



CAPITAL DISC ULTIMATE CLUB

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

ANDRÉ MALAMBO LADINO

DIEGO ALFREDO GARZÓN FAJARDO

JULIET DANIELA YARA RINCÓN

Asesor:

JUAN CARLOS CORREDOR HERNÁNDEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Abril 2021

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
NOMBRE	5
LOGOTIPO.....	6
SLOGAN	7
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	7
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	9
PROPOSICIONES DE VALOR	12
SEGMENTOS DE MERCADO.....	14
CANALES	20
RELACIÓN CON CLIENTES	22
INGRESOS	25
ASOCIACIONES CLAVES.....	28
RECURSOS CLAVES	29
ACTIVIDADES CLAVES.....	33
ESTRUCTURA DE COSTOS	36
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	40
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	43
REFERENCIAS.....	46



INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Bogotá D.C. actualmente existen alrededor de 242 escuelas de formación deportiva avaladas por el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD, 2021) en múltiples modalidades deportivas como lo son fútbol, baloncesto, natación, ciclismo, taekwondo, tenis, patinaje, rugby entre otros deportes, sin embargo, no existe ninguna escuela de formación en Ultimate Frisbee, en cuanto a **clubes deportivos** definidos por Coldeportes (2010) como “organismos de derecho privado constituidos por afiliados, mayoritariamente deportistas, para fomentar y patrocinar la práctica de un deporte o modalidad, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre en el municipio, e impulsar programas de interés público y social” encontramos que solo se encuentran avalados por el Instituto Distrital de Recreación y Deporte 10 de ellos, en la disciplina deportiva de ultimate frisbee (IDRD, 2021), es así entonces como surge la idea de crear un club deportivo de ultimate frisbee que contribuya a la formación de niño/as y jóvenes en la capital del país.

El ultimate frisbee es un **deporte de conjunto** Parlebas (2001), citado por Arias (2016) define dichos deportes como aquellos en los cuales hay adversarios y compañeros y por ende la interacción directa con otros se ve implícita, entendiéndose esta última como sociomotricidad, componente principal del juego en equipo o de conjunto. Para acercarnos más a la definición del **ultimate frisbee** mencionaremos algunas de sus características: cada equipo está conformado por 7 jugadores en cancha, se juega con un disco también llamado frisbee en un campo rectangular, el objetivo del juego es marcar una mayor cantidad de goles que el contrincante para ganar, un gol es válido cuando se atrapa un pase en la end zone o zona de gol del equipo rival y no se puede correr o caminar con el disco



en posesión, se debe avanzar a través de pases con los compañeros de equipo (World Flying Disc Federation, 2021).

Como Profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación en formación, los/las/les autores del presente documento han recibido formación académica en áreas como psicomotricidad, iniciación y formación deportiva, entrenamiento deportivo, marketing deportivo, deportes alternativos, psicología deportiva, administración de organismos deportivos entre otros componentes del plan de estudios individual del programa académico en la Universidad Santo Tomás (USTA, 2013). Adicional a ello, han tenido experiencia en los deportes de conjunto como entrenadores/as y como jugadores/as en diferentes etapas de la vida académica, profesional, personal y acercamientos directos con la modalidad deportiva de ultimate frisbee en la vida universitaria, conociendo el deporte a través de la vivencia con otros individuos experimentados con años de recorrido en procesos de selecciones a nivel nacional.

Es así como se ha identificado la carencia de procesos formativos y competitivos en la disciplina deportiva de ultimate frisbee en la ciudad de Bogotá D.C. a partir de allí se pretende satisfacer dicha necesidad promoviendo la práctica deportiva y el **aprovechamiento del tiempo libre** en un deporte específico, este último concepto es entendido por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (1995) como:

El uso constructivo que el ser humano hace de él, en beneficio de su enriquecimiento personal y del disfrute de la vida en forma individual o colectiva. Tiene como funciones básicas el descanso, la diversión, el complemento de la formación, la socialización, la



creatividad, el desarrollo personal, la liberación en el trabajo y la recuperación psico-biológica (p. 3).

De este modo se pretende contribuir en la creación de espacios diseñados específicamente para niños/as y jóvenes de la capital del país teniendo en cuenta su edad cronológica, desarrollo motriz, habilidades y destrezas individuales para el diseño, planeación y ejecución de programas de entrenamiento deportivo.

La importancia de la creación de espacios formativos y competitivos con procesos de entrenamiento deportivo adecuados según las edades cronológicas y las características de la población radica en la profesionalización de una modalidad deportiva relativamente nueva en el país, si miramos la historia del ultimate este se convierte en un deporte federado a nivel mundial en 1984 con la creación de la World Flying Disc Federation, en Colombia es un deporte federado por la Federación Colombiana de Disco Volador FECODV, entiéndase por **deporte federado** aquel deporte competitivo, con reglas establecidas y realizado por clubes asociados a ligas deportivas y federaciones en el ámbito local, regional, nacional que dictan las normas en cuanto al desarrollo del mismo, del reglamento, costos, sistemas de organización, documentación y reconocimientos (Federación Española de Asociaciones de Docentes de Educación Física, 2015).

Palabras clave. Clubes deportivos, deportes de conjunto, ultimate frisbee, aprovechamiento del tiempo libre, deporte federado.

