

UNIVERSIDAD  
ICESI

---

**CARRERA ATLÉTICA U6K**

**PLAN DE NEGOCIOS**

DIANA CAROLINA HERNÁNDEZ RAMÍREZ

DIEGO SINISTERRA BUITRAGO

Asesor de Investigación

ANA CAROLINA MARTÍNEZ

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

PROYECTO CURRICULAR

COLOMBIA

2016

## Tabla de Contenido

<b>Tabla de Contenidos .....</b>	<b>2</b>
Lista de Contenidos de Tablas.....	2
Lista de Contenidos de Gráficos .....	2
<b>Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>4</b>
<b>1) Análisis de Mercado .....</b>	<b>6</b>
1.1 Análisis de sector .....	6
1.2 Definición de producto y/o servicios.....	10
1.3 Ofertas para empresas.....	11
1.4 Clientes y tamaño de mercado.....	13
1.5 Empresa como clientes.....	14
1.6 Patrocinadores.....	15
1.7 Competencia.....	19
1.8 Plan de Mercadeo .....	23
1.9 Estrategia de precio.....	25
<b>2) Análisis técnico .....</b>	<b>26</b>
2.1. Logística de la carrera.....	26
2.2. Recursos materiales para la carrera .....	28
2.3. Lista de proveedores .....	30
2.4. Sistemas de control .....	31
<b>3) Análisis Administrativo .....</b>	<b>32</b>
3.1. Datos y experiencia del personal administrativo .....	32
3.2. Funciones.....	34

3.3. Organigrama.....	35
3.4. Tipo de contratación.....	36
3.5. Organizaciones de apoyo .....	36
<b>4) Análisis legal.....</b>	<b>37</b>
4.1. Proceso de constitución de empresa S.A.S .....	37
4.2. Trámites de permisos.....	37
<b>5) Análisis social.....</b>	<b>38</b>
<b>6) Análisis ambiental.....</b>	<b>39</b>
<b>7) Análisis de valores personales .....</b>	<b>39</b>
<b>8) Análisis Económico .....</b>	<b>41</b>
8.1. Presupuesto de ingreso.....	41
8.2. Presupuesto de inversión.....	42
8.3. Técnico Gastos.....	44
8.4. Gastos de Administración y Ventas.....	45
<b>9) Análisis de Costos.....</b>	<b>46</b>
9.1. Punto de Equilibrio .....	46
<b>10) Análisis Financiero.....</b>	<b>48</b>
10.1. Flujo de Caja.....	48
10.2. Balance General.....	50
10.3. Estado de Resultados.....	51
10.4. Evaluación del Proyecto.....	52
<b>11) Análisis de Riesgo.....</b>	<b>54</b>
11.1. Riesgos de Mercado.....	54
11.2. Riesgos Técnicos.....	54
11.3. Riesgos Operativos.....	55
11.4. Riesgos Económicos.....	56
<b>12) Análisis de sensibilidad.....</b>	<b>56</b>
<b>13) Conclusiones.....</b>	<b>58</b>
<b>14) Anexos.....</b>	<b>59</b>
<b>15) Bibliografía.....</b>	<b>73</b>

## **Resumen Ejecutivo**

El presente documento corresponde al Plan de Negocios de la creación de la Carrera U6K, que está enmarcada en el Proyecto U de la empresa GrUUpo C, la cual se hará con el ánimo de promover la unión de la comunidad universitaria, la cual está conformada por los estudiantes, docentes y personal administrativo, de los diferentes entes de educación superior del sur de Cali.

El objetivo de este proyecto será crear un modelo empresarial con el cual se pretende llamar la atención de toda una ciudad con temas y eventos surgidos desde la comunidad universitaria, y de igual manera organizar en conjunto con las universidades foros, actividades y la carrera U6K (se proyecta que la U6K se realizará el 18 de marzo del 2017) con el atractivo comercial para compañías que quieran exponer su marca en eventos de asistencia masiva.

Este proyecto será una realidad gracias a un grupo de profesionales multidisciplinario, los cuales tienen amplios conocimientos y experiencia en comunicación, administración, innovación social y logística de este tipo de eventos. GrUUpo C SAS, que será creada bajo un régimen de Sociedad por Acciones Simplificada, está conformada por seis socios gestores: dos de ellos, Diego Sinisterra y Diana Carolina Hernández, quienes ejercerán las funciones de Gerente General y Secretario General, respectivamente. Ramiro Varela, quien será el Director Operativo y Logístico. Diego Guzmán será el Director Comunicación y Marketing. Sandra Ruiz se encargará de la dirección administrativa y financiera. Camilo Osorio el Director de Innovación Social.

El aporte inicial para la conformación de este proyecto será de \$60.000.000 de pesos, los cuales serán aportados por sus seis socios creadores y se complementará los patrocinios y con las inscripciones de la carrera. Este es un negocio muy rentable, ya que los flujos generados por el proyecto la tasa interna de retorno es de 435%, y el periodo de pago descontado, es decir el retorno

de la inversión más el 16% anual esperado, se obtiene en 1,22 años, con lo cual se pretende tener un margen de ganancia en el primer año de 279.057. 870 millones de pesos.

**Palabras clave:** Carrera U6k, Carrera atlética, comunidad universitaria, deporte, unión universidades.

### **Executive Summary**

This document corresponds to the business plan of the creation of the U6K Athletic Street Race, which is organized by Proyecto U (part of GrUUpo C Company). The race will be done with the aim of promoting the bond of the university community, which is made up students, faculty and staff of the various entities of higher education in the south of Cali. The objective of this project is to create a business model which is intended to draw the attention of an entire city with themes and events arising from the university community and similarly organized in conjunction with the forums universities, activities and U6K race (it is projected to be held on March 18, 2017) with the commercial attractiveness for companies who want to expose their brand in events of massive assistance.

This project will be a reality thanks to a multidisciplinary group of professionals who have extensive knowledge and experience in communication, management, social innovation and logistics of such events. GrUUpo C SAS, which will be created under a regime simplified joint stock company, consists of six managing partners: two of them, Diego Sinisterra and Diana Carolina Hernandez, who shall perform the functions of CEO and Secretary General, respectively. Ramiro Varela will be the Operational and Logistics Manager. Diego Guzman is the

Communication and Marketing Manager. Sandra Suárez will be responsible for administrative and financial management. Camilo Osorio will be the Director of Social Innovation.

The initial contribution to the creation of this project will be \$ 60,000,000 pesos, which will be provided by six creator's partners. The income will be complemented by sponsorships and the fee inscriptions of the race. This is a very profitable business, as it claims to have a profit margin in the first year of \$ 279 million (Colombian pesos).

**Keywords:** U6K Athletic Street Race, Academic Community, Sports, Bond, Universities.

## **1. Análisis de Mercado**

### **1.1. Análisis de sector**

En Santiago de Cali no existe la información secundaria referente a carreras atléticas de carácter aficionado. En los años recientes ha ido en aumento la cantidad de participantes, pero no se conocen estudios de mercadeo sobre el público objetivo existente, ni estudios acerca de la evolución del sector.

La empresa GrUUpo C y su emprendimiento enfocado a la comunidad universitaria, denominado Proyecto U, busca con la creación de la carrera atlética urbana recreativa U6K unir a esta comunidad, con el objetivo de integrarla para hacer aportes de ciudad y de beneficio mutuo.

Por lo anterior, el siguiente análisis incluye información sobre la comunidad universitaria de la capital del Valle del Cauca y algunas tendencias de comportamiento que afectan esta oportunidad de empresa, y también se incluyen referentes de la evolución de las carreras atléticas en otros países, puesto que se viene mostrando una evolución similar en Colombia y la ciudad de Cali. Esta información se ha obtenido la página [www.correbien.com](http://www.correbien.com)

Según cifras del Ministerio de Educación, en la capital de Valle del Cauca existen 27 instituciones universitarias profesionales, técnicas y tecnológicas, en las que estudian 98.849 personas. Actualmente, en la comunidad universitaria existen diferencias e imaginarios que han creado barreras invisibles, las cuales han convertido los espacios educativos de Cali en “islas” con intereses particulares.

Entre las tendencias entre el público estudiantil, muchos estudiantes quieren que su formación profesional se vea complementada con una vida saludable. El factor tiempo les impide a la mayoría lograr esa finalidad compartida. El ritmo académico no les permite dedicar tiempo suficiente a hacer deporte. Un porcentaje mínimo de quienes hacen deporte, lo practican de manera competitiva para representar a su universidad. El sedentarismo predomina en la comunidad universitaria, esto debido en gran parte a que las nuevas tecnologías y las redes sociales acaparan en una pantalla el tiempo y la atención del estudiante.

Otro aspecto que llama la atención, es la apatía en la participación o asistencia a foros que abarquen temas de ciudad. Las actividades que promueven causas sociales como donación de sangre o voluntariados, no tienen gran acogida en la comunidad universitaria.

Son escasas las actividades que de manera conjunta emprenden dos o tres universidades. La competencia por captar estudiantes no puede ser impedimento para organizar eventos que beneficien a toda la ciudad. Esto deriva en la poca motivación que tienen los estudiantes para compartir actividades promovidas desde otras universidades.

En el mundo, las carreras atléticas son una actividad con gran auge, las cuales se están convirtiendo en espacios en los que sus participantes crean lazos entorno la práctica deportiva, la vida sana y los buenos hábitos alimenticios.

Las competencias atléticas en calle y campo traviesa han ido en aumento. Desde carreras especializadas para la mujer hasta las maratones, procuran motivar a personas de diferentes edades

y categorías. Por ejemplo, en Estados Unidos se realizan más de 70 carreras atléticas masivas, en las que participan más de 700 000 atletas aficionados o profesionales. La Maratón de Nueva York con 35000 participantes y la Maratón de Brooklyn, que reúne 42 000, son actualmente las competencias atléticas urbanas que más público convocan en el país norteamericano. A raíz de ese apogeo por las carreras atléticas que arroja al mundo, muchas empresas privadas están optando por incursionar en la organización, producción y logística de estas carreras, las cuales están ligadas a una temática o a una obra social que moviliza a gran parte de la población civil amante de estas prácticas deportivas.

En Colombia, la tendencia de participar en las carreras atléticas urbanas está en ascenso. Actualmente se están realizando más de 55 competencias, que convocan entre 1000 y 25000 participantes, los cuales pueden medir sus procesos, adquirir hábitos favorables para salud, contribuir a causas sociales y divertirse por medio del deporte.

La carrera que más convoca participantes en Colombia es la Media Maratón de Bogotá, la cual lleva 16 años en el mercado (nació el 6 de agosto del 2000), y actualmente convoca entre 20000 y 250000 personas. En el 2015, participaron atletas élites y aficionados de más de 31 países del mundo. De igual manera, en Cali empresas como Juancho Correlón han implantado esta cultura de las carreras atléticas en la ciudad. Con ocho competencias en el año, las cuales apoyan a la Fundación Mompitas (escuelas de iniciación deportiva), esta empresa reúne más de 10000 participantes por carrera.

Desde el 7 de julio del 2002, la Media Maratón de Cali es la carrera atlética masiva que más personas convoca, con 12000 atletas aficionados y élites cada año. En el ámbito universitario caleño se realizan algunas carreras atléticas al interior de las universidades. Por ejemplo, la Universidad Icesi realiza anualmente la U5K y la Carrera del agua; la Universidad Autónoma de



Occidente hace la 5K; La Universidad Javeriana realiza cada dos años la Copa Loyola. En este torneo entre universidades no se incluye el atletismo.

Con base en el análisis anterior, la oportunidad está dada para organizar una carrera atlética aficionada con un mercado o nicho no visto por otros: la comunidad universitaria. Proyecto U tiene la intención de convertir la U6K en el evento que una y movilice a las universidades de Cali, sin ocultar la gran posibilidad económica de crear una empresa sostenible y rentable.

El futuro cercano permite visualizar el potencial de llevar la empresa a escala nacional. En las grandes capitales de Colombia no hay modelos de negocio similar.

A continuación un listado de las oportunidades y amenazas del sector:

### **Oportunidades**

**Respaldo institucional:** Para el sector, el apoyo que ha dado la Secretaría de Deporte y Recreación es fundamental, no solo en lo económico sino en la logística de los permisos municipales. El actual secretario de Deporte del municipio, Silvio López, ha sido el gestor de las carreras atléticas bajo la marca Juancho Correlón.

**Seguridad:** Se puede contar con el resguardo de la Policía Nacional y la colaboración de los Bomberos de Cali, Cruz Roja Colombiana y Defensa Civil, entes que generan seguridad y confianza en los espectadores y atletas. De igual manera, entre las universidades se podría encontrar personal de apoyo para realizar la orientación o guía del público.

### **Amenazas:**

**Trámites Permisos:** Los eventos deportivos de este tipo necesitan de varios permisos logísticos para su realización, como por ejemplo: de la Secretaría de Transito para la habilitación de las vías, de la Defensa Civil y Bomberos de Cali para la seguridad del evento y de la Secretaría de Deporte y Recreación de la capital de Valle, entidad que acredita la realización de este evento. Estos suelen ser demorados y engorrosos.

**Introducción de nuevas carreras:** El auge de estas carreras en el mundo ha llevado que Cali adopte esta práctica. Actualmente, más de 12 carreras se realizan en la ciudad, y puede ir en aumento.

## **1.2. Definición de producto y/o servicios.**

Para establecer las características del servicio que ofrecerá Proyecto U, utilizamos como mecanismo de investigación varias entrevistas a las empresas que podrían ser patrocinadoras de este evento y a personas de la comunidad universitaria, a quienes también se les realizó una encuesta para establecer el perfil de los clientes, las necesidades que estos podrían tener, sus intereses, gustos y los por qué participarían en esta actividad. Los resultados de esta investigación se incluyen en el anexo 1 de este proyecto.

