



**AERIUS**

TRABAJO DE GRADO  
CREACIÓN DE EMPRESAS

**Responsables:**

ANDRES CAMILO CONTERAS CALVO

VALENTINA RIVERO VARON

**Asesor:**

JUAN CORREDOR

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación  
Bogotá D.C.  
Mayo 2025

**TABLA DE CONTENIDO**

PALABRAS CLAVE: Estilo de vida saludable, deportes, baloncesto, ultimate. .....	3
INTRODUCCIÓN .....	3
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	9
CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR .....	14
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO .....	16
CAPITULO III: CANALES .....	18
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES .....	19
CAPITULO V: INGRESOS.....	20
CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES .....	23
CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES.....	33
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS .....	39
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA .....	43
REFERENCIAS .....	48



**PALABRAS CLAVE:** Estilo de vida saludable, deportes, baloncesto, ultimate.

## INTRODUCCIÓN

En la era actual, la práctica de deportes se ha convertido en una actividad fundamental para mantener un estilo de vida saludable y equilibrado. Un estilo de vida saludable se refiere al conjunto de hábitos y comportamientos que las personas adoptan para mantener y mejorar su salud física, mental y social. Según la Comunidad de Madrid (s.f.), implica prácticas como la realización regular de ejercicio físico, una alimentación adecuada, disfrute del tiempo libre, actividades de socialización y mantenimiento de una alta autoestima. La implementación de hábitos como la actividad física regular, una alimentación equilibrada, el descanso adecuado y la gestión del estrés contribuye significativamente a la prevención de enfermedades crónicas como la diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares y trastornos mentales (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2023). no solo aporta beneficios físicos, sino que también fomenta la disciplina, el trabajo en equipo y la superación personal. Sin embargo, en muchos casos, la falta de infraestructura, recursos y oportunidades puede limitar el acceso a la práctica de deportes, es por esto que, dado la experiencia con la que contamos como estudiantes de Cultura Física, Recreación y deportes, se dispone a la creación de AERIUS un club deportivo guiado hacia los deportes como baloncesto también conocido como básquetbol, es un deporte de equipo que se juega entre dos conjuntos de cinco jugadores cada uno. Uno de sus objetivos principales es anotar puntos introduciendo el balón en la canasta del equipo contrario. Según Sáenz-López Buñuel et al. (2020), el baloncesto es una actividad que promueve no solo el desarrollo de habilidades motrices específicas como el dribbling, el pase y el lanzamiento, sino también capacidades cognitivas como la toma de decisiones, la percepción del entorno y la anticipación en situaciones dinámicas de juego. Este deporte se caracteriza por su dinamismo, requiriendo habilidades como el dribbling, el pase y el lanzamiento. James Naismith es el inventor del baloncesto en 1891, .



Por otro lado, el ultimate, anteriormente conocido como ultimate frisbee, es un deporte de equipo sin contacto que se juega con un disco volador. El objetivo es sumar puntos pasando el disco a un compañero de equipo en la zona de anotación del oponente. Los jugadores no pueden desplazarse mientras sostienen el disco y deben avanzar mediante pases. Este deporte se distingue por su principio de "espíritu del juego", ya que es un deporte auto regalado, ósea el jugador es su propio juez. El ultimate fue desarrollado en 1968 por Joel Silver, Buzzy Hellring y Jonny Hines en Maplewood, Nueva Jersey (Wikipedia, s.f.).

En búsqueda de la solución a uno de los problemas actuales con los que cuentan estos dos deportes y es que las personas encargadas de estos proyectos no tienen la experiencia suficiente, en el club aparte de la experiencia que contamos como estudiantes de C.F.R.D de la universidad Santo Tomas , El entrenador Andrés Contreras ha tenido desarrollo en clubes como Búhos de chía y Vikingos de Funza por el lado de baloncesto, en cuanto a Ultimate ha entrenado en monkeys club de Cota y participado como jugador representante en ASCUN , en cuanto a la entrenadora Valentina Rivero ha tenido practica en inmersiones con jugadores de baloncesto del municipio de Cota y en cuanto al Ultimate ha representado a la universidad en el torneo universitario ASCUN, Como estudiantes de la universidad Santo Tomas contamos en el pensum con materias como deportes de conjunto, deportes alternativos y materias pertenecientes a el área de humanidades que permiten tener un enfoque amplio en la inclusión y conocimiento de la ética y religión que se puede presentar en los diferentes jugadores. Ya como conformación del club es importante aclarar que el club estará ubicado en el barrio villas de Aranjuez, barrio en el cual contamos aproximadamente con un potencial de según datos de la Secretaría Distrital de Integración Social (2022), la localidad de Usaquén en Bogotá cuenta con una población joven (14 a 28 años) de 120.146 personas, lo que representa el 20,7% de la población total de la localidad.

A continuación, se presentará como será conformado el club y en el cual se mostrarán las oportunidades que presentara el club.



**NOMBRE:** Aerius, Su significa evoca al significado del aire que puede llegar a representar posibilidades como altura, velocidad y libertad, cualidades que se encuentran implícitos en los deportes del club que son el baloncesto el cual es un deporte de altura y velocidad, y el ultimate que es un deporte con muchas jugadas aéreas y con la libertad total del auto arbitraje. También un nombre en búsqueda de los valores y cualidades de nuestros jugadores que buscamos que desarrollen esa libertad y altura en búsqueda de sus metas.

**Logo:**



El logo cuenta con una forma circular tal como se puede llegar a percibir un balón de baloncesto o un frisbee de Ultimate, Dentro del logo encontramos un balón de baloncesto haciendo alusión al deporte, vemos implícitos el elemento de un jugador volando con un frisbee en la mano y una luna de fondo , dando esa referencia de AERIUS y el volar hacia tus sueños , ya por último el color oscuro del logo representa el espacio que es inmenso y con la total libertad de explorar y dejarse llevar a un gran futuro.

**Slogan:** ¡VUELA HACIA TUS SUEÑOS ¡

Este slogan incentivar la búsqueda de los sueños de los deportistas que deseen entrar a el club deportivo, además de esto presenta una analogía de un elemento clave en ambos deportes como lo es el vuelo, ya que tanto el baloncesto como el Ultimate son deportes en los cuales se llegan a realizar muchas jugadas



aéreas, de allí el hecho de tomar esta acción como una búsqueda hacia tus sueños por medio del deporte.

## FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

AERIUS una empresa que busca promover la práctica de deportes como el Ultimate y el baloncesto dando conocimiento a lineamientos como la inclusión, diversidad y desarrollo comunitario. Según la UNESCO (2023), la inclusión educativa busca eliminar las barreras a la participación y al aprendizaje, adaptando el entorno a las necesidades del alumnado y no al revés. Según Álvarez-Castillo y Fernández-Caminero (2023), la diversidad no solo implica reconocer las distintas identidades y trayectorias de las personas, sino también promover entornos que garanticen equidad y participación para todos. Y en búsqueda de el desarrollo comunitario que Según la Fundación Comunitaria de México (2023), el desarrollo comunitario busca fortalecer y empoderar a las comunidades locales para que sean agentes de cambio en su propio desarrollo, promoviendo la equidad, la justicia social y el fortalecimiento del tejido social . AERIUS a nivel deportivo buscara en crear espacios y programas que permitan a las personas de todos los niveles de habilidad participar en actividades deportivas de alta calidad, promoviendo la salud física y mental, así como el crecimiento personal y social. Se buscará fomentar los valores del deportista tales como el respeto, responsabilidad, liderazgo, confianza, autocontrol, y también esta oportunidad de practicar dos deportes uno que es tradicional pro no tan visto como el baloncesto y un deporte no convencional como el ultimate dentro del país. Buscaremos una enseñanza focalizada hacia las habilidades de cada jugador, para poder brindar una atención personalizada a cada uno de ellos.

**Específicamente se dará una fundamentación personal de la siguiente manera:**

1. Dignidad: Cada persona que forma parte del club tiene dignidad y merece ser tratada con respeto y sin miedo a que esta persona sea juzgada.



2. Igualdad: Todos los miembros del club son iguales en derechos y oportunidades, sin distinción de género, raza, religión o condición social.

3. Libertad: Los miembros del club tienen libertad para tomar decisiones y expresar sus opiniones, siempre que no perjudiquen a otros y no alteren el orden de los valores del club.

#### **En cuanto a fundamentación de los deportistas:**

1. Crecimiento personal: El club busca fomentar el crecimiento personal de sus miembros, tanto en el ámbito deportivo como en el personal para que lleguen a tener una integración amplia en cada una de las etapas de su vida.

2. Desarrollo de habilidades: El club ofrece oportunidades para que los miembros desarrollen habilidades y competencias en el baloncesto y el Ultimate para que puedan aspirar a un nivel competitivo y aspirar mucho más que solo a entrenar.

3. Salud y bienestar: El club promueve la salud y el bienestar de sus miembros, fomentando hábitos saludables y previniendo lesiones no solo estando enfocados al entrenamiento y al deporte. (integración de actividades recreativas)

#### **En cuanto a la comunidad:**

1. Trabajo en equipo: El club fomenta el trabajo en equipo y la colaboración entre sus miembros y que esto se pueda reflejar en el entorno individual de cada uno de los deportistas.

2. Apoyo mutuo: Los miembros del club se apoyan mutuamente, tanto en el ámbito deportivo como en el personal, que cuenten con una familia también dentro del club.

3. Compromiso con la comunidad: El club se compromete a contribuir al bienestar de la comunidad, a través de actividades y proyectos que beneficien a la sociedad y retribuir de manera directa el apoyo que puedan estar prestando externamente al club.



## MISIÓN

AERIUS es un club deportivo dedicado a la formación integral de niños, jóvenes y adultos, mediante la práctica del baloncesto y el Ultimate. Nuestro propósito es fortalecer el desarrollo físico, mental y social de los participantes, fomentando valores como el respeto, la disciplina, la inclusión y el trabajo en equipo. Brindamos una oferta deportiva accesible, de calidad e innovadora, orientada al bienestar comunitario de la localidad de Usaquén, en Bogotá.