NOMBRE

CAPITAL DISC ULTIMATE CLUB



El nombre del club nace a partir de la intención de resaltar el lugar de origen del mismo, este corresponde a la capital del país, la ciudad de Bogotá D.C., debido a que es un deporte cuyo elemento principal es un disco o frisbee en el nombre del club se incluye dicho móvil y se finaliza afianzando la modalidad deportiva como club de ultimate, la decisión del uso de una segunda lengua como lo es el inglés surge a partir de la importancia que se le da al lugar de origen del deporte, pues esta modalidad surge en Estados Unidos.

LOGOTIPO

Figura 1

Logotipo Capital Disc Ultimate Club



Note. Logotipo Capital Disc Ultimate Club. Realizado por los autores/as del documento.

El logotipo está basado en los 3 colores principales del club, estos son el negro, el verde y el naranja, adicional a ello resalta el elemento principal del deporte, el disco volador o



frisbee que como se observa en la Figura 1 se encuentra en movimiento y está representado por las corrientes de aire dibujadas alrededor del disco con líneas grises, por último, el nombre y el slogan del club se encuentran en la parte superior del disco conocido como tapa.

SLOGAN

“WE ARE D.C.

WE ARE DISC”

Un slogan hace referencia a un texto publicitario que ocupa un lugar destacado para el posicionamiento de una marca y le da una identidad a la misma que la diferencia del resto (Bernhardt, 2011). Para el club de ultimate Capital Disc, es importante ser reconocido como un club originario de la capital del país, por ello en su slogan las siglas “D.C.” son la abreviatura de “Distrito Capital”, acompañado de un juego de palabras que finaliza con el elemento principal del deporte, el disco, escrito en inglés como “Disc”, en su compleja estructura traduce “Somos Distrito Capital, somos disco”.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Capital Disc Ultimate Club se caracteriza por el espíritu de juego, definido como el juego limpio o “fair play” en cada jugada y por parte de cada jugador/ra de un equipo (WFDF, 2021), esto quiere decir que se busca formar deportistas con la capacidad de reconocer cuando un error es cometido y aceptar la responsabilidad del mismo, así como de intentar a toda costa siempre honrar el buen obrar dentro y fuera de la cancha de juego.



Este buen obrar también es un principio fundamental del pensamiento humanista de Santo Tomás de Aquino, quien ha influido en el que hacer del alma mater de los autores/as del presente documento, es decir, la Universidad Santo Tomás, en todos sus programas de pregrado y postgrado, Santo Tomás de Aquino plantea que el ser humano debe procurar hacer el bien en pro de la comunidad, por encima del bien privado o aquellas acciones que solo benefician a un individuo en particular (Maritain, 2018) respetando así los derechos y la individualidad de cada ser, que puede ser beneficiado/afectado por nuestras acciones.

Así mismo se promueve la equidad de género al ser un club deportivo de ultimate frisbee en la categoría mixed, contribuyendo a la disminución de las brechas sociales a través de la creación de espacios seguros y equitativos tanto para hombre como mujeres y aquellas identidades de género fuera del espectro binario como los/las/les transgenero que pueden ser excluidos del deporte en muchas ocasiones y en aquellos equipos de categorías únicas, ya sean estas masculinas o femeninas.

La tolerancia, el respeto, la equidad y el espíritu de juego son los fundamentos humanistas que conforman la base en la consolidación de Capital Disc Ultimate Club como un espacio de formación y competencia deportiva en la capital del país, con el fin de no dejar conceptos a la especulación del lector a continuación serán definidos los valores que representan al club.

Iniciaremos entonces con la tolerancia, Beltrán (2004) la define como la capacidad de un individuo de aceptar las diferencias culturales, de opinión, formas de vida y creencias de otros, en el deporte se ve reflejada adicionalmente en la capacidad de aceptar las diferentes perspectivas de las personas involucradas en el juego, siempre desde el respeto, hablemos



entonces de este concepto, el respeto es entendido por Von Hildebrand (2004) como un actitud caracterizada por la tolerancia y la valoración hacia algo o alguien, se ve reflejada en el deporte a través de la escucha activa del otro, la atención que se le presta a la palabra y al lenguaje corporal de los jugadores al expresar un punto de vista u opinión, llegamos así a al concepto de equidad descrito por Toledano (2009) la igualdad de oportunidades y la compensación, es decir, valorar las desigualdades y tenerlas en cuenta, en el deporte mixto se ve reflejado en la capacidad de brindar oportunidades para hombres y mujeres, así como para las diversas identidades de género, aportando en la construcción de espacios seguros y de crecimiento para todas, todos y todes.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En Bogotá la situación actual referente a la formación y especialización deportiva en él ultimate ha tenido fulgor, gracias a que esta práctica se ha venido popularizando y afianzando dentro de niños, jóvenes y jóvenes-adultos. Así como se mencionó, la ciudad de Bogotá cuenta con 10 escuelas avaladas y activas hasta la fecha ante el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD). A continuación nos encontramos con el listado emitido por el IDRD, en el cual tenemos a disposición los datos de contacto e información general de estos centros de formación deportiva en él ultimate.