Proyecto U pretende ser eje y promotor de temas que movilicen a la comunidad universitaria. El primer gran reto es organizar la carrera atlética U6K, foros y actividades complementarias. Otro objetivo es proponer a los entes administrativos municipales y a las universidades que el segundo sábado de septiembre se celebre el día Cali Universitaria, teniendo como evento principal, la U6K. Con ello se busca unir y movilizar a las universidades de Cali. La carrera de seis kilómetros conectará geográficamente a cinco de ellas: Univalle, Icesi, UAO, USB, PUJ. Adicional a éstas, se convocará para el apoyo logístico a la USC, pero la invitación a participar será extensiva a todas las universidades de la ciudad.

Este proyecto tiene la intención de convertir a la carrera atlética U6K en el evento que una y movilice a las universidades de Cali, Para lograrlo, se propondrá a los entes administrativos municipales y a las universidades, que el tercer sábado de marzo se celebre institucionalmente el día Cali Universitaria, teniendo como evento principal, la U6K. La partida o sitio de encuentro será en Univalle y para la meta se tiene pensada la USB. En cada una de las 5 universidades, las ya

mencionadas más Icesi, PUJ y UAO, habrá una tarima para la presentación de grupos culturales y artísticos. La celebración del día Cali Universitaria solo se verá “interrumpida” con el paso de los deportistas en carrera.

Muchos de los sectores productivos de Colombia están promoviendo la vida saludable entre sus empleados. La buena alimentación y la actividad física se difunden evitando el sedentarismo. La comunidad universitaria no debe estar ajena a ese propósito, por eso queremos ser motivadores durante todo el año para que se preparen a conciencia y logren sus metas de vida sana.

Quien participe en la carrera podrá escoger un acto en beneficio de diferentes causas sociales. Las opciones son: donar sangre, regalar un libro, obsequiar un kit escolar o aportar un kit para mascotas. Esta actividad se realizará ocho días antes de la carrera.

Otro de los incentivos para los inscritos es la rifa de un automóvil cero kilómetros. Se hará por sorteo computarizado bajo la supervisión de los entes correspondientes.

### **1.3. Ofertas para empresas**

#### **1.3.1 Gran patrocinador**

La empresa que desee tomar el nombre de la carrera podrá obtenerlo de la siguiente manera (basado en el tiempo de contrato):

A. Un año = \$ 100.000.000

B. Dos años = \$ 350.000.000

C. Tres años= \$ 500.000.000

En contraprestación su marca estará presente de manera impresa o digital en:

A. El sitio web de la carrera

B. Volantes y afiches promocionales

C. Pendón oficial

D. Stand en la feria donde podrá vender sus productos( día anterior a la carrera)

E. Arcos de salida y llega. Pasacalles cada kilómetro de carrera.

F. Presencia en cada una de las tarimas ubicadas en las 5 universidades que unen el recorrido de la carrera.

G. Cubrir con su marca el 50% de las vallas dispuestas en el trayecto de carrera

### **1.3.2 Patrocinadores oficiales**

El aporte monetario de cada uno será de ochenta millones de pesos (\$ 80.000.000). Adicionalmente aportará lo siguiente:

- El patrocinador de la CAMISETA OFICIAL aportará las cinco mil camisetas de los competidores y las 200 de las personas de logística.

- La BEBIDA OFICIAL aportará la hidratación de los competidores y personal de la organización.

- La ZAPATILLA OFICIAL sorteará 100 pares de zapatillas entre los participantes.

- El COMUNICACIÓN OFICIAL sorteará 15 celulares de alta gama entre los competidores.

- La ASEGURADORA OFICIAL entregará una beca universitaria equivalente a (\$ 30.000.000) treinta millones de pesos.

- El SUPERMERCADO OFICIAL entregará 30 bonos de un millón cada uno.

- El VEHÍCULO OFICIAL entregará el carro con valor comercial cercano a los \$ 30.000.000 de pesos

- El BANCO OFICIAL recibirá las consignaciones de los participantes y entregará becas para especializaciones por \$ 25.000.000

- EL ALIMENTO OFICIAL (tipo Manitoba) entregará kits nutricionales por valor comercial de \$ 30.000.000

- LA ENTIDAD OFICIAL (Gobierno) puede ser una o las tres siguientes: Coldeportes, Indervalle o Secretaría del Deporte.

En contraprestación cada marca oficial estará presente de manera impresa o digital en:

A. El sitio web de la carrera

B. Volantes y afiches promocionales

C. Pendón oficial

D. Stand en la feria donde podrá vender sus productos( día anterior a la carrera)

Nota importante: el cliente que desee tener presencia en la transmisión de televisión, obtendrá un 40% del precio regular de una pauta en el canal regional Telepacífico.

#### **1.4. Clientes y tamaño de mercado**

Los clientes potenciales de la carrera U6K es la comunidad universitaria de ciudad de Cali, la cual está conformada por los estudiantes, docentes y personal administrativo de entes de educación superior.

Según el Ministerio de Educación en la capital de Valle del Cauca, 98849 personas estudian en las universidades privadas y públicas de Cali, en las cuales trabajan 7426 personas como docentes de medio tiempo, completo y hora cátedra en carreras de pregrado, especializaciones, maestrías y doctorados. Así mismo, 4788 personas naturales diferentes que realicen actividades administrativas, diferentes a las de los docentes, prestan el servicio en estas universidades, todos estos potenciales clientes de la U6K.

Para determinar las características del mercado se realizó una investigación de campo que se dirigió a 100 personas de la comunidad universitarias, con el propósito de tener un nivel de confianza a la hora de establecer el perfil específico de este cliente. A continuación, se presentarán los resultados de esta investigación:

- El 54,7% son mujeres y el 45,3% son hombres, de los cual el 38,4% de los participantes de esta carrera está en el rango de edad de entre 18 y 25 años. Seguido por los de 26 a 30 años, que comprende el 29,1% y de 30 a 40 años, que sería el 20,9% de los participantes. En un bajo

porcentaje están los menores de 18 años con 1,2% y los mayores de 40 años con el 10,5%. Ver en figura 1 y 2.

- De ese estudio, el 72,9% de los participantes son solteros, el 14,1% vive en unión libre y el 12,9% es casado con un estrato socioeconómico de niveles 4 y 5 con un porcentaje del 60%, de 1, 2 y 3 del 30% y de nivel 6 un 10%. Ver resultado en Figura 3.

- El nivel de escolaridad de este cliente potencial, en un 58,1% es de nivel universitario de pregrado, el 32,6% de postgrado y 9,3 es técnico o tecnológico. Ver resultado en figura 4.

Con esta información, se establece que el perfil de cliente potencial de esta empresa son mujeres y hombres universitarios, en edades entre los 18 y 25 años, solteros, que viven en un estrato socioeconómico de nivel 4 y 5. Así mismo, nuestro tamaño de mercado sería un aproximado de 56,000 personas, las cuales cumplen con las características anteriormente nombradas.

### **1.5. Empresa como clientes**

Después de indagar con varias empresas de la ciudad de Cali, a las cuales se les realizó una entrevista (podrá encontrarse en el anexo 2), se estableció que las empresas como clientes pueden caracterizarse en los siguientes tipos:

**Los medios de comunicación:** estas empresas no realizan ningún aporte económico, pero se establece con ellos un acuerdo en el que se realiza unas publicaciones en las que se referencia el evento a realizarse o en caso específico del Diario El País, también se emite pauta comercial, a cambio de exhibición de la marca en el recorrido de la carrera. Por ejemplo, en las carreras que realiza la empresa Juancho Correlón, el ya mencionado medio impreso, aparece en todas las vayas y flyers del evento como uno de los principales patrocinadores, a cambio de esto, El País le publica información de interés sobre los eventos atléticos y a su vez, emite pauta en las páginas de deportes.

Los ingresos de la carrera U6K se percibirán por tres conceptos: los deportistas, quienes pagarán \$ 20.000 por participar; los patrocinadores que anunciarán sus productos o servicios y las entidades oficiales que apoyan el deporte.

En los siguientes párrafos nos concentraremos en analizar las características de los clientes potenciales que harán su aporte económico, las empresas patrocinadoras y las entidades oficiales.

### **1.6. Patrocinadores**

Proyecto U pretende organizar y comercializar la U6K. La meta es lograr en su primera versión la participación de 5.000 personas en carrera y otro tanto vinculados como espectadores y/o asistentes a la celebración del día Cali Universitaria que tendrá lugar en cada universidad de manera simultánea a la competencia. Con estas cifras se pretende llamar la atención de empresas que quieran exhibir su marca o producto.

Buscaremos inicialmente el tipo de empresas que tradicionalmente apoyan el deporte y las que estén incursionando en el mercado del País o la Región. Para el primer caso podemos citar a empresas como: Postobón, Claro, Porvenir, y Gatorade, entre otros. Para el segundo ejemplo, es válido mencionar empresas que quieren conquistar el mercado del sur occidente colombiano como la empresa de telecomunicaciones ETB, o el nacional como la compañía de celulares Huawei o la de motos Hero, que el año pasado inauguró planta en Villarica, Cauca.

En la comarca vallecaucana nos fijaremos en empresas asentadas o que tienen sus orígenes como: Carvajal, JGB (Tarrito Rojo), Harinera del Valle (Pastas la Muñeca) Águila Roja, Tecnoquímicas, Manuelita, Colombina, Manitoba, Belleza Express y Rosquilla Caleñas, por mencionar algunas.

El diario La República publicó el 14 de mayo de 2015: “El deporte se ha convertido en el pilar de los proyectos de responsabilidad social de algunas empresas en Colombia”. El artículo menciona

como empresas como Claro. Kia y Porvenir le apuestan a patrocinar eventos o deportistas tanto aficionados como de alta competencia.

Se toman en este análisis a las empresas Claro y Postobón

### **A) Trabajo del cliente**

Claro Colombia es una compañía que distribuye servicios de telefonía celular, telefonía fija, televisión e Internet. Nació como resultado de la integración de Comunicación Celular S.A. y Telmex Colombia S.A

Postobón es una compañía de refrescos en Colombia. Pertenece a la Organización Ardila Lule (propietaria de empresas en sectores como: telecomunicaciones, automotriz, agroindustria, deportes, entre otros). Cuenta con un amplio portafolio de productos que incluye bebidas sin alcohol y con alcohol (cerveza por intermedio de su subsidiaria Central Cervecera de Colombia), bebidas de fruta, aguas y bebidas de nueva generación (tés, energizantes e hidratantes).

### **B) Ganancias**

Las dos empresas analizadas son exitosas en sus respectivos campos patrocinan el deporte de manera permanente.

En los últimos años, Postobón ha invertido cerca de \$130.000 millones en apoyo al deporte. Hoy, es el patrocinador oficial de las selecciones Colombia de ciclismo y patinaje en todas sus categorías.

Además, auspicia un grupo importante de equipos profesionales de fútbol en eventos de competición profesional.

La Copa Claro hace parte del proyecto de RSE de Telmex, casa matriz de la empresa de telecomunicaciones Claro. Con el que desde 2008, difunden la práctica del deporte entre las comunidades menos favorecidas para generar espacios de recreación y participación familiar que



contribuyan a mejorar la calidad de vida de esas poblaciones. Además de ser un “semillero” local, el equipo de ciclismo Coldeportes Claro es un ejemplo de cómo los resultados a nivel deportivo y económico se pueden lograr gracias a la integración entre las instituciones públicas y privadas. Para 2015 el equipo invirtió \$3.000 millones para seguir consolidando nuevas figuras nacionales.

### **C) Dolores**

El mercado de la comunidad universitaria no ha sido foco de grandes empresas que habitualmente apoyan el deporte en Colombia. Seguramente no lo han hecho porque no encuentran un evento multitudinario que los motive a patrocinar. La U6k logrará ese objetivo.

### **Empresas del Estado**

En el ámbito local los entes encargados de organizar y apoyar el deporte son Indervallo por parte de la Gobernación del Valle del Cauca, la Secretaría de Deporte y Recreación, dependencia de la Alcaldía de Cali y a nivel nacional Coldeportes.

### **A) Trabajo del cliente**

Indervallo define su misión así: “Contribuir a la formación integral de la población vallecaucana, satisfaciendo las necesidades respecto a la práctica del Deporte, la Educación Física y la Recreación, como elementos integradores y facilitadores de los componentes: educación, salud y desarrollo social creando una cultura de vida; comprometiendo su talento humano en la obtención de niveles de eficacia y eficiencia”.

Por su lado la Secretaria de Deporte y Recreación “deberá fomentar el deporte, la recreación, la actividad física y la educación física, teniendo en cuenta la diversidad étnica, de género, los discapacitados, la población marginal y la pluriculturalidad de la comunidad”.

### **B) Ganancias**

Clara Luz Roldán, recientemente nombrada directora de Coldeportes y exgerente de Indervalle, fue secretaria de Deporte municipal durante gran parte de la administración de Rodrigo Guerrero. Dejó iniciado el programa Valle Oro Puro, apoyando monetariamente a deportistas de alto nivel y vinculando a algunos vallecaucanos que representaban a otros departamentos.

El actual secretario de Deporte del municipio, Silvio López, ha sido el gestor de las carreras atléticas bajo la marca Juancho Correlón. La Alcaldía ha apoyado con patrocinio este tipo de eventos. López ha encaminado su comienzo al frente de esta dependencia acondicionando los escenarios barriales para la práctica del deporte recreativo.

### **C) Dolores**

Los malos resultados de los deportistas pueden opacar la labor de un dirigente, para el caso de Indervalle, Antioquia y Bogotá han superado al Departamento en los recientes Juegos Nacionales. Mostrar las bondades del programa Valle Oro Puro durante la carrera U6K será un beneficio para Proyecto U.

La Secretaría de Deporte y Recreación ya dio el apoyo a las primeras carreras atléticas del año, entre ellas las organizadas por Juancho Correlón. Proyecto U cree que la U6K será un evento atractivo para que la Alcaldía se vincule y apoye financieramente el evento.

