



FUNCTIONAL STATE

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABLES:

ANDRES CAMILO SUAREZ VARGAS

ANDRES FELIPE ESCOBAR ARIAS

ASESOR:

JUAN CARLOS CORREDOR

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN.**

BOGOTA D.C

NOVIEMBRE 2020

TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	3
<u>NOMBRE</u>	4
<u>LOGOTIPO</u>	5
<u>SLOGAN</u>	7
<u>FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA</u>	9
<u>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	10
<u>CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR</u>	11
<u>CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO</u>	15
<u>CAPÍTULO III: CANALES</u>	17
<u>CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES</u>	19
<u>CAPÍTULO V: INGRESOS</u>	21
<u>CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES</u>	24
<u>CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES</u>	26
<u>CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES</u>	31
<u>CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS</u>	35
<u>CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA</u>	38
<u>LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO</u>	39
<u>REFERENCIAS</u>	40



INTRODUCCIÓN

La idea de negocio nace aproximadamente 5 años atrás con un grupo de niños y jóvenes del barrio Dorado Norte de la ciudad de Bogotá con el cual se formó un equipo de fútbol sala participando así en varios torneos locales, al ver el apoyo de las directivas de la junta de acción comunal decidimos realizar clases de acondicionamiento físico a los habitantes del barrio, debido a la necesidad de un ingreso por parte del entrenador ya que los padres de los niños y jóvenes del equipo de fútbol sala no querían pagar una mensualidad a pesar de los buenos resultados y buen proceso formativo y deportivo. Después se formalizó la empresa y así se empezó a dictar clases personalizadas y grupales en todas las zonas de Bogotá teniendo en cuenta la experiencia generada tanto a nivel educativo como a laboral y la pasión que nos genera la carrera de cultura física, deporte y recreación, las bases por las cuales nos hemos forjado durante años y la cualidad de servicio con la que nos identificamos.

La empresa en un inicio, se enfocó en el acondicionamiento físico-funcional de personas, deportistas y aficionados amantes a la disciplina deportiva del boxeo, realizando clases personalizadas y grupales, manejando métodos de entrenamiento funcional con énfasis a la promoción de hábitos de vida saludable. FUNCTIONAL STATE quiere dar paso a la creación de un club de iniciación y formación deportiva en boxeo, haciendo énfasis en una metodología de enseñanza de resolución de problemas con apoyo especial en el desarrollo físico-cognitivo por medio de las inteligencias múltiples para un desarrollo adecuado y oportuno del sistema cognitivo y psicomotor sobre todo en niños y adolescentes para obtener deportistas fuertes tanto física como mentalmente.



El boxeo es clasificado como un deporte de combate y contacto directo frente a su oponente, es por esto que el deportista necesita demandas físicas y técnico-tácticas bien desarrolladas, es una disciplina donde el enfrentamiento con el rival es simultáneo, con un reglamento claro en cuanto a espacio y duración, donde la interacción motriz se basa en la oposición directa y su objetivo es la demostración de superioridad conectando golpes en forma reglamentaria (Villamón, 2013, p.41).

Para entender el proceso de entrenamiento deportivo, la planificación juega un papel importante es por esto que la definimos según (Matviev, 1995, citado por Hernández, Machuat y Ramos, 2018) dice ser el proceso mediante el cual el entrenador toma una serie de decisiones para la mejora y la eficacia del rendimiento físico y competitivo del deportista según el nivel deportivo en el que se encuentre basándose en sus conocimientos. Aunque nuestra idea se fundamenta según (Pileta, Pérez, Téllez, Bombú, Cevallos, & Calle, 2019) donde dice que el entrenamiento de estos atletas no se puede dividir el entrenamiento de la parte mental y cognitiva, ya que se debe trabajar en conjunto con las demás capacidades, debido a que psicológicamente es una disciplina donde la ira, el ego y la prepotencia suelen ser las principales causantes de malos procesos deportivos y el no profesionalismo en la práctica ,teniendo en cuenta el boxeo como disciplina deportiva y como se debe realizar su planificación y ejecución de entrenamientos, encontramos que según Espartero y García (2004) proponen como beneficio de la práctica de boxeo el control de la liberación de la agresividad, ya que estas prácticas permiten descargar tensiones sobre el adversario, con sensación real de combate y lucha. Adicional a esto los valores juegan un papel importante sobre todo en niños ya que por medio de esta disciplina deportiva podremos aplicarlos fácilmente como la justicia, humildad, respeto, deportividad, independencia, control emocional, entre otros.



La experiencia laboral y académica de los profesionales de cultura física, deporte y recreación es de vital importancia en la iniciación y formación de futuros talentos en las diferentes disciplinas deportivas, ya que por medio de la planificación estructurada, la periodización, la responsabilidad con el entorno social y la ética profesional, fortalecerán las bases teórico-prácticas de cada entrenador, entre los procesos adquiridos se encuentra alta experiencia en el área de entrenamiento deportivo en disciplinas deportivas como el fútbol, fútbol de salón, natación y boxeo, desde edades tempranas hasta adolescentes, donde la observación en estos procesos se identifican falencias en la estructuración de modelos de enseñanza y procesos deportivos, siendo así motivación para dar inicio a una propuesta metodológica enfocada al entrenamiento mental por medio de las inteligencias múltiples con el fin de generar una respuesta cognitiva consciente de toda decisión que se tome por medio de la práctica deportiva.

Este proceso innovador comienza por la necesidad de los usuarios que han venido trabajando con nuestra empresa ya que los entrenamientos funcionales enfocados al boxing han tenido un impacto positivo y los participantes manifiestan gusto por esta disciplina deportiva. Teniendo en cuenta esto el plus de este proyecto será el desarrollo de un club de boxeo asociando la parte psicomotriz con la parte cognitiva por medio de las inteligencias múltiples que, según Gardner, (1983) son lingüística-verbal, musical, lógica-matemática, espacial, corporal cinestésica, intrapersonal, interpersonal y la naturalista, con el fin de crear un prototipo de deportista más completo, generando conciencia y progreso en el desarrollo deportivo.



(Carrillo & López, 2014) argumentan en su artículo aseguran que la inteligencia no se puede tomar solo por la excelencia académica, ya que hay gente con diferentes capacidades intelectuales pero con incapacidades en distintas áreas de conocimiento, por ejemplo un deportista tendrá que ser inteligente en su campo y por esto no es menos inteligente que un matemático, simplemente sus inteligencias no pertenecen al mismo campo de acción; también Gardner define la inteligencia como una capacidad, al definirla así se convierte en una destreza que se puede desarrollar y entrenar sin dejar de lado la genética de la persona, ya que es fundamental en los procesos de desarrollo en componente genético hay que mirar el medio ambiente y la educación de la persona para lograr potencializar sus capacidades.

Una breve descripción de cada inteligencia dada por Gardner citado (Carrillo & López, 2014) nos explica que:

- La Inteligencia Lógica - matemática, es la que utilizamos para resolver problemas de lógica y Matemáticas y se le identifican a esta los científicos.
- Inteligencia Lingüística, la que tienen los escritores, los poetas.
- Inteligencia Espacial, consiste en formar un modelo mental del mundo en tres dimensiones, es la inteligencia que tienen los marineros, los ingenieros, los cirujanos, escultores, los arquitectos, o los decoradores.
- Inteligencia Musical es, naturalmente, la de los cantantes, compositores, músicos, bailarines.
- Inteligencia Corporal - kinestésica, o la capacidad de utilizar el propio cuerpo para realizar actividades o resolver problemas. Es la inteligencia de los deportistas, los artesanos y los bailarines.
- Inteligencia Intrapersonal, es la que nos permite entendernos nosotros mismos.
- Inteligencia Interpersonal, la que nos permite entender a los demás, y la solemos encontrar en los buenos vendedores, políticos, profesores o terapeutas.
- La inteligencia intrapersonal y la interpersonal conforman la inteligencia emocional y juntas determinan nuestra capacidad de dirigir nuestra propia vida de manera satisfactoria.