## VISIÓN

Para el año 2030, AERIUS será reconocido como uno de los clubes deportivos más destacados de Bogotá por su enfoque integral en la formación de deportistas en disciplinas tradicionales y alternativas. Aspiramos a ampliar nuestra cobertura a otras localidades, consolidar alianzas estratégicas con instituciones educativas y deportivas, y contribuir significativamente a la transformación social a través del deporte.

## MARCO LEGAL

El proyecto AERIUS se fundamenta en el marco jurídico colombiano vigente, orientado al fomento y regulación del deporte, la recreación y la actividad física. Las siguientes normas y políticas rigen y respaldan la operación del club:

Ley 181 de 1995 – Ley del Deporte: Define los principios y lineamientos generales para el desarrollo del deporte, la recreación y la educación física en Colombia, y establece el Sistema Nacional del Deporte.

Decreto 1228 de 1995 – Reglamenta el reconocimiento deportivo que deben obtener los clubes para participar en actividades oficiales.



Ley 1098 de 2006 – Código de Infancia y Adolescencia: Garantiza el derecho de niños y adolescentes a la participación en actividades recreativas, deportivas y culturales.

Ley 1346 de 2009 – Aprueba la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, promoviendo el acceso equitativo al deporte para esta población.

Resolución 1446 de 2014 del Ministerio del Deporte – Establece los criterios para la inscripción de clubes deportivos y los requisitos para su reconocimiento deportivo.

Código Civil Colombiano (Ley 57 de 1887) – Regula la constitución de personas jurídicas sin ánimo de lucro, como los clubes deportivos.

Política Pública de Deporte, Recreación, Actividad Física y Educación Física 2020–2030 – Documento guía del Ministerio del Deporte para el desarrollo integral de estas actividades en Colombia.

## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según el estudio de mercado en Bogotá, se encontraron diferentes empresas que comparten características similares. Estas empresas las hemos identificado como las posibles competencias más cercanas a la empresa que se está desarrollando teniendo en cuenta que actualmente no hay un club que maneje las dos modalidades, por ende, se hará de manera seccionada por deporte. Estas empresas están ubicadas en diferentes puntos cercanos a donde nosotros estaremos en la ciudad de Bogotá en la localidad de Usaquén.

TABLA 1

	ESCUELA	MATRICULA	MENSUALIDAD	UNIFORME	DIA ENTRENAMIENTO	
<b>BALONCESTO</b>	Seven	\$	\$	\$	Sábados	y
	Basketball	100.000	120.000	140.000	Domingos	



	Sierra Sports	\$ 500.000	\$ 120.000	Matricula trae uniforme	Martes, sábados y domingos (solo uno o dos días a la semana)	jueves, y
<b>Ultimate</b>	Fire ultimate	\$ 50.000	\$ 120.000	\$ 40.000	Sábados Domingos	y
	Raza ultimate	\$ 60.000	\$ 120.000	-----	Sábados Domingos	y

*NOTA:* Esta tabla muestra las escuelas competencia de cada uno de los deportes que manejamos, teniendo en cuenta las mensualidades, anualidades, días de entrenamiento y costos de uniformes.

### MATRIZ DOFA

**Empresa: Raza Ultimate (CLL 183#51-99)**

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia geográfica limitada a ciertas ciudades, lo que dificulta la expansión.</li> <li>• Infraestructura tecnológica poco robusta para gestionar reservas y comunicación digital.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente interés juvenil por deportes alternativos y de alto rendimiento.</li> <li>• Posibilidad de alianzas estratégicas con universidades y centros deportivos.</li> <li>• Expansión al mercado digital, con la creación de plataformas online para capacitación y torneos virtuales.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen de marca sólida y reconocida en comunidades locales de Ultimate.</li> <li>• Alta calidad en la formación y entrenamiento, respaldada por</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de competidores que se posicionan en el mismo nicho regional.</li> <li>• Variaciones económicas locales que disminuyan el poder</li> </ul>



<p>entrenadores con experiencia internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación en la organización de torneos y eventos, lo que genera fidelidad entre los jugadores.</li> </ul>	<p>adquisitivo de los potenciales jugadores.</p>
---	--

**Empresa: Vulcanous Ultimate (CLL 164 # 16c)**

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Portafolio de servicios enfocado en un segmento muy especializado, limitando su alcance masivo.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado en crecimiento para eventos y torneos internacionales de Ultimate, aprovechable con alianzas globales.</li> <li>• Posibilidad de ofrecer programas de formación especializados y certificados, atrayendo a atletas de alto rendimiento.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia de marketing diferenciada con fuerte presencia en redes sociales y eventos digitales.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variaciones económicas locales que disminuyan el poder adquisitivo de los potenciales jugadores.</li> </ul>

**Empresa: Fire Ultimate (Av. C. 127 #11d-89, Usaqué)**

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de servicios muy amplia, lo que puede diluir el enfoque y afectar la calidad del entrenamiento deportivo.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de alianzas con festivales culturales y deportivos para posicionar la marca en ámbitos transversales.</li> <li>• Aprovechar tendencias en consumo de experiencias, ofreciendo paquetes integrales que combinen deporte, música y moda.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplio reconocimiento en el ámbito del entretenimiento y la cultura disco, combinando deporte y estilo de vida.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de empresas especializadas en eventos deportivos que puedan captar la atención del público objetivo.</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integra torneos, eventos culturales</li> <li>• Capacidad para conectar con comunidades urbanas y jóvenes a través de campañas creativas y colaboraciones con influencers.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios en las tendencias culturales que disminuyan el interés por la combinación de deporte y entretenimiento.</li> <li>• Incremento de costos en logística y producción de eventos, afectando la rentabilidad del modelo de negocio.</li> </ul>
---	--

### Sierra Sport (Cl. 170 #15-68)

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posible restricción presupuestaria en infraestructura y mejoras en equipamiento.</li> <li>• Necesidad de optimizar o ampliar las instalaciones para competir con clubes de mayor envergadura.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencial para establecer convenios con marcas deportivas y patrocinadores locales, aprovechando su posicionamiento geográfico y comunitario.</li> <li>• Ampliar la presencia online mediante campañas de marketing digital y contenido interactivo que atraiga a nuevos seguidores y jugadores.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situado en una zona con buena conectividad, lo que facilita el acceso de jugadores y seguidores.</li> <li>• Uso de plataformas digitales para mantener informada y comprometida a la comunidad, lo que favorece la imagen y promoción del club.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La existencia de otros clubes con mayores recursos o tradición podría restar protagonismo y captar a potenciales talentos o patrocinadores.</li> <li>• Variaciones en la economía local o en las políticas deportivas pueden afectar la disponibilidad de financiamiento y el apoyo institucional.</li> </ul>

### Seven Basketball (Cra. 8f #166-34, Usaquén)

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La existencia de otros clubes con mayor tradición o inversión en la</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencial para organizar torneos y actividades que involucren a la</li> </ul>
---	--



<p>misma zona puede dificultar la captación de talentos y patrocinadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aunque fuerte en Usaquén, la proyección fuera de esta área podría requerir esfuerzos adicionales en marketing y comunicación.</li> </ul>	<p>comunidad, generando mayor visibilidad y atracción de patrocinadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de alianzas con escuelas, universidades y marcas deportivas que fortalezcan tanto el desarrollo deportivo como la imagen del club.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar ubicado en Usaquén, una zona reconocida por su dinamismo y poder adquisitivo, aporta prestigio y acceso a una comunidad comprometida.</li> <li>• Relaciones estrechas con instituciones educativas y deportivas de la zona, lo que facilita la captación de jóvenes talentos y la organización de eventos locales.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La creciente oferta de clubes y programas deportivos en zonas urbanas puede generar una mayor competencia por el interés de jugadores y público.</li> <li>• Factores económicos que puedan reducir el poder adquisitivo de patrocinadores y familias, impactando en la sostenibilidad del club.</li> </ul>

### Team work sport (Calle 156, Cl. 155 #14 #16b)

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aún en proceso de consolidar una imagen reconocida a nivel nacional frente a clubes más establecidos, lo que puede limitar su crecimiento a mayor escala.</li> <li>• Una fuerte dependencia de jugadores y apoyo local que, si bien genera cohesión, puede limitar la diversificación de talentos y la captación de nuevos mercados.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer la estrategia de contenidos en redes sociales para captar una audiencia más amplia y diversa.</li> <li>• Ingresar a ligas y competencias regionales o emergentes que permitan incrementar la visibilidad y la experiencia competitiva del equipo.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Énfasis en el desarrollo integral y la cohesión entre los jugadores, lo que se refleja en una comunicación cercana y dinámica en redes sociales.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores económicos locales que pueden influir en la disponibilidad de recursos para el deporte y el patrocinio.</li> <li>• La creciente competencia regional y nacional puede hacer</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con espacios de entrenamiento que, aunque modestos, permiten el desarrollo de actividades competitivas y recreativas.</li> </ul>	<p>más difícil la identificación y retención de jugadores prometedores.</p>
--	---

El análisis de las matrices DOFA de clubes deportivos como Raza Ultimate, Fire Ultimate, Sierra Sport y otros, revela debilidades comunes como la limitada cobertura geográfica, el escaso uso de tecnología para la gestión interna y la falta de una oferta integral de estos 2 deportes en un solo club. También se identifican oportunidades como el creciente interés por deportes alternativos, la posibilidad de alianzas con instituciones deportivas y el uso de redes sociales para ampliar la visibilidad. Frente a estas brechas, AERIUS propone un modelo de negocio innovador que combina dos disciplinas complementarias (baloncesto y Ultimate), con una estructura formativa por niveles y una fuerte apuesta por la inclusión social. AERIUS se diferenciará al integrar entrenamientos personalizados para el seguimiento deportivo, ofrecer precios accesibles según el contexto socioeconómico y construir comunidad a través de actividades participativas hacia la comunidad. Así, el club responde a necesidades latentes del mercado y se posiciona como una alternativa deportiva accesible, inclusiva y sostenible.

