



ALTERNATIVE GAMES

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESA

Responsables:

Brayan Pacheco Duran

Código: 2181097

Daniel Orlando Garzón

Código: 2181081

Juan Pablo Lara Riaño

Código: 2186605

Asesor:

Gonzalo Florian

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Octubre 2019

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN_____	3
MODELAMIENTO DE LA IDEA DEL NEGOCIO _____	3
JUSTIFICACIÓN_____	4
LOGO_____	5
SLOGAN_____	6
MISIÓN_____	6
VISIÓN_____	6
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA _____	6
MARCO REFERENCIAL_____	7
INVESTIGACION_____	8
CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO _____	9
CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR _____	10
CAPÍTULO III: CANALES _____	10
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES _____	11
CAPÍTULO V: INGRESOS _____	13
CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES _____	16
CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES _____	20
CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES _____	21
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS_____	21
CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO _____	28
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO _____	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	30



INTRODUCCIÓN

Los deportes y/o juegos de carácter alternativo, actualmente generan un cambio a nivel deportivo tanto en el mercado como en los medios de formación, ya que estos proporcionan una opción diferente, inclusiva y diversa para la población, principalmente en niños y jóvenes. A diferencia de los deportes convencionales que mucha gente conoce, los cuales tienen una amplia cobertura a nivel distrital, departamental y nacional; las prácticas deportivas alternativas en Colombia aún no cuentan con un amplio desarrollo en estos sectores.

Alternative Games, tiene como propósito ofrecer nuevos espacios para prácticas deportivas alternativas enfocado en colegios privados en el municipio de Cota, con el fin de ampliar la zona de influencia fuera de Bogotá y aportar una gama de deportes alternativos dentro de las instituciones educativas en ese sector. Alternative Games ofrece variedad y capacidad de adaptación a diferentes entornos para los colegios, todo condensado en un paquete de servicios ajustables, dado a que no todas las instituciones tienen las mismas instalaciones y/o espacios para llevar a cabo estos deportes.

De esta forma, la idea de negocio se plantea teniendo en cuenta la innovación, el potencial en el desarrollo económico y en la inclusión social mediante este tipo de prácticas deportivas que generarán una sostenibilidad integrando adecuadamente los clientes, los convenios y los socios lo que asegurará el futuro y funcionamiento de esta empresa.

IDEA DE NEGOCIO

En este orden de ideas, Alternative Games se plantea como una empresa de servicios, enfocada en los deportes de tipo no convencionales, la cual se desarrolla en instituciones privadas en el municipio de Cota - Cundinamarca. Esta empresa cuenta con un paquete de servicios flexibles en donde se involucran diferentes prácticas deportivas no convencionales como lo son: Kitball, Lacrosse, Archery tag y Balonmano. Cualquiera de estos deportes, son



adaptados para ser realizados en espacios ya sea en campo cerrado o al aire libre. Por otro lado, estos deportes son integradores ya que lo pueden practicar niñas y niños desde los 8 hasta 18 años, o también pueden ser practicados por adultos de 18 hasta 60 años bien sean docentes o personal administrativo que hagan parte de estas instituciones...

A continuación, se nombran los principales beneficios de las prácticas deportivas de tipo alternativo:

- Deportes mixtos para hombres y mujeres
- Disminución del sedentarismo en la población
- Mejoramiento de la calidad de vida
- Aplicación de valores a través de la práctica.
- Materiales de elaboración manual económicos.
- Adherencia al ejercicio físico.
- Mejoramiento de capacidades físicas
- Fortalecimiento de habilidades motrices

JUSTIFICACIÓN

Alternative Games tiene como objetivo impactar en el sector escolar, y allí brindar a los colegios la posibilidad de implementar actividades extracurriculares mediante una jornada escolar complementaria, dando a ofrecer distintos deportes alternativos que cambian el paradigma tradicional en la manera de hacer prácticas deportivas y ejercicio físico, debido a que constantemente los estudiantes se desinteresan por algunos deportes convencionales o no aprovechan el tiempo destinado para estos de la mejor manera, ya que comúnmente los deportes ofertados no son del gusto o interés de todos. Expandir las opciones ayudará a generar más interés y de esta manera hacer uso de nuestros servicios. Por otra parte, los deportes que se llevan a cabo en Alternative Games, tienen componentes significativos de competencia, análisis y estrategia, que permiten desarrollar las capacidades físicas al igual que las cognitivas. En edades tempranas, dichos componentes son relevantes ya que en base con Jean Piaget (1984), los niños y jóvenes pasan por una etapa donde necesitan desarrollar



su capacidad de lógica para llegar a ciertos resultados. Por lo tanto, es un punto a favor para los deportes ofrecidos en esta empresa (Kick ball, Archery tag, Lacrosse, etc.), debido a que son en esencia de estrategia, los cuales pueden verse más atractivos para nuestros clientes y de esta manera, lograr desarrollar las capacidades físicas, motrices y cognitivas de quienes lo practican. Lo que da la oportunidad de promover esta serie de opciones deportivas, las cuales hará que los estudiantes se interesen por aprenderlos y practicarlos, mientras que se deja un aporte importante para sus vidas en el desarrollo y fortalecimiento de sus capacidades hacia un estilo de vida sano y saludable (Carranza & Montoya, 2012).

LOGO



-El color negro simboliza elegancia y estilo de los deportes no convencionales representado en las raquetas de lacrosse, el arco y toda la circunferencia.

-El color azul del ángel que sostiene el arco, simbolizan los principales valores que trabaja Alternative Games (fidelidad, lealtad, respeto, paz, perdón y verdad).

-El color rojo de las letras, hace referencia a la pasión con la cual se quiere brindar cada uno de los servicios ofrecidos a nuestros clientes y así mismo despertar en ellos el amor por los deportes no convencionales.



SLOGAN

Alternative Games, deporte y variedad!