### **Cifras y detalle de los patrocinadores oficiales**

El gran patrocinador podrá exponer su marca aportando \$ 100.000.000, en contraprestación su marca estará presente de manera impresa o digital en el sitio web de la carrera, volantes y afiches promocionales, pendón oficial, stand en la feria donde podrá vender sus productos( día anterior a la carrera), arcos de salida y llegada, pasacalles cada kilómetro de carrera, presencia en cada una de las tarimas ubicadas en las 5 universidades que unen el recorrido de la carrera y podrá cubrir con su marca el 50% de las vallas dispuestas en el trayecto de carrera.

Por su parte, los patrocinadores oficiales harán un aporte monetario de ochenta millones de pesos (\$ 30.000.000) y un equivalente a \$ 10.000.000 en productos, servicios o becas (ver detalle en Ofertas para empresas página 5).

Son Camiseta, bebida, zapatilla, comunicación, aseguradora, supermercado, vehículo, banco, alimento, y entidad Estatal.

### **1.7. Competencia**

En Cali hay una empresa que tiene el 90 % del mercado de las carreras atléticas, su nombre es Juancho Correlón, una organización privada, sin ánimo de lucro, dedicada a promover el deporte enfocándose fundamentalmente en la práctica de la carrera a pie y en bicicleta que se lleva a cabo en las calles, parques y en los campos alrededor de las ciudades.

El calendario de carreras de esta empresa inicia en el mes de marzo con la 10k Verde y termina con los Gladiadores Urbanos en el mes de diciembre. A continuación un listado de carreras que organizará Juancho Correlón en 2016

- 10K Verde Marzo/05/17
- La Cantera XTC Abril/17/16
- Media Maratón Cali Mayo /29/16
- La Híbrida Julio/17/16
- La Ruta del Azúcar Agosto /14/16
- 10K de La Luz Octubre/23/16
- Epic Farallones Noviembre/20/16
- Gladiadores Urbanos Diciembre/04/16

Estas carreras, que tiene un aproximado de 5000 participantes, excepto la Media Maratón que reúne 12000 almas, tienen un costo de inscripción por persona entre los 40.000 y los 80.000 pesos.

Otras de las carreras que hacen parte de calendario atlético deportivo de Cali, es la Carrera de la Mujer, la cual organiza la empresa Ergofitness. Esta carrera que se realizará 24 de abril del 2016, reunió el año pasado 7000 participantes, los cuales pagaron una inscripción entre 40.000 y 60.000 pesos.

Lo particular de esta competencia, que se realiza en todo el país, es que tiene muy bien definido su público objetivo, ya que todos los participantes deben ser mujeres. Esta carrera hace parte del calendario internacional atlético de Colombia.

Por otro lado, la empresa Acam realizó el pasado 20 de marzo, la carrera de aventura Pacific Trail, la cual tuvo aproximadamente 3000 participantes, quienes decidieron vivir una aventura en los alrededores del Lago Calima. La inscripción a esta competencia está entre los 70.000 y los 178.000 pesos.

Otra de las competencias es la Carrera Internacional Río Cali, la competencia atlética más antigua de la ciudad con más de 20 años en el mercado. Esta competencia, que se realiza en el mes de diciembre, reúne aproximadamente 5000 participantes, que pagan entre 40.000 y 70.000 por la inscripción.

Otros competidores serían las carreras atléticas organizadas por las universidades. Estas competencias, que están ligadas a un componente social o medio ambiental, están dirigida específicamente a los estudiantes que hagan parte de cada organización educativa. Sin embargo, no invita a estudiantes de otras universidades para establecer una unión, lo cual busca la carrera U6K.

Uno de los ejemplos a mencionar es la carrera del Agua 5k, la cual es organizada por Maria Isabel Rivas, quien es una exitosa atleta vallecaucana y a su vez, docente de este ente educativo.

Este año, la carrera que busca la conservación de las fuentes hídricas, se realizará en el Ecoparque Río Pance, el 24 de abril. La inscripción tiene un costo de 25 mil pesos, dinero que se utilizará para financiar la actividad y realizar un aporte a esta zona de la ciudad.

Examinando el panorama de las diferentes carreras que se realizan en Cali, las cuales serían la competencia de este proyecto, se pudo establecer por medio de la investigación, que ninguna tiene el mismo objetivo de la carrera U6K: unir a la comunidad universitaria de la capital de Valle del Cauca. De igual manera, se estableció que a pesar de que existan carreras enfocadas hacia los universitarios- como las que organiza cada ente de educación superior- , ninguna comprende involucrar a toda la comunidad universitaria desde estudiantes, docentes y personal administrativo, para realizar una sinergia con otras organizaciones educativas, lo cual es el plus de la Carrera U6K.

### **Debilidades y Fortalezas**

#### **Fortalezas:**

**Temática y público:** La principal fortaleza de este proyecto es el público objetivo, ya que la comunidad caleña en general está adoptando en gran medida la cultura de participar en las diferentes carreras atléticas que se desarrollan en Cali. Sin embargo hasta la fecha, ninguna de estos eventos atléticos se ha centrado específicamente en este tipo de público (comunidad universitaria). Se tendrá más poder de convocatoria uniendo la carrera a una causa social (donación de sangre o libros) y realizando foros previos con temas de interés general como la movilidad, los animales y el medio ambiente. Por esta razón, se puede afirmar que la U6K es un proyecto diferente a todos los demás.

**Fecha:** Es una gran oportunidad para que las universidades y los mandatarios locales (Alcalde y Concejo) decreten la celebración del día Cali Universitaria y se institucionalice la realización de la U6K como acto central, para lo cual se realizará el trabajo de lobby con los entes involucrados. La propuesta es que sea anualmente el tercer sábado de marzo. Adicional a ello, en ese mes no se

realiza en la ciudad ninguna competencia de atletismo aficionado de importancia. Asimismo se ha tenido en cuenta que en septiembre hay actividad académica normal.

**Respaldo con experiencia:** Una de las principales fortalezas de este proyecto es el apoyo del presidente de la Federación Colombiana de Atletismo, Ramiro Varela, quien ha dedicado los últimos 25 años a organizar y promover eventos de esta índole. Él es el gestor de la idea principal de la U6K y director de logística de la carrera.

**Lugar estratégico:** La cercanía geográfica de las universidades ubicadas al sur de Cali permite que en el recorrido se pase o ingrese por 5 de las 6 universidades participantes en este evento, saliendo desde la Universidad del Valle hasta llegar a la Universidad San Buenaventura.

**Medios de comunicación:** La empresa GrUUpo C y su Proyecto U, tienen como objetivo en materia de comunicación, crear los siguientes medios de que publiquen y difundan los temas de interés para toda la comunidad universitaria:

Una cuenta en Twitter e Instagram, página en Facebook, sitio web como metas a corto plazo. Y a futuro, programa de radio virtual, programa de televisión en canal YouTube, revista o publicación digital e impresa. Por todos estos canales se promocionará la U6K.

Por otro lado, se buscará alianza con los medios regionales de televisión, prensa escrita, radio, web y revistas como El Noticiero 90 Minutos, Javeriana Stereo, Diario El País, Canal Caracol, Diario ADN, RCN RADIO, Caracol Radio, entre otros, aprovechando las conexiones de los estudiantes de la Maestría en Periodismo de la Universidad Icesi, los cuales en su mayoría, laboran en los diferentes medios de comunicación de la ciudad.

**Debilidades:**

**Aval de las universidades:** La aprobación del proyecto por parte de las seis universidades escogidas para este proyecto, será uno de los puntos en los que se intervendrá con más cautela, ya

que los rectores de estos entes educativos tendrán que dar el aval y el apoyo para que su comunidad participe.

## **1.8. Plan de Mercadeo**

### **Estrategias de mercadeo y plan de ventas**

Los tres tipos de clientes identificados (comunidad universitaria, patrocinadores y entidades gubernamentales) tendrán un enfoque diferenciado a la hora de llegarles con la información del producto U6K. Eso sí, las estrategias de mercadeo y comercialización estarán conectadas intrínsecamente.

### **Mercadeo**

Proyecto U estará enfocado en cautivar a la comunidad universitaria de la ciudad de Cali. Pretende liderar procesos y eventos de índole académico, cultural y deportivo. El primer gran reto es organizar la carrera atlética U6K, los foros y actividades complementarias.

En alianza con 6 universidades realizar foros con temas de interés de ciudad, y prioritarios para quienes viven, estudian y trabajan en el sur de Cali, que podrán ser espacios para difundir la carrera.

La conservación del medio ambiente, protección animal, espacio y servicios públicos, movilidad, y desempleo.

La meta inmediata es convertir a Proyecto U como referente de la actualidad universitaria en Cali. Conocer y ayudar a divulgar por redes sociales y canales propios de comunicación lo que esté pasando con las diferentes actividades realizadas por las universidades de Cali. De esta manera ir conquistando seguidores y con ellos crear la expectativa y promoción de la U6K.

En Twitter, Facebook, Instagram y en el propio sitio web se difundirá la campaña promocional de la carrera. En cada una de las 6 universidades aliadas se contará con al menos tres estudiantes o egresados encargados de motivar de mantener contacto con quienes cada claustro designe para ser parte de la logística del evento.

También, se utilizarán los medios tradicionales de comunicación: la televisión, la radio y la prensa escrita para llegarle a más público de ciudad que esté interesado en participar o en convertirse en espectador de esta carrera. Del mismo modo la distribución de afiches y volantes hará parte de la estrategia de mercadeo.

### **Comercialización**

La estrategia de mercadeo se enfocará principalmente en motivar al público objetivo: la comunidad universitaria (estudiantes, empleados, directivos, docentes y egresados). La meta es lograr la participación activa en carrera de 5.000 personas y pasivamente (espectadores y asistentes a las tarimas artísticas) de otras 500.

Como consecuencia de lo anterior la carrera se convertirá en una oportunidad de inversión publicitaria para empresas colombianas o multinacionales que quieran ofrecer sus productos o servicios a una población que oscila entre los 16 y los 45 años de edad. Garantizarle a los posibles patrocinadores que el evento sea transmitido por televisión, permitirá adicionar un atractivo fuerte para mostrar su marca. Las opciones de televisación se pueden manejar con Telepacífico, Win Sports, Señal Colombia, UVTV o Claro Sports.

La organización de la carrera y su área comercial buscarán simultáneamente el patrocinio de empresas que tradicionalmente apoyan el deporte y de las que estén incursionando en el mercado del País o la Región. Para el primer caso podemos citar a empresas como: Postobón, Claro, Porvenir, y Gatorade, entre otros. Para el segundo ejemplo, es válido mencionar empresas que quieren conquistar el mercado del sur occidente colombiano como la empresa de telecomunicaciones ETB, o el nacional como la compañía de celulares Huawei o la de motos Hero, que el año pasado inauguró planta en Villarica, Cauca.



El sentimiento vallecaucano será puesto a prueba cuando se toquen las puertas de las empresas asentadas en el Valle del Cauca. Aquí tienen sus orígenes clientes potenciales como: Carvajal, JGB (Tarrito Rojo), Harinera del Valle (Pastas la Muñeca) Águila Roja, Tecnoquímicas, Manuelita, Colombina, Manitoba, Belleza Express y Rosquilla Caleñas, por mencionar algunas.

Varios pueden ser los grandes patrocinadores del evento, la meta económica es vender el primer año cuatrocientos millones de pesos (\$ 4000.000.000).

- a) Banco oficial
- b) Entidad aseguradora, pensiones, cesantías
- c) Bebida oficial
- d) Camiseta oficial
- e) Zapatilla oficial
- f) Cadena de supermercado
- g) Operador de telefonía
- h) Operador de energía
- i) Operador de medioambiente
- j) Carro oficial ( aportará el carro a sortear)

Los patrocinadores no solo podrán mostrar su marca durante la carrera, el paquete incluye presencia en las redes sociales que promocionarán el evento.

### **1.9. Estrategia de precio**

El valor a pagar por cada participante será de veinte mil pesos (\$ 20.000), con lo cual tendrá derecho a kit, el cual está compuesto por una camiseta, un número de carrera, un termo plástico y algunos flayers de los patrocinadores.

## 2. Análisis técnico

- **Tipo de carrera:** Carrera urbana recreativa

- **Nombre de la carrera:** Carrera U6K

• **Ubicación:** La carrera saldrá de la Universidad del Valle, recorrerá la avenida Panamericana, hasta la Universidad Autónoma; después se desviará a la Avenida Cañasgordas, hasta la Universidad Icesi, para posteriormente subir por la vía a la Vorágine, hasta la Universidad San Buenaventura, lugar donde terminará la carrera.

- **Fecha tentativa:** Marzo 18 del 2017

- **Hora de iniciación de la actividad:** 7:30 a.m.

- **Distancia del recorrido:** 5,9 kilómetros

- **Estimado de participantes:** 5000 participantes

• **Categorías:** No habrá categorías, lo único que diferenciará a los participantes será el distintivo en su camiseta de cada universidad.

- **Costo inscripción de la carrera:** 20. 000 pesos

- **Patrocinios:** Pendiente

### 2.1 Logística de la carrera

a) Cronograma de Implementación (Se podrá encontrar en el Anexo 3)

b) Medición y Certificación de la ruta

En el gráfico podrá encontrar la medición de la carrera (mapa)



## **b) Preparación y entrega de Kits**

- Se realizará una feria de mercadeo un día antes de la carrera en el campus de la Universidad del Valle. Allí los patrocinadores tendrán stands para exponer sus productos, mientras los participantes recogerán sus kits de carrera.