## **CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR**

Según Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), una propuesta de valor es “la razón principal por la cual un cliente debería elegir una oferta frente a otra”, ya que resume los beneficios diferenciadores que una empresa entrega para resolver las necesidades específicas de su público objetivo (p. 42). En nuestro centro deportivo AERIUS, ofrecemos una experiencia integral que fusiona dos disciplinas de alto rendimiento: Ultimate Frisbee y baloncesto. Esto nos permite brindar a nuestros clientes un entorno dinámico y versátil, orientado al desarrollo físico y personal,



donde cada actividad complementa y potencia las habilidades del otro deporte.

Nuestra propuesta se basa en:

**Entrenamiento de Calidad y Personalizado:** Contamos con entrenadores certificados y programas de formación especializados para ambas disciplinas, diseñados para potenciar habilidades individuales y fomentar el trabajo en equipo, adaptados a todos los niveles, desde principiantes hasta atletas competitivos.

**Experiencia Iniciación y formación:** Al unir Ultimate y baloncesto, proporcionamos una oferta deportiva variada que incentiva la diversidad de movimientos, Ofrecemos formación especializada y personalizada que abarca desde la iniciación hasta el perfeccionamiento, adaptándose a las necesidades y ritmos de aprendizaje de cada etapa de la vida. Con un enfoque que combina la enseñanza de técnicas deportivas y el fortalecimiento de valores como la disciplina, el trabajo en equipo, el liderazgo y la resiliencia, creamos un ambiente inclusivo y motivador donde cada participante puede desarrollarse tanto física como mentalmente. Así, no solo fomentamos el rendimiento deportivo, sino que también promovemos el bienestar personal y la formación de una comunidad comprometida y apasionada por el deporte.

**Profesionalización:** ofrecer una formación especializada que permite a los niños descubrir, elegir y comprometerse con una disciplina para alcanzar la excelencia. Con entrenamientos personalizados en Ultimate y baloncesto, guiados por entrenadores expertos, creamos un entorno en el que cada joven puede desarrollar habilidades técnicas, tácticas y físicas, mientras aprende la importancia de la disciplina, la ética y la constancia. De esta forma, brindamos las herramientas necesarias para que el niño tome una decisión informada y se especialice en el deporte que elija, abriendo la puerta a una carrera profesional y al máximo desarrollo de su potencial deportivo.

La necesidad que se desea satisfacer es brindarle a la comunidad, a los niños, adolescentes y adultos la posibilidad de estar en un entorno deportivo donde no solo pueden hacer un proceso de iniciación hacia un deporte sino en esta caso a dos, potenciado sus habilidades motrices para que en un futuro puedan ser profesionales en el ámbito que más destaquen, teniendo como innovación elementos que nos permitan mirar el rendimiento y así ver el progreso de cada uno



de ellos llevándolos a ser un mejor jugador. Donde estas propuestas de valor se clasifican en **novedad**, ya que se quiere hacer un control trimestral para el avance de los deportistas, **desempeño** teniendo en cuenta que se quiere llevar a los usuarios a alto nivel competitivo, **precio** accesible según el estrato ya que al rededor del parque se encuentran estratos socioeconómicos desde el 3 al 5.

## CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

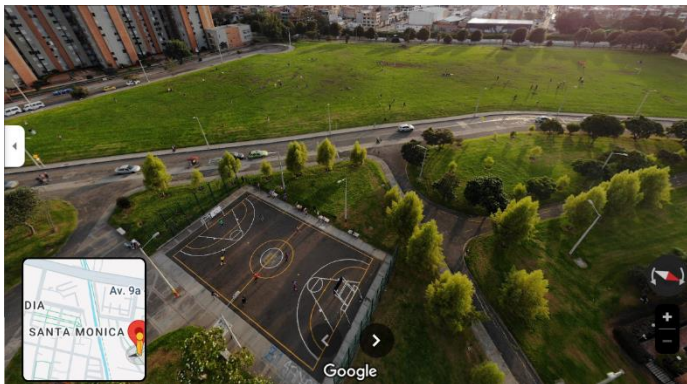
Según Solomon, Marshall y Stuart (2020), “segmentar un mercado permite a las organizaciones adaptar sus estrategias de marketing para satisfacer de manera más eficaz los deseos de cada grupo específico” (p. 212), lo que facilita la personalización de la oferta y mejora la eficiencia comercial.

Geográfica:

Estamos en la dirección en el barrio Villas de Aranjuez, en la tv. 14ª Usaquén, en el norte de Bogotá.

Imagen 1

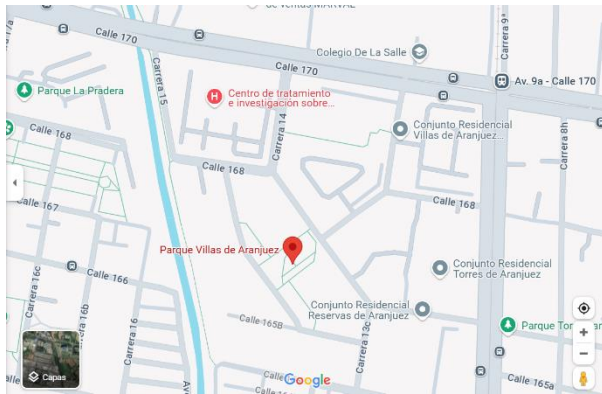
Tomada de google maps



[https://www.google.com/maps/place/Parque+Villas+de+Aranjuez/@4.7454226,-74.0375961,17z/data=!3m1!1e3m!1s0x8e3f857f5dec4b39:0x4fe12543e56f6458!8m2!3d4.7454173!4d-74.0350212!16s%2Fq%2F11bx8h23w77hl=es&entry=ttu&g\\_ep=EgqVMdI1MDMwNC4wIKXMDSoASAFAw%3D%3D](https://www.google.com/maps/place/Parque+Villas+de+Aranjuez/@4.7454226,-74.0375961,17z/data=!3m1!1e3m!1s0x8e3f857f5dec4b39:0x4fe12543e56f6458!8m2!3d4.7454173!4d-74.0350212!16s%2Fq%2F11bx8h23w77hl=es&entry=ttu&g_ep=EgqVMdI1MDMwNC4wIKXMDSoASAFAw%3D%3D)

Imagen 2, google maps





En nuestro proceso de segmentación del mercado, identificamos como cliente objetivo a la población del barrio Villaz de Aranjuez, ubicado en Usaquén, Bogotá. Geográficamente, nos enfocamos en esta área específica, caracterizada por su fácil acceso y entorno urbano.

#### Demográfica:

La segmentación demográfica clasifica a los consumidores según características como edad, género, ingresos o educación, ya que estas variables influyen directamente en sus hábitos de consumo (Lamb, Hair & McDaniel, 2020). Demográficamente, el segmento abarca familias y personas de estratos 3 y 4, integrando niños, jóvenes y adultos. Desde el punto de vista psicográfico, este grupo tiende a valorar un estilo de vida activo y saludable, valoran la familia como núcleo central de afecto y seguridad así buscando constantemente actividades que promuevan el bienestar y la socialización.

#### Conductual:

Sakhawalkar y Pawar (2024) explican que la segmentación conductual permite clasificar a los consumidores según sus patrones de comportamiento, como la frecuencia de uso o la lealtad a la marca. Finalmente, en el aspecto conductual, se evidencia una creciente inclinación por participar en prácticas deportivas, lo que representa una oportunidad estratégica para ofrecer servicios que satisfagan sus necesidades y preferencias en cuanto a ejercicio y calidad de vida.

Nuestro cliente ideal es. Busca un lugar donde pueda practicar Ultimate y baloncesto, combinando deporte, diversión y buen ambiente. Prefiere



entrenamientos flexibles y adaptados a su ritmo, con tecnología para gestionar sus reservas y progreso. Le atrae un espacio relajado donde conectar con otros deportistas sin tanta formalidad. Está dispuesto a invertir en experiencias que rompan la rutina y le permitan mejorar su condición física mientras disfruta y socializa; por ende, nuestro segmento de mercado es segmentado y multilateral.

### **CAPITULO III: CANALES**

Los canales de comunicación los podemos encontrar de manera directa, indirecta o mixta, en este caso se realizará en su mayoría de manera directa ,para Baines et al. (2020), los canales directos permiten una recolección más eficiente de datos del consumidor, lo que resulta fundamental para las estrategias de marketing personalizadas.

Canal de percepción: En este caso se dar de manera de canales comunicativos ya que buscará atraer a los jugadores por medio de redes sociales, adicional a esto con la ejecución de los entrenamientos en espacio libre y con una clase de bienvenida para que los potenciales clientes se puedan acercar y unir.

Canal de compra: Se recibirá medio como tarjeta de crédito y débito por medio de empresas como Bold, se recibirá efectivo y transferencias por medios como nequi y daviplata.

Canal de entrega: Los jugadores de Últimate deberán llegar con sus guayos, pantaloneta, peto y si es posible gorro y víscera, para los jugadores de baloncesto contar con zapatillas de baloncesto, pantaloneta y peto, los horarios serán de acuerdo a los permisos y disponibilidad de la cancha, se dará prioridad a entrenamientos en la tarde. La ubicación tanto de la cancha de Últimate como la de baloncesto será en el parque de villas de Aranjuez.

Canal de posventa: Se ofrecerá servicio de entrenamiento de equipo en conjunto, entrenamientos mínimos de 2 horas, se ofrecerá entrenamientos personalidad en función a lo que cada jugador desee, se dará la posibilidad a entrar



en diversos torneos distritales y amistosos departamentales, todos estos servicios serán aplicados a ambos deportes.

Canal de evaluación: Se harán encuestas por medio de forms, en los cuales tengan las posibilidades de dar una puntuación a ítems como entrenador, materiales, contenido de las clases. A todas estas encuestas se les realizará su respectiva retroalimentación.