El presente slogan, es formulado teniendo en cuenta los diferentes gustos y capacidades de los clientes, los cuales tienen la oportunidad de elegir distintas opciones que les ofrece Alternative Games según su preferencia, optando por una variedad en sus prácticas deportivas. El slogan también refleja el deseo de obtener lo mejor de cada persona a un nivel integral, humanista y físico, potenciando las cualidades y/o destrezas de cada uno de los miembros de nuestro programa, donde se presentan diferentes retos y desafíos tanto físicos como mentales por medio de los deportes no convencionales que traerán cambios positivos a sus vidas. Se postula el slogan como una manera de dar a conocer y poner en práctica los deportes alternativos como una opción diferente en la que todos son bienvenidos.

MISIÓN

La empresa Alternative Games busca brindar servicios deportivos de tipo alternativo, con altos estándares de calidad a través de un enfoque humanista, haciendo uso adecuado del tiempo escolar complementario con deportes no convencionales que promueven un aprendizaje tanto motriz como cognitivo.

VISIÓN

Para el año 2022, Alternative Games será una empresa líder en el ámbito de los deportes alternativos a través de prestación de servicios en colegios públicos y privados ubicados dentro del municipio de Cota-Cundinamarca.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Alternative Games, es formado por profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación de la Universidad Santo Tomás, que tienen como base los valores y el desarrollo integral, permitiendo así, formar deportivamente a cada persona de manera completa e íntegra. La formación humanista de los profesionales a cargo de esta empresa genera un ambiente



favorable durante la práctica, propicio para aprendices y entrenadores, donde se fomentan valores como lo son:

Fidelidad, en cada uno de los aspectos del entrenamiento, la constancia, compromiso con las reglas establecidas y obligaciones del estudiante.

Respeto, como personas que sienten y piensan diferente, apreciar, aceptar y valorar a cada una de las personas que nos rodea.

Paz, en estos momentos de tensión y problemas a nivel social es importante generar un equilibrio y tranquilidad, con caminos de diálogo con los cuales se puedan solucionar los conflictos y poder aportar un poco a una sociedad conflictiva. A si mismo **Perdón**, y la **verdad**, poder optar por un camino justo fuera de la venganza o el castigo que tanto ahoga la sociedad colombiana y que nos cuesta lograr.

MARCO REFERENCIAL

Marco normativo

Alternative Games tiene como función brindar un servicio, basado en prácticas deportivas alternativas como una forma de manejo y aprovechamiento del tiempo libre en la etapa escolar, contemplados en el artículo 52 de la constitución política de Colombia y en el artículo 12 del plan de desarrollo del Municipio de Cota, los cuales mencionan al deporte y la recreación como bases fundamentales para el desarrollo de la población infantil y la necesidad imperante de proyectos escolares para la formación deportiva. Es bueno decir, que la población infantil es susceptible a recibir cambios que facilitan promover hábitos de vida saludables y valores necesarios para la convivencia desde la infancia, a comparación de edades etarias maduras. Estas enseñanzas se promueven a lo largo de cada uno de los deportes implementados en Alternative Games, los cuales son de tipo no convencionales y se convierten en una forma de transmitir valores y habilidades en busca del desarrollo integral de las personas, el cual se convierte en un objetivo social abarcado en el artículo 52 de la constitución política de Colombia. En acorde con el artículo 17 de la Ley 181 de 1995, el deporte formativo y comunitario, hace parte del Sistema Nacional del Deporte y plantea a la práctica deportiva como forma de enseñanza académica y de formación integral que le



facilitan al individuo cumplir sus obligaciones en el entorno social y comunitario; Además de la implementación del deporte y la recreación como medio para el aprovechamiento del tiempo libre abarcado dentro de los objetivos de Alternative Games. Por último, De acuerdo con el artículo 53 de la Ley 181 de 1995, el plan nacional de deporte y recreación tendrá como fundamento los planes y proyectos de desarrollo de carácter municipal, departamental y entidades de deporte, que propongan manejo y aprovechamiento del tiempo libre de acuerdo con las políticas nacionales, lo cual es acorde con la función y aporte de la empresa Alternative Games para la sociedad y hacia las buenas prácticas.

Marco social

La empresa Alternative Games, busca impactar principalmente en la población infantil y adolescente que estudia en colegios privados del municipio de Cota, donde sus responsables pueden adquirir un espacio escolar complementario dentro de la institución en base a prácticas deportivas formativas no convencionales. Futuramente Alternative Games se dispone impactar y abarcar la misma edad etaria, para estratos más bajos mediante convenios con escuelas de formación o con planes a nivel municipal con colegios públicos, promoviendo la empresa y dándola a conocer a través de los entes públicos y privados que contribuyen hacia el plan de desarrollo municipal.

INVESTIGACIÓN

En los programas escolares complementarios existentes, hay una gran variedad en base a deportes tradicionales y/o convencionales como el fútbol, voleibol, básquet, entre otros, (Secretaría de Educación Cota, 2014). Estas ideas que promueven el deporte como herramienta para fomentar valores de disciplina, solidaridad, respeto, compañerismo, etc.; son primordiales a la hora de lograr un desarrollo humano en la persona ya que a través de las prácticas deportivas se logra afianzar y entender el significado de dichos valores. Sin embargo, existen valores que no se resaltan o no se tienen en cuenta dentro de los programas deportivos. Alternative Games, busca afianzar el desarrollo interpersonal e intrapersonal de sus usuarios, por medio de la práctica de deportes alternativos los cuales ayudan a canalizar los sentimientos negativos que las personas cargan, liberándose de ellos y dejándose llevar



por el juego, que, aunque se vean como deportes de contacto o de severidad, estos cuentan con todas las medidas necesarias para que sea una práctica bajo riesgo controlado. Por otra parte, en la actualidad no existe aún alguna empresa u organización con caracteres similares que ofrezcan una gama de deportes de esta índole y con estos beneficios, por lo cual, Alternative Games encuentra dentro del segmento estudiantil de la población de Cota, una oportunidad clara de incentivar el aprovechamiento del tiempo libre por medio de actividades alternativas y diversas.

CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación del mercado consiste en dividir grupos con características y necesidades similares, como objetivo principal conocer a fondo la demanda para satisfacer sus necesidades y prestar con calidad un servicio (Fernández, 2010). Alternative Games está dirigida al municipio de Cota-Cundinamarca, específicamente hacia los colegios de carácter privado, ubicados en las zonas de estratos 4, 5 y 6 como el Liceo Los Andes, entre otros. El servicio será dado dentro de los espacios deportivos de las instituciones académica por lo cual no es necesario disponer de un lugar para la práctica de los deportes alternativos. Inicialmente, la empresa busca centrarse en colegios que no cuenten con un plan extracurricular de aprovechamiento del tiempo libre y/o prácticas deportivas extendidas.

Nicho de mercado:

El concepto nicho de mercado, hace referencia a una segmentación de la población a donde va dirigida la empresa (Chirinos, 2011), la cual tiene como población principal niños y jóvenes adolescentes que estudian en instituciones privadas del municipio de Cota-Cundinamarca, concentrando así, un interés por esta población y atraerla hacia su vinculación con el fin de lograr una adecuada eficiencia para que puedan tomar este servicio y sea de su agrado. De esta manera, se evita desperdiciar esfuerzo innecesariamente para atraer clientes a los cuales nuestro servicio no cumpla o no se adapte a sus características. Por lo tanto, Alternative Games está dirigido a un tipo de población específica, a la que se ofrece un programa en base a prácticas deportivas no convencionales. De esta manera, nuestra empresa es pionera en este campo, dado a que los colegios privados de este municipio no cuentan con



programas de aprovechamiento de tiempo libre basado en deportes alternativos, aunque cuenten con los espacios suficientes para ejercerlos.

CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

- El material necesario para la práctica de los deportes alternativos es de construcción en su mayoría manual y con material reciclable, lo cual permite el trabajo individual, en equipo y el cuidado del medio ambiente.
- Alternative Games tiene como novedad trabajar las capacidades físicas, condicionales y coordinativas, así como también habilidades cognitivas en base a una formación deportiva diferente e innovadora en el mercado de empresas que prestan servicios deportivos la cual cambia la cotidianidad sobre el uso del tiempo escolar complementario, ya que no se encuentra una oferta o empresa similar en el municipio de Cota en este campo.

CAPÍTULO III: CANALES

Los canales utilizados e involucrados para dar a conocer nuestro servicio son directos e indirectos, propios y asociados. Estos canales se pueden apreciar para brindar información sobre la empresa, actividades, horarios, convenios, costos etc. La idea de estos canales es tener un espacio para que los clientes e interesados puedan acceder a los servicios por medio de una plataforma propia (Galindo, 2004), puede ser a través de las redes sociales que satisfacen la demanda del mundo globalizado actual. Los canales implementados en la empresa son canales propios y directos que se manejan por medio del internet y se promocionan a través de los convenios obtenidos con instituciones o entes municipales con el objetivo de tener un mayor acercamiento al público e impactar a más personas.

→ Facebook e Instagram:

A través de las redes sociales más utilizadas actualmente, Alternative Games cuenta con un sitio web propio en donde da a conocer y promocionar sus servicios a los clientes e interesados, proporcionando información detallada y medios audiovisuales que permiten conocer la naturaleza de la empresa. Por ejemplo: la importancia de las prácticas deportivas,



los beneficios que estas traen, los métodos de enseñanza utilizados, entre otros. Paralelamente, estas plataformas servirán con medio de encuestas para medir la satisfacción sobre nuestros servicios y de esta manera promover nuevos planes y eventos en la empresa.

→ **Página web:**

Por medio de un sitio web propio, Alternative Games cuenta con una página interactiva, que proporciona un medio formal de comunicación directa como forma para que los clientes e interesados puedan hacer preguntas y resolver sus dudas, a su vez, en esta plataforma se dan a conocer los servicios, la razón social de la empresa, misión, visión, etc.

→ **Contacto personal y voz a voz:**

Por medio del contacto persona a persona, se establece un canal formal donde se da a conocer de manera directa toda la información necesaria según intereses propios (Regalado, Allpacca, Baca & Gerónimo, 2011). Por medio del diálogo se fijan precios, tipos de servicios, horarios, cronogramas y otros acuerdos ya sea con instituciones educativas o municipales de Cota. Desde allí, se da comienzo a la voz a voz en donde las personas que han tenido información sobre la empresa esparcen su voz al momento de contar su gusto o interés a las personas allegadas sobre los servicios de Alternative Games lo que se convierte en un canal de esparcimiento indirecto bastante eficaz. Esto con el fin de que socios potenciales y posibles clientes que no tienen contacto con los otros canales ya mencionados, puedan estar al tanto y llegar a ser parte de nuestro programa.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Para Alternative Games, la relación más importante y fundamental para el crecimiento de la empresa, es la relación directa con el segmento de mercado al cual va dirigida. Por medio del contacto con las instituciones privadas y por medio de los canales de información propuestos, se busca tener un acercamiento con la comunidad y con los jóvenes quienes usan principalmente nuestros servicios (Regalado, Allpacca, Baca & Gerónimo, 2011). Con esta relación, se busca impactar en el segmento de mercado específico, pero aparte, crear una comunidad en línea que permita intercambiar información relevante y actualizada, horarios,



cronogramas, lugares, resolver problemas y fácilmente poder contactarse con la empresa y viceversa.