Figura 2

Listado de clubes de ultimate

Nombre Club	Tipo de Club	Fecha Inicio R-D	Fecha Terminación R-D	Nombre del Presidente	Telefono Club	Correo	Estado
BAMBOO	PERSONA NATURAL	03-08-2018	2023-08-03	MARIA CAMILA YEPEZ PELAEZ	3017017118	bambooultimatecol@gmail.com	ACTIVO
BLACKHAWK ULTIMATE CLUB	PERSONA NATURAL	12-04-2017	2022-04-12	LUIS ALBERTO CORTES GONZALEZ	3175113677	blackhawbhu@gmail.com	ACTIVO
BULLET'S ULTIMATE	PERSONA NATURAL	19-09-2016	2021-09-19	GABRIEL JAIR CASTIBLANCO BELTRAN	3115478636 - 3182762098	No Registra	ACTIVO
COMUNIDAD EL OSO	PERSONA NATURAL	10-02-2017	2022-02-10	JULIAN CAMILO BOCANEGRA SALAZAR	3102478611	No registra	ACTIVO
D-CRASH ULTIMATE CLUB	PERSONA NATURAL	19-05-2017	2022-05-19	JUAN FELIPE ARBOLEDA GARCÍA	3124521269	d-crashultimate@gmail.com	ACTIVO
HALAL	PERSONA NATURAL	07-03-2019	2024-03-06	ALEJANDRA MONROY MARTINEZ	3243913	No registra	ACTIVO
INSIDE	PERSONA NATURAL	26-12-2016	2021-12-26	JHONATHAN EDUARDO PUENTES LONDOÑO	3057687665	byron.ctsjul@gmail.com	ACTIVO
KATRINAS ULTIMATE	PERSONA NATURAL	21-06-2017	2022-06-21	YURI NATALI ORTEGA JIMENEZ	3118885321 - 3185225805	No Registra	ACTIVO
MAMOOTTS	PERSONA NATURAL	19-10-2017	2022-10-19	TULIO RICARDO VESGA CHAVES	3202076278 - 3102525258	No Registra	ACTIVO
VULCANOUS ULTIMATE CLUB	PERSONA NATURAL	17-07-2017	2022-07-17	MICHAEL CIFUENTES MALDONADO	3102269282	vulcanousultimate@gmail.com	ACTIVO

Note. Listado de presentación de clubes activos de Ultimate Frisbee. Club. Realizado por los autores/as del documento.

Fuente:

https://www.idrd.gov.co/SIM/CS_RendimientoDeportivo/Presentacion/Lista_Clubes.php?Id_Liga=62&Nombre=Ultimate.

En este orden de ideas para el análisis de nuestra competencia es de suma importancia considerar los servicios y productos deportivos ofrecidos a él público en general, para esto, la observación directa de los mismos en el lugar de entrenamiento así como el rastreo de la información a disposición en redes y el voz a voz sobre estas instituciones nos permitirá obtener una visión más clara de las herramientas metodológicas de entrenamiento y su estandarización y/o tipificación respecto a la población.

En consecuencia, a lo anterior se analizaron 3 escuelas de ultimate en específico (D-crash, Blackhawk, Halal) cuyo lugar de entrenamiento se encuentra ubicado en el barrio Country Club de la localidad de Usaquén, Bogotá. De manera que podemos determinar que de las escuelas deportivas de esta índole si bien cuentan con una propia estructuración metodológica con estrategias encaminadas a él trabajo técnico-táctico asimismo sobre la fisonomía del deportista, estas no estiman las fases sensibles del aprendizaje y todas se hallan generalizadas para el desenvolvimiento de los sujetos sin corresponder a su edad cronológica y madurativa. Además de esto, es usual no encontrarse con él manejo de categorías de iniciación y formación orientadas a él disfrute de una niñez y adolescencia activa, lo habitual son procesos instructivos en búsqueda de la práctica profesional y alto

rendimiento. Por último, en cuanto al costo-beneficio por el entrenamiento nos encontramos que en comparación con otras disciplinas deportivas el valor por el servicio es asequible para la totalidad de personas de la zona a causa de que el cobro puede ir desde los 30.000\$ hasta los 75.000\$ junto con esto los estratos socioeconómicos de los residentes de allí oscilan entre 4-6 pudiéndose deducir por sí mismas las posibilidades adquisitivas de los sujetos.

PROPOSICIONES DE VALOR

La propuesta de valor es el ítem de el modelo canvas que nos permite satisfacer las necesidades de los clientes con lo que la empresa ofrece en el mercado activo, al igual que nos brinda un amplio panorama de la posición de la empresa en el mercado.

En este modo, CAPITAL DISC ULTIMATE CLUB asegurándose por conseguir reconocimiento y posicionamiento de sus servicios, buscaremos atender necesidades sociales, psicológicas y culturales; a partir de esto, nos permitiremos abarcar un nicho poblacional carente de metodologías de enseñanza avanzadas y validadas que permitan desarrollar capacidades físicas e inteligencia de juego, razón por la cual el uso de métodos de entrenamiento que propicien y consoliden elementos técnicos y tácticos acordes a las exigencias del deporte, sin dejar de lado habilidades y destrezas individuales nos permitirá lograr convencer a usuarios que ya están suscritos a la competencia lleguen a nuestro servicio y sean nuestros clientes permanentes.