#### **CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

La relación con los clientes en una empresa se refiere al conjunto de estrategias y procesos que buscan crear, mantener y fortalecer los vínculos con los consumidores para fomentar su lealtad y satisfacción. Según Buttler y Maklan (2019), “la gestión de relaciones con clientes (CRM) implica el uso de tecnologías, información y prácticas comerciales integradas para mejorar las interacciones con los clientes a lo largo del tiempo” (p. 4).. Se buscará generar las siguientes estrategias:

Para captar nuevos clientes y así mismo aumentar la cantidad de clientes se dará la posibilidad de los referidos, lo cual consiste en que los clientes podrán tener rebajas en la mensualidad según la cantidad de personas que ingresen por medio de estos mismo clientes, para fidelizar a los clientes se buscare por medio de la creación de implementos alusivo al club, tal como sacos, termos, etc. Por último, se buscará como estimulación de ventas la participación constante en copas y así mismo que el nombre del club empiece a tener un mayor prestigio.

Tipo de relación con el cliente:

Se realizará una relación de asistencia personal donde la cantidad de personas que se llegara a manejar en entrenamientos será aproximadamente de 20 personas por entrenador, nunca mezclando los deportes siempre estos dos de manera diferenciada, se llegara a dar una asistencia exclusiva o dedicada de 1 a 1, esto quiere decir que se darán entrenamientos personalizados a todo jugador que desea contar con este servicio.



Como el club va en búsqueda del desarrollo comunitario, se ofrecerá el servicio de abrir un buzón donde nuestros clientes puedan sugerir eventos como bazar, rifas o diferentes eventos que llegue a beneficiar a la comunidad, todo esto claramente diferencia a los eventos deportivos como lo son amistosos o toda competencia que se dé la oportunidad de ingresar al club.

Cómo creación colectiva se le dará la oportunidad a los clientes de poder participar activamente en la creación de los implementos del club como lo es el uniforme, sudadera y demás implementos que vayan llegando al club en su futuro.

## CAPITULO V: INGRESOS

Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2020). afirman que "los ingresos representan los aumentos en los activos o disminuciones en los pasivos derivados de la entrega de bienes o la prestación de servicios en el curso de las operaciones principales de la empresa" En este caso viene a ser todo lo que involucre la prestación de servicios de nuestro club con las clases impartidas hacia el deporte de baloncesto y Ultimate.

Tabla 2

	MENSUALIDAD		UNIFORME		DIA ENTRENO
<b>Baloncesto</b>	\$	60.000	\$	40.000	8 DIAS
<b>Ultimate</b>	\$	60.000	\$	40.000	8 DIAS
<b>Personalizado</b>	\$	80.000	\$	40.000	8 DIAS



Nota: Esta tabla muestra los servicios que ofrecemos, con el costo de cada uno de ellos en mensualidad, uniformes y los días de entrenamiento que ofrecemos por ese precio.

Servicio Ultimate y Baloncesto: Se ofrecerá un servicio de entrenamiento de 2 días a la semana con una duración de 2 horas por entrenamientos, esto se ofertará bajo la modalidad de mensualidad con el valor de \$60.000 pesos colombianos, este precio se mantiene de esta forma para buscar establecer un promedio con los demás precios que presentan los demás clubes, No se cobrará por debajo del precio ya que se ofrecerá una buena calidad con los entrenadores encargados.

Servicios personalizados: Se prestará el servicio de personalizado para cada una de las disciplinas, baloncesto y Ultimate con una intensidad horaria de 2 hora por semana, esto bajo una mensualidad de 80.000 pesos colombianos, este precio se mantiene de esta forma para buscar establecer un promedio con los demás precios que presentan los demás clubes.

En este caso tenemos Ingresos transaccionales debido a que el uniforme se compraría 1 vez anualmente, al igual que ingresos recurrentes ya que son pagos continuos mes a mes.

Se subirá anualmente de acuerdo con la inflación por ende son precios fijos. Reuters. (2025, 10 de enero). La inflación anual en Colombia 2024 cerró en 5,20%, una disminución significativa respecto al 9,28% registrado en 2023. BBVA Research. (2024, diciembre). Nos dice que para 2025, la inflación se regularía en un rango entre 3,6% y 3,9%, acercándose gradualmente a la meta del 3%. Se debe tener en cuenta que factores como el incremento del salario mínimo y la depreciación del peso podrían generar presiones inflacionarias en el segundo semestre del año.

Primas de suscripción: Esto debido a que, cada uno de los usuarios pagara una mensualidad, por ende, ya seria responsabilidad de cada uno de ellos, la asistencia a las clases pagadas.



Ventas de activos: ya que se hará la venta de los uniformes para cada uno de los deportes.

Tabla 3

DESCRIPCIÓN	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Ultimate	\$60.000	10	14	16	18	22
Baloncesto	\$60.000	7	10	12	14	18
Personalizados	\$80.000	3	5	5	6	6
Uniformes	\$60.000	17	7	21	11	29
<b>Total, servicios</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>29</b>	<b>33</b>	<b>38</b>	<b>46</b>
<b>Ingresos del primer año</b>	<b>\$200.000</b>	<b>\$2.280.000</b>	<b>\$2.260.000</b>	<b>\$3.340.000</b>	<b>\$3.060.000</b>	<b>\$4.620.000</b>

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	PROMEDIO
<b>25</b>	28	33	37	40	45	48	<b>28,0</b>
<b>22</b>	26	31	35	38	42	45	<b>25,0</b>
<b>8</b>	10	12	14	16	17	18	<b>10,0</b>
<b>18</b>	36	28	44	34	53	40	<b>28,2</b>
<b>55</b>	64	76	86	94	104	111	<b>63,0</b>
<b>\$4.540.000</b>	\$6.200.000	\$6.480.000	\$8.080.000	\$8.000.000	\$9.760.000	\$9.420.000	<b>\$5.670.000</b>

Nota: Esta tabla muestra un esquema de ventas anual que se pretende tener en el primer año en la escuela de AERIUS.

En la tabla anterior se presenta el esquema de ventas anuales que brinda servicios relacionados con Ultimate, baloncesto, artículos personalizados y uniformes, con precios entre \$60. 000 y \$80. 000. Durante el año se observa un aumento constante en las ventas, alcanzando su máximo en los meses de noviembre y diciembre. Los productos más populares fueron los uniformes y Ultimate, con un promedio cercano a 28 unidades vendidas mensualmente, mientras que los artículos personalizados mostraron la menor aceptación. Los ingresos mensuales fluctuaron entre \$2. 260. 000 y \$9. 760. 000, con una media anual de \$5. 670. 000, lo que indica una tendencia positiva en la venta de estos servicios.



## **CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES**

En términos organizacionales, las asociaciones clave pueden definirse como formas de colaboración estructurada entre actores que comparten capacidades o intereses para mejorar su desempeño (Del Río Cortina, Rincón, & Villamil, 2023). Estas asociaciones pueden ser tanto a nivel local como internacional, en el caso del club AERIUS se buscará hacer todo a nivel nacional y en su mayoría asociaciones con microemprendimientos, o no tan reconocidos a nivel nacional e internacional.

Se buscará establecer relación con proveedores que nos permitan la compra de balones, petos y demás implementos para el uso en entrenamientos, asociación con una entidad que avale el club y permita su incorporación a ligas y torneos, también se buscará una asociación para el préstamo de los espacios deportivos solicitados y por último una entidad de seguros para la protección de los jugadores y el club.

De esta manera se buscará dar solución a todas estas condiciones que podrían retardar la buena ejecución del club AERIUS, al cliente se le entregara primero que todo el reconocimiento de hacer parte del club, esto quiere decir que se procurara tener su nombre registrada en los uniformes o diferente mercancía que pueda llegar a manejar el club, dando así este valor al cliente de la visibilidad.

Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.

Las alianzas estratégicas entre empresas no competidoras son acuerdos de colaboración donde ambas partes buscan beneficios conjuntos sin operar en el mismo nicho o segmento de mercado. Según Gomes, Barnes y Mahmood (2021), “una alianza estratégica entre empresas no competidoras permite compartir recursos y capacidades complementarias para crear valor sin incurrir en conflictos de interés directos” (p. 105).

Coopetencia: alianzas estratégicas entre competidores para definir especificaciones técnicas comunes o para realizar ferias del sector.

La coopetencia es una estrategia en la que dos o más empresas que compiten en el mismo mercado deciden colaborar en áreas específicas para obtener



beneficios mutuos, como innovación, reducción de costos o acceso a nuevos mercados. Según Czakon, Klimas y Mariani (2020), “la coopetencia implica una interacción simultánea de competencia y cooperación entre empresas que, aunque rivales, colaboran para crear valor conjunto” (p. 3).

IDRD:

Imagen 3

Instituto de recreación y deportes

# IDRD



Tomado de: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ftest.congresosmartfilms.com%2Faliados%2Faliados-colombia&psig=AOvVaw21tmm8EeAUZahUn3SHF8rC&ust=1743770383920000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQiRxoFwoTCLi2IXxu4wDFQAAAAAAdAAAAABAE>

El IDRD es una entidad pública que se encarga de dar el aval a los clubes y administrar espacios deportivos y competencias. La alianza que se buscara con ellos es poder recibir el aval como club y así poder ingresar a competencias, adicional a esto se buscara la asignación de los espacios deportivos que se necesitan para la prestación de servicio del club.

La relación comprador-suplidor es una colaboración estratégica entre una empresa y su proveedor, basada en la confianza, el compromiso y la creación de valor mutuo (Monczka et al., 2020).

PROTECCION DE RIESGOS:

Imagen 4





Tomado de: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.proteccionderiesgos.com.co%2F&psig=AOwVaw3PHrqd8scCCJhPqHofFBi-&ust=1743770630937000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQiR.xqFwoTCLD0nfrxu4wDFQAAAAAdAAAAABAE>

La alianza con ellos nos permitirá tener este proveedor de seguros hacia el club y con los jugadores, para contar con estos requisitos que se llegan a pedir en liga y competencias.