Alternative Games, al ser una empresa de servicios precursora de los deportes alternativos en etapa escolar, ofrece al mercado una propuesta novedosa con un valor agregado diferente al tradicional el cual es fundamental para el desarrollo de la misma. Para relacionar acertadamente el nicho de clientes encontrados en los colegios privados del municipio de Cota, los canales de comunicación directos se utilizan para informar y abarcar mayor cantidad de personas donde se pueden filtrar clientes potenciales y no potenciales. Esto se hace publicando información de relevancia e interés a través del sitio web y redes sociales con las que cuenta la empresa logrando tener al tanto a los seguidores interesados en nuestros servicios. A su vez, se busca tener una relación más cercana con estos de manera presencial como no presencial.

Por las razones anteriormente mencionadas, se resalta la importancia de transmitir adecuadamente nuestros servicios a través de los distintos canales de distribución (página web, fan page en Facebook y perfil en Instagram), donde se da a conocer Alternative Games como una oferta innovadora y a la vez una alternativa que genera interés. Quienes estén interesados, pueden de manera fácil y rápida colocarse en contacto con los responsables por medio de teléfono fijo, celular, WhatsApp y/o correo electrónico. De este modo, es importante llegar a la mayor cantidad de personas dando a conocer toda la información para que su vinculación sea eficiente, dejando en claro los beneficios que aporta y el interés que adquiere al implementar actividades no convencionales dentro del entorno escolar. Seguido con esto, se pretende generar confianza y respaldo a los profesionales a cargo los cuales tienen el compromiso de planificar y ejecutar las actividades que aseguran el éxito del programa, reflejando ser responsables y comprometidos con la formación integral, aprovechando no solo la preparación física, sino intelectual y moral de los estudiantes (Gros, B. 2000).

Por último, es fundamental finalizar cada programa y dejar las puertas abiertas para que los clientes en ocasiones posteriores vuelvan hacer parte, para esto, el servicio ofrecido tiene que



ser muy bueno, de calidad y de beneficio para dejar la mejor impresión y pueda ser vuelto a tener en cuenta. Para los clientes frecuentes, se tienen previstos descuentos promocionales y atenciones especiales en los próximos programas.

CAPÍTULO V: INGRESOS

La empresa Alternative Games, obtendrá sus ganancias y/o activos, con paquetes cuyos precios han sido establecidos para la adquisición del cliente y analizados por las competencias existentes en el municipio de Cota. Seguidamente, se realizará en base al primer año proyectado del modelo de generación de ingresos, con un respectivo análisis de los precios que la empresa establece hacia el segmento de mercado.

INGRESOS			
MES	VALOR SERVICIO	CANTIDAD	TOTAL
Enero	\$1.000.000	3	\$3.000.000
Febrero	\$1.000.000	3	\$3.000.000
Marzo	\$1.000.000	3	\$3.000.000
Abril	\$1.000.000	3	\$3.000.000
Mayo	\$1.000.000	4	\$4.000.000
Junio	\$1.000.000	4	\$4.000.000
Julio	\$1.000.000	4	\$4.000.000
Agosto	\$1.000.000	5	\$5.000.000
Septiembre	\$1.000.000	5	\$5.000.000
Octubre	\$1.000.000	5	\$5.000.000
Noviembre	\$1.000.000	5	\$5.000.000
Diciembre	\$1.000.000	6	\$6.000.000
TOTAL	\$50.000.000		



COMPETENCIA DIRECTA

Actualmente en el municipio de Cota-Cundinamarca, no se encuentra una competencia directa del mismo carácter y variedad en cuanto a deportes alternativos se refiere, únicamente se encuentra la escuela y club de formación en ultimate Monkeys.

Monkeys Ultimate es una empresa que desarrolla el ultimate como deporte principal a nivel competitivo, este club está ubicado en el Campus polideportivo municipal, los precios de inscripción van desde \$110.000 a particulares y \$100.000 para estudiantes, luego de la inscripción las mensualidades son de \$95.000 para particulares y \$90.000 para estudiantes.



PRECIOS DE INSCRIPCIÓN Y MENSUALIDADES MONKEYS ULTIMATE

Fuente	Frecuencia de aporte	Tipo de aporte	Servicio fuente de ingresos
Socios nuevos	Único aporte por suscripción. Particular 110.000	Monetario	Beneficio
	Único aporte por suscripción. Estudiante \$100.000		
Socios Beneficiados	Aporte mensual Particular \$95.000	Monetario	Beneficio
	Aporte mensual estudiante \$90.000		



PRECIO PROMEDIO Y CAPACIDAD DE PAGO DEL CLIENTE

Alternative Games se desempeña en una zona geográfica donde prevalecen estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 del Municipio de Cota, y se centra en las instituciones educativas privadas del mismo estableciéndose como una empresa que ofrece no uno sino varios deportes alternativos. El costo del servicio brindado es similar en relación con el competidor directo principal. Dado a que el pago se realiza mensualmente junto con el de la institución educativa, el poder de pago de cada cliente es proporcional a su capacidad adquisitiva. Por lo tanto, según la población objeto y el sector en donde está ubicado Alternative Games, los clientes cuentan con una excelente capacidad de pago y accesibilidad hacia los costos manejados.

La siguiente tabla contiene el valor aproximado del servicio mensual en Alternative Games para una institución educativa.

PRECIO DE VENTA DEL SERVICIO:

Fuente	Frecuencia de aporte	Tipo de aporte	Servicio fuente de ingresos
Colegios nuevos	Único aporte por suscripción mensual por curso del colegio (1.000.000 COP)	Monetario	Beneficio

ESTRATEGIA PARA LA DEFINICIÓN DEL PRECIO

La estrategia pensada por Alternative Games, consistente en tener un valor inferior a nuestro competidor principal, esto solamente por un periodo de 6 meses o hasta conseguir las ganancias proyectadas. La comparativa de precios con “Monkeys Ultimate”, se aproxima al dividir el cobro por niveles educativos y por su aproximado de estudiantes; el costo equivale al cobro mensual de “Monkeys Ultimate” sumado a que se tiene una gama de deportes más amplia a comparación de la competencia.