- También en la zona de meta, hasta una hora antes de iniciar la carrera, en la cual se entregarán paquetes para los competidores, incluyendo:

- Números
- Seguros
- Camiseta
- Bolsa para kit
- Regalos de patrocinador

## **2.2 Recursos materiales para la carrera**

### **a) SALIDA-META**

- Vallas de contención
- Arcos de Salida y Meta
- Carpas
- Tarima
- Montaje de publicidad de patrocinadores

**b) Equipo de sonido y locutores especializados para eventos atléticos**

**c) Abastecimientos en ruta y meta (Agua cada 2.0 Km y de bebida Isotónica cada 5kms)**

**d) Renta de Planta de Luz**

**e) Equipo móvil de comunicación**

**f) Señalización de kilómetros**

- g) Camioneta de seguridad (barredora)
- h) Banderas para tránsito
- i) Sanitarios móviles
- j) Mesas y Sillas
- k) Guardarropa
- l) Paquete de recuperación (Agua o bebida deportiva, Naranjas, Barras, bananos)
- m) Fotografía a los participantes

#### **Recursos humanos para el circuito**

- Personal de STAFF
- Personal para Guardarropa
- Voluntarios

#### **Durante la carrera**

- a) Captura de fichas de inscripción
- b) Un cronometro digital gigante
- c) Cronometraje de salida y meta de los participantes
- d) Jueces manuales, para verificar, respaldo.
- e) Listado de resultados inmediato para prensa, premiación y competidores
- f) Memoria de resultados
- g) Premios

#### **Después del evento**

- a) Posibilidad de imprimir resultados (certificados de tiempo) vía Internet
- b) Limpieza de los lugares por los cuales pasó la carrera.
- c) Publicación de resultados por Internet

d) Encuesta de Servicio de Calidad vía internet

**Anotación:** Las universidades que tendrán actividades complementarias el día de la carrera U6K se encargarán de determinar internamente la logística de lo que vayan a realizar. Esto no será responsabilidad de GrUUpo C.

### **2.3 Lista de proveedores**

- Asicol (Baños portátiles) teléfono 310309909120
- Ofimax Centro Gráfico (Papelería, publicidad y cronómetro) teléfono: 310 288 1682
- Postobón (Agua Cristal) teléfono: 0180005159 59
- Faby Sport (Implementos deportivos) teléfono: 8835646
- Mercado Libre (Equipos de Oficina) página web: [www.mercadolibre.com](http://www.mercadolibre.com)
- Aerofiguras (Arcos de salida y meta) teléfono: 313 646197
- Alquiler de sonido Milton teléfono: 3013472985
- Alquiler de Tarimas Diego teléfono: 3188123776
- Alquiler de vallas Olga Marceloren teléfono 3137118179
- Promoambiental (Empresa de limpieza de calles) Teléfono: 4877070
- Ambulancias Servicio Vital (Servicio de ambulancia Línea Vital)

[Coordinacióntrasladosvc@yahoo.com](mailto:Coordinacióntrasladosvc@yahoo.com) Teléfono: 5249293

- CT y M Caucana de Trofeos y Medallas Teléfono (2) 3250887

### **2.4 Sistemas de control**

A cada participante se le realizará un registro de sus datos personales en los que se destacan su nombre completo, RH, números de contacto, EPS. Además deberá firmar un formulario de términos de participación en la carrera, en el que el participante deberá confirmar que su asistencia

a la U6K es forma libre y voluntaria. Igualmente, que está en perfectas condiciones físicas y de salud, así como que realizó un adecuadamente entrenado y preparado para participar en la misma y que estoy afiliado al régimen de salud prestado por la EPS.

- De igual manera, en este documento se especifica que la U6K no es responsable de lesiones, caídas, accidentes, daños físicos, daños psíquicos, daños morales, enfermedades generales y de enfermedades de tipo cardiaco. Ver documento en el anexo 4.
- Por otro lado, el evento se compromete a tener un dispositivo adecuado de atención médica, en cumplimiento de los parámetros exigidos por las autoridades distritales, conformado por dos puntos fijos de atención, con dos ambulancias medicalizadas, en la zona de concentración, puntos fijos de atención, con ambulancias medicalizadas cada 2 kilómetros y brigadas móviles de atención en los kilómetros intermedios. Todos con el equipo exigido para este tipo de eventos y bajo la revisión de la Secretaría de Salud.
- En caso de emergencia, las autoridades de Policía de Tránsito o de Secretaría de Movilidad podrán detener el tránsito de los competidores en cualquier punto del recorrido para dar paso vehicular.
- Los organizadores de la U6K podrán suspender la carrera por cuestiones de seguridad climática, seguridad pública, actos públicos, vandalismo y/o razones de fuerza mayor.
- El tiempo de esta carrera se podrá verificar en el cronómetro de salida y meta, al igual del registro que realicen los jueces de manera manual.

### **3. Análisis Administrativo**

Es un grupo multidisciplinario que representa a cada grupo universitario con fortalezas en la comunicación para maximizar los vínculos y resultados negociables de los eventos, la carrera, foros y actividades simbólicas.

GrUUpo C SAS se constituirá según el régimen de Sociedad por Acciones Simplificada. Esta sociedad estará compuesta por seis socios gestores: dos de ellos, Diego Sinisterra y Diana Carolina Hernández, quienes ejercerán las funciones de Gerente General y Secretario General, respectivamente. Ramiro Varela, quien será el Director Operativo y Logístico. Diego Guzmán será el Director Comunicación y Marketing. Sandra Ruiz se encargará de la dirección administrativa y financiera. Camilo Osorio el Director de Innovación Social

Los socios gestores de Grupo C, que organizará la carrera U6K, aportarán cada uno el 16,6% del capital inicial de la empresa y estarán vinculados laboralmente a la empresa, entregándole sus conocimientos en los diferentes campos.

La figura 5 presenta el organigrama de Grupo C. La junta directiva estará compuesta por los seis socios y sus funciones básicas serán la definición de metas y estrategias para la organización.

#### **3.1 Datos y experiencia del personal administrativo**

**Ramiro Varela Marmolejo:** Dirigente deportivo internacional, experto en planeación y ejecución de proyectos urbanos. Posee estudios como ingeniero Civil y un magister en Administración de Empresas en la Univalle.

Actualmente es el Vicepresidente de la Confederación Suramericana de Atletismo y Presidente de la Federación Colombiana de Atletismo. En sus cargos de importancia están el de director general del Mundial de atletismo de menores de la IAAF Cali 2015, al igual que el de gestor y director de CALIESCRIBE.COM, única revista digital en Colombia en temas de ciudad, con 238 ediciones en



5 años de existencia y el de director de la Carrera Atlética Internacional RIO CALI durante 22 años.

**Sandra Suárez Álvarez** es una contadora pública graduada de la universidad Santiago de Cali en 1995. Igualmente, posee una especialización en Gerencia Financiera (2001) en el mismo ente educativo.

En su experiencia laboral se destaca el cargo como financiera de la empresa Simit de Occidente; también el de contadora en Instaltec Ltda y en Ingear Sas. Asimismo, en la Plaza De Toros De Cali S.A. se desempeñó como jefe de taquillas.

**Diana Carolina Hernández Ramírez** es una periodista graduada de la Universidad Autónoma de Occidente en octubre del 2013 y actualmente es estudiante de la Maestría en Periodismo en la Universidad Icesi de Cali.

En su experiencia profesional se destaca el cargo como reportera del Diario El País en la sección de deportes. También, su experiencia en el grupo de Investigación en Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Autónoma de Occidente donde se desempeñó como sembrera investigadora y guía formativa de comunidades en riesgo.

**Diego Guzmán** es un comunicador para la publicidad graduado de la Universidad Santiago de Cali con una maestría en Educación Superior en el mismo ente educativo. También se destaca en su hoja de vida un master en escritura publicitaria en el Instituto Europeo di Desing en Roma, Italia.

En su experiencia laboral se destaca cargo como director del programa de Publicidad en la Universidad Santiago de Cali, ente donde también fue docente. Por otro lado, en España se desempeñó como coordinador del proyecto Iveco Quality.

**Diego Sinisterra Buitrago**, fotógrafo Profesional del New York Institute, Comunicador Social con énfasis en Producción Audiovisual de la Universidad Santiago de Cali y actualmente, estudiante de la Maestría en Periodismo de la Universidad Icesi de Cali.

En su experiencia laboral se destaca su cargo como reportero gráfico de la Alcaldía de Cali, al igual que el desempeñó como docente de fotografía en el Diplomado de Producción Audiovisual de la Academia de Dibujo Profesional.

### **3.2 Funciones:**

**Gerente General:** Sus funciones serán ejecutar las disposiciones trazadas por la Junta Directiva. Orientar estratégicamente la gestión de Grupo C y ejercer la representación administrativa, comercial, jurídica y financiera. También tendrá que definir las políticas y directrices generales para la administración del Talento Humano y los recursos económicos y financieros, técnicos y tecnológicos, asegurando su utilización en condiciones de costo, beneficio, oportunidad y productividad, todo ello con el propósito de lograr resultados coherentes con el direccionamiento estratégico y objetivos corporativos.

**Secretaría General: Se encarga de** la conservación y custodia de la memoria institucional, la certificación y difusión de información y asesorar en las actuaciones jurídicas de la empresa Grupo C.

**Director de Marketing y Comunicación:** Sus funciones son fortalecer la presencia y activa participación de la empresa en el mercado, mediante una adecuada y oportuna gestión comercial, orientada al desarrollo de nuevos negocios a nivel local, departamental, nacional e internacional. Para lograr este propósito, es fundamental el diseño, planeación, dirección, ejecución y control de las políticas, planes y proyectos relacionados con la gestión de mercadeo.

En sus funciones también se destaca el diseñar, ejecutar y hacer seguimiento al Plan de Comunicaciones (Comunicaciones internas y externas, Publicidad y Relaciones Públicas), de

acuerdo con la política de comunicaciones establecida por la Gerencia General y los lineamientos del Plan Estratégico de Grupo C.

**Director de Logística:** Sus funciones son planear, organizar, ejecutar y controlar los recursos económicos, técnicos, tecnológicos, bienes y servicios y talento humano necesarios para la operación logística de los eventos, con el fin de garantizar la satisfacción del cliente.

**Director Financiero y Administrativo:** Sus funciones son diseñar, planear, dirigir, ejecutar y coordinar la política, planes y proyectos relacionados con la gestión administrativa y financiera de GrUUpo C, para garantizar el logro de los objetivos corporativos, siguiendo las estrategias definidas por la Gerencia General.

**Director de Innovación Social:** Entre sus funciones está el ser el líder social, empresarial y público de los proyectos, los cuales deberán estar enfocados en la intervención y la transformación social.

**Contador:** será contratado por honorarios y laborará cada 15 días (dos veces al mes) y sus funciones serán: el manejo contable y la actualización de políticas tributarias y fiscales.

### 3.3 Organigrama

Figura 5 Organigrama de la empresa GrUUpo C



Crédito: Mapa Google y elaboración propia

### **3.4 Tipo de contratación**

Las personas que hagan parte de la Junta Directiva de GrUUpo C y que tengan algún cargo administrativo se les realizarán un contrato a término indefinido, en el cual el empleado gozará de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley.

Por otro lado, las personas que laboren con GrUUpo C durante la realización de la carrera, se les realizará un contrato por prestación de servicios, el cual se celebra de manera bilateral entre una empresa y una persona (natural o jurídica) especializada en alguna labor específica. La remuneración se acuerda entre las partes y no genera relación laboral ni obliga a la organización a pagar prestaciones sociales.

### **3.5 Organizaciones de apoyo**

En esta empresa también tendrán vinculación personal de apoyo entre los que se destacan: La Policía Nacional, Bomberos de Cali, Secretaría de Tránsito y Secretaría de Gobierno, entidades públicas que velan por el óptimo desarrollo de la carrera atlética. Estos entes no cobran sus servicios, ya que su objetivo es que los competidores estén sanos.

A continuación las funciones de las organizaciones de apoyo en la carrera:

**La Policía Nacional:** Velarán por la seguridad y orden de la carrera. Además de que apoyarán a los organizadores y otros entes en caso de una emergencia.

**Bomberos de Cali:** Entidad de apoyo en caso de una emergencia.

**Secretaría de Tránsito:** Esta entidad dará el aval para la realización de la carrera, en cuanto al recorrido. Además podrá a la disposición de la carrera personal (agentes de tránsito) para ayudar en cerramiento, cierre de vías y del desvío de automóviles.

**Secretaría de Gobierno:** Entidad del gobierno municipal que da el aval para la realización de la carrera.

#### **4. Análisis legal**

##### **4.1 Proceso de constitución de empresa S.A.S**

Se constituirá legalmente como empresa de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), conforme a la ley 1258 del 2008. (Congreso de la República, 2008) El registro de constitución de la empresa, se efectuará ante la Cámara de Comercio de la ciudad de Cali, en la tercera semana de enero del año 2015, y según procedimiento establecido en la ley 223 de 1995, con un capital inicial aproximado de ciento cuarenta millones de pesos. (Congreso de la República, 1995)

##### **4.2 Trámites de permisos**

La Secretaría de Gobierno de Santiago de Cali es el ente que brindará el aval para la realización de la carrera U6K, por esta razón, 15 días antes (hábiles) de la realización de la actividad se tendrán que gestionar la viabilidad con los siguientes entes públicos:

- **Trámites ante la Secretaría de Tránsito:** Para gestionar el permiso a este ente público se tendrá que enviar un documento radicado en el que se especifique que se busca la viabilidad de la movilidad de esta carrera atlética. En este documento se tendrá que informar el día, la hora, el número de participantes, el recorrido, las zonas de descanso (salida y meta), los parqueaderos, las vías de acceso de los participantes para llegar a la salida de la carretera y todo lo que pueda generar algún tipo de conflicto de movilidad. El permiso no tiene ningún costo y se gestiona mínimo con 15 días de anticipación a la fecha de la carrera.

Según Wilmer Tabares, jefe de prensa de esta secretaría, la carrera deberá programarse para un día domingo (en horas de la mañana o la noche), ya que de lunes a sábado es poco probable que se acepte la solicitud, ya que son días en los que transitan muchos vehículos en la ciudad.