-Inteligencia Naturalista, la que utilizamos cuando observamos y estudiamos la naturaleza. Es la que demuestran los biólogos o los herbolarios. (p. 7)

El complemento académico que brinda las bases teórico-prácticas para el buen desarrollo del negocio son las asignaturas de marketing deportivo, administración de los organismos, para la buena planeación y ejecución del proyecto; las materias de desarrollo motor, psicomotricidad, iniciación y formación deportiva, entrenamiento deportivo, entrenamiento personalizado y nutrición como base para nuestras sesiones de entrenamiento y planificación, por último como teoría fundamental la psicología deportiva con énfasis en las habilidades múltiples, por último sumamos las profundizaciones que en este caso son en deporte.

NOMBRE: *FUNCTIONAL STATE*

LOGOTIPO:



El fondo, guantes y casco de color rojo muestran claramente la fortaleza, pasión y determinación con la que inicio el deseo de proyectar la actividad del boxeo a un nivel de iniciación y formación deportiva, así también cada deportista tendrá en su ADN fuerza y valor a la hora de entrenar o competir, en la toma de cada decisión se debe sentir el valor del autocontrol.

Functional State en sus letras y detalles negros reflejan el poder y la seriedad que un proyecto deportivo deberá tener desde un inicio para cumplir todos los objetivos y metas propuestas, se tendrá en cuenta la formalidad a la hora de atender a nuestros clientes y usuarios, brindando un servicio de excelente calidad humana y profesional, por último el color negro en todo el logo nos brinda la sabiduría de esta famosa frase que será el pilar de nuestros fundamentos “Trabaja duro y en SILENCIO y deja que tu éxito haga todo el ruido”

SLOGAN:

- **Resuelve con mente y fuerza.**

Nuestro slogan da significado a la importancia de pensar antes de actuar, en casa situación tanto deportiva como personal, en la vida diaria, resolver con mente será un pilar fundamental y ejemplar de tomar una decisión sin generar una consecuencia negativa y tener la fuerza suficiente para afrontar derrotas y batallas que se puedan presentar.



FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Teniendo en cuenta la competencia se hará un estudio de mercado en el cual se pueda brindar un servicio en el proceso de iniciación y formación deportiva con un plus metodológico importante como lo son las inteligencias múltiples, hasta el momento ningún club ha manifestado el interés en implementar este tipo de metodologías en sus entrenados, así que seremos hasta el momento los primeros en implementarlo, sin dejar de un lado la participación en competencias, ya que es un valor agregado sobre todo para los niños el acompañamiento de sus familiares a este tipo de competencias. Por otro lado, es importante tener en cuenta a los padres de los niños ya que ellos serán nuestros usuarios “directos”, teniendo como pilar la ética profesional ofreciendo un servicio de iniciación y formación deportiva fundamentada en valores, mejoramiento de nivel deportivo, personal, cognitivo y espiritual. Gutiérrez Sanmartín (1995), menciona que, a través de las actividades físico-deportivas, se pueden alcanzar, entre otros, los siguientes valores multiculturales: respeto a los demás, cooperación, relación social, trabajo en equipo, pertenencia a grupo, convivencia, responsabilidad social, justicia, amistad, etc. Esto con el fin de satisfacer al usuario con resultados internos “dentro del club” y externos “fuera de él”, tomando así la filosofía de Santo Tomas de Aquino ya que en los niños es importante el compromiso con los padres el seguir los procesos con disciplina y humildad para así lograr un resultado representado en premio, Por último se formará al niño de manera integral, con desarrollo de inteligencia, valores y hábitos de vida saludable como lo dijo el sabio Santo Tomas de Aquino “*la forma del cuerpo humano es el alma racional*”.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

(Herrera, 2013) nos plantea en su artículo que la investigación de mercados consiste en aplicar diferentes herramientas y actividades con el fin de buscar una verdad a todo lo relacionado con el marketing, estas actividades incluyen la búsqueda de oportunidades y problemas de marketing, la generación y evaluación de ideas, el monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing, lo que nos ayudará en nuestra proyección para tener claro las necesidades de nuestros clientes y satisfacerlas con un servicio innovador y atractivo, se realizó una breve investigación de mercado, sectorizando y priorizando la población objetivo, ya que la localidad beneficiada con nuestro proyecto deportivo será la de Engativá.

En el año 2017 la secretaría de educación dirigida por el alcalde mayor Enrique Peñalosa realizaron una caracterización del sector educativo en cual nos muestra que para ese año la población era de 878.434 personas, el cual corresponde al 10,87% de la población del distrito capital, entrando un poco a la población escolar se estimaba para ese año un total de 143.230 entre niños y niñas de (5 - 16) años, el cual representa el 9,86% de la población en edad escolar del distrito capital. Este dato es de vital importancia para nuestro club, ya que nuestro programa de iniciación y formación deportiva, con énfasis en las habilidades múltiples estará con un mayor potencial de desarrollo en estas edades, siendo así nuestro mercado objetivo para el crecimiento y la rentabilidad del proyecto.

De igual manera actualmente la ciudad de Bogotá cuenta con 16 centros de acondicionamiento físico con énfasis en deportes de combate como judo, artes marciales mixtas, boxeo entre otras, 6 de estos centros de acondicionamiento físico se dedica en un 80% a la preparación física, técnica y táctica de boxeadores en todas las categorías.



Ultimate Fighting Club, es el más cercano encontrándose a 6 kilómetros de distancia de nuestro sector, ellos ofrecen un plan diamante que incluye tres clases (lunes, jueves y domingo) \$220.000 la mensualidad, entrenamiento Sénior para mayores de 50 años una hora tres veces por semana la mensualidad en \$150.000, este club se encuentra ubicado en el sector de Niza - Bogotá, y el enfoque de los entrenamientos es netamente de acondicionamiento físico.

CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

(Mejía, 2003), define la propuesta de valor como el conjunto de servicios, productos o beneficios que la empresa ofrece a sus clientes, los cuales hacen una diferencia en el mercado, es por esto que Functional State ofrece un servicio de entrenamiento deportivo para amantes al boxeo, donde la iniciación y formación deportiva en esta disciplina estará orientada y desarrollada con un modelo de entrenamiento psicomotriz e intelectual resolviendo problemas todo de la mano de las inteligencias múltiples, con el fin de potencializar las habilidades tanto físicas como cognitivas.



(Monacis, de Palo & Sinatra, 2015), citando a (Barefoot, 1992; Buss y Perry, 1992), en su estudio definen la agresividad en tres componentes fundamentales: cognitiva (hostilidad), afectivo-emocional (ira) y conductual (agresión), que se originan por estímulos capaces de evocar una respuesta agresiva. Si bien es cierto que es un deporte donde la agresividad, la irritabilidad y el descontrol tienen un factor importante, Functional State tiene proyectado un entrenamiento mental donde se trabajara con el fin de mitigar y prevenir grados de agresividad en niños y jóvenes, ofreciendo un proceso de formación e iniciación deportiva generando hábitos de vida saludable óptimos para cada población entrenada donde la motivación y la deportividad jugarán un papel importante para la disminución de la agresividad; nuestros usuarios contarán con el beneficio de tener un entrenamiento guiado y asesorado por un profesional de cultura física deporte y recreación capacitado para atender las necesidades de cada niño o usuario en general y cambiar el contexto en cualquier tipo de población, frente a sus hábitos de vida saludable o tipo de entrenamiento que deba realizar teniendo en cuenta sus objetivos y cualidades físicas, utilizando el principio de individualidad y una metodología basada en entrenamiento mental. En beneficio a nuestros clientes que en este caso son los papás de los niños daremos dos clases de cortesía en clases grupales de entrenamiento funcional aplicado al boxing.