TIPO DE GENERACIÓN DE INGRESOS

Inicialmente una manera para Alternative Games de generar ingresos, es por medio de “primas de suscripción”. Puesto que los clientes pagan un monto mensual el cual no cambia ni varía por tiempo de uso o cantidad de gente. Los precios son fijos y el único gasto es el valor de la inscripción.

- Ingresos de transacciones de pagos realizados por la institución una vez al mes:
- Costo o valor de suscripción por grupo de nivel académico (\$1.000.000 COP)

CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Los recursos requeridos dentro de la empresa varían desde los humanos hasta los físicos, en este capítulo, se describen aquellos recursos claves para el correcto funcionamiento y desarrollo de empresa dentro del mercado (Camejo & Cejas, 2009).

- Alternative Games implementa los siguientes recursos:

-Humano: El recurso humano es el recurso fundamental para el éxito de la empresa, nuestros entrenadores son la clave del correcto funcionamiento de la misma en todas las fases de la empresa (administración, planeación, programación ejecución y evaluación).

-Físicos: Los recursos físicos son los materiales necesarios para la creación y el desarrollo de los diferentes deportes alternativos (Lacrosse, Archery tag, Kit Ball). Por ejemplo: flechas, obstáculos, sticks, barricadas, entre otros. Estos activos de la empresa se suman junto con el espacio o campo de juego a usar, el cual lo proporcionan las mismas instituciones educativas aliadas con la empresa. A futuro, se buscará concretar una alianza con la secretaría de Deportes y Recreación del Municipio de Cota para tener acceso y poder usar el campus polideportivo municipal.



-Intelectual: Este recurso es requerido principalmente para la elaboración de artefactos y estructuras a base de material reciclable usados en las prácticas como, por ejemplo: arcos, sticks, muros, entre otros.

-Financiero: El capital necesario para la implementación de este negocio, será propia de los dueños del proyecto, estos recursos son necesarios para desarrollo y ejecución de la idea de negocio. Así mismo una vez implementado el proyecto, se van a necesitar mejoras y ajustes que permitirán tener mayor alcance y brindar una mejor calidad del servicio.

TABLA DE RECURSOS

Recurso		Cantidad	Valor unitario	Valor total	Características
Técnicos	Arcos	20	\$20.500	\$410.000	Diseñados y fabricados en base a material de tipo reciclable.
	Flechas	100	\$3.600	\$360.000	Hechas con espuma jumbolon, varillas y patas de mesas de oficina, ensambladas a mano.
	Sticks Lacrosse	20	\$18.000	\$360.000	Sticks realizados con materiales reciclables como tubos PVC.
	Balones kit ball	6	\$20.000	\$120.000	Balones comprados.
	Discos ultimate	12	\$13.200	\$158.400	Discos frisbee comprados al por mayor.
	Platillos	20	\$2.500	\$50.000	Platillos al por mayor.



	Conos	20	\$3.000	\$60.000	Conos al por mayor.
	Caretas de protección	15	\$100.000	\$1.500.000	Caretas de protección tipo paintball
Tecnológicos	Computador	1	\$900.000	\$900.000	Laptop con excelente memoria interna para temas administrativos y contables
	Página web	1	\$260.000	\$260.000	Página web donde promociona y especifica el servicio ofrecido.
Talento humano	Entrenadores	3	\$800.000	\$2.400.000	Profesionales de CFDR con conocimiento en deportes alternativos
Físicos	Instalaciones del colegio	1	N. A	N. A	No se proporciona valor al espacio a utilizar debido a que la institución lo cubre.

TABLA DE COSTOS				
Recurso		Costo fijo	Costo variable	Valor total
Técnicos	Arcos	\$410.000		\$410.000
	Flechas	\$360.000		\$360.000
	Sticks lacrosse	\$360.000		\$360.000
	Balones kit ball	\$120.000		\$120.000



	Discos ultimate	\$158.400		\$158.400
	Platillos	\$50.000		\$50.000
	Conos	\$60.000		\$60.000
	Caretas de protección	\$1.500.000		\$1.500.000
Tecnológicos	Computador	\$900.000		\$900.000
	Página web		\$260.000	\$260.000
Talento humano	Entrenadores	\$2.400.000		\$2.400.000
Físicos	Instalaciones del colegio	N. A	N. A	N. A
TOTALES		\$6.318.400	\$260.000	\$6.578.400

COSTOS FIJOS				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
F1	Arcos	\$20.500	20	\$410.000
F2	Flechas	\$3.600	100	\$360.000
	Sticks lacrosse	\$18.000	20	\$360.000
	Balones kitball	\$20.000	6	\$120.000
	Discos ultimate	\$13.200	12	\$158.400
	Platillos	\$2.500	20	\$50.000
	Conos	\$3.000	20	\$60.000
	Caretas de proteccion	\$100.000	15	\$1.500.000
	Computador	\$900.000	1	\$900.000
	Entrenadores	\$800.000	3	\$2.400.000
			TOTAL COSTOS FIJOS	\$6.318.400



COSTOS VARIABLES				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
V1	Página web	\$260.000	1	\$260.000
				\$0
				\$0
				\$0
				\$0
			TOTAL COSTOS VARIABLES	\$260.000
No. Servicio Alternatie Games	9		Costo Variable Unitario	\$ 28.889
			TOTAL DE COSTOS	\$6.578.400,00

CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves buscan estructurar un modelo de negocio que se pueda llevar a cabo y pueda emplearse satisfactoriamente con determinado orden. De acuerdo con esto, las actividades fundamentales que desarrolla Alternative Games, son en base a deportes no convencionales, con el fin de solucionar un problema común y proporcionar una opción diferente respecto a las actividades deportivas tradicionales. Por lo tanto, Alternative Games, soluciona una necesidad que adquieren las instituciones educativas que cuentan con jornadas extendidas o clases extracurriculares las cuales ofrecen las mismas prácticas tradicionales como lo son:

Futbol, microfútbol, basquetball y volley.