Dicho lo anterior podríamos inferir que CAPITAL DISC ULTIMATE CLUB tiene una gran posibilidad de situarse dentro del mercado con sus servicios, gracias a que la oferta de este tipo de servicios no resulta ser abarrotada por la competencia, por lo que resultante del



proceso de análisis e investigación de mercados en primera instancia buscaremos generar la mayor cantidad de utilidades económicas eficiencia manteniendo el precio de mensualidades y productos vinculados a la práctica dentro del rango de precios de 30.000\$ hasta los 75.000\$, esto con el fin de manejar precios similares e inclusive un poco más económico que nuestros competidores siendo esta una manera de influir sobre la demanda en el mercado.

Es así que se llega a los entrenamientos, en este punto se establecen 3 categorías las cuales contarán con dosificaciones de la carga acordes a las destrezas grupales e individuales, así como a los periodos de preparación esto se realizará con el fin de estructurar entrenamientos acordes a las fases sensibles del aprendizaje buscando una óptima mejora del rendimiento deportivo de los clientes. Con base a lo anterior, cada una de las categorías contará con el acompañamiento de un profesional de cultura física, deporte y recreación cuyo conocimiento y aproximaciones a los deportes alternativos, así como la actualización teoría proveerá herramientas lúdicas, procedimentales, conductuales, entre otras cosas, a nuestros deportistas.

Figura 3

Horarios de entrenamiento por categorías

Horarios de entrenamiento			
Dias/Categoría	Miercoles	Sabado	Domingo
10 a 13 años	X	X	X
14 a 16 años	X	X	X
17 a 21 años	X	X	X

Note. Horarios de entrenamiento por categorías. Realizado por los autores/as del documento.



SEGMENTOS DE MERCADO

En la segmentación de mercados existe un sin fin de definiciones ahora bien hoy en día se conoce como “aquel proceso que se encarga de dividir un mercado en segmentos o grupos identificables, más o menos similares y significativos, con el propósito de que el mercadólogo ajuste las mezclas de mercadotecnia a la medida de las necesidades de uno o más segmentos específicos” (Fernandez & Aqueveque, 2011).

En Capital Disc Ultimate Club, ofrece servicios en pro a la formación de habilidades, en la promoción del mejoramiento físico, bienestar en su calidad de vida y desarrollo de destrezas nuevas a través de programas de ejercicio y actividad física del ultimate el cual es categorizado como deporte alternativo, el club atenderá a todo tipo de población ya sea niños, niñas, jóvenes, adultos, siendo netamente inclusivo donde buscará la promoción y divulgación positiva del Ultimate, en otras palabras brindara un servicio deportivo de formación.

En el segmento se identifican las características de la población y donde estará ubicado el club, dividido de la siguiente forma.

Geográfico

La propuesta de valor se ubicará en la ciudad de Bogotá, Localidad número 1 (Usaquén) más exactamente en la Calle 127C con Carrera 11D a dos cuadras del Centro Comercial Unicentro en el denominado Parque El Country.

Figura 4

Mapa Geográfico





Note. Localidades de Bogotá (2020). Recuperado a partir de google <https://tierracolombiana.org/wp-content/uploads/2019/02/mapa-localidades-bogota.jpg>

Figura 5



Mapa zonal



Note. Localidad número 1 Usaquen. (2020). Recuperado a partir de Google Maps <https://www.google.com/maps/@4.7056807,-74.0376467,781m/data=!3m1!1e>

Demográfico

Será un servicio que se ofrecerá a niños, niñas a partir de la edad de 10 años y jóvenes adultos hasta la edad de 21 años.

Tabla 1. Demografía

PADRE/ACUDIENTE	USUARIO
El perfil del padre de familia o acudiente que haga parte de Capital Disc, serán clientes con estrato social a partir del número 3, que	Etapa de iniciación: Edades entre los 10 hasta los 13 años Etapa de formación: Edades entre los 14



cuenten con un trabajo estable con ingresos de mínimo un salario básico, se le brindara una información sobre cada etapa deportiva, el porque se categoriza a su hijo/a en cada etapa para poder tener un correcto proceso formativo de acuerdo a sus características.	hasta los 16 años Etapa de especialización: Edades de 17 años hasta los 21 Estrato: 3 en adelante
--	--

Note. Demografía. Realizado por los autores/as del documento.

Psicográfico

Para el club es fundamental formar y enseñar una nueva modalidad de deporte alternativo para la obtención de nuevas habilidades y destrezas deportivas trayendo consigo beneficios como pertenencia, inclusión, experiencia en encuentros deportivos y equidad de género.

Tabla 2. Psicográfico

PADRE/ACUDIENTE	USUARIO
En algunos casos los padres o acudientes no poseen algún tipo de información o conocerán sobre el deporte, si es federado, si hay salida o posibilidades a nivel profesional si es un deporte incluyente, si lo puede desempeñar	Existe la posibilidad de que el niño conozca sobre el deporte pero no el correcto proceso formativo en cuanto al tipo de entrenamiento, las técnicas correctas y las habilidades que requiere poseer de acuerdo a su edad



cualquier tipo de persona y a cualquier edad.	
---	--

Note. Psicográfico. Realizado por los autores/as del documento.