Dentro de los servicios que ofrecemos encontramos las clases grupales, clases personalizadas (incluye asesoría nutricional) y la mensualidad para el club de boxing que es el plus en este proyecto y en el que tendremos más relevancia:

Clases grupales: Realizamos clases de entrenamiento funcional, cardio box, hit, tabata, TRX con un aforo mínimo de 2 personas previamente planificado para todo tipo de población.

Clases personalizadas: Realizamos entrenamientos de fuerza, resistencia, velocidad, flexibilidad y coordinación teniendo en cuenta los objetivos del usuario - cliente, planificando su meso ciclo con la debida recomendación nutricional y medidas antropométricas.



Club de Boxing: Realizamos el proceso de iniciación y formación deportiva a niños y jóvenes que quieran incursionar en este deporte o realizar un perfeccionamiento físico - técnico - táctico, utilizando una metodología de entrenamiento con las inteligencias múltiples.

FUNCTIONAL STATE será novedoso en este sector de la ciudad de Bogotá ya que en esta zona no hay clubes de boxeo, el más cercano está entre 6 y 12 km de distancia, así que tendría un impacto positivo al no tener competencia de mercado cerca, además de la metodología de entrenamiento enfocado en inteligencias múltiples será nuestro punto diferenciador entre los demás clubes de boxeo de la ciudad de Bogotá.

Hemos identificado que a los usuarios/clientes les gusta mucho una buena atención por parte del entrenador, un seguimiento constante de su bienestar físico y mental, que sean asesorados por profesionales y su presentación personal, en la parte del espacio de trabajo que esté limpio igualmente los implementos como mancuernas, barras, maquinas, etc., agregando a esto los protocolos de bioseguridad y distanciamiento social. Las facilidades de pago y accesibilidad del servicio es otro punto importante para nuestros usuarios/clientes ya que sobre todo en nuestra zona poblacional son trabajadores con estrato social entre 2 y 4.

FUNCTIONAL STATE, será un proyecto novedoso en el sector gracias a su club de formación deportiva por medio de una metodología diferente a la clásica, la cual facilita a los niños y jóvenes adaptarse a situaciones motrices complejas y solucionarlas de manera eficaz, el costo también será un plus ya que se acomodará muy bien teniendo en cuenta las necesidades del usuario/cliente ya que el precio ofrecido por otras entidades es muy por encima del nuestro por eso la economía nos identifica también, además de las facilidades tanto de pago, ya sea de forma presencial o digital evitando filas o desplazamientos por parte de los padres de familia que son nuestros clientes con el fin de pensar en la facilitación de acceso del usuario a nuestro servicio.



CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación del mercado según (Thompson, 2005) es una herramienta estratégica de mercadotecnia, la cual tiene como finalidad identificar y determinar grupos con características homogéneas para los cuales la empresa realiza el servicio y pone toda disposición y esfuerzo para generar una ganancia, es decir la importancia de que nuestra empresa tenga una organización y una segmentación de mercado, escogiendo segmentos estratégicos para cumplir con todos los objetivos establecidos a nivel de marketing.

Niños, jóvenes o adultos de la ciudad de Bogotá - localidad de Engativá, deportistas o aficionados, amantes a esta disciplina deportiva se ven en la necesidad de tener un club de boxeo ya que en este sector no cuenta con ningún club de boxeo cerca, esto con el fin de disminuir índices de violencia y agresividad en niños y jóvenes de este sector, igualmente el impacto positivo que tiene esta disciplina deportiva es uno de los pilares importante para poder innovar FUNCTIONAL STATE.

Las ventajas que tendrá esta población será la asistencia de profesionales de cultura física, deporte y recreación capacitados para la planificación y ejecución de entrenamiento enfocados a objetivos individuales de cada usuario, con la metodología innovadora de esta empresa como lo son las inteligencias múltiples y constante seguimiento en los procesos de iniciación y formación deportiva.

Geográfica:

Bogotá – Cundinamarca. Localidad de Engativá, zona-10



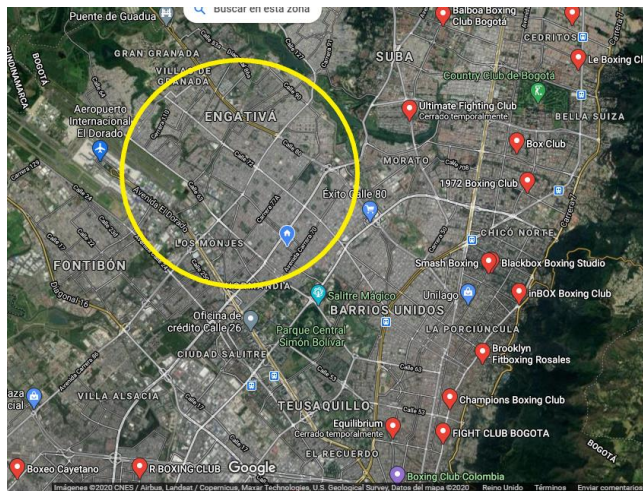


Imagen 1. Localidad de Engativá, zona-10 Recuperado de <https://www.google.com/maps/search/club+de+boxeo/@4.6833171,-74.1124472,13z>

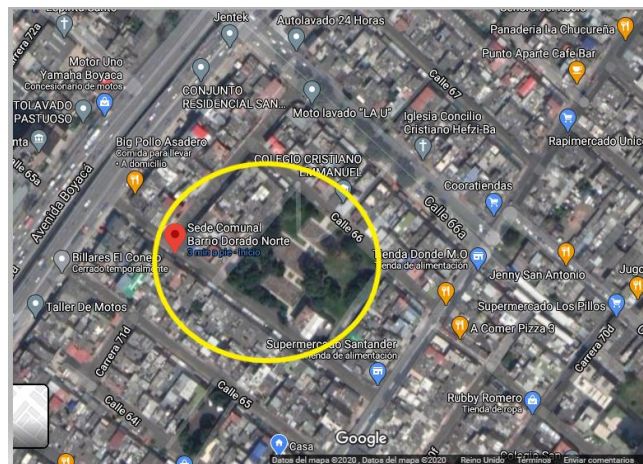


Imagen 2. Barrio Dorado Norte. Recuperado de <https://www.google.com/maps/search/club+de+boxeo/@4.6833171,-74.1124472,12328m/data=!3m1!1e3>

Demográfica:



Los padres de los niños serán nuestros clientes y los niños usuarios, los adultos que se inscriban serán tanto usuarios como clientes. La edad, se trabajará con niños en el rango de edad de 6 - 11 años, adolescentes de 12 - 17 y adultos de 18 - 45 años y de género masculino y femenino, un nivel socioeconómico estratos 2 a 4 y por último ocupación: niños que se encuentren cursando ya sea la primaria o el bachillerato/ Adultos: estudiantes o trabajadores.

Psicográfica:

Necesidades: buscar el desarrollo psicomotriz y conductual, brindar un servicio extra clases que ayuden a la educación de los niños y jóvenes del municipio.