-Producción: Alternative Games implementa un modelo de enseñanza-aprendizaje donde se permite incluir nuevas ideas, generar nuevo conocimiento y salir del autoritarismo. Al mismo tiempo, se brinda un servicio de calidad el cual incluye un feedback (retroalimentación) de cada práctica sobresaliendo por encima de las ofertas similares encontradas en el mercado deportivo.

-Junta directiva: Alternative Games cada semana realizará una reunión con los clientes (un profesor de la institución), un estudiante (representando a los chicos intervenidos y uno de los entrenadores de Alternative Games, con el objetivo de exponer lo realizado, obtener una



retroalimentación por parte de los clientes de lo hecho para poder mejorar el proceso y mejorar semana a semana, el servicio prestado.

Redes: En la página web de Alternative Games se resuelve cualquier inquietud, duda o interés sobre quiénes somos, misión, visión, apuestas a futuro, precios y valores agregados de la empresa que la hacen diferente. Además de esta página web, se utilizan las redes sociales Instagram y Facebook con el fin de transmitir la información por distintos canales y poder llegar a más clientes.

CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Para poder llevar a cabo esta idea de negocio, es fundamental la asociación con las instituciones educativas privadas del municipio de Cota, Cundinamarca, que deseen implementar el uso del tiempo escolar complementario en base a deportes alternativos que les pueden aportar un mejor desarrollo psicomotor a sus estudiantes. Se buscará el colegio Liceo los Andes como primera asociación estratégica que nos permita ampliar el portafolio para los demás clientes y asociaciones potenciales en el municipio, brindando un servicio más completo integrando la adquisición de nuevos recursos con proveedores de implementos deportivos, como FSS, en donde crearemos un convenio de exclusividad y de este modo perfeccionar el modo de ejecutar el servicio, disponiendo siempre de los mejores materiales, optimizando los costos y el trabajo de la empresa.

CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Recurso		Cantidad	Valor unitario	Valor total	Características
Técnicos	Arcos	20	\$20.500	\$410.000	Diseñados y fabricados en base a material de tipo reciclable.
	Flechas	100	\$3.600	\$360.000	Hechas con espuma jumbolon, varillas y patas de mesas de oficina,



					ensambladas a mano.
	Sticks lacrosse	20	\$18.000	\$360.000	Sticks realizados con materiales reciclables como tubos PVC.
	Balones kit ball	6	\$20.000	\$120.000	Balones comprados.
	Discos ultimate	10	\$13.200	\$158.400	Discos frisbee comprados al por mayor.
	Platillos	20	\$2.500	\$50.000	Platillos al por mayor.
	Conos	20	\$3.000	\$60.000	Conos al por mayor.
	Caretas de protección	15	\$100.000	\$1.500.000	Caretas de protección tipo paintball
Tecnológicos	Computador	1	\$900.000	\$900.000	Laptop con excelente memoria interna para temas administrativos y contables
	Página web	1	\$260.000	\$260.000	Página web donde promociona y especifica el servicio ofrecido.
Talento humano	Entrenadores	3	\$800.000	\$2.400.000	Profesionales de CFDR con conocimiento en deportes alternativos
Físicos	Instalaciones del colegio	1	N. A	N. A	No se proporciona valor al espacio a utilizar debido a que la institución lo cubre



TOTAL	\$6.578.400
--------------	-------------

Dentro de la estructura de la empresa, los costos a tener en cuenta son los administrativos, físicos y humanos, con un total de 6.578.400 cop cómo se presenta en la anterior tabla. Alternative Games tendrá costos fijos, por el hecho de manejar una cuota o pago mensual por niveles académicos en los colegios, del valor de 1.000.000 cop por tres sesiones de dos horas semanales o sesiones de una hora los cinco días.

BALANCE GENERAL.

ALTERNATIVE GAMES NIT. 000.000.000-0 BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE DEL 2020			
ACTIVO		PASIVO	
Activos corrientes		Pasivo corriente	
Mensualidades de los grupos académicos	\$9.000.000	Salario de los profesores	\$2.400.000
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$9.000.000	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$2.400.000
Activos no corrientes		Pasivo no corriente	
Arcos	\$410.000	Deudas a largo plazo	\$0
Flechas	\$360.000	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$0
Sticks lacrosse	\$360.000	PATRIMONIO	
Balones kitball	\$120.000	Patrimonio	
Discos ultimate	\$158.400	Utilidades	\$10.518.400
Platillos	\$50.000	TOTAL PATRIMONIO	\$10.518.400
Conos	\$60.000		
Caretas de proteccion	\$1.500.000		
Computador	\$900.000		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$3.918.400		
TOTAL ACTIVOS	\$12.918.400	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$12.918.400

Según el balance realizado que se puede apreciar en la anterior tabla, Alternative Games tiene activos de **\$12.918.400** en donde se evidencia un ingreso como activo corriente de **\$9.000.000** y cómo activo no corriente los implementos requeridos para el servicio, con un valor de **\$3.918.400**. Ahora bien, teniendo en cuenta los pasivos corrientes y no corrientes sumado al patrimonio de la empresa con utilidades de **\$10.518.400** mensualmente, genera un valor de **\$12.918.400** con lo cual se evidencia una inversión en materiales necesarios para



llevar a cabo los diferentes deportes alternativos que promueve la empresa, sumado a la mejora de los materiales existentes con la compra de nuevo equipamiento, teniendo en cuenta que el uso de préstamo no ha sido necesario dentro del proceso financiero de la empresa.

