los componentes	d. Solo recreación
b. Solo deporte	e. Ninguno
c. Solo cultura	
9. Cuando va a utilizar servicios relacionados con el tiempo libre ¿qué tiene en cuenta?	
a. Infraestructura	d. Localización
b. Precios	e. Ninguno
c. Publicidad de la empresa	
10. ¿Qué servicios le gustaría recibir de una empresa que promueve el uso del tiempo libre?	
a. Deporte	d. Cultura, deporte y recreación
b. Recreación	e. ninguno
c. Cultura	
11. En caso de pertenecer a una empresa que ofrezca servicios en cuanto al manejo del tiempo libre ¿qué aspecto sugeriría para tener mayor contacto con usted como afiliado?	
a. Atención personalizada	d. Correo electrónico
b. buzón de sugerencias	e. Ninguno
c. Llamadas telefónicas al hogar	
12. En materia de tecnología, a su juicio ¿qué herramientas tecnológicas deberá tener una empresa moderna?	
a. Televisor y DVD	d. Página en internet
b. Radio y conferencias por emisoras	e. Otros
c. Sistema de cómputo	

CUADRO ESTADISTICO No 1

ESPACIOS DONDE ACUDEN LAS PERSONAS PARA MEJORAR SU ESTILOS DE VIDA SALUDABLE

SITIOS	DATOS	%
ESPACIOS PROPIOS	11	22
ESTADIO MUNICIPAL	25	50
GIMNASIOS	2	4
ESPACIOS PRIVADOS (PARQUES RECREACIONALES Y OTROS)	3	6
ESPACIOS PÚBLICOS (PARQUES Y OTROS)	5	10
NO ASISTE A NINGUNA	4	8

BASE: 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Un cincuenta por ciento de las personas acuden a una institución pública para realizar actividades recreativas, mejorar su estilo de vida; aproximadamente una cuarta parte de las personas, acuden a lugares propios; y una décima parte de ellas son estudiantes y en menor escala adultos que recurren a los parques recreacionales.

El resto de los entrevistados, las cuales suman un poco menos de una quinta parte, acuden a un lugar privado que ofrecen paquetes para mejorar estilos de vida (empresa o sitio donde se paga), van a otro municipio, o no hacen uso de ningún espacio existentes.

CUADRO ESTADISTICO No 2.

ESPACIOS DONDE ACUDEN LAS PERSONAS PARA REALIZAR ACTIIVIDADES DEPORTIVAS (ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN DIRECTA EN JUEGOS, ASISTENCIA PARCIAL, PARTICIPACIÓN PASIVA).

SITIOS	DATOS	%
ESPACIOS PROPIOS	2	4
INSTALACIONES PÚBLICAS	32	64
INSTALACIONES MIXTAS	2	4
INSTALACIONES PRIVADAS	12	24
NO UTILIZA NINGUNA	2	4

BASE: 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Las instalaciones públicas son los espacios más utilizados para la práctica deportiva, seguida de las instalaciones privadas.

El uso de los espacios en otros lugares diferentes a los públicos y privados es inferior a una décima parte del uso total de las mismas.

Se nota que son muy pocas las personas que no utilizan ningún espacio para la realización de prácticas deportivas.

CUADRO ESTADISTICO No 3.

ESPACIOS DONDE ACUDEN LAS PERSONAS PARA REALIZAR ACTIIVIDADES RECREATIVAS (PARTICIPACIÓN ACTIVA, PARTICIPACIÓN PARCIAL, PARTICIPACIÓN PASIVA).

SITIOS	DATOS	%
ESPACIOS PROPIOS	22	42,3
ESPACIOS PÚBLICOS	12	23,1
ESPACIOS MIXTOS	2	3,8
ESPACIOS PRIVADOS	12	23,1
NO UTILIZA NINGUNO	4	7,7

BASE: 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Los espacios propios son aquellos más se recurre para la práctica recreativa, seguida de los espacios privados y públicos, casi en igual proporción

El uso de los espacios en otros lugares diferentes a los públicos y privados es la décima parte del uso total de los mismos.

CUADRO ESTADISTICO No 4

CANTIDAD DE PERSONAS, POR HOGAR, QUE TIENEN UN EMPLEO FIJO.