Conductual

Al ser un club que maneja todo tipo de población es importante dejar claro que se prestara un servicio exclusivo en la formación del deportista, el cual busca la lealtad, fidelización así mismo satisfaciendo las necesidades individuales, grupales y competitivos que se generen en los encuentros deportivos oficiales y no oficiales, por otro lado dicha práctica genera comportamientos para la mejora y calidad de vida de aquellas personas que se han sentido excluidas por diferentes motivos, ya sea por su edad, género, entre otros, ofreciendo un espacio de comodidad donde puedan expresar y demostrar sus habilidades.

Tabla 3. Conductual.

PADRE/ACUDIENTE	USUARIO
El padre o acudiente es tan importante como el usuario que se le brindara el servicio ya que si son niños/as en edades tempranas harán parte de los procesos, en cuanto al acompañamiento de entrenamientos de inicio a fin, así mismo en los días de competencia.	El niño/a debe cumplir con un horario escolar tanto deportivo el perfil del usuario inicia desde muy temprano por dichos compromisos en Capital Disc se pretende brindar un horario accesible y que no se mezcle con los horarios escolares, es decir que el niño/a deberá



	disponer de tiempo libre en horas de la tarde
--	---

Note. Conductual. Realizado por los autores/as del documento.

Capital Disc Ultimate Club, a pesar de contar con todo tipo de población se trabajará a partir de los fundamentos básicos del deporte con el objetivo de generar procesos metodológicos acordes para su formación deportiva, es decir optimizar y asimilar de forma correcta cada uno de los gestos deportivos para ir de menos a más y así obtener deportistas bien fundamentados.

Ahora bien, en el club se trabajará a partir de un mercado segmentado, a pesar de que todos los usuarios practican la misma modalidad se respetaran los procesos formativos de acuerdo a su edad y el macrociclo estructurado, el cual se divide en 3 etapas la etapa de iniciación va entre los 10 hasta los 13 años, la etapa de formación está entre los 14 hasta los 16 años y la etapa de especialización va de 17 años hasta los 21.

Por otro lado se trabajará a partir de plataformas multilaterales, es importante para la empresa que haya una relación y concordancia en cuanto a la satisfacción a nivel general que posea tanto el padre de familia o acudiente como el hijo o hija, es vital que el padre esté de acuerdo al tipo de entrenamiento, metodología, horarios, la parte emotivo-volitiva que ofrecen los entrenadores y el cómo se dirigen a sus hijos para poder crear un vínculo de permanencia



CANALES

A nivel general, se define un canal como aquella distribución que se realiza de tal forma que llegue un producto desde su punto de origen hasta el cliente o consumidor final. (Acosta, 2017)

Los canales serán propios y directos, en Capital Disc Ultimate Club, se entiende que el canal es el medio y modo que logra un vínculo de comunicación de la empresa y el público ofreciendo una propuesta de valor para que el cliente obtenga un servicio de calidad diferente.

Canal directo

En el canal directo es fundamental realizar un enlace entre el usuario y el club ya que podrá exponer sus servicios por un canal autónomo y propio, se llevará a cabo por un trabajo conjunto entre la parte administrativa del club y los cultores físicos que se encuentran vinculados a la empresa donde se ofrecerá una información completa sobre los servicios que se ofrecen ya sea verbal como físico.

En este caso se le brindará al público, posters, folletos o volantes favoreciendo la divulgación y el marketing del club, para los deportistas que se encuentran dentro del proceso y siendo menores de edad será directamente con el acudiente o encargada ya sea madre o padre de familia, cabe aclarar que son los miembros más importantes para el proceso ya que facilitan el acompañamiento y el crecimiento deportivo y personal del deportista.



Canal digitalizado

Siendo el siglo de la digitalización hoy en día, el mercado gira en torno a la tecnología al generar un impacto de mayor velocidad para la población al difundir información inmediata por medio de las redes sociales dicha herramienta será protagonista de ofrecer la información completa sobre el club ya sea por Instagram, Facebook, Twitter y el contacto directo de WhatsApp al ser un mecanismo masivo se logrará una mayor divulgación y promoción de información sobre horarios, precios, convenios, patrocinadores, eventos, competencias adicional a ello permite generar una publicidad sobre cada deportista que se encuentra vinculado y su procesos deportivo.

Canal de evaluación

En Capital Disc se realizarán encuestas cada 6 meses evaluando los procesos por medio de formularios de google con los correos del padre o acudiente del joven en caso tal de ser menor de edad, así mismo habrá la opción de tener un buzón de sugerencias, para quejas inmediatas.

Canal de compra

En cuanto al canal de compra de Capital Disc se realizará por medio de una consignación en la cuenta bancaria netamente del club, no se admite en efectivo por motivos de seguridad con nuestros clientes.

Entrega



El servicio de entrega por parte del club se ofrecerá en horarios de la tarde de 4:00 pm a 6:00 pm con el fin de dar cumplimiento al horario escolar y deportivo del niño/a, en el parque el Country, adicionalmente el deportista deberá llegar con la indumentaria respectiva del club en este caso será, la hidratación, guayos, camiseta y pantaloneta distintiva.

Post- venta

El club ofrecerá una camiseta y pantaloneta con los colores representativos, el logo, número individual y slogan, una charla sobre nutrición y la importancia en la etapa de crecimiento, los implementos adicionales como gorras, cuelleras, sudaderas, llaveros se ofrecerán de acuerdo al cumplimiento del pago y crecimiento del club.