Las relaciones entre empresas no competidoras permiten cooperar sin rivalidad directa, generando beneficios conjuntos mediante recursos complementarios (Dyer & Singh, 2021).

VIUR:

Imagen 5



Tomado de: [https://scontent.fclo16-1.fna.fbcdn.net/v/t39.30808-6/480675035\\_947484340917018\\_4697012363279667937\\_n.jpg?\\_nc\\_cat=109&ccb=1-7&\\_nc\\_sid=cc71e4&\\_nc\\_ohc=TDHPZvPweFIQ7kNvgFRoE5G&\\_nc\\_oc=AdkI6zJ9EQ\\_7m8by82FrhJ2u41z0ZA6fibK0SwRSfxWSMw1wqYGe1wTUJEzUwv\\_a2w0w&\\_nc\\_zt=23&\\_nc\\_ht=scontent.fclo16-1.fna&\\_nc\\_gid=9YIJ-giCGa1M34WQoad\\_A&oh=00\\_AYHtdX8m735BqvavOlxKK8Dwcpw7ELEyPix6il23sFhHw&oe=67F45FB9](https://scontent.fclo16-1.fna.fbcdn.net/v/t39.30808-6/480675035_947484340917018_4697012363279667937_n.jpg?_nc_cat=109&ccb=1-7&_nc_sid=cc71e4&_nc_ohc=TDHPZvPweFIQ7kNvgFRoE5G&_nc_oc=AdkI6zJ9EQ_7m8by82FrhJ2u41z0ZA6fibK0SwRSfxWSMw1wqYGe1wTUJEzUwv_a2w0w&_nc_zt=23&_nc_ht=scontent.fclo16-1.fna&_nc_gid=9YIJ-giCGa1M34WQoad_A&oh=00_AYHtdX8m735BqvavOlxKK8Dwcpw7ELEyPix6il23sFhHw&oe=67F45FB9)

La alianza que se buscara generar con esta tienda deportiva es que por publicidad a su nombre se pueda recibir toda la provisión de elementos deportivos como balones, petos, conos, etc., todo esto a un menor precio.

Esto sería una alianza relación comprador surtido, tendríamos un beneficio de adquisición de recursos.



Liga de baloncesto de Bogotá:

Imagen 6



Tomado de:

[https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fligadebaloncestodebogota.com%2F&psig=AOvVaw3BH3rS\\_0M8ru0kgQNofWil&ust=1743772481009000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQiRxqFwoTCKDf9ev4u4wDFQAAAAAdAAAAABAE](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fligadebaloncestodebogota.com%2F&psig=AOvVaw3BH3rS_0M8ru0kgQNofWil&ust=1743772481009000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQiRxqFwoTCKDf9ev4u4wDFQAAAAAdAAAAABAE)

Esta alianza nos permitirá poder ingresar en competencia por el servicio de baloncesto contra los demás rivales de Bogotá los cuales serán nuestros competidores directos en nuestro segmento de mercado.

La alianza que se busca es una asociación de empresas para desarrollar nuevos negocios: Productos complementarios. Nos darán un beneficio de Optimización y economía a escala

Liga Bogotana de disco volador:

Imagen 7



Tomada de: [https://scontent.ftkd1-1.fna.fbcdn.net/v/t39.30808-6/302197072\\_533450561915361\\_4317591633157820203\\_n.jpg?\\_nc\\_cat=105&ccb=1-7&\\_nc\\_sid=6ee11a&\\_nc\\_ohc=UVsZ8RdGqvEQ7kNvgHbsaFW&\\_nc\\_oc=Adn3o9JL3EdAhddwV0NSQFbjmx8\\_3NaXaKWg5bY6YjYr9ACAK2wS2KLajhHO4AViB-0&\\_nc\\_zt=23&\\_nc\\_ht=scontent.ftkd1-1.fna&\\_nc\\_gid=fYEn7KjXAQJLVTGEEWhtg&oh=00\\_AYFIKxfLNiohQ\\_JRk2ymMR39Sbj29DP8wH7LX0St8r8Mig&oe=67F4459B](https://scontent.ftkd1-1.fna.fbcdn.net/v/t39.30808-6/302197072_533450561915361_4317591633157820203_n.jpg?_nc_cat=105&ccb=1-7&_nc_sid=6ee11a&_nc_ohc=UVsZ8RdGqvEQ7kNvgHbsaFW&_nc_oc=Adn3o9JL3EdAhddwV0NSQFbjmx8_3NaXaKWg5bY6YjYr9ACAK2wS2KLajhHO4AViB-0&_nc_zt=23&_nc_ht=scontent.ftkd1-1.fna&_nc_gid=fYEn7KjXAQJLVTGEEWhtg&oh=00_AYFIKxfLNiohQ_JRk2ymMR39Sbj29DP8wH7LX0St8r8Mig&oe=67F4459B)

Esta alianza nos permitirá poder ingresar en competencia por el servicio de Ultimate contra los demás rivales de Bogotá los cuales serán nuestros competidores directos en nuestro segmento de mercado.

La alianza que se busca es una asociación de empresas para desarrollar nuevos negocios: Productos complementarios. Nos darán un beneficio de Optimización y economía a escala.

**Tabla 4**

Aliado Estratégico	Tipo de Relación	Qué gana AERIUS	Qué gana el Aliado
<b>IDRD (Instituto Distrital de Recreación y Deporte)</b>	Relación comprador–suplidor (gestión institucional)	Aval institucional como club deportivo. Acceso a espacios deportivos públicos. Participación en competencias oficiales.	Fomenta el uso eficiente de escenarios públicos y apoya la formación deportiva comunitaria.
<b>Protección de Riesgos (empresa de seguros)</b>	Relación entre empresas no competidoras (servicio complementario)	Cobertura de riesgos para jugadores y cumplimiento de requisitos legales.	Accede a un nuevo grupo de clientes y fortalece su presencia en el sector deportivo.
<b>VIUR (tienda deportiva)</b>	Relación comprador–proveedor	Acceso a equipamiento deportivo con descuentos y	Publicidad directa al nicho deportivo juvenil y fidelización de



		visibilidad compartida.	clientes a través del club.
Liga de Baloncesto de Bogotá	Alianza estratégica con producto complementario	Participación oficial en torneos locales. Mayor visibilidad y experiencia competitiva.	Aumento de clubes afiliados, crecimiento del ecosistema competitivo local.
Liga Bogotana de Disco Volador	Alianza estratégica con producto complementario	Inclusión del club en torneos de Ultimate. Validación deportiva y posicionamiento del servicio.	Expansión del número de equipos inscritos, mayor proyección del deporte en la ciudad.

*Nota:* Esta tabla muestra el resumen de las diferentes alianzas

## CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES

los recursos clave se entienden como los factores de producción necesarios para ejecutar las actividades principales de una organización. Como señala Acavir (2025), estos recursos incluyen tanto elementos tangibles como intangibles.

Los recursos físicos son los activos tangibles que una organización utiliza en sus operaciones diarias, como instalaciones, equipos, maquinaria, tecnología y materiales. Según Grant (2021), “los recursos físicos son fundamentales para la ejecución de estrategias operativas, ya que constituyen la infraestructura sobre la cual se desarrollan las actividades productivas y logísticas” (p. 142). Nosotros nos ubicaremos directamente en las canchas tanto de baloncesto como de Ultimate, es estos dos lugares se podrán acercar de manera física los días de entrenamiento.

Tabla 5 (Recursos físicos)



<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Alquiler Zona Baloncesto y ultimate</b>	1	\$1'800.000	\$1'800.000
<b>Computador Acer aspire</b>	1	\$1'449.000	\$1'449.000
<b>Impresora Epson L1250 Ecotank Color Negro</b>	1	\$699000	\$699000
<b>Pelota Basketball Spalding Tf 150 Varsity Nº 7 ( Fiba) Color Naranja Oscuro</b>	10	\$69000	\$690000
<b>Frisbee Frisby Disco Ultimate Profesional Blanco 175g</b>	10	\$67000	\$670000
<b>Tula Balonera Goly 12 Balones Aproximadamente Poliéster</b>	1	\$75000	\$75000
<b>Discos Platinos Conos Flexibles Agilidad Coordinación Entrenamiento Deportivo Kit Marcadores Conos</b>	1	\$95000	\$95000



---

**X 50 Unidades  
Ramsar**

<b>Escalera De Agilidad Entrenamiento Funcional Coordinación</b>	2	\$27000	\$54000
<b>Vallas De Salto Obstáculos Agilidad Futbol Entrena Funciona x 3</b>	1	\$110000	\$110000
<b>Cronometro Profesional Digital Kadio Kd-6128 Reloj Alarma</b>	2	\$10000	\$20000
<b>Lazo Cuerda Para Saltar - Cardio - Agilidad - 5mm*2.8m</b>	10	\$8000	\$80000
<b>Aro Hula Hula X 10 Und</b>	20	\$50000	\$100000
<b>Petos En Malla Pool Con Elástico A Los Costados</b>	20	\$12000	\$240000

---



---

\$4.282.000

---

Nota: Tabla donde muestra los recursos físicos de la empresa

Estos elementos serán guardados en la casa de uno de los propietarios del club ya que cuenta con el espacio adecuado para esto.

#### Recursos intelectuales

Los recursos técnicos son herramientas, tecnologías y conocimientos que apoyan los procesos productivos y operativos de una empresa (Heizer, Render & Munson, 2020). En estos recursos aplican todo tipo de software que usara.

Tabla 6

<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Pack Office</b>	1	\$370.000	\$370.000
<b>Aval deportivo (Estatutos, costos administrativos, honorarios abogados, entrega de documentación)</b>	1	\$1'000.000	\$1'000.000
			\$1'370.000

---

*Nota:* Tabla que muestra los recursos intelectuales de la empresa.

#### Talento Humano

Se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades, competencias y actitudes de los empleados dentro de una organización, cuyo desarrollo y gestión estratégica permiten mejorar el desempeño organizacional y alcanzar los objetivos empresariales (Chiavenato, 2019).