- **Policía Metropolitana de Cali:** Para gestionar el permiso ante la Policía se tendrá que enviar un documento radicado en el que se especifique que se busca la viabilidad de esta carrera atlética en la parte de seguridad. En este documento se tendrá que detallar el día, la hora, el número de participantes, el recorrido, las zonas de descanso (salida y meta), los parqueaderos, las vías de acceso de los participantes para llegar a la salida de la carretera, para que la entidad envíe a auxiliares para que estén acompañando a los participantes durante el recorrido.

- **Secretaría para la Gestión del Riesgo de Emergencias y Desastres:** Para gestionar el permiso ante este ente público se tendrá que enviar un documento radicado en el que se especifique que se busca la viabilidad de esta carrera atlética en la respuesta a emergencias, calamidad pública y retorno a la normalidad.

- **Sayco Acinpro:** Para gestionar el permiso ante este ente público se tendrá que enviar un documento radicado si durante algún tramo del recorrido se emitirá algún tipo de música. En la solicitud se tendrá que especificar cuáles serán las canciones que reproducirán durante la carrera.

## 5. Análisis social

El efecto positivo de la carrera atlética U6K en la sociedad está transversalmente en este proyecto, ya que su misión principal es unir a la comunidad universitaria de la ciudad de Cali, en la cual se han creado unos imaginarios que afectan la buena relación entre estudiantes, profesores y personal administrativos de los diferentes entes de educación superior en Cali.

La realización de esta carrera también contribuye socialmente con la generación de empleo, la recreación y unión de la comunidad universitaria y su entorno.

Con las actividades previas a la carrera, entre las que se destacan los foros en los que se tratarán temas sociales, se busca romper las barreras que se han creado entre las universidades de Cali e

intentar evidenciar que comparten intereses, gustos y motivaciones, así al final demostrarles que no son tan diferentes como pensaban.

## **6. Análisis ambiental**

La realización de la Carrera U6K no producirá ningún riesgo de contaminación del medio ambiente de Cali. Lo único que puede llegar afectar durante la realización de la carrera es la producción de basuras durante el recorrido, ya que los competidores podrán botar bolsas de agua, tarros plásticos u otros elementos que pueden generar mala higiene a la ciudad. Sin embargo, GrUUpo C instalará botes en los 6 kilómetros del recorrido, además de la salida y la meta, para que los participantes inserten ahí su basura. De igual manera, al final de la carrera se realizará una limpieza total del recorrido, ya que es uno de los acuerdos pactados con la secretaría de Gobierno para que brinden el aval para la realización de la actividad atlética.

Otro de los aportes de la carrera U6K al medio ambiente de la ciudad son las actividades que estarán ligadas al foro ambiental que tendrá que organizar una de las seis universidades que participará activamente en la carrera. Dependiendo la temática específica, se podrá limpiar la rivera de alguno de los siete ríos de la ciudad, de igual manera limpiar tres de los sitios más significativos de la ciudad o se podrá realizar una campaña de concientización con la comunidad caleña para que adopten hábitos de reciclaje de basuras.

## **7. Análisis de valores personales**

A continuación las apreciaciones personales de los socios de la empresa GrUUpo C sobre las motivaciones para participar en la creación de este negocio. Con esto se busca analizar la posición personal del grupo empresarial en aspectos éticos, morales y gustos sobre las actividades que se ejercerán en la empresa. Las respuestas de cada socio las podrá encontrarla en el anexo 5.

Las preguntas formuladas a los socios fueron las siguientes:

1. ¿Se ajusta o no la empresa a la escala de valores éticos y morales del grupo empresarial
2. ¿Puede la empresa tener rechazo de la comunidad por contrariar valores éticos y/o morales de la comunidad?
3. ¿Afectará la empresa su imagen comunitaria?
4. Dificultades familiares asociada con la marcha de la empresa.
5. Posibles incompatibilidades con los socios
6. Posibles acciones de conflicto de interés
7. Limitaciones personales que le imponen los socios de la empresa
8. ¿Puede la empresa afectar su situación tributaria personal?
9. Efectos de la empresa sobre otras empresas
10. Efectos de la empresa sobre situaciones personales y profesionales.



## 8. Análisis Económico

ITEM	Tabla 1. Presupuesto												Total	Total	Total	Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2.017	2.018	2019	2020
<b>Patrocinios</b>																
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	400.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	400.000.000	412.000.000	509.232.000	629.410.752
Ingresos por ventas de Contado	24.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18.000.000	18.540.000	22.915.440	28.323.484
Recuperación de Cartera	0	0	400.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	400.000.000	412.000.000	466.796.000	619.395.856
Ingresos Efectivos	24.000.000	0	400.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	418.000.000	430.540.000	489.711.440	647.719.340
Cuentas por Cobrar	400.000.000	400.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42.436.000	52.450.896
<b>Inscripciones</b>																
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	0	20.000.000	80.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100.000.000	103.000.000	127.308.000	157.352.688
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos por ventas de Contado	0	20.000.000	80.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100.000.000	103.000.000	127.308.000	157.352.688
Recuperación de Cartera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos Efectivos	0	20.000.000	80.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100.000.000	103.000.000	127.308.000	157.352.688
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTALES</b>																
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	0	20.000.000	80.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100.000.000	103.000.000	127.308.000	157.352.688
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	400.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	400.000.000	412.000.000	509.232.000	629.410.752
Ingresos por ventas de Contado	24.000.000	20.000.000	80.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	118.000.000	121.540.000	150.223.440	185.676.172
Recuperación de Cartera	0	0	400.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	400.000.000	412.000.000	466.796.000	619.395.856
Ingresos Efectivos	24.000.000	20.000.000	480.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	518.000.000	533.540.000	617.019.440	805.072.028
Cuentas por Cobrar	400.000.000	400.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42.436.000	52.450.896

### **Análisis de ingresos:**

Los ingresos económicos, para que el plan de negocios de la carrera U6K produzca las ganancias esperadas, se concentran básicamente en el aporte de los participantes y lo pagado por los patrocinadores. En la medida en que se logre convocar gran cantidad de corredores y se dé la difusión en medios, incluyendo la transmisión de televisión, las empresas interesadas en pautar verán lo atractivo del evento para dar a conocer su marca, producto o servicio.

Lograr ingresos en el primer año del orden de quinientos millones (\$ 500.000.000) permitirá a la empresa GrUUpo C consolidar su campo de acción en las universidades (Proyecto U) a través de la carrera atlética U6K.

### **8.2 Presupuesto de inversión**

**Tabla 2. Técnico activos**

Presupuesto de inversiones	Año 0		
	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
Inversión depreciable			
Télefono	1	179.000	179.000
Mesa Plegable	1	119.000	119.000
Pistolas de arranque	1	210.000	210.000
<b>Total activos depreciables a 1 año</b>			<b>508.000</b>
Portatiles	4	700.000	2.800.000
Impresora y fotocopiadora	1	680.000	680.000
<b>Total activos depreciables a 3 años</b>			<b>3.480.000</b>

Arco de Salida	2	2.800.000	5.600.000
<b>Total activos depreciables a 5 años</b>			<b>5.600.000</b>
<b>Total activos depreciables a 10 años</b>			<b>0</b>
<b>Total inversión amortizable a 3 años</b>			<b>0</b>
<b>Total inversión en activos</b>			<b>9.588.000</b>

### Análisis de inversión

Con una inversión cercana a los diez millones de pesos (\$ 10.000.000) la carrera U6K podrá iniciar actividades previas al evento. Los activos depreciables a 5 años son del orden de los cinco millones seiscientos mil pesos (\$ 5.600.00). Este modelo de negocio permite generar bajas inversiones, ya que mucho corresponde al momento particular de la carrera, lo cuál puede ser soportado por los ingresos generados por los patrocinadores.

### 8.3 Técnico Gastos

**Tabla 3. Gastos técnicos**

<b>GASTOS</b>					
<b>Gastos preoperativos (diferidos)</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
Gastos de Constitución	450.000				
Desarrollo web	4.000.000				
<b>Total gastos preoperativos</b>	<b>4.450.000</b>				
<b>Total inversión</b>	<b>14.038.000</b>	0	0	0	0
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>MES</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
Personal de Apoyo	0	1.500.000	1.560.000	1.622.400	1.687.296
Fotografo	0	3.000.000	3.120.000	3.244.800	3.374.592

Guardaropa	0	30.000	31.200	32.448	33.746
Jueces	0	600.000	624.000	648.960	674.918
Asistente Comunicaciones	0	50.000	52.000	54.080	56.243
Locutor Especializado	0	300.000	312.000	324.480	337.459
Social Media	250.000	1.500.000	1.560.000	1.622.400	1.687.296
Tula deportiva	0	60.000.000	62.400.000	64.896.000	67.491.840
Camisetas	0	60.000.000	62.400.000	64.896.000	67.491.840
Medallas	0	12.000.000	12.480.000	12.979.200	13.498.368
Números dorsales	0	5.000.000	5.200.000	5.408.000	5.624.320
Podio		100.000	104.000	108.160	112.486
Cronometro		2.560.000	2.662.400	2.768.896	2.879.652
Agua		450.000	468.000	486.720	506.189
Vallas		1.750.000	1.820.000	1.892.800	1.968.512
Personal y transporte		500.000	520.000	540.800	562.432
Tarimas		1.750.000	1.820.000	1.892.800	1.968.512
Sonido		11.000.000	11.440.000	11.897.600	12.373.504
Señalamiento de KM		250.000	260.000	270.400	281.216
Limpieza de Calles		3.000.000	3.120.000	3.244.800	3.374.592
Cañon de Confeti		500.000	520.000	540.800	562.432
Rueda de Prensa y cobertura medios		3.000.000	3.120.000	3.244.800	3.374.592
Feria Comercial		5.000.000	5.200.000	5.408.000	5.624.320
Ambulancias		800.000	824.000	848.720	874.182
Impuestos Locales	0	6.325.000	6.514.750	8.052.231	9.952.558
Registro Mercantil	0	0	450.000	500.000	600.000
Depreciación Equipos	0	1.120.000	1.120.000	1.120.000	1.120.000
<b>Total gastos de operación</b>		<b>182.085.000</b>	<b>189.702.350</b>	<b>198.546.295</b>	<b>208.093.097</b>
<b>Gastos de operación fijos</b>		<b>175.760.000</b>	<b>182.737.600</b>	<b>189.994.064</b>	<b>197.540.539</b>
<b>Gastos de operación variables</b>		<b>6.325.000</b>	<b>6.964.750</b>	<b>8.552.231</b>	<b>10.552.558</b>

### **Análisis de gastos**

Comparando el cuadro de gastos versus el de ingresos, concluimos que el negocio de la carrera U6K dará ganancias por encima del 100% en su primer año. Los gastos de operación en cifras redondas son ciento ochenta y tres millones (\$ 183.000.000), mientras los ingresos estimados para la primera carrera (marzo de 2017) son de cuatrocientos ochenta millones de pesos (\$ 480.000.000). Muchos de estos gastos pueden verse disminuidos en operación real, si los gestores logran obtenerlos por canjes o patrocinios, sin embargo se incluyen como fijos, de tal forma de incluir unas metas de ingreso que permitan el sostenimiento operativo de la carrera.

El equipo organizador de la carrera cobrará sus honorarios una vez se hagan efectivas las facturas y recaudo de ingreso. Eso significa que con las ganancias obtenidas se podrán los gastos de nómina, a partir del segundo año de operación.

### **8.4 Gastos de Administración y Ventas**

**Tabla 4. Gastos administrativos y ventas**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	<b>MES</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
Gastos de Publicidad		3.850.000	4.004.000	4.164.160	4.330.726
Gastos Papelería	0	290.000	301.600	313.664	326.211
Baños Portátiles	0	1.000.000	1.040.000	1.081.600	1.124.864
Depreciación Muebles y Enseres		1.668.000	1.160.000	1.160.000	0
<b>Total gastos de admon y vtas</b>		<b>6.808.000</b>	<b>6.505.600</b>	<b>6.719.424</b>	<b>5.781.801</b>
<b>Gastos de administrativos fijos</b>		<b>2.958.000</b>	<b>2.501.600</b>	<b>2.555.264</b>	<b>1.451.075</b>
<b>Gastos administrativos variables</b>		<b>3.850.000</b>	<b>4.004.000</b>	<b>4.164.160</b>	<b>4.330.726</b>

Los gastos en publicidad son bajos, ya que mucho de lo que se realiza por este rubro se obtiene por canjes, y por la gestión del grupo empresarial, ya que algunos de ellos se encuentran en el medio periodístico.

## 9. Análisis de Costos

**Tabla 5. Análisis de Costos (Punto de Equilibrio)**

El punto de equilibrio de este proyecto se dará al cierre del año 2017. En este análisis, que se trabajó no en utilidades sino en dinero recaudado, se puede establecer que la carrera U6k es rentable a partir del primer año, por lo cual se puede definir que este es un negocio viable.

Cabe resaltar, que el punto de equilibrio varía en el segundo año, ya que a partir del 2018 ingresan a la nómina el salario de los socios.