RELACIÓN CON CLIENTES

Se puede definir como aquella gestión que debe centrarse y dar prioridad en el mantenimiento y generación de intercambios de valor de objetos o servicios a largo plazo que se generen a partir de un compromiso por ambas partes en la relación. (Cabanelas, Cabanelas & Lorenzo, 2007)

Para las empresas es fundamental que en su negocio se generan cada día porcentajes altos en sus ingresos pero más aún en la fidelidad y satisfacción con la que cuenta nuestros usuarios, esto permite un crecimiento global favoreciendo diferentes áreas pero más aún el área financiera ya que nos indica que cada proceso se está llevando correctamente.



Para ello se debe tener en cuenta las percepciones de los clientes en cuanto a su lealtad a través de un ámbito conductual que se pueda observar, el cliente no se debe considerar como alguien individual, al contrario es un portador del voz a voz, se relaciona con otros semejantes a él, ya sea en el ámbito laboral, educativo, familiar o afectivo que puede influir de manera positiva como negativa a el club.

Una estrategia para potencializar la relación con los clientes es la implementación de un programa enfocado en la fidelización para direccionar a la empresa, más exactamente al área de talento humano sobre las necesidades de nuestros clientes con el objetivo de fortalecer el vínculo empresa-usuario y contar con clientes leales, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente Capital Disc Ultimate Club realizará el proceso por medio de asistencia personal, de la mano con los cultores físicos o entrenadores ofreciendo opciones de afiliación para así contar con clientes potenciales.

Otra estrategia es la captación de nuevos clientes que no conocen sobre el club, esto se lleva a cabo por medio de los deportistas, círculo familiar y conocidos, se lograra realizar una divulgacion y promocion del club siempre y cuando no exista una mala experiencia por parte del cliente que ya se encuentra vinculado con el club, una vez se incremente el número de deportistas se realiza procesos de contratación para nuevos entrenadores ya que para poder cumplir con un entrenamiento de calidad el cupo máximo de jugadores que se admite por porfesor es un aproximado de 16 personas.



Por otro lado existe la estimulación de ventas con los productos adicionales del club. gorras, bufandas, un disco o llaveros, se plantea una estrategia de obsequiar un producto mencionado anteriormente por antigüedad ya que al ser un club que apenas está iniciando no cuenta con ingresos económicos altos.

En las categoría de relación requerida para cada objetivo y estrategia la asistencia personal se tendrá en cuenta un entrenador con un número específico de jugadores de acuerdo a la categoría ya que al ser un club que brinda un servicio de deporte de conjunto se cuenta con grupos grandes, así mismo la asistencia dedicada se ofrecerá un personalizado para aquel jugador que lo desee tomar con un costo adicional, en este caso se realizará en otro horario con un objetivo específico para el jugador y la mejora en su desempeño es un entrenamiento personalizado.

Otra categoría a tener en cuenta es la categoría de comunidades, el club ofrecerá una reunión virtual o presencial informando eventos, futuras competencias, información de otros equipos ya sean nacionales como internacionales y por último la categoría de creación colectiva aquí se trabajará en conjunto para la recopilación de vídeos de los entrenamientos y competencias del club con el fin de analizar para realizar las respectivas mejoras para futuras competencias, esto es una herramienta que permitirá ver los aspectos a mejorar y la promoción del club a la comunidad mostrando el factor diferencial de los entrenamientos y el objetivo del club.



INGRESOS

Los ingresos son ganancias que aumentan el patrimonio de una entidad o empresa con el objetivo de disminuir la deuda o pérdida, a su vez genera un incremento en la producción gracias a los valores activos o pasivos durante la ejecución de mes a mes en el procesos de producción y comercialización de la empresa (Conde & Suarez, 2015).

En Capital Disc Ultimate Club se debe analizar e identificar una estructura de costos la cual permitirá observar el punto más alto de ingresos para entrar en el mercado de competencia, dentro de la estructura se logra la oferta o viabilidad de la empresa al ser una empresa rentable o no ante los clientes, es decir que para la empresa lo ideal es observar la actividad económica ideal para obtener la sostenibilidad por medio de los ingresos.

El valor por el cual paga el cliente es que dentro de la empresa habrá un valor de suscripción que se realizará una vez por año, tendrá un costo de \$50.000 dónde estará incluido la póliza de seguro, en este caso la empresa que acompaña a Capital Disc es SURA garantizando el bienestar y cubrimiento de cada miembro del club en cuanto a su salud, cada mes se hará un pago es decir la mensualidad que tendrá un valor de \$ 120.000 con un número adecuado de entrenamientos una vez se tenga una estructura de equipo se realizarán encuentros amistosos con otros clubes que no tendra ningun tipo de costo y posterior a ello un análisis del encuentro para generar las respectivas correcciones y aspectos a resaltar es decir ver la continuidad o el proceso que se está llevando.



La idea es garantizar un servicio de calidad por medio de esa metodología y mostrar a nuestros clientes la calidad del proceso y orden lógico de la empresa, una de las estrategias para generar ingresos es conseguir clientes nuevos, mantener a los miembros motivados con la empresa, establecer alianzas, ahora en cuanto a la técnica de fijación de precios de la empresa se manejaran precios fijos por año, en primera instancia es tener el mismo precio o un poco menos que los competidores con el objetivo de ingresar con cierta facilidad al mercado, segundo mantener el precio establecido por lo menos el primer año.