Tabla 7



<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>función</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
<b>Entrenador</b>	2	Encargados de dirigir las actividades, establecer los objetivos mediatos, inmediatos y cumplir a cabalidad los planes de clase para cada sesión.	\$800.000	\$1'600.000
<b>Fisioterapeuta</b>	1	Encargado de la recuperación, prevención y tratamiento de las lesiones del club	\$ 350.000	\$ 350.000
<b>Administrador</b>	1	Encargado de administrar toda la parte de mercadeo, etc ...	\$ 800.000	\$ 800.000
				\$ 2.750.000

*Nota:* Tabla con los cargos que se manejan dentro de la empresa

#### Recurso Económicos

Activos financieros, materiales y monetarios que permiten la puesta en marcha y sostenibilidad del negocio. Estos incluyen capital inicial, financiamiento, inversiones, ingresos y otros elementos que garantizan la operatividad y crecimiento de la empresa (Gitman et al., 2022).

Este valor de inversión inicial, sale a partir de los costos fijos, costos variables, depreciación de activos que en este caso es el valor de \$9.789.271, teniendo en cuenta este valor, se le agrega el 10 porciento para imprevistos haciendo que el valor incremente a \$11.747.125.

Inversión Inicial

\$9.789.271

10% Imprevistos



---

Inversión Inicial	\$11.747.125
-------------------	--------------

## CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Según Johnson, Scholes y Whittington (2020) Las actividades clave en una organización son aquellas operaciones estratégicas que permiten la ejecución eficiente de la propuesta de valor y la obtención de ventajas competitivas sostenibles. A continuación, se dará explicación a cada una de las actividades que tendrá el club de manera específica y clara.

La solución de problemas en un modelo de negocio implica identificar necesidades reales de los clientes y diseñar propuestas de valor que las aborden eficazmente. De acuerdo con De Miguel (2024), los modelos exitosos se centran en resolver problemas específicos como base para generar valor y diferenciarse en el mercado. En nuestro caso daremos solución a los servicios de entrenamiento deportivo en baloncesto y Ultimate.

Plan de acción de bienvenida:

Este plan va a consistir en la realización de test como son el fantástico y el par-q para empezar a conocer al usuario para saber cómo se encuentra el estilo de vida de cada uno de ellos, para de ahí empezar con pruebas físicas por medio de estos test, Test de Léger para evaluar la resistencia consiste en la realización de un ejercicio físico en el que una persona recorre de forma repetida la distancia entre dos puntos situados a 20 metros el uno del otro el Test de Wells para evaluar la flexibilidad de la espalda baja y los músculos posteriores del muslo, Prueba de 30 metros planos para evaluar la velocidad y Sargent test para evaluar la potencia, este con el fin de poder ver cómo se encuentra el deportista, claramente teniendo en cuenta los cuestionarios hechos anteriormente y partir de ello empezar a programar



y miras que capacidades empezar a potenciar tanto en grupo como de manera individual.

Plan de acción: Ultimate

Formación y desarrollo técnico (12 a 16 años)

Ejercicios y actividades:

Manejo del disco:

- Lanzamientos (backhand, forehand, hammer, scoober).
- Recepciones en movimiento (corte en ángulo, recepción en salto).

Movimientos y cortes:

- Técnicas de cambio de dirección (cortes en "V", cortes en "L").

Trabajo en equipo y defensa:

- Marcas personales y defensa en zona.

Primeros torneos locales:

- Participación en ligas juveniles o escolares.
- Introducción al análisis de juegos grabados.

Alto rendimiento (16 a 21 años: juveniles y universitarios)

Objetivo: Preparar a los jugadores para competencias nacionales mediante entrenamiento físico y táctico avanzado.

Ejercicios y actividades:

Técnicas avanzadas de lanzamiento:

- Lanzamientos con viento y precisión en distancias largas.

Estrategias de juego:

- Formación stack vertical y horizontal.
- Defensa en zona avanzada (poach, clam).

Entrenamiento físico especializado:

- Desarrollo de fuerza explosiva y velocidad.



Torneos nacionales y ligas competitivas:

- Competencias regionales y nacionales.
- Análisis de rendimiento con videos y estadísticas.

Profesionalización (21 años en adelante: élite y profesional)

Objetivo: Preparar jugadores para ligas internacionales y el alto rendimiento.

Ejercicios y actividades:

Entrenamiento de élite:

- Perfeccionamiento técnico (discos en vuelo, lectura de juego).
- Simulación de situaciones de partido.

Estrategia avanzada:

- Adaptación de estrategias según el rival.
- Coordinación en líneas ofensivas y defensivas.

Condición física y mental:

- Preparación psicológica (manejo de presión, concentración).
- Nutrición y prevención de lesiones.
- Trabajo con fisioterapeutas y nutricionistas.

Competiciones internacionales:

- Torneos de la WFDF (Federación Mundial de Disco Volador).
- Contratos con equipos de ligas profesionales (USAU, AUDL, PUL).

Tabla 8

	<b>Formación y desarrollo técnico</b>	<b>Alto Rendimiento</b>	<b>Profesionalización</b>
<b>Edad</b>	12-16 Años	16-21 años	21 años en adelante (élite y profesional)
<b>Objetivo</b>	Fundamentar técnicamente a los jugadores para la adquisición de las habilidades básicas	Preparar a los jugadores para competencias nacionales mediante entrenamiento físico y táctico avanzado.	Preparar jugadores para ligas internacionales y el alto rendimiento.



<b>Actividades</b>	<p>Manejo del disco: Lanzamientos (Backhand, forehand, hammer, scoober). Recepciones en movimiento (corte en ángulo, recepción en salto). Movimientos y cortes: Técnicas de cambio de dirección (cortes en "V", cortes en "L"). Trabajo en equipo y defensa: Marcas personales y defensa en zona. Primeros torneos locales: Participación en ligas juveniles o escolares. Introducción al análisis de juegos grabados.</p>	<p>Técnicas avanzadas de lanzamiento: Lanzamientos con viento y precisión en distancias largas. Estrategias de juego: Formación Stack vertical y horizontal. Defensa en zona avanzada (poach, clam). Entrenamiento físico especializado: Desarrollo de fuerza explosiva y velocidad. Torneos nacionales y ligas competitivas: Competencias regionales y nacionales. Análisis de rendimiento con videos y estadísticas.</p>	<p>Entrenamiento de élite: Perfeccionamiento técnico (discos en vuelo, lectura de juego). Simulación de situaciones de partido. Estrategia avanzada: Adaptación de estrategias según el rival. Coordinación en líneas ofensivas y defensivas. Condición física y mental: Preparación psicológica (manejo de presión, concentración). Nutrición y prevención de lesiones. Trabajo con fisioterapeutas y nutricionistas. Competiciones internacionales: Torneos de la WFDF (Federación Mundial de Disco Volador). Contratos con equipos de ligas profesionales (USAU, AUDL, PUL)</p>
--------------------	--	--	--

Nota: Tabla que muestra los procesos a llevar a cabo en el club depende de lo que el usuario requiera.

Plan de acción: Baloncesto

Formación y desarrollo técnico



Edades recomendadas: Personas con poco conocimiento en el deporte  
Objetivo: Mejorar la técnica individual y la comprensión del juego en equipo.

Ejercicios y actividades:

Manejo avanzado del balón:

- Bote con cambios de dirección y velocidad.

Técnica de pase y recepción:

- Pase de pecho, picado y por encima de la cabeza.

Lanzamientos y tiro a distancia:

- Perfeccionamiento del tiro en movimiento.

Trabajo defensivo:

- Posicionamiento y desplazamientos laterales.

Participación:

Primeros torneos y competencias locales.

Especialización y alto rendimiento

Edades recomendadas: 14 a 18 años

Objetivo: Perfeccionar habilidades técnicas y tácticas con un enfoque competitivo.

Ejercicios y actividades:

Entrenamiento avanzado de dribbling y control:

- Dribbling bajo presión con defensa activa.

Tácticas ofensivas y defensivas:

- Movimientos sin balón y lectura de juego.

Trabajo de explosividad y velocidad:

- Entrenamiento de fuerza y salto vertical.

Participación competitiva:

- Partidos en ligas nacionales juveniles.
- Uso de video análisis para mejorar el rendimiento.



## Profesionalización

Edades recomendadas: 18 años en adelante

Objetivo: Preparar jugadores para el alto rendimiento y la competencia profesional.

Ejercicios y actividades:

Técnica avanzada de tiro:

- Perfeccionamiento de tiro en situaciones de juego real.

Estrategia de juego avanzada:

- Aplicación de sistemas de juego como el pick and roll.

Preparación física y prevención de lesiones

Entrenamiento psicológico para manejo de presión

Participación profesional:

- Participación en ligas profesionales y torneos internacionales.

Tabla 9

	<b>Formación y desarrollo técnico.</b>	<b>Alto Rendimiento</b>	<b>Profesionalización</b>
<b>Edad</b>	12-14 Años	14-18 años	18 años en adelante.
<b>Objetivo</b>	Mejorar la técnica individual y la comprensión del juego en equipo.	Perfeccionar habilidades técnicas y tácticas con un enfoque competitivo.	Preparar jugadores para el alto rendimiento y la competencia profesional.



<b>Actividades</b>	Manejo avanzado del balón: Bote con cambios de dirección y velocidad. Técnica de pase y recepción: Pase de pecho, picado y por encima de la cabeza. Lanzamientos y tiro a distancia: Perfeccionamiento del tiro en movimiento. Trabajo defensivo: Posicionamiento y desplazamientos laterales. Primeros torneos y competencias locales.	Entrenamiento avanzado de dribbling y control: Dribbling bajo presión con defensa activa. Tácticas ofensivas y defensivas: Movimientos sin balón y lectura de juego. Trabajo de explosividad y velocidad: Entrenamiento de fuerza y salto vertical. Partidos en ligas nacionales juveniles. Uso de video análisis para mejorar el rendimiento.	Técnica avanzada de tiro: Perfeccionamiento de tiro en situaciones de juego real. Estrategia de juego avanzada: Aplicación de sistemas de juego como el pick and roll. Preparación física y prevención de lesiones. Entrenamiento psicológico para manejo de presión. Participación en ligas profesionales y torneos internacionales.
--------------------	---	---	---

Nota: Tabla que muestra los procesos a llevar a cabo en el club depende de lo que el usuario requiera.

## CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Según Horngren, Datar y Rajan (2021) La estructura de costos es la combinación de costos fijos y variables que una empresa tiene en su operación. Determinar la proporción de estos costos es clave para la rentabilidad y la toma de decisiones estratégicas.

Tabla Costos fijos.

El cuadro muestra los gastos fijos mensuales de un emprendimiento o actividad, que alcanzan un total de \$4. 663. 271. Esto abarca el alquiler del campo por \$1. 800. 000, la depreciación de bienes por \$113. 271, el sueldo del gerente



(\$800. 000), del contador (\$350. 000) y de dos entrenadores, cuyos pagos ascienden a \$1. 600. 000. Estos gastos son constantes, independientemente de la cantidad de servicios ofrecidos, y constituyen los gastos fundamentales requeridos para el funcionamiento regular del negocio.

Tabla 10

<b>COSTOS FIJOS</b>			
<b>CENTRO DE COSTOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>
<b>ARRIENDO CANCHA</b>	\$150.000	2	\$300.000
<b>DEPRECIACIÓN</b>	\$113.271	1	\$113.271
<b>ADMINISTRADOR</b>	\$800.000	1	\$800.000
<b>CONTADOR</b>	\$350.000	1	\$350.000
			\$0
			\$0
		<b>TOTAL, COSTOS FIJOS</b>	<b>\$1.563.271</b>

*Nota:* Tabla que muestra los costos fijos en la empresa.

Tabla costos variables.

El cuadro presenta los gastos variables vinculados a la operación del negocio, que totalizan \$1. 664. 000. Estos costos están determinados por la cantidad de personas atendidas, que es de 63 en promedio, e incluyen partidas como materiales de oficina (\$100. 000), provisión de uniformes (\$150. 000), tratamientos de fisioterapia (\$350. 000) y la elaboración de uniformes (\$1. 064. 000). El costo variable por cada persona se establece en \$26. 413. Al combinar estos gastos con los costos fijos previamente calculados, se obtiene un total global de \$6. 327. 271.

Tabla 11

<b>COSTOS VARIABLES</b>			
<b>CENTRO DE COSTOS</b>	<b>PRECIO PROM.</b>	<b>CANTIDAD PROM.</b>	<b>COSTOS VARIABLES PROM.</b>
<b>PAPELERIA</b>	\$100.000	1	\$100.000
<b>ENTRENADORES</b>	\$600.000	2	\$1.200.000
<b>DOTACIÓN UNIFORME</b>	\$30.000	5	\$150.000
<b>FISIOTERAPEUTA</b>	\$350.000	1	\$350.000
<b>UNIFORMES</b>	\$38.000	28	\$1.064.000
			\$0



<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$2.864.000</b>
<b>VARIABLES</b>	

*Nota:* Tabla que muestra los costos variables en la empresa.

Tabla Costos nómina.

La tabla muestra el gasto mensual relacionado con la nómina del proyecto, que totaliza \$3. 100. 000. Esta cifra abarca la remuneración de los trabajadores contratados bajo un esquema mensual: un administrador con un sueldo de \$800. 000, un fisioterapeuta a \$350. 000, dos entrenadores que juntos suman \$1. 600. 000 y un contador con un salario de \$350. 000. Estos gastos representan los desembolsos fijos indispensables para mantener al personal esencial en la operación del negocio.

Tabla 12

<b>COSTO NOMINA</b>					
<b>ACTIVO</b>	<b>SALARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>CONTRATO</b>	<b>HORAS MENSUALES</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
<b>ADMINISTRADOR</b>	\$800.000	1	Mensual		\$800.000
<b>FISIOTERAPEUTA</b>	\$350.000	1	Mensual		\$350.000
<b>ENTRENADORES</b>	\$800.000	2	Mensual		\$1.600.000
<b>CONTADOR</b>	\$350.000	1	Mensual		\$350.000
					\$0
					\$0
		<b>TOTAL COSTO</b>			\$3.100.000
		<b>NOMINA</b>			

*Nota:* Tabla que muestra la nómina que se estima en la empresa.

<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>\$ 45.460</b>
--------------------------------	------------------

<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$4.427.271</b>
------------------------	--------------------

La tabla muestra la depreciación mensual de los activos utilizados en el proyecto, con un valor total de \$113.271 mensuales. Se listan distintos elementos como computador, impresora, implementos deportivos y material de entrenamiento, indicando su valor de compra, cantidad, vida útil en meses y el costo de depreciación mensual. En conjunto, estos activos suman una



inversión inicial de \$5.362.000, la cual se distribuye contablemente durante periodos de 24 a 48 meses según el tipo de activo. Esta depreciación permite calcular el desgaste económico mensual de los bienes, reflejando su pérdida de valor por uso y tiempo.

Tabla 13

<b>DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS</b>					
<b>ACTIVO</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>MESES A DEPRECIAR</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
<b>Computador portátil</b>	\$1.449.000	1	\$1.449.000	48	\$30.188
<b>Impresora</b>	\$699.000	1	\$699.000	48	\$14.563
<b>Pelota Basketball Spalding Tf 150</b>	\$69.000	10	\$690.000	48	\$14.375
<b>Frisbee Frisby Disco Ultimate Profesional Blanco 175g</b>	\$67.000	10	\$670.000	48	\$13.958
<b>Tula Balonera Golty 12 Balones</b>	\$75.000	1	\$75.000	24	\$3.125
<b>Entrenamiento Deportivo Kit</b>	\$95.000	1	\$95.000	48	\$1.979
<b>Escalera De Agilidad</b>	\$27.000	2	\$54.000	48	\$1.125
<b>Vallas De Salto</b>	\$110.000	1	\$110.000	48	\$2.292
<b>Cronometro Profesional</b>	\$100.000	2	\$200.000	48	\$4.167
<b>Lazo Cuerda Para Saltar</b>	\$8.000	10	\$80.000	48	\$1.667
<b>Aro Hula Hula</b>	\$50.000	20	\$1.000.000	48	\$20.833
<b>Petos En Malla</b>	\$12.000	20	\$240.000	48	\$5.000
	<b>\$5.362.000</b>	<b>TOTAL</b>			<b>\$113.271</b>
		<b>DEPRECIACION</b>			
		<b>ION</b>			

*Nota:* Tabla que muestra la depreciación en la empresa.

Punto de equilibrio en personas.

El punto de equilibrio indica la cantidad mínima de personas que deben ser atendidas para cubrir todos los costos del negocio, sin obtener ganancias ni pérdidas. A continuación, se calcula dividiendo los costos fijos totales, que son \$1.563.271, entre la diferencia entre el precio de venta por persona (\$89.841) y el costo variable por persona (\$45.460). Como resultado un punto de equilibrio de aproximadamente 35,22 personas. Esto significa que, para no tener pérdidas, es necesario atender al menos 36 personas.



Punto de equilibrio en ventas.

Además del cálculo del punto de equilibrio en unidades, es fundamental complementar el análisis financiero con el punto de equilibrio en términos de ventas y de costos. Con base en los datos disponibles, se tiene que los costos fijos totales ascienden a \$1.563.271, el precio de venta por persona es de \$89.841 y el costo variable por persona es de \$45.460. De esta manera, el margen de valor unitario es de \$44.381. Para calcular el punto de equilibrio en ventas, se multiplica el punto de equilibrio en unidades (35,22 personas) por el precio de venta por unidad, lo cual da como resultado aproximadamente \$3.165.457. Esto significa que la empresa deberá generar ventas por al menos ese monto para cubrir todos sus costos y evitar pérdidas. Por otra parte, el punto de equilibrio en costos se calcula sumando los costos fijos con los costos variables totales en el nivel de equilibrio. Así, se estima que los costos variables para atender a 35,22 personas son \$1.599.471, lo que sumado a los costos fijos arroja un total de \$3.162.742 en costos. Por lo tanto, la empresa comenzará a generar utilidades únicamente cuando sus ingresos por ventas superen los \$3.165.457 y sus costos totales no excedan los \$3.162.742.

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{\$1.563.271}{\$89.841 - \$45.460}$$

PE= 35,22 Personas

36 Personas

## CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es el proceso mediante el cual se analizan y valoran los resultados económicos de un proyecto o empresa, con el fin de determinar su



viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo. Según Berk y DeMarzo (2020), “la evaluación financiera permite a los tomadores de decisiones estimar flujos de caja, valorar inversiones y calcular indicadores clave como el VAN y la TIR, esenciales para juzgar si una iniciativa genera valor” (p. 118).

Inflación del año anterior: La inflación anual en Colombia 2024 cerró en 5,20%, una disminución significativa respecto al 9,28% registrado en 2023

Tasa de interés:

Banco de Bogotá

- **Tasa efectiva anual (E.A.): Desde 25%**

*Proyección de ventas:*

Tabla 14

DESCRIPCIÓN	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Ultimate	\$60.000	10	14	16	18	22
Baloncesto	\$60.000	7	10	12	14	18
Personalizados	\$80.000	3	5	5	6	6
Uniformes	\$60.000	17	7	21	11	29
Total servicios	3	20	29	33	38	46
Ingresos del primer año	\$200.000	\$2.280.000	\$2.260.000	\$3.340.000	\$3.060.000	\$4.620.000

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	PROMEDIO
25	28	33	37	40	45	48	28,0
22	26	31	35	38	42	45	25,0
8	10	12	14	16	17	18	10,0
18	36	28	44	34	53	40	28,2
55	64	76	86	94	104	111	63,0
\$4.540.000	\$6.200.000	\$6.480.000	\$8.080.000	\$8.000.000	\$9.760.000	\$9.420.000	\$5.670.000

Nota: Esta tabla muestra un esquema de ventas anual que se pretende tener en el primer año en la escuela de AERIUS.