### ANALISIS DE COSTOS

<b>Costos/Gastos Fijos</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
Nómina	0	192.439.229	200.136.798	208.142.270
Gastos de operación	175.760.000	182.737.600	189.994.064	197.540.539
Gastos de Administración y ventas	2.958.000	2.501.600	2.555.264	1.451.075
Gastos preoperativos (Diferidos)	4.450.000	0	0	0
<b>Total Costos/Gastos fijos</b>	<b>183.168.000</b>	<b>377.678.429</b>	<b>392.686.126</b>	<b>407.133.884</b>
<b>Costos Variables</b>				
Costos variables (sin impuestos)	0	0	0	0
Gastos de Operación	6.325.000	6.964.750	8.552.231	10.552.558
Gastos de Administración	3.850.000	4.004.000	4.164.160	4.330.726
<b>Total costos variables</b>	<b>10.175.000</b>	<b>10.968.750</b>	<b>12.716.391</b>	<b>14.883.284</b>
<b>Costo total</b>	<b>193.343.000</b>	<b>388.647.179</b>	<b>405.402.517</b>	<b>422.017.168</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>183.168.000</b>	<b>377.678.429</b>	<b>392.686.126</b>	<b>407.133.884</b>
<b>Costos Variables</b>	<b>10.175.000</b>	<b>10.968.750</b>	<b>12.716.391</b>	<b>14.883.284</b>
Inscripciones	100.000.000	103.000.000	127.308.000	157.352.688
Gran patrocinador	100.000.000	103.000.000	127.308.000	157.352.688
Zapatilla oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806

Bebida oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Vehículo oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Camiseta oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Telecomunicación oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Supermercado oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Banco oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Aseguradora oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Alimento oficial	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
Entidad oficial (Gobierno)	30.000.000	30.900.000	38.192.400	47.205.806
<b>Factor K</b>	0,37	0,75	0,63	0,53
<b>Inscripciones</b>	37.394.579	77.179.496	80.138.174	82.996.836
<b>Gran patrocinador</b>	37.394.579	77.179.496	80.138.174	82.996.836
<b>Zapatilla oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Bebida oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Vehículo oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Camiseta oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Telecomunicación oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Supermercado oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Banco oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Aseguradora oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Alimento oficial</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
<b>Entidad oficial (Gobierno)</b>	11.218.373	23.153.848	24.041.452	24.899.050
Colchon de Efectivo	15.264.000	31.473.202	32.723.844	33.927.824

## 10. Análisis Financiero

### 10.1 Flujo de Caja Tabla 6. Flujo de Cala

#### FLUJO DE CAJA

ITEM	Año 0	2.017												Total	Total	Total	Total
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2.017	2.018	2.019	2.020
Caja Inicial	0	45.962.00	69.962.00	89.962.00	390.182.00	390.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	45.962.00	336.182.00	418.735.84	582.549.14
Ingresos Netos		24.000.00	20.000.00	480.000.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	518.000.00	533.540.00	617.019.44	805.072.02
<b>TOTAL DISPONIBLE</b>		69.962.00	89.962.00	569.962.000	390.182.00	390.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	342.182.00	563.962.00	869.722.00	1.035.755.281	1.387.621.175
Inversiones en activos	9.588.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por compra de materia prima o insumos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por nómina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	180.208.829	199.647.582	207.633.485
Egresos por gastos de operación				174.640.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	174.640.000	182.067.600	189.374.064	197.020.539
Egresos por gastos de administración y ventas				5.140.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.140.000	5.345.600	5.559.424	5.781.801
Egresos por gastos preoperativos diferidos	4.450.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos iva	0	0	0	0	0	48.000.000	0	0	0	0	0	0	0	48.000.000	49.440.000	40.738.560	70.722.140
Egresos retefuente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Egresos por gastos financieros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



Egresos por pagos de Capital		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Egresos impuestos locales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.325.000	6.514.750	8.052.231	
Egresos impuesto de renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Egresos impuesto para la equidad CREE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27.599.130	11.371.754	20.802.373	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	14.038.000	0	0	179.780.000	0	48.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	227.780.000	450.986.159	453.206.134	510.012.570
<b>NETO DISPONIBLE</b>	-14.038.000	69.962.000	89.962.000	390.182.000	390.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	336.182.000	418.735.841	582.549.147	877.608.605	
Aporte de Socios	60.000.000														0	0	0	0
Prestamo	0														0	0		
Distribucion de Excedentes															0	0	0	0
<b>CAJA FINAL</b>	45.962.000	69.962.000	89.962.000	390.182.000	390.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	342.182.000	336.182.000	418.735.841	582.549.147	877.608.605	

Dada la naturaleza de este modelo de empresa, se define una necesidad de inversión de \$60'000.000, para tener capital de trabajo, mientras se realiza el recaudo tanto por inscripciones, como por patrocinios. Así mismo, todo el movimiento de dinero se da en los primeros meses de operación, y se generan unos excedentes en caja importantes, que a futuro permitirán el desarrollo de los proyectos que la empresa desea realizar con la comunidad Universitaria, los cuáles no han sido sujetos a este documento de plan de negocio.

## 10.2 Balance General

**Tabla 7. Balance**

Este modelo de empresa, es de liquidez, y con bajas tasas de endeudamiento, como se mencionó anteriormente depende de la capacidad de gestión de los socios.

### BALANCE GENERAL

<b>ACTIVO</b>	<b>Año 0</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Caja y Bancos	45.962.000	336.182.000	418.735.841	582.549.147	877.608.605
Cuentas por Cobrar- Clientes	0	0	0	42.436.000	52.450.896
Anticipo Impuesto a la equidad (CREE)	0	1.500.000	1.545.000	1.909.620	2.360.290
Anticipo Impuesto de Renta (Retefuente)	0	30.000.000	60.900.000	99.092.400	131.852.114
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>45.962.000</b>	<b>366.182.000</b>	<b>479.635.841</b>	<b>724.077.547</b>	<b>1.061.911.615</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Activos depreciables	9.588.000	9.588.000	9.588.000	9.588.000	9.588.000
Depreciación acumulada	0	2.788.000	5.068.000	7.348.000	8.468.000
Activos amortizables	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0
Gastos diferibles	4.450.000	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>14.038.000</b>	<b>6.800.000</b>	<b>4.520.000</b>	<b>2.240.000</b>	<b>1.120.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>60.000.000</b>	<b>372.982.000</b>	<b>484.155.841</b>	<b>726.317.547</b>	<b>1.063.031.615</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>					
<b>PASIVO</b>					
Carga Prestacional por Pagar	0	0	12.230.400	12.719.616	13.228.401
Cuentas por pagar- Proveedores	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta	0	0	0	14.446.093	45.593.284
Impuesto CREE		27.599.130	11.371.754	20.802.373	32.827.165
Impuestos locales por pagar	0	6.325.000	6.514.750	8.052.231	9.952.558
Iva por pagar	0	0	0	20.369.280	25.176.430

Obligaciones financieras	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO</b>	0	33.924.130	30.116.904	76.389.593	126.777.837
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0	279.057.870	394.038.937	589.927.954
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	0	279.057.870	114.981.067	195.889.017	286.325.824
Reserva Legal	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	60.000.000	339.057.870	454.038.937	649.927.954	936.253.778
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>60.000.000</b>	<b>372.982.000</b>	<b>484.155.841</b>	<b>726.317.547</b>	<b>1.063.031.615</b>
Prueba de balance	0	0	0	0	0

#### ESTADO DE RESULTADOS

ITEM	2.017	2.018	2.019	2.020
Ventas netas	500.000.000	515.000.000	636.540.000	786.763.440
Costos variables	0	0	0	0
Costo nomina	0	192.439.229	200.136.798	208.142.270
Gastos de Operación	182.085.000	189.702.350	198.546.295	208.093.097
Gastos de Administración y Ventas	6.808.000	6.505.600	6.719.424	5.781.801
Gastos preoperativos (diferidos)	4.450.000	0	0	0
Gastos financieros	0	0	0	0
<b>Utilidad gravable</b>	<b>306.657.000</b>	<b>126.352.821</b>	<b>231.137.483</b>	<b>364.746.272</b>
Impuesto de Renta	0	0	14.446.093	45.593.284
Impuesto a la Equidad (CREE)	27.599.130	11.371.754	20.802.373	32.827.165
<b>Utilidad neta</b>	<b>279.057.870</b>	<b>114.981.067</b>	<b>195.889.017</b>	<b>286.325.824</b>
Reserva legal	0	0	0	0
<b>Utilidad del periodo</b>	<b>279.057.870</b>	<b>114.981.067</b>	<b>195.889.017</b>	<b>286.325.824</b>

#### ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS

Costos variables	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Costo nomina	0,0%	37,4%	31,4%	26,5%
Gastos de Operación	36,4%	36,8%	31,2%	26,4%
Gastos de Administración y Ventas	1,4%	1,3%	1,1%	0,7%
Gastos preoperativos (diferidos)	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Gastos financieros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Utilidad gravable</b>	<b>61,3%</b>	<b>24,5%</b>	<b>36,3%</b>	<b>46,4%</b>

Impuesto de Renta		0,0%	0,0%	2,3%	5,8%
Impuesto a la Equidad (CREE)		5,5%	2,2%	3,3%	4,2%
<b>Utilidad neta</b>		<b>55,8%</b>	<b>22,3%</b>	<b>30,8%</b>	<b>36,4%</b>
Reserva legal		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Utilidad del periodo</b>		<b>55,8%</b>	<b>22,3%</b>	<b>30,8%</b>	<b>36,4%</b>

### Estado de Resultados

La Tabla 8 muestra el Estado de Resultados de la Carrera U6k de 2017 a 2020. Tomando en consideración las proyecciones de aportes y patrocinios, la nómina que se incluye a partir del segundo año, los gastos para la realización de la carrera, los activos corrientes de la empresa que son necesarios para el óptimo desarrollo de este proyecto, se muestra que desde el primer año recupera la inversión inicial de los socios y además de una rentabilidad en el primer año de 279.057.870 millones de pesos. En el segundo y tercer año esta cifra disminuye, ya que a partir del 2018 se incluye en la nómina los sueldos de los socios, sin prever que en la segunda carrera se espera un mayor número de participantes

### 10.3 Evaluación del Proyecto

**Tabla 8. Flujo de Caja**

	<b>Año 0</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
Utilidad Neta (Utilidad operativa)	0	279.057.870	114.981.067	195.889.017	286.325.824
Total Depreciación	0	5.576.000	4.560.000	4.560.000	2.240.000
Pagos de capital		0	0	0	0
Total Amortización	0	0	0	0	0
EBITDA		284.633.870	119.541.067	200.449.017	288.565.824
1. Flujo de fondos neto del periodo		284.633.870	119.541.067	200.449.017	288.565.824
Inversiones de socios	60.000.000	0	0	0	0
Préstamo	0	0	0	0	0

2. Inversiones netas del periodo	60.000.000	0	0	0	0
3. Liquidación de la empresa					877.608.605
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	-60.000.000	284.633.870	119.541.067	200.449.017	1.166.174.429

<b>Balance de proyecto</b>	-60.000.000	215.033.870	368.980.356	628.466.230	1.895.195.256
<b>Periodo de pago descontado</b>	1,22				
<b>Tasa interna de retorno</b>	435,84%				
<b>Valor presente neto</b>	1.046.699.469				
<b>Tasa mínima de retorno</b>	16,00%				

De acuerdo a la inversión de 60'000.000, y los flujos generados por el proyecto la tasa interna de retorno es de 435%, y el periodo de pago descontado, es decir el retorno de la inversión más el 16% anual esperado, se obtiene en 1,22 años. Así mismo se incluye el supuesto de liquidación del negocio, partiendo de que la carrera tendrá un nombre que junto con los excedentes que deja en caja, generar una valoración de al menos 877'000.000. Este comportamiento se da gracias a la baja inversión y la generación de excedentes gracias al modelo de gestión.

## **11. Análisis de Riesgo**

La propuesta de realizar la carrera atlética U6K es innovadora por el nicho de mercado inexplorado. El riesgo es que los patrocinadores o competidores duden por la inexperiencia es latente. La clave para transmitir confianza es mostrar una propuesta estructurada de comercialización y difusión. Asimismo dejar claro el respaldo organizativo de la Federación Colombiana de Atletismo. La lista de empresas potenciales para entrar a pautar es amplia, con base en el análisis de mercado realizado se concluye que al menos 30 compañías nacionales y extranjeras apoyan el deporte.

### **11.1 Riesgos de Mercado**

Si alguna de las universidades de Cali deciden que la idea de unirse entre sí e interactuar con otros entes educativos es algo en lo que les interese participar podría influir significativamente en el número de atletas a competirán en la carrera U6K. Llegando a este caso, se tendría que realizar mayor publicidad en las demás universidades para que incremente el número de participantes. Además se buscará convocar a los entes técnicos y tecnológicos de la ciudad para que sumen atletas al recorrido.

Otro de los riesgos que podría aparecer es que el Gobierno Municipal decida que este proyecto sea organizado por la secretaría de Deporte de Cali y no por una empresa privada como GrUUpo C, sin embargo, en este caso se buscaría hacer un acuerdo con la Alcaldía, ya que la idea nació de esta empresa, con el objetivo de contribuir con la unión de la comunidad universitaria de la ciudad.

### **11.2 Riesgos Técnicos**

Uno de los principales riesgos es que el día en el que se piensa realizar la carrera sea transversal con la época de parciales de algunos de los entes educativos. Por esta razón, buscaremos acordar previamente con las universidades la fecha de carrera para que no interfiera con el proceso de

evaluación de los estudiantes, personal docente y administrativo, y además, con la presencia de los mismos en la carrera.

De igual manera, otro de los riesgos técnicos que pueden aparecer en el camino es la aparición de alguna ley en la que se regule la realización de las carreras en Cali y en la cual se restrinja algunas de las calles de la ciudad, entre las que se encuentren la avenida Cañasgordas o la Panamericana, en las que hay un gran flujo vehicular, y por las cuales pasará la carrera U6K. Como plan de contingencia, se podría adoptar una nueva ruta céntrica, que incluya la calle 9na y la calle 5ta, un recorrido similar al de la Media Maratón, y además adecuar un amplio lugar, como las canchas panamericanas, para que ahí sea la gran fiesta universitaria y todos los entes educativos y sus comunidades se unan en un solo lugar.

### **11.3 Riesgos Operativos**

Uno de los principales riesgos operativos que se pueden presentar el día de la competencia es el daño de alguno de los elementos necesarios para la realización de la misma. Por ejemplo un daño en el cronómetro de salida, de la pistola de partida o que alguno los chips de carrera no registren el tiempo del participante. En el primer caso se tendrá una persona capaz de solucionar este impase, Además de que se contará con una pistola de salida de repuesto y alrededor de 100 chips extras para reemplazar los defectuosos.