Figura 6

Ventas Primer Año

VENTAS DEL PRIMER AÑO															
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROMEDIO
1	INSCRIPCION ANUAL	\$50.000	17	2	4	5	4	6	8	5	4	5	5	8	6,1
2	MENSUALIDAD	\$120.000	17	19	23	28	32	38	46	51	55	60	65	73	42,3
3	UNIFORMES	\$50.000	17	2	4	5	4	6	8	5	4	5	5	8	6,1

Note. Ventas primer año. Realizado por los autores/as del documento.

La anterior tabla figura número 6, es la variación anual y mensual de los ingresos de las personas que estarán vinculándose mes a mes en la empresa, se inicia con 17 personas, la idea es garantizar que cada mes ingresen nuevos clientes y así mismo mantenerlos con el objetivo de tener en el último mes, en este caso diciembre un total de 73 personas mínimo, con un promedio total de 42 personas anuales.



Ahora bien la fuente de ingreso que se manejara en la empresa será en primera instancia y por única vez, es el de ingreso de transacción es decir el valor de la inscripción donde el usuario no deberá volver a pagar dicho valor de inscripción, pero la fuente de ingreso recurrente, es un pago continuo es diferente ya que el cliente deberá cumplir con el valor de la mensualidad.

Entendiendo que los dos ingresos son estipulados para un año el mecanismo de precio que se establece es sobre los precios fijos, esto permite que el cliente tenga un valor fijo y así mismo una fidelización con la empresa.

ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones clave se define como “aquella unión o alianza con otras empresas o entidades externas, que forjan una sociedad a largo plazo con el fin de entregar un producto/ servicio al cliente, optimizando el modelo de negocio, reducir riesgos y mejorar la propuesta valor de la empresa” (Quintero & Tellez, 2019).

Para Capital Disc es fundamental crear alianzas estratégicas con empresas sólidas en este caso el tipo de alianza que se tendrá es la alianza permanente y puntual donde se haya establecido un acuerdo entre las dos partes de tal manera que el cliente pueda tener un complemento de cualquier tipo de actividad inmediata.

Algunos beneficios a futuro que se le ofrecerá al cliente es que por medio de dichas alianzas se manejará descuentos como la reducción del 10% pagando los primeros 5 días



de cada mes y convenios en cajas de compensación como Compensar y fundaciones como Otero Liévano ya que se podrá utilizar el espacio necesario para la realización de actividades y posibles o donaciones para el crecimiento de la empresa y los clientes.

Dentro del planteamiento de los tipos de sociedades se manejará las asociaciones de empresas para desarrollar nuevos negocios, al ser un nuevo en el mercado se necesitará de otra empresa para generar ayudas que complementen la divulgación de la empresa y el servicio innovador que brinda la empresa Capital Disc.

Dentro de los motivadores para crear sociedades cabe mencionar que al obtener alianzas estratégicas permite optimizar procesos y economías escalas, para una empresa en este caso para Capital Disc que es una empresa nueva, donde está en la fase inicial para darse a conocer con el público uno de sus objetivos es reducir costos y en algunos casos se comparte infraestructura, en segunda instancia la reducción de riesgo e incertidumbre ya que las asociaciones pueden reducir riesgos en los ambientes competitivos, la empresa contará con un seguro para el cliente en caso tal de que suceda algún tipo de accidente que se presente durante un entrenamiento, en las instalaciones y competencia con el fin de garantizar el bienestar de nuestros clientes y por último la adquisición de recursos y actividades particulares.

RECURSOS CLAVES



Cuando hablamos de recursos clave hacemos referencia a todos aquellos activos (bienes, derechos y otros recursos de los que dispone una empresa) que aseguran el funcionamiento del negocio, estos recursos claves pueden clasificarse en recursos físicos, intelectuales, humanos y económicos (Fundación Nantik Lum, 2016). En este orden de ideas, nos encontramos que la totalidad de los recursos físicos es de 7´428.000 COP. Así pues, los recursos físicos son todos aquellos bienes físicos y tangibles (que se pueden tocar) y son utilizados para cumplir con las funciones u objetivos de la empresa, (FNL,2016).

Figura 7

Recursos Físicos

Recursos clave				
<i>Recursos físicos</i>	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
	Campo de juego	2	130.000	260.000
	Frisbee	75	36.000	2.700.000
	Escalera de coordinación	10	40.000	400.000
	Platillos	120	2.000	240.000
	Conos	66	4.000	264.000
	Kit de Vallas multialturas	9	101.000	909.000
	Kit de Estacas	13	105.000	1.365.000
	Kit de Bandas Elásticas	10	30.000	300.000
	Paracaídas de resistencia	10	99.000	990.000
			Total Costos	7.428.000

Note. Recursos Físicos. Realizado por los autores/as del documento.

Figura 8

Recursos Intelectuales



Recursos clave			
<i>Recursos Intelectuales</i>	WFDF Rules Accreditation	5	0 COP
	ULTIPLAYS APP	5	0 COP

Note. Recursos Intelectuales. Realizado por los autores/as del documento.