Tabla 15



---

**Flujo de Ingresos**


---

A

Año	Valor
1	\$ 67.920.000
2	\$ 79.194.720
3	\$ 92.341.044
<b>Total</b>	<b>\$ 239.455.764</b>

---

Tabla 16

---

**Flujo de Egresos**


---

B

Año	Valor
1	\$ 53.127.250
2	\$ 60.820.076
3	\$ 69.626.823
<b>Total</b>	<b>\$ 183.574.149</b>

---

Tabla 17

---

**Flujo de Efectivo**


---

**Neto**

A-B

Año	Valor
1	\$ 14.792.750
2	\$ 18.374.644
3	\$ 22.714.221
<b>Total</b>	<b>\$ 55.881.615</b>

---

Valor presente neto y Tasa interna de retorno;

En este caso, el resultado del VPN es \$23.476.528, se calcula descontando al valor presente todos los flujos de ingresos y egresos futuros esperados del proyecto, lo cual indica que, una vez descontados todos los



costos y beneficios futuros al valor presente el proyecto generaría una ganancia neta de \$23.476.528.

Si la TIR es mayor que la TIO (Tasa interna de oportunidad), entonces el proyecto es considerado financieramente viable, ya que supera las expectativas mínimas de rentabilidad de los inversionistas o de la empresa. En este caso presentamos una TIR del 43.43% un mayor porcentaje que la TIO la cual es de 25%, la TIR se obtiene a partir del flujo efectivo de caja y la inversión inicial, buscando igualar ese valor inicial. Así presentado la tasa de retorno que tendría está inversión inicial.

Es importante aclarar que esta TIR durante el primer año será mensualmente del 4%, esto nos da a entender que el proyecto como empresa se puede volver totalmente sostenible pero no va a generar grandes ganancias para los dueños principales del club, es por esto que se llega a deducir que el club si es capaz de mantenerse solo, pero para adquirir ganancias se va a ver reflejado a partir del año 2.

VNA=VPN= **\$23.476.528**

**Primer año**

TIR= **43,43%**

Periodo de recuperación de la inversión:

A continuación, se indica el tiempo que tardara el proyecto en recuperar su inversión inicial a través de los flujos de caja generados. En este caso, la inversión fue de \$11.747.125 y el flujo del primer año asciende a \$14.792.750, lo cual sale directamente de la tabla de flujo efectivo neto, por lo que la inversión se recupera completamente en menos de un año (aproximadamente 0,79 años). Este dato se obtiene a partir de la división entre año 1 y la inversión inicial. En caso de que se desee saber en cuantos meses seria se realiza la siguiente formula ( $0.79 \times 12 \approx 9.5$  meses)



	PRI
año1	\$ 14.792.750
año2	\$ 33.167.394
año3	\$ 55.881.615
Inv0=	\$ 11.747.125

Inversión Inicial \$11.747.125

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

## Modelo de negocio Canvas

<p><b>Asociaciones clave</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>IDRD</li> <li>Protección de Riesgos</li> <li>Tienda VIUR</li> <li>Liga de Baloncesto y Liga de Disco</li> <li>Volador de Bogotá</li> <li>Aliados comunitarios</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b></p>  <p>Planificación y ejecución de entrenamientos diferenciados por edad y nivel.</p>	<p><b>Propuesta de valor</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Entrenamiento especializado en Ultimate Frisbee y baloncesto.</li> <li>Enfoque humanista</li> <li>Precios accesibles adaptados a estratos 3 y 4.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b></p>  <p>Participación de usuarios en el diseño de implementos (uniformes, termos, etc.).</p>	<p><b>Segmentos de mercado</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Niños, adolescentes y adultos (12 años en adelante).</li> <li>Jóvenes con interés en profesionalizarse en disciplinas deportivas alternativas y tradicionales.</li> </ul>
<p><b>Estructura de costes</b></p>  <p>inversión inicial de \$11.747.125, flujo de caja proyectado.                  punto de equilibrio 35,22                  Variables : \$4.427.271                  Costos fijos : \$1.563.271                  Costo nómina : \$3.100.000</p>	<p><b>Recursos clave</b></p>  <p>ísicos: balones, frisbees, etc.                  Humanos.; Económicos</p>	<p><b>Canales</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales.</li> <li>clases abiertas en el parque.</li> </ul>	<p><b>Fuentes de ingreso</b></p>  <p>Mensualidades: \$60.000 (grupal), \$80.000 (personalizado).                  Venta de uniformes: \$60.000 kit.</p>	



## REFERENCIAS

- Baines, P., Fill, C., Rosengren, S., & Antonetti, P. (2020). Marketing. Oxford University Press.
- Banco de Bogotá. (2025). Tasas y tarifas vigentes abril 2025 [PDF].  
<https://www.bancodebogota.com/documents/38440/13065351/Tasas-Abril-2025.pdf>
- Berk, J., & DeMarzo, P. (2020). Corporate finance (5.<sup>a</sup> ed.). Pearson.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). Customer relationship management: Concepts and technologies (5.<sup>a</sup> ed.). Routledge.
- Carrillo Vargas, C. M., & Moscoso Jurado, D. E. (2022). La inclusión educativa y atención a la diversidad en educación. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(5), 60–75. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i5.2908](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.2908)
- Chiavenato, I. (2019). Gestión del talento humano: El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. McGraw-Hill.
- Congreso de Colombia. (1887). Ley 57 de 1887 – Código Civil Colombiano. Diario Oficial, (7067).
- Congreso de Colombia. (1995). Decreto 1228 de 1995 – Reconocimiento deportivo. Diario Oficial, (42.040).



Congreso de Colombia. (1995). Ley 181 de 1995 – Ley del Deporte. Diario Oficial, (41.804).

Congreso de Colombia. (2006). Ley 1098 de 2006 – Código de Infancia y Adolescencia. Diario Oficial, (46.446).

Congreso de Colombia. (2009). Ley 1346 de 2009 – Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Diario Oficial, (47.411).

Czakov, W., Klimas, P., & Mariani, M. M. (2020). Managing coopetition: The missing link between strategy and performance. *Industrial Marketing Management*, 84, 3–6. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.05.008>

De Miguel, J. A. (2024). Modelos de negocio: Resolución de problemas y creación de valor. Profit Editorial.

Del Río Cortina, J. L., Rincón, D. L., & Villamil, G. L. (2023). El papel de la asociatividad y su relación con el desempeño de las organizaciones. *Ciencia y Tecnología Agropecuaria*, 24(3), e3122. [https://doi.org/10.21930/rcta.vol24\\_num3\\_art:3122](https://doi.org/10.21930/rcta.vol24_num3_art:3122)

Dyer, J. H., & Singh, H. (2021). The relational view revisited: A dynamic perspective on interorganizational advantage. *Strategic Management Journal*, 42(1), 85–100. <https://doi.org/10.1002/smj.3250>

Fundación Comunitaria de México. (2023). Desarrollo Comunitario: Fortaleciendo Comunidades para un Cambio Sostenible.



<https://www.cf.org.mx/blog/desarrollo-comunitario-fortaleciendo-comunidades-para-un-cambio-sostenible>

Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2022). Principios de Finanzas Gerenciales. Pearson.

Gomes, E., Barnes, B. R., & Mahmood, T. (2021). Strategic alliances and partnerships: Navigating the complexity of interfirm collaboration. Palgrave Macmillan.

Grant, R. M. (2021). Contemporary strategy analysis: Text and cases edition (11.<sup>a</sup> ed.). Wiley.

GJohnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). Exploring corporate strategy (12.<sup>a</sup> ed.). Pearson.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). Operations management: Sustainability and supply chain management (13.<sup>a</sup> ed.). Pearson.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. Wiley.

La República. (2025, abril 5). ¿Cuáles son los bancos con tasas más bajas en crédito de libre inversión en 2025? <https://www.larepublica.co/finanzas/creditos-de-libre-inversion-abril-de-2025-4112922>

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). MKTG 13: Principles of marketing. Cengage Learning.



- Ministerio del Deporte. (2014). Resolución 1446 de 2014 – Requisitos para el reconocimiento deportivo. <https://www.mindeporte.gov.co/>
- Ministerio del Deporte. (2020). Política pública de Deporte, Recreación, Actividad Física y Educación Física 2020–2030. <https://www.mindeporte.gov.co/>
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2020). Purchasing and supply chain management (7.<sup>a</sup> ed.). Cengage Learning.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2023). La inclusión en la educación. <https://www.unesco.org/es/education/inclusion>
- Organización Mundial de la Salud. (2023). Actividad física. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
- Reuters. (2025, 10 de enero). Colombia cierra 2024 con inflación de 5,20%, por encima de la meta del Banco Central. <https://www.reuters.com/latam/domestico/LSGEELFWRZMAHLAAPY2BESP6PE-2025-01-10/>
- Sáenz-López Buñuel, P., Giménez Fuentes-Guerra, F. J., & Sierra-Díaz, M. J. (2020). El juego en el baloncesto formativo: aspectos tácticos y decisionales. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, 20(77), 67–82. <https://doi.org/10.15366/rimcafd2020.77.005>



Sakhawalkar, A., & Pawar, S. (2024). Impact of Behavioral Segmentation on Customer Satisfaction – A Conceptual Review. ResearchGate.

<https://www.researchgate.net/publication/377525213>

Secretaría Distrital de Integración Social. (2022). Diagnóstico Local Usaquéen 2022.

[https://www.integracionsocial.gov.co/images/\\_docs/2023/entidad/localidades/30082023-1-Diagnostico-Usaquen-2022.pdf](https://www.integracionsocial.gov.co/images/_docs/2023/entidad/localidades/30082023-1-Diagnostico-Usaquen-2022.pdf)

Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2020). Marketing: Real people, real choices (10.<sup>a</sup> ed.). Pearson.

Wikipedia. (s.f.). Ultimate frisbee. [https://es.wikipedia.org/wiki/Ultimate\\_frisbee](https://es.wikipedia.org/wiki/Ultimate_frisbee)