Personalidad: Introversos y extroversos que su educación se base en el respeto, con buena disposición al goce, disfrute y al aprendizaje con una metodología con entrenamientos mentales.

Conductual:

Niños, jóvenes y adultos con aceptaciones desarrollar un pensamiento humanista con los pilares fundamentales de la sana convivencia como el respeto, tolerancia, toma de decisión y autocontrol.

Padres de familia comprometidos con el respeto por los procesos deportivos a largo plazo, la educación recíproca de sus hijos y el respeto hacia cada integrante de Functional State.

CAPÍTULO III: CANALES

(Vásquez,2009) hace referencia a los canales de marketing o de distribución al conjunto de caminos que un producto o en este caso el servicio realiza posterior a su producción, la cual finaliza cuando el consumidor compra o adquiere dicho servicio.

El tipo de canal que se utilizará será directo como indirecto ya que si el usuario nos observa y decide pedir la información acerca de la actividad desarrollada el funcionario a cargo tendrá la obligación de brindar toda la información de manera clara. La forma indirecta gracias a anuncios y avisos publicitarios que se encontrarán disponibles por redes sociales tales como



Facebook e Instagram y página web. Según Arce, M (2013), realizaron un análisis donde ambos canales tanto físico como digital, conviven dentro de una misma empresa, cada uno tiene unas características que lo hace más adecuado para cada tipo de consumidor e incluso al mismo consumidor, más adecuado para determinadas circunstancias.

Canal de información

Dentro de la información que se brinda a los visitantes habrá un catálogo explicando la disciplina deportiva, horarios, precios y métodos de entrenamiento.

Canal de evaluación

Así mismo se realizará evaluaciones en formato cuestionario de satisfacción y de rendimiento tanto para los del club de boxeo con test físico motrices, como a los usuarios personalizados y grupales por medio de evaluaciones de sus sistemas por medio de una báscula TANITA, esto se realizará cada trimestre de parte de los entrenados para llevar un control y direccionamiento metodológico y las diferentes actividades realizadas por el club.

Canal de compra

Con el ánimo de evitar desplazamientos en la página web tendrá la opción de pagar el servicio de forma digital (tarjetas débito/crédito o transferencia bancaria) esto con el fin de tener una contabilidad organizada y segura, de igual manera se contará con pagos en efectivo en la sede.

Canal de entrega

Tanto como usuarios como clientes deberán desplazarse a las instalaciones de FUNCTIONAL STATE ubicada en Cl. 65b #71c17, Bogotá, Colombia. Deben llevar su indumentaria e hidratación, los horarios que se manejan en las instalaciones serán: de lunes a viernes de 10:00am a 8:00pm, sábados de 7:00am a 2: pm.



El club de boxeo estará con los horarios: martes y jueves 3:00 pm- 6:00 pm, sábados: 8:00am -12:00pm.

Las clases grupales tendrán un horario de lunes a viernes de 7:00 pm a 8:00pm.

Las clases personalizadas tendrán la posibilidad de escoger el horario de sesión pertinente a su disposición de tiempo, respetando los horarios del club de boxeo. También se tendrá la posibilidad de realizar su entrenamiento personalizado con un entrenador en el lugar de domicilio con el fin de evitar el desplazamiento hasta la sede únicamente en el horario de 5:00 am a 8:00 am.

Canal post-venta

Adicionalmente a los servicios que ofrecemos vendemos la indumentaria adecuada para la práctica deportiva tanto para amateur como profesional, pensando en el bienestar de nuestros deportistas tendremos a la venta bebidas hidratantes como agua embotellada.

RELACIÓN CON CLIENTES

Según Narver, Slater, y Maclachlan (2004), los usuarios a gusto con el servicio influye positivamente en la economía de la empresa, igualmente la competencia en los mercados a través de un incremento del volumen de adquisiciones de productos, el descenso de los costos de comunicación y la atracción de nuevos clientes. Los nuevos usuarios se captarán con un perifoneo a la salida de los colegios, realizando entrega de volantes con una clase de cortesía, ya que nuestros clientes potenciales serán los niños y jóvenes amantes del boxeo,

El usuario deberá diligenciar un contrato para la prestación del servicio, formulario de inscripción y un consentimiento informado, al diligenciar estos documentos recibe un termo plástico con el logo de la empresa esto con el fin de fidelizar al usuario y vincularlo de manera formal con FUNCTIONAL STATE.



La meta es fidelizar al cliente, FUNCTIONAL STATE utilizara con todo su personal una relación de asistencia personal a cada uno de los objetivos propuestos por cada niño, joven o deportista aficionado, donde el trato sea basado en el humanismo y respeto. La retroalimentación de cada proceso trimestral, complementación nutricional con charlas y talleres con profesionales del área serán los componentes de los cuales el cliente estará beneficiado en el momento que diligencie su formulario de inscripción y el consentimiento informado, de la misma manera Functional State brindará un regalo de cortesía en el momento de la inscripción el cual consta de un kit de aseo y termo plástico con el logo del club y nombre del usuario.

La estrategia de referidos será para nosotros el pilar para el aumento de clientes ya que nuestros usuarios estarán beneficiados con descuentos en mensualidades, el sistema voz a voz ya sea de forma directa con amigos conocidos o familiares, o forma indirecta con publicaciones y post en redes sociales donde se haga evidente la publicidad gratuita.

Asistencia personal: Durante los entrenamientos y competiciones los usuarios estarán bajo la supervisión de su entrenador, guiando, corrigiendo y motivando en todo momento.

Asistencia dedicada: Aquí hacemos referencia al seguimiento del entrenamiento invisible que hace referencia a los hábitos para tener una buena recuperación, por ejemplo: horas de sueño, recomendaciones nutricionales, consejos de implementación deportiva.

Comunidades: La idea es planificar unas charlas con el fin de poder analizar a ciertos deportistas a nivel profesional y poder debatir de cierta forma su estilo de combate, también con el ánimo de motivar y enamorar a los participantes a este deporte esto será dirigido a todas las personas internas y externas al club.



Con el ánimo de aumentar clientes utilizamos la estrategia de “cebo y anzuelo”, el cual consiste en invitar a una persona a su clase gratuita con el fin de obtener sus datos personales esto con el fin de involucrar al cliente de manera directa al club y así estar en constante contacto digital ya sea por información de promociones por correo electrónico u ofreciendo descuentos en ciertos meses del año.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Lemon, 2015 en su publicación nos dice que El Plan General de Contabilidad (PGC) español define los ingresos como “incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales, es decir, los ingresos son resúmenes en pesos o en bienes que se almacenan de una manera productiva para generar un consumo y una ganancia. Functional State a la fecha cuenta con los servicios de clases grupales donde la asistencia promedio es de 15 personas al mes y clases personalizadas contando con 5 usuarios, la proyección de la empresa será tener su mayor fuente de ingresos por medio del club de boxeo, ya que este tendrá más aforo, un precio favorable y cómodo para los clientes.

Realizando el estudio de mercado se evidencia un claro ejemplo de los servicios que ofrecen estas empresas y el valor que están pagando sus clientes, teniendo ese dato logramos acomodar los precios teniendo en cuenta también el estrato socioeconómico el cual vamos a intervenir y así ofrecer un excelente servicio a un precio muy cómodo para nuestros clientes y usuarios, tendremos en cuenta dos tipos de generación de ingresos: prima por uso, hace referencia a el pago por sesión tomada y prima por suscripción, que hace referencia a el pago por mensualidad.