SITIOS	DATOS	%
UNA SOLA PERSONA EN EL HOGAR	15	30,0
DOS PERSONAS EN EL HOGAR	9	18,0
TRES PERSONAS EN EL HOGAR	12	24,0
CUATRO PERSONAS EN EL HOGAR	4	8,0
NINGUNO CON EMPLEO FIJO	10	20,0

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Aproximadamente, trabajan dos personas en cada hogar en dos de cada tres hogares, hay una, o dos, personas con un empleo.

Son tres, de cada cinco personas, las que tienen un empleo que les genera ingresos.

Son muy escasos los hogares en los cuales hay tres o cuatro personas trabajando y con empleo fijo.

Una de cada cinco personas tiene un empleo fijo.

CUADRO ESTADISTICO No 5.

CUANDO TOMA UNA DECISIÓN EN MATERIA DE DEPORTES, RECREACIÓN Y APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE ¿CUÁL ORGANIZACIÓN - PÚBLICA, PRIVADA O MIXTA- SELECCIONA?

SITIOS	DATOS	%
ESPACIO PROPIO	10	20
ORGANIZACIÓN PÚBLICA	24	48
ORGANIZACIÓN PRIVADA	12	24
ORGANIZACIÓN MIXTA	2	4
NINGUNA	2	4

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Las organizaciones que más prefieren los usuarios son las de carácter público, en casi el 50%; las privadas, que son casi una cuarta parte y las mixtas, apenas el 4 %.

Es de notar que la no participación tiene un peso mínimo.

CUADRO ESTADISTICO No 6.

ESPACIOS DONDE ACUDEN LAS PERSONAS PARA REALIZAR ACTIIVIDADES RECREATIVAS (PARTICIPACIÓN ACTIVA, PARTICIPACIÓN PARCIAL, PARTICIPACIÓN PASIVA).

SITIOS	DATOS	%
ESPACIOS PROPIOS	22	42,3
ESPACIOS PÚBLICOS	12	23,1
ESPACIOS MIXTOS	2	3,8
ESPACIOS PRIVADOS	12	23,1
NO UTILIZA NINGUNO	4	7,7

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Los espacios propios son aquellos más se recurre para la práctica recreativa, seguida de los espacios privados y públicos, casi en igual proporción

El uso de los espacios en otros lugares diferentes a los públicos y privados es la décima parte del uso total de los mismos.

CUADRO ESTADISTICO No 7.

CANTIDAD PROMEDIO DE DINERO/MES QUE LAS FAMILIAS INVIERTEN DEPORTES, RECREACIÓN Y ACTIVIDADES PARA MEJORAR SU SALUD

MONTO	DATOS	%
Hasta un máximo de \$ 20.000.00	12	24,0
De \$ 20.000.00 A \$ 40.000.00	18	36,0
De \$ 40.000.00 A \$ 80.000.00	8	16,0
De \$ 80.000.00 A \$ 100.000.00	7	14,0
superior a \$ 100.000.00	5	10,0

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Tres de cada cinco familias, o sea, un 62%, invierten un máximo de \$ 40.000.00 en cultura, deportes y recreación, por mes. El 38% restante invierten más de \$50.000.00 mensuales en estas actividades.

Aproximadamente una (1) persona tiene capacidad de invertir la suma de \$80.000.00; sólo una (1) persona puede invertir más de \$80.000.00

El público objetivo, entonces, se encuentra entre las personas que pueden invertir entre \$20.000.00 y \$35.000.00.

CUADRO ESTADISTICO No 8.

UTILIZACIÓN DE SERVICIOS (AL MENOS UNA VEZ) QUE INCLUYAN DEPORTES Y RECREACIÓN, CON ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS (DISTINTAS A CAJAS DE COMPENSACIÓN).

MONTO	DATOS	%
TODOS LOS COMPONENTES	8	16
SOLO DEPORTE	28	56
SOLO CULTURA	6	12
SOLO RECREACIÓN	6	12
NINGUNO	2	4

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Un 16%, han utilizado, al menos una vez, empresas que brindan los tres servicios. La mayoría, o sea, el 56%, han utilizado una empresa que les brinda actividades deportivas.

En cultura, solo el 12%, ha recurrido a este tipo de entidad. En recreación se presenta un porcentaje igual.