TASA INTERNA DE RETORNO

(EN PESOS)				
Inversión Inicial=		8980000		
inflación=6%			inflación=6%	
crecimiento en ventas=15%			Crecimiento de egresos= 7%	
<u>Flujo de Ingresos</u>			<u>Flujo de Egresos</u>	
	A			B
AÑO	VALOR		AÑO	VALOR
1	108000000		1	78940800
2	131652000		2	89534655,36
3	160483788		3	101550206,1
4	195629737,6		4	115178243,8
5	238472650,1		5	130635164,1
TOTAL	834238175,7		TOTAL	515839069,3

<u>Flujo de Efectivo Neto</u>	
	A-B
AÑO	VALOR
1	29059200
2	42117344,64
3	58933581,89
4	80451493,8
5	107837486
TOTAL	318399106,4



Formulación de Datos VPN		TIR
		-8980000
f1=	29059200	29059200
f2=	42117344,64	42117344,6
f3=	58933581,89	58933581,9
f4=	80451493,8	80451493,8
f5=	107837486	107837486
n=	5 años	
i=	29%	
Inv0=	8980000	

	RI
año1	29059200
año2	71176544,64
año3	130110126,5
año4	210561620,3
año5	318399106,4

VNA=VPN= \$125.548.176,83

TIR= 365,91%

TIR ANUAL= 73,18129483 %

RI= 71176544,64 $\text{Inv0} \geq \text{RI}$
2965689,36 $(\text{Inv0} \geq \text{RI})/24$

RI= 3,027963792 MESES

La tasa interna de retorno o TIR permite evaluar la rentabilidad de una empresa o proyecto de inversión, por pagos y cobros que se pueden recibir (estimados), con esto se conoce la viabilidad y posibles beneficios o pérdidas, implicando la posibilidad de hacer nuevas inversiones (Tamayo, et al., 2012).

Para la empresa Alternative Games su inversión inicial para un óptimo desarrollo e implementación de misma será de \$ 8.980.000 de la inversión de los mismos creadores de la empresa.

La tasa interna de retorno a 5 años es de 365,91% para un estimado de 5 años; De esta manera al dividir el porcentaje dado entre el número de años, conseguimos un estimado del 73,18% lo cual permite identificar que con respecto a la inversión inicial conseguimos una ganancia de \$6.555.400 al término del primer año de funcionamiento de la empresa.

De acuerdo con lo anterior evidenciamos que la inyección de capital logra ser viable desde el inicio de Alternative Games como empresa, aunque se presenta una gran inversión de materiales e implementos para los deportes alternativos ofrecidos, los ingresos ayudan a equilibrar y recuperar dicha inversión con ganancias cercanas al 100% al año de su implementación y en los años posteriores de funcionamiento.

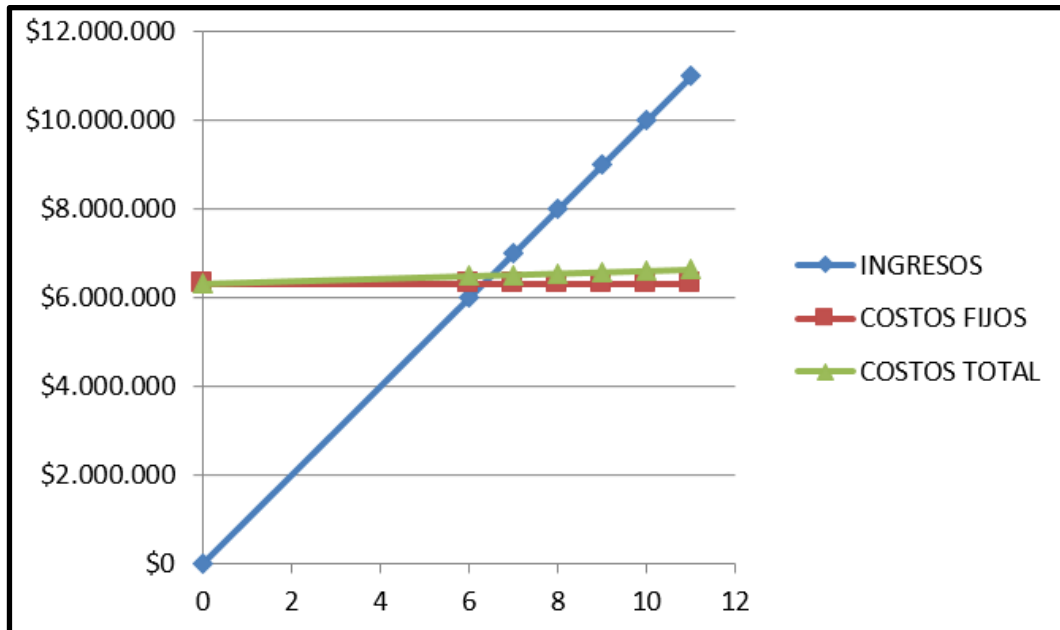


PUNTO DE EQUILIBRIO

Capacidad Maxima de Atención en un mes		26 horas
Punto de Equilibrio=	Costos Fijos Totales	
	Precio Unitario - Costo Variable Unitario	
PE=	\$6.318.400	
	\$1.000.000	\$28.889
PE=	6,506361556	Servicios
Valor de Equilibrio=	Punto de Equilibrio * Precio Unitario	
PE=	6,506361556	1000000
VE=	\$ 6.506.362	Pesos

GRUPOS ACADÉMICOS	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS TOTAL
0	\$0	\$6.318.400	\$6.318.400
6	\$6.000.000	\$6.318.400	\$6.491.733
7	\$7.000.000	\$6.318.400	\$6.520.622
8	\$8.000.000	\$6.318.400	\$6.549.511
9	\$9.000.000	\$6.318.400	\$6.578.400
10	\$10.000.000	\$6.318.400	\$6.607.289
11	\$11.000.000	\$6.318.400	\$6.636.178





Como se aprecia en la tabla y en el gráfico, se necesitan un total de (6.506,362) 7 grupos o niveles académicos de una institución o de varias, para alcanzar el punto de equilibrio, lo cual determina un mínimo sostenible para Alternative Games.