Se va a alquilar una bodega en el cual prestaremos los siguientes servicios con su respectivo valor:



1. Clases grupales: plan mensual que tiene un costo de \$60.000 pesos. Tenemos la opción de pagar la clase individual pero esta tendrá un costo de \$5.000 pesos.

2. Clases personalizadas: Este plan de entrenamiento incluye valoración nutricional y toma de medidas antropométricas, esto con el fin de llevar un control, realizando un check list de metas y objetivos. Este plan lo componen 12 sesiones de entrenamiento el cual se tomarán 3 veces por semana, se ofrece la opción de realizar las sesiones en nuestras instalaciones de lo contrario se hará en el domicilio del cliente o usuario, este tendrá un costo de \$350.000 pesos. Si el cliente decide tomar una clase adicional a las correspondientes esta tendrá un costo de \$28.000 pesos.

3. Club de boxing: estas clases se realizarán martes y jueves de 3:00 pm - 6:00 pm y los sábados de 8:00 am - 12:00 pm, en estos horarios las instalaciones son netamente para las personas inscritas a la iniciación - formación - perfeccionamiento tanto físico - técnico - táctico en boxeo.

3.1. Para la inscripción se diligenciará un formato en el cual van datos personales, anamnesis y consentimiento informado, adicional a esto tendrán toma de medidas antropométricas y valoración nutricional, esto tendrá un costo único de \$50.000 pesos.

3.2. La mensualidad tendrá un costo de \$120.000 pesos.



PROMEDIO DE INGRESOS

<i>COD</i>	<i>PRODUCTO/SERVICIO</i>	<i>PRECIO PROM.</i>	<i>VENTAS PROM.</i>	<i>INGRESOS PROM.</i>
1	Clase Grupal	\$ 60.000	18	\$ 1.080.000
2	Clase Personalizada	\$ 350.000	8	\$ 2.800.000
3	Club Boxeo	\$ 120.000	48	\$ 5.760.000
4	Inscripción	\$ 50.000	4	\$ 200.000
<i>TOTAL INGRESOS</i>				\$ 9.840.000



CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Banchieri, L; Blasco, M; Planas, F, (2013), toman lo dicho por Osterwalder (2004), él define las asociaciones claves como acuerdos que tenga la empresa con terceros como objetivo de ofrecer valor al cliente, ellos mencionan los recursos o capacidades con las que dispone la empresa internamente las cuales se pueden obtener mediante colaboraciones a largo plazo denominadas en este modelo como “asociaciones claves”.

El aliado principal para nuestra empresa será la tienda DECATHLON, ya que es una cadena de establecimientos de grandes superficies, dedicada a la venta y distribución de material deportivo, donde encontraremos toda la producción y distribución de nuestro club de boxeo, de manera tal que se buscará una reducción en el costo total de los implementos y dotaciones, a parte se tendrá la publicidad y artículos deportivos de la tienda en las instalaciones para la compra de guantes personalizados, uniformes de entrenamiento y vendas.

El segundo aliado será EVERLAST, es una marca constituida en Estados Unidos y es reconocida mundialmente en manufactura de productos para boxeo, artes marciales mixtas, y equipamiento fitness, con presencia en más de 75 países y 6 continentes. Esto con el fin de obtener parte de la indumentaria para nuestros deportistas como: calzado, pantalonetas, camisetas, guantes, vendas y protector bucal, además accesorios como termos, toallas, maletas, etc.

El tercer aliado que se busca será agua CRISTAL, marca líder a nivel Colombia en la distribución de agua embotellada, esto con el fin que sea proveedor de hidratación para cada entrenamiento, ya que a cada persona se le entregará su termo de bienvenida y lo podrá recargar antes, durante y después de su entrenamiento; también en los torneos, festivales y competiciones organizadas, a cambio se tendrá la publicidad de la marca en el club y en los evento



El cuarto aliado será SERVILIMA, empresa enfocada en proveer implementos de aseo y cafetería, la cual tenemos como objetivo establecer un contrato para los kits personalizados de aseo para cada usuario, así mismo a largo plazo la administración de la cafetería de la sede.

Tabla Asociaciones Claves

DECATHLON	Relaciones de comprador-supliador	Empresa dedicada a la venta y distribución de material deportivo, donde encontraremos toda la producción y distribución de nuestro club de boxeo, de manera tal que se buscará una reducción en el costo total de los implementos	
EVERLAST	Relaciones de comprador-supliador	Marca reconocida mundialmente en manufactura de productos para boxeo, artes marciales mixtas, y equipamiento Fitness; el fin es obtener parte de la indumentaria para nuestros deportistas	
CRISTAL	Alianza estratégica entre empresas no competidoras	Marca líder a nivel Colombia en la distribución de agua embotellada, esto con el fin de tener la hidratación gratis para cada entrenamiento, torneos, festivales y competiciones organizadas	
SERVILIMA	Alianza estratégica entre empresas no competidoras	Empresa enfocada en proveer implementos de aseo y cafetería, la cual tenemos como objetivo establecer un contrato para los kits personalizados de aseo para cada usuario	



CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES

Paredes & Valderrama, (2014), nos dan una breve definición respecto a los recursos claves ellos dicen que para lograr y cumplir objetivos de una manera satisfactoria será necesario que cuente con los siguientes elementos, insumos o recursos, los cuales combinados generan un correcto funcionamiento de una empresa, mencionan los siguientes recursos:

Recursos físicos:

La localización del club de boxeo será en la localidad de Engativá de la ciudad de Bogotá, consta de una bodega con dimensiones de 120 mts² en alquiler por un valor de \$1'000.000 de pesos, además a esto contaremos con lo siguiente:



<i>Recursos Físicos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Precio Total</i>
1. Cuadrilátero	1	\$5.000.000	\$5.000.000
2. Piso tatami	50	\$90.000	\$4.500.000
3. Sacos de boxeo	6	\$120.000	\$720.000
4. Peras de boxeo	15	\$60.000	\$900.000
5. Cascos Integrales	15	\$10.000	\$150.000
6. TRX	6	\$50.000	\$300.000
7. Instalación de barras paralelas, fondos, dominadas	1	\$500.000	\$500.000
8. Bancos inclinados, declinados	3	\$180.000	\$540.000
9. Mancuernas rusas	20	\$50.000	\$1.000.000
10. Mancuernas hexagonales	20	\$45.000	\$900.000
12. Discos olímpicos	50	\$70.000	\$3.500.000
13. Aros	50	\$2.000	\$100.000
14. Conos	50	\$2.500	\$125.000



15. Escaleras de coordinación	5	\$12.000	\$60.000
16. Lazos	25	\$3.000	\$75.000
17. Guantes de boxeo	10	\$45.000	\$450.000
18. Paos de boxeo	10	\$60.000	\$600.000
19. Tallimetro	1	\$25.000	\$25.000
20. Báscula Tanita	1	\$450.000	\$450.000
22. Parlante	1	\$150.000	\$150.000
23. Adipometro, cinta métrica	2	\$35.000	\$70.000
24. Pinturas	50	\$2.000	\$100.000
25. Marcadores	100	\$15.000	\$1.500.000
26. Plastilina	50	\$2.000	\$100.000
27. Pinceles	10	\$600	\$6.000
28. Papel periódico	200	\$300	\$60.000
29. Tijeras	10	\$1.200	\$12.000
30. Hojas de colores	200	\$1.000	\$200.000
31. Plantillas para dibujar	10	\$3.500	\$35.000



32. Panderetas	10	\$5.000	\$50.000
33. Flautas	10	\$5.000	\$50.000
34. Tambores	10	\$10.000	\$100.000
35. Cascabeles	10	\$2.000	\$20.000
36. Cubos rubik	10	\$2.000	\$20.000
37. Legos	10	\$7.000	\$70.000
38. Arma todo	10	\$2.000	\$20.000
39. Juegos de mesa	10	\$ 5.000	\$50.000
40. Botiquín	2	\$10.000	\$20.000
41. Alquiler Bodega	1	\$ 1.000.000	\$1.000.000
Total Recursos Físicos:			\$23.528.000

Recursos intelectuales:

1. En este aspecto tenemos los derechos de la marca registrada con matrícula mercantil No. 03185268, con un valor de \$45.000 pesos anuales y los contratos de confidencialidad como: contrato para la prestación de servicios, formulario de inscripción.
2. La empresa contará con el programa Alexia, software para el control de asistencia para el personal el cual es gratuito.