En cuanto a los que no han realizado ningún contacto con este tipo de empresas, se encuentra el 4%.

CUADRO ESTADISTICO No 9.

CUANDO VA A UTILIZAR SERVICIOS RELACIONADOS CON EL TIEMPO LIBRE ¿QUÉ TIENE EN CUENTA?

MONTO	DATOS	%
INFRAESTRUCTURA	4	8,0
PRECIOS	42	80,0
PUBLICIDAD DE LA EMPRESA	2	4,0
LOCALIZACIÓN	2	4,0
NINGUNO	2	4,0

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

Se desprende de las respuestas que el factor que tiene más preponderancia, en el momento de tomar una decisión relacionada con el manejo del tiempo libre es el asunto de los precios, pues el 80%, así lo manifestó.

La infraestructura es un factor que tiene un peso relativo, aunque de muy poco impacto, pues sólo alcanzó un 8.8 %. La localización únicamente importa para el 4 %.

CUADRO ESTADISTICO No 10.

¿QUÉ SERVICIOS LE GUSTARÍA RECIBIR DE UNA EMPRESA QUE PROMUEVE EL USO DEL TIEMPO LIBRE?

MONTO	DATOS	%
DEPORTE	2	4,0
RECREACIÓN	2	4,0
CULTURA	2	4,0
CULTURA, DEPORTE Y RECREACIÓN	44	88,0
NINGUNO	0	0,0

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANALISIS DE RESULTADOS:

La prestación de un servicio que incluya los componentes de cultura, deporte y recreación, es el que la gente preferiría en buena medida, según se desprende de las respuestas dadas, las que alcanzan mayoría casi absoluta, pues es del 88%.

El servicio de uno sólo de los servicios, alcanzó un porcentaje de poco peso, pues fue del 4 %.

CUADRO ESTADISTICO No 11.

EN CASO DE PERTENECER A UNA EMPRESA QUE OFREZCA SERVICIOS EN CUANTO AL MANEJO DEL TIEMPO LIBRE ¿QUÉ ASPECTO SUGERIRÍA PARA TENER MAYOR CONTACTO CON USTED COMO AFILIADO?

MONTO	DATOS	%
ATENCIÓN PERSONALIZADA	45	90
BUZÓN DE SUGERENCIAS	1	2
LLAMADAS TELEFÓNICAS AL HOGAR	1	2
CORREO ELECTRÓNICO	3	6
NINGUNO	0	0

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En cuanto al contacto entre la empresa y el asociado, los encuestados señalan, por mayoría absoluta, o sea, el 90%, que la atención personalizada es lo que prefieren sobre las demás opciones.

La utilización del correo electrónico es una opción que obtuvo el 6%, mientras que el teléfono y el buzón de sugerencias sólo representaron un 2%.

CUADRO ESTADISTICO No 12.

EN MATERIA DE TECNOLOGÍA, A SU JUICIO ¿QUÉ HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DEBERÁ TENER UNA EMPRESA MODERNA?

MONTO	DATOS	%
TELEVISOR Y DVD	1	2
RADIO Y CONFERENCIAS POR EMISORAS	1	2
SISTEMA DE CÓMPUTO	35	70
PÁGINA EN INTERNET	12	24
OTROS	1	2

BASE. 50 personas de los cuatro municipios del eje bananero Urabá

FUENTE: Investigación realizada en Julio de 2009.

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En cuanto al uso de medios tecnológicos por parte de una empresa de servicios moderna, se encontró que los usuarios prefieren el uso de los sistemas de cómputo, en un 70%. La utilización del internet, a través de una página tuvo una valoración del 24%; o sea, que la incorporación de las TIC's, en una empresa moderna es de gran importancia para los potenciales usuarios.

ANEXO 1. PROYECCIONES FINANCIERAS.