Otro de los riesgos podría estar en el abastecimiento de líquido en las diferentes zonas de hidratación. Por esta razón se realizará un acuerdo con la empresa que suministra el agua para que provea a la carrera con 5000 bolsas de agua de más – aparte de las 10 mil que inicialmente se pidieron- para poder abastecer con más líquido los lugares de hidratación. En concordancia con este acuerdo, en caso de que las bolsas de agua no sean utilizadas, haya la posibilidad de ser devueltas a la empresa que suministró el servicio.

#### **11.4 Riesgos Económicos**

El principal riesgo en el que se puede incurrir es no se cumpla el número de patrocinadores que se necesitan para sostener la carrera atlética. Ya que se tiene la meta de conseguir 11 patrocinadores, de los cuales uno será un gran patrocinador que aporte 100.000.000 de pesos y otros 10 hagan un aporte de 30.000.000 cada uno. De no alcanzarse la meta, podría pensarse en aumentar hasta 5000 pesos el valor de las inscripciones para solventar la pérdida de ese patrocinador.

Otro de los riesgos que se toman es que sea mayor el número de personas que quieran participar en la carrera, ya que aumentarían los costos de operativos de la carrera, como la indumentaria deportiva, la medallería, la hidratación, la producción, etc. Para solventar esto es necesario que las inscripciones se cierren dos días antes para poder cubrir las necesidades que se produzcan.

Por último y no menos importante, es el riesgo que se toma si las empresas no cancelan a tiempo el dinero de patrocinios, ya que con esta inversión se cubrirán en su mayoría los costos de preproducción, producción y post producción de la carrera, por esta razón será necesario que los socios realicen sus aporte de 60.000.0000 de pesos para poder tener un colchón monetario para la realización de la carrera.

#### **12. Análisis de sensibilidad**

Teniendo en cuenta los riesgos analizados en este documento para la realización de la carrera U6K, se entiende que el principal riesgos es la consecución de aportes o patrocinios para que este proyecto sea viable. Por lo anterior, se han realizado dos escenarios posibles: El primero, la consecución exacta de patrocinios (11) que permita la realización de la carrera y el segundo, que no logre alcanzarse el tope de patrocinios proyectados.



En el primer escenario, se logra la inversión de 11 patrocinadores para la realización de la carrera U6K, lo cual tendría un costo proyectado de \$400.000.000 de pesos, lo cual dejaría un margen de ganancia de 279.057. 870 millones de pesos.

Por otro lado, en el segundo escenario, el cual dividiremos en dos sub escenarios. El primero sería el que no se logre la inversión del patrocinador oficial, el cual haría una inversión de 100.000.000 de pesos, de suprimirse ese valor se analiza que no se afectaría a gran escala el proyecto, ya que el margen de rentabilidad sería de \$189.209.020 de pesos.

El segundo sub escenario sería si el 50% de los patrocinadores secundarios (\$30.000.000 c/u) no se consiguen. Sin embargo, después del análisis se estableció que el margen de rentabilidad sería de \$144.284.595 de pesos.

Se pudo establecer que el único escenario en el que se vería afectada la carrera sería si tan solo se consiguen dos patrocinios secundarios, ya que habría un déficit de \$29.042.000 de pesos.

### **13. Conclusiones**

La carrera U6K es una apuesta diferente a las que actualmente se realizan en Cali. Hasta el presente, ningún organizador se ha fijado en la comunidad universitaria como nicho de mercado.

Como negocio es viable, las cifras planteadas como posible ingreso así lo reflejan.

La U6k no será un negocio aislado, Proyecto U como empresa fortalecerá sus acciones para ofrecer un portafolio de servicios que satisfaga las necesidades actuales de las universidades de la región.

Unir la participación a una causa social es fundamental para cumplir con la responsabilidad social empresarial.

Una vez fortalecidos en el suroccidente, la idea es trabajar a escala regional y nacional.

Contar con el apoyo de la Federación Colombiana de Atletismo dará mayor credibilidad al grupo organizador.

Lograr una cantidad de cinco mil (5.000) participantes en el primer año será un gran reto, pero consideramos que podrá superar.

## 14. Anexos

### Anexo 1. Resultados Encuesta Comunidad Universitaria

Figura 1.

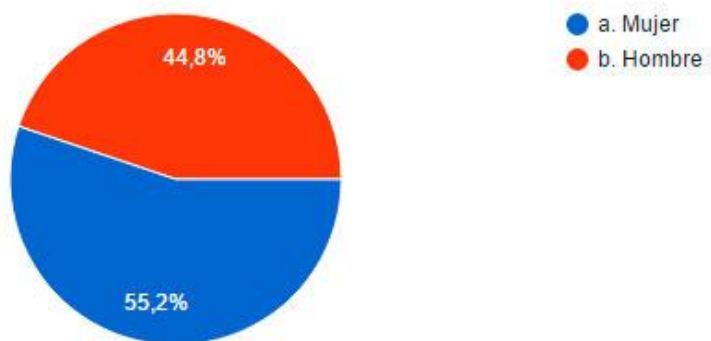


Figura 2

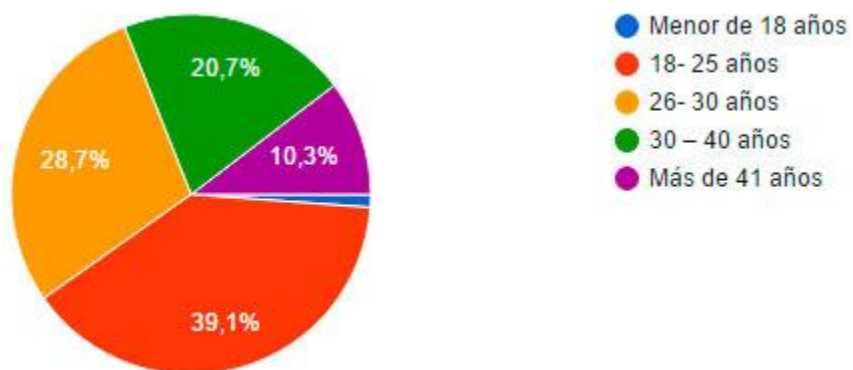


Figura 3

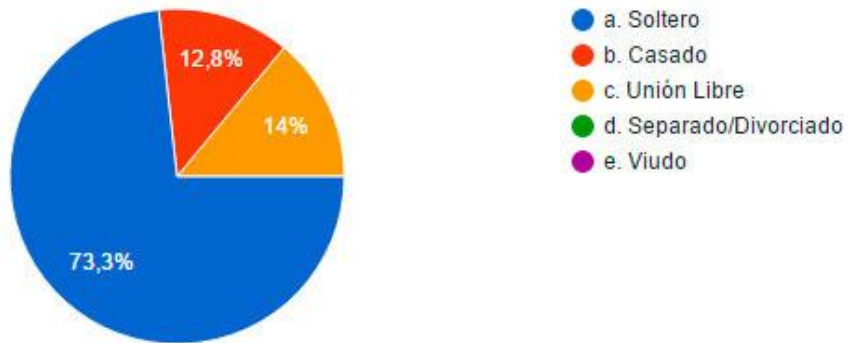
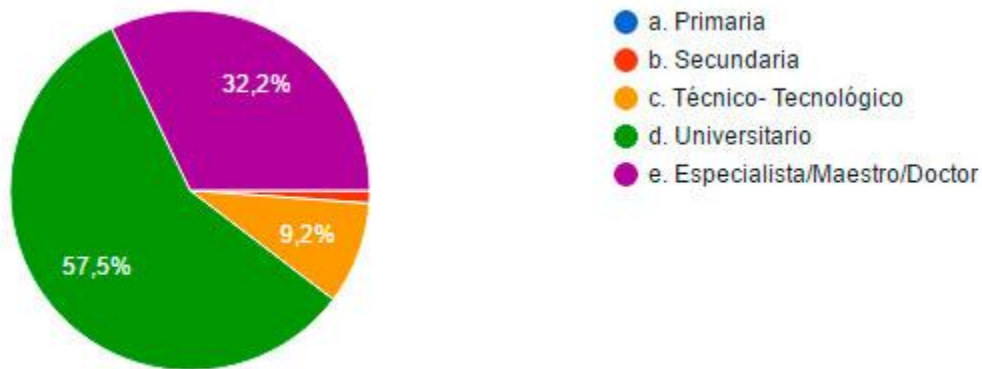


Figura 4



Anexo 2.

Entrevista empresa de Comunicación

Departamento de Mercadeo – Diario El País- Cali

1. ¿Qué medio utiliza para promocionar su marca o productos?

- a) Impresos
- b) Radio
- c) Tv
- d) Redes sociales
- e) Eventos
- f) Todos los anteriores
- g) Cuales \_\_\_\_\_

R/ Todas las anteriores

2. ¿Qué tipo de eventos ha patrocinado su empresa?
  - a) Deportivos
  - b) Culturales
  - c) Sociales
  - d) Políticos
  - e) Educativos
  - f) Otros- Cuáles \_\_\_\_\_

R/ Deportivos, culturales, sociales y educativos

3. ¿Cuál ha sido el rango de inversión (\$) su empresa en patrocinado o publicitar en estos eventos y cuál fue la magnitud del mismo?

R/ Depende de la magnitud del evento y lo relevante que sea el mismo puede estar entre 10 millones hasta 200 millones (pauta publicitaria).

4. ¿Qué espera su empresa a la hora de realizar esta inversión?

R/ Retorno de la misma de alguna manera posible.

5. ¿En qué fecha del año cierran la asignación de presupuesto para inversión de los diferentes eventos?

R/ Es relativo, se presupuesta generalmente en noviembre pero no es camisa de fuerza solo se estima el gasto anual.

6. ¿Ha pensado en patrocinar eventos deportivos?
  - a) Si
  - b) No

R/ Si

7. ¿Patrocinaría una carrera atlética?
  - a) Si
  - b) No

R/ Si

8. ¿Qué lo motivaría a patrocinar una carrera atlética?

El número de participantes, la fecha del evento, propuesta, lugar de la carrera, costo de inscripción, perfil de participantes.

Entrevista

### **Resultado de las entrevistas a empresas**

Con base en las repuestas dadas por los gerentes de mercadeo o personas encargadas de cinco empresas se concluye lo siguiente:

A la pregunta: ¿Qué medio utiliza o ha utilizado para promocionar su marca o productos?

En orden de mayor uso está la radio, seguida por la televisión y en tercer renglón la pauta impresa. Las redes sociales ocupan un lugar muy especial, ya que cada vez cobran mayor fuerza. Es difícil cuantificar la inversión en la web, ya que las compañías lo hacen a través de su personal de planta, dirigidos por el community manager o responsable de redes sociales.

Con respecto a la efectiva de los medios de difusión utilizados se presenta un fenómeno especial ya que los eventos deportivos con mayor audiencia como el fútbol o el ciclismo son seguidos por gran cantidad oyentes radiales. Los bajos costos de la pauta, comparados con los de la televisión hacen que se acuda a este medio. Para algunos de ellos la televisión sigue siendo muy efectiva pero con precios muy altos. La gran variedad de canales hace que la escogencia del programa, enfocado en el nicho de mercado buscado, sea más rigurosa.

A la pregunta sobre el tipo de eventos patrocinados se destacan los que garanticen presencia masiva, ya sean deportivos, musicales o de alto contenido social. Es importante destacar el momento en el que se encuentra la empresa pensando en la fase publicitaria en la que se encuentre un producto. Los meses de lanzamiento son fundamentales y acuden a inversiones altas y su direccionamiento para preferir un evento u otro depende del target establecido.

Los cinco entrevistados han patrocinado eventos en el campo deportivo, cultural (musical en su mayoría), fotográfico y académico.

El rango de inversión de las empresas entrevistadas está por encima de los veinte millones de pesos (casos como Postobón y Claro manejan cifras que superan los 500 millones de pesos).

Ante la posibilidad de patrocinar una carrera atlética la respuesta fue positiva en 4 de los 5 entrevistados, pero con la preferencia de garantizar presencia masiva (5.000 o más) de participantes, un excelente free press y transmisión por televisión.