3. MyFitnessPal, una App para el registro y control de la actividad física y nutricional de nuestros deportistas, funciona de manera gratuita para IOS y Android.

4. Por último un software de seguridad y privacidad para la manipulación de la información de la empresa y para los pagos electrónicos ya sea de manera virtual o presencial con un valor de \$150.000 pesos anuales.

Total de recursos intelectuales: \$195.000 pesos.

Recursos humanos:

Administrativo:

Profesional en el área de la administración deportiva, con actitudes de servicio y cordialidad, sus funciones será llevar una planeación y organización para formular objetivos, diseñar los medios y recursos para coordinar actividades, tener la dirección y control de la empresa. Salario: 800.000 mensual.

Operativos:

2 Profesional en cultura física, deporte y recreación o áreas afines, con conocimientos en la enseñanza del boxeo tradicional, con un alto grado de valores humanos e integrales, comprometidos con el buen trato y servicio a los usuarios, Orientar y enseñar los principios básicos del deporte, reglas, técnica y táctica en diferentes edades. Salario: \$1'200.000 mensual.



Recepcionista, con excelente presentación personal, fundamentada en valores y servicio al cliente, como funciones tendrá que brindar información de la empresa, atender llamadas, quejas o reclamos, manipulación de pagos y llevar la información de cronograma de actividades, Salario: 750.000 mensual

Personal de Aseo y Mantenimiento (Toderó), persona encargada del uso de recursos y herramientas para el buen servicio del club, un lugar limpio y organizado será de las labores más importantes, se recalca la disposición para la buena atención y la actitud servicial. Salario: 750.000 mensuales.

Total de la nómina mensualmente: será de \$4'700.000 pesos.

Recursos económicos:

Inicialmente habrá una inversión, para comprar los implementos esenciales y realizar el pago del arriendo del sitio de entrenamiento e implementar una de las estrategias de publicidad, será dinero en efectivo por parte de los socios de la empresa, el cual consta de 30'000.000 millones de pesos.

Este proyecto lo presentaremos en la feria de emprendimiento que da la universidad Santo Tomás sede Bogotá con el fin de obtener algún tipo de ayuda económica para dar inicio a esta nueva fase de la empresa FUNCTIONAL STATE. Posterior a esto solicitaremos un préstamo por medio de una entidad bancaria, ya que en medio de una búsqueda de información encontramos que “Los créditos bancarios con garantías personales y a corto plazo se consideran por lo regular autoliquidarles, debido a que son utilizados en actividades que producen suficiente flujo de efectivo para pagar el préstamo.” (Solórzano Ruano, 2008, pág. 6).



CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves se definen como las acciones que se llevarán a cabo en la empresa que son necesarias para darle ese valor diferencial o propuesta de valor al cliente y usuario, de la misma manera la forma de hacerle llegar el valor del servicio y que se sienta respaldado de tal manera que se logre conectar al cliente con la empresa según Banchieri, L; Blasco, M; Planas, F, (2013), citando a Osterwalder (2004).

Las actividades para que nuestros clientes y usuarios adquieran un servicio de calidad, se basan en la organización y estructuración de cada objetivo planteado, para las clases personalizadas y grupales se seguirán una serie de fases, la cual se encuentra dentro de la categoría de actividades de solución de problemas, con el fin de atender las necesidades de cada persona:

1. Diagnóstico antropométrico, y funcional, en caso de tener alguna contraindicación se le pedirá el permiso médico para realizar actividad física.
2. Plan de entrenamiento dependiendo la frecuencia y el plan que se escoja contando con registros diarios y controles mensuales de su proceso.
3. Entrenamientos, divididos en sesiones, al menos 3 días por semana será lo recomendado donde se trabaja un entrenamiento de fuerza y resistencia con el fin de satisfacer y mejorar la funcionalidad de cada usuario en su común vivir, por ejemplo si es un trabajador donde su función es el levantamiento de cargas, su entrenamiento se enfocará en una mayor parte en fortalecer su musculatura de soporte musculo esquelético como cuádriceps, recto abdominal y espalda en la porción lumbar.
4. Evaluación o feedback individualizada a los deportistas y una trimestral a los padres de familia en el caso de los niños.

	FUNCIONAL	Entrenamiento músculo- esquelético realizando una imitación en la corporeidad cotidiana, mejorando
--	-----------	--



		posturas y fortaleciendo ciertas zonas del cuerpo.
CLASES GRUPALES	CARDIO BOX	Ejercicios de acondicionamiento físico en el cual combinamos golpes de boxeo con entrenamiento de fuerza, resistencia agilidad coordinación y equilibrio.
	HIIT	Combinamos ejercicios aeróbicos y anaeróbicos junto con entrenamientos de fuerza - resistencia de alta intensidad.
	TABATA	Realizamos ejercicios por intervalos de alta intensidad y corta duración.
	TRX	Realizamos ejercicios de resistencia total con un dispositivo de entrenamiento en suspensión.
CLASES PERSONALIZADAS	Desarrollo de capacidades condicionales (fuerza, resistencia, flexibilidad y velocidad), y capacidades coordinativas como la agilidad, equilibrio y coordinación entre otras. Esto teniendo en cuenta los objetivos o metas de cada usuario/cliente, con un plan nutricional con el fin de mejorar la composición corporal y medidas antropométricas para controlar estas mismas.	
CLUB DE BOXING	Proceso de iniciación y formación deportiva en boxeo para niños y jóvenes realizando un perfeccionamiento físico - técnico - táctico de las capacidades tanto condicionales como coordinativas, una herramienta fundamental serán las inteligencias múltiples (Inteligencia Lógica - matemática Inteligencia Lingüística, Inteligencia Espacial, Inteligencia Musical, Inteligencia Corporal - kinestésica, Inteligencia Intrapersonal, Inteligencia Interpersonal, Inteligencia emocional, Inteligencia Naturalista).	



El club de boxeo tendrá la misma disposición de entrega a los usuarios, recibiendo así una sesión gratuita para que conozcan las instalaciones y tengan la posibilidad de entrenar, posteriormente

1. Al inscribirse se llevará un cronograma de entrenamientos mensual, ya que la mensualidad consta de 12 entrenamientos, donde inicialmente se hace un diagnóstico cognitivo-motriz según la edad para establecer el nivel deportivo, la idea será categorizar los entrenamientos por edades para la aplicación de nuestra metodología.
2. los entrenamientos están enfocados en la práctica deportiva tradicional en cuanto a explicaciones técnicas y tácticas, mientras que los entrenamientos físicos y de recuperación se alternarán con sesiones donde la resolución de problemas por medio de las habilidades múltiples tendrán los niveles de atención y diferenciación a la metodología tradicional, dándole al niño la posibilidad de explotar su máximo potencial cognitivo, con el fin de volver a la práctica deportiva con mayor habilidad motriz.