Cuadro No 1. FLUJO DE CAJA - TIR - VAN - PRI: - AÑO 1 - 10

	MES												TOTAL	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		12
PREOPERATIVOS														
Adecuación local														
Gastos de Constitución Legal	300.000													
Estudio de Mercado														
Costo de Asesoría														
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	300.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300.000
INGRESOS														
Ventas		-	-	-	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000
Otros														
TOTAL INGRESOS	-	-	-	-	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000
EGRESOS														
Costos Fijos		5.620.000	5.620.000	5.620.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000
De producción		2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000
De Administración		3.040.000	3.040.000	3.040.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000
De ventas - publicidad		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Costos Variables		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Dotación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago proveedores		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Varios		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Activos Fijos	10.800.000													
Invresión Inicial	17.160.000													
TOTAL EGRESOS	28.260.000	5.720.000	5.720.000	5.720.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000	4.808.000
FINANCIACIÓN REQUERIDA														
Fuente A:														
Fuente B														
SALDO CON FINANCIACIÓN														
Amortización A:														
(cuotas fijas durante 36 meses)														
Intereses A:														
(1.5% mes vencido)														
TOTAL FINANCIACION		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA	-28.260.000	-5.720.000	-11.440.000	-17.160.000	-13.868.000	-10.576.000	-7.284.000	-3.992.000	-700.000	2.592.000	5.884.000	9.176.000	12.468.000	1.368.000

REVAJA EN VENTAS

20%

	AÑO										TOTAL			
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10		
TOTAL INGRESOS		72.900.000	95.130.000	99.886.500	109.875.150	120.862.665	132.948.932	146.243.825	160.868.207	176.955.028	194.650.531	1.237.420.837		
TOTAL EGRESOS		71.532.000	75.108.600	78.864.030	86.750.433	95.425.476	104.968.024	115.464.826	127.011.309	139.712.440	153.683.684	976.988.822		
FLUJO DE CAJA	-28.260.000	1.368.000	20.021.400	21.022.470	23.124.717	25.437.189	27.980.908	30.778.998	33.856.898	37.242.588	40.966.847	260.432.015		
TIR (Tasa Interna de Retorno)		54%												
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 59.993.006													
PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)	-28.260.000	-27.120.000	-13.216.250	-1.050.469	10.101.497	20.324.133	29.694.882	38.284.736	46.158.768	53.376.631	59.993.006			

Cuadro 3. INGRESOS VARIABLES

MENSUAL
PRINCIPALES SERVICIOS

Servicio: ESTILOS DE VIDA SALUDABLE	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 800.000

ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Jornadas culturales	Actividad	\$ 800.000	4	\$ 3.200.000
				\$ 0
INGRESO TOTAL				\$ 3.200.000

Servicio: DEPORTE	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 150.000,00

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES COMPRADAS (prom)	COSTO TOTAL
ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Jornadas deportivas	Actividad	\$ 150.000	15	\$ 2.250.000
				\$ 0
INGRESO TOTAL				\$ 2.250.000

Servicio: RECREACION	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 150.000

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES COMPRADAS (prom)	COSTO TOTAL
ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Jornadas recreativas	Actividad	\$ 150.000	15	\$ 2.250.000
				\$ 0
INGRESO TOTAL				\$ 2.250.000

Servicio: GENERALES	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 100.000

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES COMPRADAS (prom)	COSTO TOTAL
ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Otros servicios	Actividad	\$ 100.000	4	\$ 400.000
				\$ 0
INGRESOS TOTAL				\$ 400.000

ANUAL
PRINCIPALES SERVICIOS

Servicio: ESTILOS DE VIDA SALUDABLE	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 800.000

ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Jornadas culturales	Actividad	\$ 800.000	48	\$ 38.400.000
				\$ 0
INGRESO TOTAL				\$ 38.400.000

Servicio: DEPORTE	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 150.000,00

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES COMPRADAS (prom)	COSTO TOTAL
ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Jornadas deportivas	Actividad	\$ 150.000	240	\$ 36.000.000
				\$ 0
INGRESO TOTAL				\$ 36.000.000

Servicio: RECREACION	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 150.000

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES COMPRADAS (prom)	COSTO TOTAL
ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Jornadas recreativas	Actividad	\$ 150.000	180	\$ 27.000.000
				\$ 0
INGRESO TOTAL				\$ 27.000.000

Servicio: GENERALES	
Referencia	: Actividades
Precio de Venta	: \$ 100.000

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES COMPRADAS (prom)	COSTO TOTAL
ITEM	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	ACTIVIDAD X MES	COSTO TOTAL
Otros servicios	actividad	\$ 100.000	48	\$ 4.800.000
				\$ 0
INGRESOS TOTAL				\$ 4.800.000