Proyección en ventas.

Flujo de caja a un año.

FLUJO DE CAJA												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS												
Mensualidades de los grupos académicos	\$6.000.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000
TOTAL INGRESOS	\$6.000.000	\$7.000.000	\$7.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000	\$9.000.000
EGRESOS												
Implementos y materiales	\$3.918.400	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Salario de los profesores	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
TOTAL EGRESOS	\$6.318.400	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
SALDO DE FLUJO DE CAJA	-\$318.400	\$4.600.000	\$4.600.000	\$5.600.000	\$5.600.000	\$5.600.000	\$5.600.000	\$6.600.000	\$6.600.000	\$6.600.000	\$6.600.000	\$6.600.000



FLUJO ANUAL DE CAJA	
INGRESOS ANUAL	\$97.000.000
EGRESOS ANUAL	\$32.718.400
SALDO ANUAL	\$64.281.600

En las tablas anteriores, se evidencia cómo mensualmente se genera un ingreso correspondiente al número de grupos académicos que toman el servicio, en donde en los primeros meses se iniciará con 6 a 7 grupos hasta que al final del año se logre una cantidad de 9 grupos, garantizando así la estabilidad económica de Alternative Games, teniendo en cuenta que los egresos mensuales en un inicio son bastante altos debido a la gran inversión que se realiza para los diferentes insumos y demás recursos que necesita la empresa, sin embargo en los meses posteriores los egresos se limitan al pago de sueldos al personal encargado de los entrenamientos y por lo tanto se empieza a ver ganancia que anualmente se va a reflejar en un valor de \$64.281.600 que se usará en inversiones de material que permitan mejorar el servicio buscando ampliar el número de instituciones que quieran implementar esta opción innovadora.

CAPÍTULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Para evaluar el impacto que tiene Alternative Games, se abordará desde dos temas o pilares que son: Viabilidad financiera e impacto en la población a la que va dirigida. Para la empresa, con una inversión de \$8.980.000 COP y con ingresos mensuales de 1.000.000 COP. Teniendo en cuenta la adquisición del servicio por 9 grados escolares, se estima una ganancia anual de \$64.281.600 con un punto de equilibrio estimado en (7) cursos por año, arrojando ganancias futuramente a partir de este tiempo lo cual la hace **viable**. Con estas ganancias, se busca ampliar la cantidad de materiales y la cantidad de deportes disponibles para lograr mayor capacidad en colegios y sectores a quienes se busca ofrecer el servicio y así mismo obtener un mayor impacto social. La **TIR** se estima en un 365,91% con una VPN para un estimado de 5 años, igualmente al valorar la TIR al año de funcionamiento de la empresa, se identifica una ganancia del 73,18%, permitiendo que la inyección de capital sea viable para la empresa ya que las proyecciones se estiman en números positivos, con lo cual se recupera la inversión con la que se inició Alternative Games y permite una ganancia. Aunque la



inversión inicial sea elevada \$6.318.400 Alternative Games se empeña desde un inicio en brindar el servicio como mínimo a 7 cursos los cuales permiten la estabilidad de la empresa y así mismo su sostenibilidad.

Para Alternative Games, el **impacto social** está enfocado en implementar y ampliar la práctica de los deportes alternativos promoviendo hábitos de vida saludables, aprovechamiento adecuado del tiempo libre y un desarrollo humanista lleno de valores, construyendo personas integrales que puedan promover cambios positivos en la sociedad actual. Esta empresa, también busca impactar diferentes clases sociales con el fin de ser incluyente, transmitiendo a los niños y jóvenes hábitos adecuados al tiempo que se desarrollan las capacidades físicas, cognitivas y psicológicas.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

		ALTERNATIVE GAMES		Juan Pablo Lara Brayan Osbaldo Pacheco Daniel Garzón Fernández ASESOR: Gonzalo Florian JURADO: Wilson García
ALIANZAS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTO DE MERCADO
 	 Tiempo escolar complementario RECURSOS CLAVE 	 	 CANALES 	 Colegios privados de Cota Cundinamarca
ESTRUCTURA DE COSTOS		IMPACTO	FLUJO DE INGRESOS	
\$1.000.000 \$6.578.400			Pago mensual: \$1.000.000 Inversion \$8.980.000 Ingreso anual \$64.281.600 	



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chirinos, C. (2011). Nicho de mercado: El enfoque desde el océano azul. *Ingeniería industrial*, (029), 171-179.

Fernández-Huerga, E. (2010). La teoría de la segmentación del mercado de trabajo: enfoques, situación actual y perspectivas de futuro. *Investigación económica*, 69(273), 115-150.

Carranza Montes, I. V., & Montoya Palacio, L. (2012). *Aprovechamiento del tiempo libre: una oportunidad en el fortalecimiento de los lazos entre Instituciones Educativas, Entidades, Organizaciones Sociales y Adolescentes, para el mejoramiento de su calidad de vida*. Uni minuto. Bogotá D.C

Gros, B. (2000). La dimensión socioeducativa, *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. 12 (1) 1-11.

Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2011). Endomárketing: estrategias de relación con el cliente interno.

Piaget, J. (1984). Los procesos de adaptación. Buenos Aires: Nueva visión Argentina.

Tamayo, I., Gutiérrez, L., Barrales, V., Bustinza, Ó. y Fernández, V. (2009). Guía CREATIVA del emprendedor socialmente responsable. *Ediciones K&L*.

Galindo Ruiz, C. J. (2004). Manual para la creación de empresas. *Ecoe: Bogotá*.

Secretaría de Educación Cota, (2014) *Plan de desarrollo municipal*. Recuperado de <http://www.cota-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno>

Camejo, A. J., & Cejas, M. (2009). Responsabilidad social: factor clave de la gestión de los recursos humanos en las organizaciones del siglo XXI. *Nómaditas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 21(1).