Se hará el último domingo de cada mes un entrenamiento al aire libre, en el parque de la localidad con el fin de que la comunidad en general conozca un poco de lo que se trabaja y se proyecta en Functional State, se tendrá personal repartiendo volantes publicitarios dando como resultado la participación activa y el ingreso a personal nuevo a nuestra empresa.

Por último la organización de festivales, torneos y competencias, se hará publicidad de forma masiva con clubes de boxeo interesados, como metodología, la resolución de problemas también será un pilar fundamental en la estructura organizacional de la empresa, satisfaciendo cualquier inquietud, queja o reclamo de manera inmediata, dándole un manejo responsable y profesional a cada situación que se presente en nuestras instalaciones.



CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Arce, Dolores, (2012) cita en su estudio a García, Colín (2008), en su estudio de contabilidad de costos, define los costos como el valor económico de los elementos o recursos que se ofrecen o entregan a cambio de bienes o servicios que obtiene el cliente.

Costos fijos

Orozco, J, (2019), en su estudio de contabilidad de costos nos da una definición sobre los costos fijos, estos costos no se ven afectados a los cambios respecto a la actividad, por lo general lo llaman costos periódicos ya que incurren: una vez al día, una vez al mes, una vez al año.

Costos variables

Orozco, J, (2019), en su estudio de contabilidad de costos nos da una definición sobre los costos variables, estos costos son aquellos que se modifican teniendo en cuenta el volumen de producción o actividad ya sea de bienes o servicios, esto quiere decir que si la actividad baja estos costos igualmente lo harán, igualmente si estas actividades aumentan los costos lo harán también.

<i>COSTOS</i>	
<i>Costos Fijos.</i>	\$ 2.989.467
<i>Costos Variables.</i>	\$ 4.023.000



Total Costos \$ 7.012.466,67



El punto de equilibrio es utilizado en las empresas para definir el nivel de ventas que cubre los costos totales, cuando una empresa llega al punto de equilibrio quiere decir que, aunque no haya ganado dinero, tampoco lo ha perdido. Functional State obtiene su punto de equilibrio con 38 usuarios entrenando mes a mes, siendo la capacidad de 75 personas por mes en el primer año, mientras que el valor de equilibrio como su palabra lo indica es el valor monetario con el cual la empresa tiene una igualdad tanto de costos como ingresos el cual es de \$ 5.675.780.

Punto de Equilibrio= Costos Fijos Totales / Precio Unitario - Costo Variable Unitario

PE= \$2.989.467 / \$132.973 - \$54.365

PE= 38 Usuarios

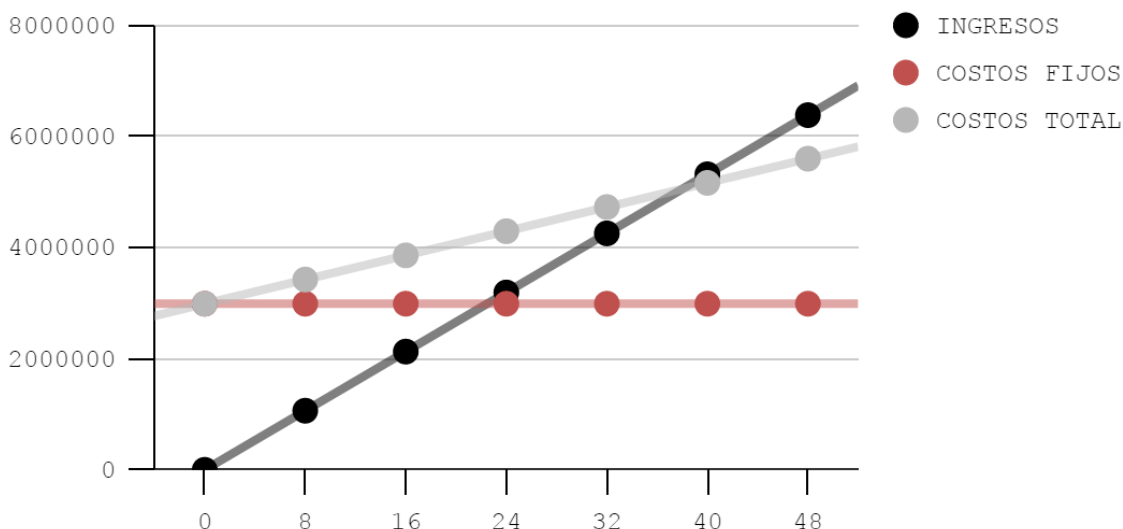
Valor de Equilibrio= Punto de Equilibrio * Precio Unitario

VE= 38 * \$132.973

VE= \$ 5.056.963



PUNTO DE EQUILIBRIO



CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

(Carrillo y López, 2014) entienden por evaluación financiera al paso a paso que busca equilibrar y medir los beneficios y costos de diferentes alternativas con el fin de seleccionar la más apropiada para los socios accionistas, esta evaluación permite establecer la rentabilidad de la inversión que se realiza en un proyecto, así como la capacidad financiera del mismo.

Teniendo en cuenta que la inversión será de 30'000.000 (treinta millones de pesos, con una inflación del 4%, se dice que:

VPN (Valor Presente Neto)

(Cornejo, 2020) en su artículo define el valor presente neto como la verdadera ganancia económica que recibirá un proyecto en un futuro restando la inversión inicial y es lo que realmente aumenta el valor de la compañía, el cual es de **\$23.391.010,78** en el primer año.