Cuadro Nº 2. PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUAL

PRIMER AÑO*													
MESES													TOTAL
mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	
BAJOS	\$		8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	81.000.000
MEDIOS	\$												-
ALTOS	\$												-
												\$	81.000.000
BAJOS													
Producto	Unid Med	Cantidad	V/r unid (\$)	TOTAL									
SERVICIOS ESTILO DE VIDA	ACTIVIDAD	4	800.000	3.200.000									
SERVICIOS DEPORTIVOS	ACTIVIDAD	15	150.000	2.250.000									
SERVICIOS RECREATIVOS	ACTIVIDAD	15	150.000	2.250.000									
OTROS	ACTIVIDAD	4	100.000	400.000									
TOTAL INGRESOS				8.100.000									

*Considerece el primer año el 2010

Cuadro 4. PROYECCION DE COSTOS FIJOS MENSUAL

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
PRODUCCIÓN													
Mano de Obra - Honorarios	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	21.600.000
Prestaciones sociales													-
Aportes Parafiscales													
Servicios Públicos	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	960.000
Transporte en general	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
Arrendamiento	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	4.800.000
Depreciación de Mat. y Equip(10 añ)													-
Mantenimiento													-
Insumos													-
Otros gastos	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	2.480.000	28.660.000
ADMINISTRACIÓN													
Salarios	2.000.000	2.000.000	2.000.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	18.600.000
Prestaciones sociales	1.040.000	1.040.000	1.040.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	9.672.000
Aportes Parafiscales													
Gastos de Oficina													
Gastos Bancarios													
Aseorías													-
Depreciación de Mueb. y Ens.(10 añ)													
TOTAL COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	3.040.000	3.040.000	3.040.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	28.272.000
VENTAS - PUBLICIDAD													
Sueldos													
Prestaciones sociales													
Aportes Parafiscales													
Publicidad	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
Promoción													
TOTAL COSTOS DE VENTA - PUBLICIDAD	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
TOTAL COSTOS FIJOS	5.620.000	5.620.000	5.620.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	4.708.000	58.132.000

Factor prestacional es del 52%

Cuadro 5. COSTOS FIJOS. PLANTA PERSONAL. MENSUAL

PLANTA DE PERSONAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
PRODUCCIÓN													
PERSONAL ESPECIALIZADO													
3 Coordinadores- Honorarios	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	21.600.000
Subtotal	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	21.600.000
ADMINISTRACIÓN													
1. Gerente	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000
1. Vendedor	600.000	600.000	600.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.800.000
1. Secretaria	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	6.000.000
Prestaciones Sociales	1.040.000	1.040.000	1.040.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	728.000	9.672.000
Subtotal	2.540.000	3.040.000	3.040.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	2.128.000	
TOTAL	4.340.000	4.840.000	4.840.000	3.928.000	3.928.000	3.928.000	3.928.000	3.928.000	3.928.000	3.928.000	3.928.000	3.928.000	49.372.000

Cuadro 6 . INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CLASIFICACIÓN	CANTIDAD	V/r UNITARIO	V/r TOTAL	PROVEEDOR	CONDICIONES DE PAGO	GARANTÍA
1	Escritorios	ME	6	300.000	1.800.000		Contado	Si
2	Computadores	ME	3	1.200.000	3.600.000		Contado	Si
3	Archivadores	ME	2	100.000	200.000		Contado	Si
4	Mesa de reuniones	ME	1	500.000	500.000		Contado	Si
5	Videobim	ME	1	2.000.000	2.000.000		Contado	Si
6	Dotación	V	1	200.000	200.000		Contado	Si
7	Televisor	ME	1	1.000.000	1.000.000		Contado	Si
8	Celular	ME	1	900.000	900.000		Contado	Si
9	Telefax	ME	1	200.000	200.000		Contado	Si
10	Impresora-scanner	ME	1	400.000	400.000		Contado	Si
11								
12								
13								
14								
15								
16								
TOTAL					10.800.000			

CLASIFICACIÓN: M - E - ME -V

M= Máquinas

E= Equipos

ME= Muebles y Enseres

V= Varios