### Anexo 3.

### Tabla 9. Cronograma de Implementación

		CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN CARRERA U6K - CALI											
Actividades	Sub-actividades	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17
1) Terminar plan de negocios o estudio de factibilidad, diseño, cronograma y presupuesto del primer evento													
2) Estructurar plan y convocar socios accionistas de proyecto U6K – asamblea de accionistas													
3) Firmar y constituir proyecto U SAS													
4) Funcionamiento y organización de la empresa, pagina web, localización, telefonos.													
5) Propuesta y reunión con los rectores de las 6 universidades para firmar convenio													
6) Definición de plan de promoción, temático y programa de actividades, foros y otros													
7) Realización de los foros y proyectos simbólicos													
8) Planeación de la carrera													
a) Modelo de ejecución descentralizado y de nivel de ciudad													
b) Revisión de recorrido y permiso legales													
c) Planeación y puesta en funcionamiento													
	Organización directiva de la carrera												
	Organización logística de la carrera												
	Organización administrativa de la carrera												
	Organización técnica de la carrera												
9) Contratación de:													
	Equipo comercializador general y por universidad												
	Voluntarios, estudiantes y profesores												
	Hospitales, unidades médicas, ambulancias, unidades de Cruz Roja y defensa civil, puntos de primer auxilio												
	Personas de logística												
	Personas de cuerpos de seguridad												
	Entrenadores deportivos												
	Boltax de agua, bebidas isotónicas y refrigerios												
	Camisetas oficiales, cachuchas, uniformes (staff y voluntarios), chalecos (prensa)												
	Vallas de cerramiento, cinta para cerramiento												
	Toneladas (sonido salida y llegada)												
	Mesas, carpas												
	Programas del evento y manuales de instrucciones técnicas												
	Medallas de reconocimiento y trofeos												
	Tarimas musicales, sonido, logística y grupos por universidad												
	Puntos de hidratación												
	Puntos de juzgamiento y control												
	Motos de recorrido												
	Transmóviles, carros y motos												
	Cámaras de televisión												
	Sponsors oficiales del evento												
	Implementación cada sitio												
	Personajes famosos												
	Premios para ganadores												
10) Ejecución de la carrera	(Cumplir contratos en el desarrollo, ejecución interventoría y acta de liquidación final)												
11) Evaluación de actividades:													
a) Presupuesto													
b) Mercadeo													
c) Técnico													
d) Comunicaciones													
e) Económico y financiero													
f) Recomendaciones													
12) Asamblea extraordinaria de accionistas para revisar el año 2017 y programar 2018													

## **Anexo 4**

### **Términos y condiciones de la Carrera U6K**

Términos y condiciones de participación en **Carrera U6K** de Cali, Colombia 2017 y declaración de exoneración de responsabilidades y autorización Al inscribirme, entiendo y acepto los términos y condiciones de participación en la en **Carrera U6K** de Cali, Colombia 2017 aquí descritos, acepto las condiciones de inscripción y participación, declaro que reconozco que este evento es una actividad potencialmente peligrosa y me acojo a su reglamento de participación. Declaro, que en forma libre y voluntaria he decidido participar en el evento, que estoy en perfectas condiciones físicas y de salud, así como adecuadamente entrenado y preparado para participar en la misma y que estoy afiliado al régimen de salud prestado por la EPS indicada al pie de mi firma, en el caso de ser extranjero acreditaré el seguro médico que me asiste; igualmente declaro que conozco y he leído atentamente el reglamento de la carrera. Aceptare cualquier decisión de la organización de la carrera sobre mi participación y entiendo que la inscripción a la carrera me da el derecho a participar en la competencia, bajo ninguna circunstancia en cualquier evento en que NO pueda participar en la carrera o reclamar el kit de competencia, en las fechas establecidas por la organización, no podré ni reclamar el kit de competencia, ni exigir el reembolso del valor de la inscripción. Asumo todos los riesgos asociados con mi participación en esta carrera incluyendo pero no limitado a lesiones, caídas, accidentes, daños físicos, daños psíquicos, daños morales, enfermedades generales, enfermedades de tipo cardiaco, entre otras razones o por el contacto con otros participantes, las condiciones del clima incluyendo temperatura, lluvias y humedad, tránsito vehicular, condiciones del recorrido y en general todo riesgo, que declaro conocidos y valorados por mí, así mismo declaro que conozco la ruta y la información general y particular de la carrera. Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos y considerando que los acepto por el



hecho de participar en la carrera, yo, en mi nombre y en el de cualquier persona que actúe en mi representación, sucesores, legatarios u herederos libero y eximo de cualquier responsabilidad, reclamo, indemnización, costo por daño, perjuicio reclamado o lucro cesante a los organizadores de la prueba, GRUPO C, Alcaldía de Cali, equipos de trabajo de marcas activas, aliados, patrocinadores y sus representantes y sucesores de todo reclamo o responsabilidad de cualquier tipo, que surja de mi participación en este evento, incluso en circunstancias de caso fortuito o fuerza mayor, aunque esta responsabilidad pueda surgir por negligencia o culpa de parte de las personas nombradas en esta declaración, así como de cualquier extravió, robo y/o hurto que pudiere sufrir. Los organizadores se reservan el derecho de admisión, modificación o cancelación del evento por cualquier circunstancia, en ningún caso se devolverá el valor de la inscripción. Autorizó a los organizadores de la en **Carrera U6K** de Cali, Colombia 2017 y patrocinadores, al uso de fotografías, películas, videos, grabaciones y cualquier otro medio de registro de este evento para cualquier uso legítimo sin compensación económica alguna. Adicionalmente, autorizo libre y voluntariamente el tratamiento de cualquier dato personal que suministre en desarrollo del evento por cualquier medio, así como su incorporación en las bases de datos de los organizadores, cuya finalidad sea el envío de información referente a la Carrera, envío de promociones y publicidad de los organizadores mediante mensajes SMS a celulares, e-mails a las cuentas de correo electrónico registradas y contacto telefónico a los números de teléfono suministrados, sin costo alguno para mí. Así mismo faculto a los organizadores para enviar o transferir mis datos a cualquiera de las compañías que controlen o que actúen como sus controlantes o como controlantes de ellas o que estén bajo control común con alguna de ellas, además de sus aliados comerciales y estratégicos, dentro y fuera del territorio nacional, para que realicen los usos aquí autorizados. Entiendo y acepto

que para el día de la competencia es obligatorio portar la camiseta y las prendas oficiales de la carrera y el número de competencia.

## **Anexo 5. Análisis de Valores**

### **Respuestas de Ramiro Varela**

1. ¿Se ajusta o no la empresa a la escala de valores éticos y morales del grupo empresarial?

R/ Es uno de los activos importantes, la legalidad, transparencia en la concepción de los proyectos de la empresa, por lo que valores éticos y morales, son prioritarios.

2. ¿Puede la empresa tener rechazo de la comunidad por contrariar valores éticos y/o morales de la comunidad?

R/ Es altamente probable tener rechazo de la comunidad por contrariar valores éticos y/o morales de la comunidad, pero no está en el universo de nuestro trabajo

3. ¿Afectará la empresa su imagen comunitaria?

R/Siempre afecta, en este caso positivamente

4. Dificultades familiares asociada con la marcha de la empresa.

R/El exceso de trabajo siempre afecta las relaciones familiares, lo importante, mantener el equilibrio.

5. Posibles incompatibilidades con los socios

R/Legales por la función pública, pero estaremos vigilantes a ellas.

6. Posibles acciones de conflicto de interés

R/ Igualmente, por tener actividades que son transversales a muchas funciones gubernamentales, pero estaremos pendientes.

7. Limitaciones personales que le imponen los socios de la empresa

R/ Hasta ahora no

8. ¿Puede la empresa afectar su situación tributaria personal?

R/ En el mediano plazo sí y ojalá que la afecte positivamente

9. Efectos de la empresa sobre otras empresas

R/ Claro, en la medida que seremos agresivos comercial y oficialmente

10. Efectos de la empresa sobre situaciones personales y profesionales.

R/ Puede ser que la empresa nos cope totalmente en 5 años, luego tendríamos efectos.

### **Respuestas de Sandra Suárez**

1. ¿Se ajusta o no la empresa a la escala de valores éticos y morales del grupo empresarial?

R/ Si

2. ¿Puede la empresa tener rechazo de la comunidad por contrariar valores éticos y/o morales

de la comunidad?

R/ No

3. ¿Afectará la empresa su imagen comunitaria?

R/ No

4. Dificultades familiares asociada con la marcha de la empresa.

R/ No

5. Posibles incompatibilidades con los socios

R/ No

6. Posibles acciones de conflicto de interés

R/ No

7. Limitaciones personales que le imponen los socios de la empresa

R/ No

8. ¿Puede la empresa afectar su situación tributaria personal?

R/ No

9. Efectos de la empresa sobre otras empresas

R/ Efecto positivo, primera empresa en Colombia que involucra el bienestar universitario.

10. Efectos de la empresa sobre situaciones personales y profesionales.

R/ Efecto positivo, aprendizaje, servicio y mayor ingreso.

### **Repuestas de Diego Guzmán**

1. ¿Se ajusta o no la empresa a la escala de valores éticos y morales del grupo empresarial?

R/ Considero que si se ajusta, no sólo a la escala de valores, también a las nuevas tendencias de la visión y emprendimiento empresarial del siglo XXI

2. ¿Puede la empresa tener rechazo de la comunidad por contrariar valores éticos y/o morales de la comunidad?

R/ Absolutamente no. Por el contrario, la comunidad y la sociedad pueden ver que existe un gran aporte desde lo social, lo ético y lo moral, desde el objeto de la empresa.

3. ¿Afectará la empresa su imagen comunitaria?

R/ No, por el contrario, la empresa permite que mi imagen como profesional, y sobre todo como sujeto social, se enriquezca.

4. Dificultades familiares asociada con la marcha de la empresa.

R/Hasta el momento ninguna.

5. Posibles incompatibilidades con los socios

R/Creo que no lo llamaría incompatibilidad, como toda empresa, los grupos de trabajo, entre ellos los socios, podríamos generar momentos de tensión, pero de eso se trata la convivencia, de negociar permanentemente el conflicto.

6. Posibles acciones de conflicto de interés

R/Creo que nuestro interés principal es aportar desde el bienestar social a nuestra ciudad, nuestra región y nuestro país, en este sentido no creo que se generen conflictos de interés.

7. Limitaciones personales que le imponen los socios de la empresa

R/Hasta el momento ninguna.

8. ¿Puede la empresa afectar su situación tributaria personal?

R/En esta primera fase no veo que me afecte, y ya dado el caso de generar una situación tributaria que se relacione con mi nombre como persona natural, estoy seguro que tendremos el acompañamiento financiero, contable y legal para poder presentar nuestras declaraciones y poder justificar lo que las leyes tributarias de nuestro país soliciten.

9. Efectos de la empresa sobre otras empresas

R/Si, un efecto de trabajo en equipo, de unión, de poder desarrollar proyectos que vinculen diferentes empresas con un propósito común, el bienestar de nuestra sociedad.

10. Efectos de la empresa sobre situaciones personales y profesionales.

R/Estoy seguro que serán muchos los efectos que la empresa puede generar en nosotros como sujetos y como profesionales. En la medida en que logremos llevar a cabo nuestro propósito como empresa, el crecimiento y las afectaciones personales y profesionales se van a ver representadas en lo positivo. Considero que en ocasiones los términos se naturalizan desde nuestros imaginarios, y creo que los efectos que generará la empresa son todos positivos.

**Respuestas Diana Carolina Hernández**

1. ¿Se ajusta o no la empresa a la escala de valores éticos y morales del grupo empresarial

R/ Si, creo que el componente social con el que se creó esta iniciativa y además, los resultados que podría arrojar la realización de esta carrera se ajustan con los valores éticos y morales del grupo empresarial.

2. ¿Puede la empresa tener rechazo de la comunidad por contrariar valores éticos y/o morales de la comunidad?

R/ No. Antes este proyecto está ligado a un objetivo social: unir a las universidades de Cali, así que lo que se logrará será fortalecer los lazos y los valores éticos y morales de esta comunidad.

3. ¿Afectará la empresa su imagen comunitaria?

R/ No.

4. Dificultades familiares asociada con la marcha de la empresa.

R/ Ninguna.

5. Posibles incompatibilidades con los socios

R/ No. Somos un grupo de profesionales multidisciplinar, muy capacitados sus diferentes campos, así que cada observación se asume como un aporte al proyecto.

6. Posibles acciones de conflicto de interés

R/ Ninguna

7. Limitaciones personales que le imponen los socios de la empresa

R/Ninguna

8. ¿Puede la empresa afectar su situación tributaria personal?

R/ No

9. Efectos de la empresa sobre otras empresas

R/ Si, creo tendrá efectos positivos sobre las universidades de Cali, ya que les dará más visión a sus actores. Es un proyecto pensado para este tipo de empresas del sector educativo.

10. Efectos de la empresa sobre situaciones personales y profesionales.

R/ Esta empresa me permitirá crecer profesional, personal y económica, ya que es una iniciativa con un gran componente de innovación social, la cual aún no se ha experimentado en la ciudad.

### **Respuestas Diego Sinisterra**

1. ¿Se ajusta o no la empresa a la escala de valores éticos y morales del grupo empresarial?

R/Si, se ajusta.

2. ¿Puede la empresa tener rechazo de la comunidad por contrariar valores éticos y/o morales de la comunidad?

R/No

3. ¿Afectará la empresa su imagen comunitaria?

R/ No

4. Dificultades familiares asociada con la marcha de la empresa.

R/ No

5. Posibles incompatibilidades con los socios

R/No

6. Posibles acciones de conflicto de interés

R/ No

7. Limitaciones personales que le imponen los socios de la empresa

R/ No

8. ¿Puede la empresa afectar su situación tributaria personal?

R/ Reporte de ingresos adicionales cuando se generen ganancias

9. Efectos de la empresa sobre otras empresas

R/ Seremos competencia de la empresa que pertenece a Silvio López, actual Secretario de Deporte y Recreación de Cali. Esperamos que la ética profesional sea preponderante por parte del funcionario.

10. Efectos de la empresa sobre situaciones personales y profesionales.

R/Efecto positivo, ya que la empresa me permitirá desarrollar mi potencial profesional.



## Bibliografía

Aerofiguras (Abril 2016) Arcos para eventos deportivos

[http://www.aerofiguras.com/arcos\\_tunelesy\\_stands.htm](http://www.aerofiguras.com/arcos_tunelesy_stands.htm)

Corre bien (Marzo 2016) Calendario Atlético Internacional 2016

<http://www.correrbien.com/calendarioatletico/calendarioatletico.html>

Colombia Corre (Febrero 2016) Site de corredores colombianos

<http://www.colombiacorre.com.co/>

Eventbrite (Abril 2016) Proveedores Carreras Deportivas

<https://www.eventbrite.com.ar/blog/eventos-deportivos/proveedores-para-una-carrera-deportiva/>

Industrias Izeffiro (Abril 2016) Inflables para eventos deportivos [www.izeffiro.com](http://www.izeffiro.com)

Juancho Correlón (Marzo 2016) Media Maratón Cali <http://www.juanhocorrelon.com/>

Maratones (abril 2016) Logística carrera atlética [www.maratones.org](http://www.maratones.org)

Media Maratón de Bogotá (marzo 2016) Media Maratón de Bogotá

<http://www.mediamaratonbogota.com/2016/>

Todo Meta (Mayo 2016) Cronometraje carrera atlética <http://www.todometa.com/cronometraje/>

Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas, Pearson, febrero 2016