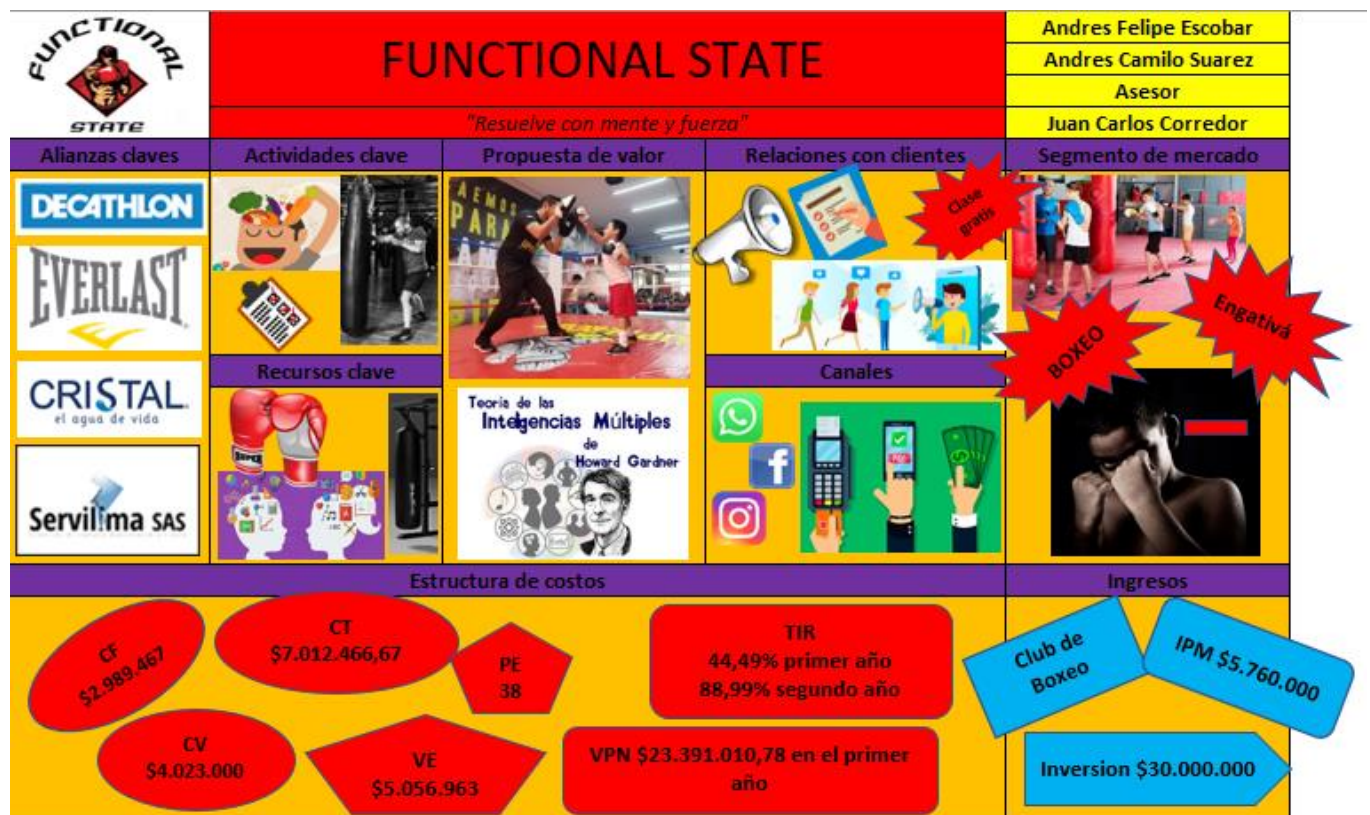


TIR (Tasa Interna de Retorno)

(Sevilla, 2020) plantea en su artículo que la tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de rentabilidad que da una inversión en un plazo de tiempo estipulado, es decir, el porcentaje de ganancia o pérdida que tendrá el proyecto la cual será de **44,49%** para la empresa, en su primer año y del **88,99%** en el segundo año de funcionamiento.

También nos habla del Retorno de la inversión como una medida a tener en cuenta para evaluar el desempeño y la eficacia de una inversión y mide el retorno de la inversión de manera concreta, que en el caso de nuestra empresa sería en **10 meses**, esto quiere decir que el negocio es viable y factible.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO





REFERENCIAS

- Arce, D. (2012). Los recursos didácticos aplicados por los docentes y su incidencia en el aprendizaje en la asignatura de contabilidad de costo, a los estudiantes del tercer año de bachillerato del Colegio Fiscal Técnico “24 de mayo” de la Parroquia 24 de mayo del Cantón Quevedo provincia de los Ríos, en el periodo lectivo 2011-2012. Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/1440/T-UTB-FCJSE-ADM-000019.02.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Arce-Urriza, M., & Cebollada, J. (2013). Elección de canal de compra y estrategia multicanal: internet vs. Tradicional. Aplicación a la compra en una cadena de supermercados. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 16(2), 108-122. doi:10.1016/j.cede.2012.07.002 Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.cede.2012.07.002>
- Banchieri, Lucia-Clara; Blasco, María Jesús; Campa-Planas, Fernando Auto evaluación de la gestión por parte de pequeñas empresas y microempresas: Estudio exploratorio Intangible Capital, vol., 9., núm., 2., . . . España. Intangible capital ISSN: 2014-3214 ic.editor@intangiblecapital.org universitat politècnica de catalunya espanya
- Carrillo García, M. E., & López, A. (2014). La teoría de las inteligencias múltiples en la enseñanza de las lenguas. *Contextos Educativos*, (17), 79. doi:10.18172/con.2594
- Carrillo García, M. E., & López, A. (2014). La teoría de las inteligencias múltiples en la enseñanza de las lenguas. *Contextos Educativos*, (17), 79. doi:10.18172/con.2594
- Cornejo, R. (2020, 28 marzo). El Valor Presente Neto Explicado Fácilmente. Kraken Financiamiento. <https://krakenfinanciamiento.com/es/blog/finanzas-corporativas/el-valor-presente-neto-explicado-facilmente/>



García Colín, J. (1996). Contabilidad de costos. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
Retrieved from <https://elibro.net/ereader/elibrodemo/73535>

García Fernández, Jerónimo; Cepeda Carrión, Gabriel; Ruíz, David Martín La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT Revista de Psicología del Deporte, vol., 2. 1., núm., 2., España. Revista de psicología del deporte

Hernández Sierra, J., Machuat Santana, G., & Ramos Quian, Y. (2018). La meso estructura, modelo de entrenamiento contemporáneo de la escuela cubana de boxeo. PODIUM: Revista de Ciencia y Tecnología en la Cultura Física, 13(1), 4-15.
Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=6274022>

Larrabeiti, B. M. (2019). Valores y beneficios psicológicos de las artes marciales y deportes de combate. Una propuesta educativa. Universidad del País Vasco. Recuperado de:
https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/43517/TFG_Larrabeiti.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Lemon, A. (2015). Ingreso. 2019, de Economipedia Sitio web: <https://economipedia.com>

Lucia Monacis, Valeria de Palo, & María Sinatra. (2015). Diferencias individuales y motivación en la agresividad en las artes marciales. Revista De Psicología Del Deporte, 24(1), 163-169. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2258244839>

Martín Jorge, M. L., & Mora Mérida, J. A. (2007). La concepción de la inteligencia en los planteamientos de Gardner (1983) y Sternberg (1985) como desarrollos teóricos precursores de la noción de inteligencia emocional. Revista de historia de la psicología, 28(4), 67-92. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=2514677>



- Mejía, C. (2003). La propuesta de valor. *Documentos planning*. Recuperado de: https://planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf
- Paredes, A; Valderrama, B. (2014). Implementación de un sistema de control interno de existencias y su incidencia en la protección de los recursos de la empresa The Curl S.A.C., sucursal Trujillo. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/334/2/PAREDES_ANDREA_CONTROL_INTERNO_EXISTENCIAS_CONTENIDO.pdf
- Pedro Gil Madrona, & Onofre R. Contreras Jordán. (2005). Enfoques actuales de la educación física y el deporte. Retos e interrogantes: el manifiesto de Antigua, Guatemala. *Revista iberoamericana de educación*, 39, 225-256. Retrieved from <https://doaj.org/article/6d7b6baa8ba041a09c51d4f7b99d68ff>
- Pileta, I. R., Pérez, H. M., Téllez, I. F., Bombú, R. M., Cevallos, E. C., & Calle, W. T. (2019). Análisis integral de la motivación en boxeadores. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 38(2), 56-72. Recuperado de: <http://www.revibiomedica.sld.cu/index.php/ibi/article/view/276>
- Prieto Herrera, J. E. (2013). *Investigación de mercados (2a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Retrieved from [https://ebookcentral.proquest.com/lib/\[SITE_ID\]/detail.action?docID=4870549](https://ebookcentral.proquest.com/lib/[SITE_ID]/detail.action?docID=4870549)
- Secretaria de Educación. (2017). *Caracterización del sector educativo de la localidad Engativá*. Recuperado de: https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/10-Perfil_caracterizacion_localidad_Engativa_2017.pdf
- Sevilla, A. (2020, 27 agosto). Tasa interna de retorno (TIR). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Thompson, I. (2005). *La segmentación del mercado*. Promonegocios. Net.



Vásquez, G. J. (2009). Los canales de distribución y el valor para el consumidor Retrieved from

https://www.openaire.eu/search/publication?articleId=od_____645::798408ef506fe9a5cb433328fe72e3c2