Por otro lado, los recursos intelectuales son aquellos referentes al valor de una marca, derechos, o propiedad intelectual intangible que son necesarios para cumplir las funciones u objetivos de la empresa (FNL,2016). Es en la figura en donde podemos encontrar las herramientas para la formación integral de nuestros equipos, así como para la consolidación de grupos, metodologías y materiales de trabajo y/o apoyo para nuestros entrenadores.

Por su parte los recursos humanos hacen referencia a todas las personas que trabajan en la empresa directamente, encargadas de desarrollar y ejecutar de manera correcta las acciones, actividades, labores y tareas que deben realizarse y que han sido solicitadas a dichas personas (FNL,2016)., para atender a las necesidades individuales de cada categoría, se le asignará un entrenador los cuales dispondrán de él proceso de planificación, periodización e individualización del entrenamiento en su respectiva categoría teniendo acompañamiento terapéutico en caso de que sea requerido, junto con esto *Capital Disc U.C.* le asignará la representación legal del club a un Head Coach para que se encargue de la administración general de los recursos, al igual que de la supervisión fiscal.

Figura 9

Recursos Humanos



Recursos clave			
Recursos Humanos	Head Coach: Representante legal del club, debe asegurarse de supervisar en general el funcionamiento de todos/as y cada uno de los demás empleados y/o trabajadores de la empresa.	1	2.600.000 COP Mensuales
	Coordinador de Entrenadores: Encargado/a de coordinar en terminos generales el funcionamiento de todas y cada una de las categorías del club, supervisa el trabajo de los entrenadores/as.	1	1.800.000 COP Mensuales
	Entrenadores/as: Cada una de las categorías debe contar con un entrenador que dirija el proceso de entrenamiento desde la planificación hasta la ejecución del mismo.	3	60.000 COP Por sesión de entrenamiento de 120 min
	Fisioterapeuta: Encargado/a de los procesos de prevención de lesiones y rehabilitación de deportistas.	1	60.000 COP Por sesión de 60 min

Note. Recursos Humanos. Realizado por los autores/as del documento

Asimismo, los recursos económicos hacen referencia a la inversión en dinero que es necesaria para el desarrollo y funcionamiento del negocio o la empresa como tal, dicha inversión debe ser recuperada a través del tiempo con la venta del servicio ofrecido (FNL,2016). Por consiguiente, Capital Disc U.C inicialmente tendrá contribuciones bancarias por medio de créditos de libre inversión para de esta manera saldar la totalidad de la inversión. De igual forma las aportaciones económicas por parte de los socios del club serán un mecanismo de fortalecimiento del capital de la empresa en miras de la rentabilidad.

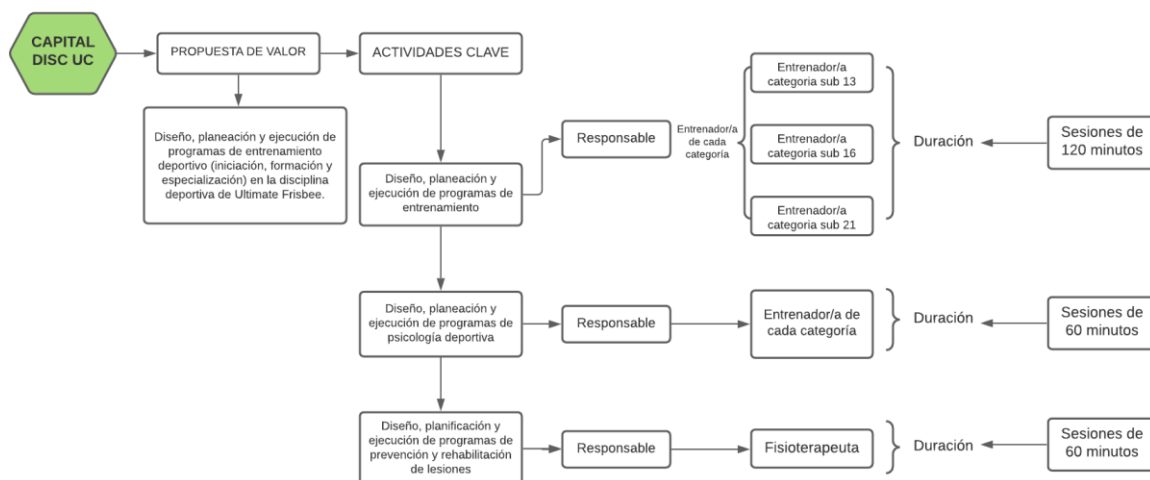


Figura 10*Recursos Económicos*

Note. Recursos Económicos. Realizado por los autores/as del documento

Recursos clave	
<i>Recursos Económicos</i>	Aportaciones de los socios (Fuentes Internas): Estas aportaciones hacen referencia a las realizadas por los socios, en el momento de constituir legalmente la sociedad, además también constituye nuevas aportaciones realizadas por estos con el fin de aumentar el capital de la sociedad, en Capital Disc UC las aportaciones serán realizadas por los 3 socios que constituyen al club.
	Crédito Bancario (Fuentes Externas): Capital Disc UC hará uso de un crédito a largo plazo para amortizar la deuda generada a partir de la creación del club deportivo, el club deberá regirse por la tasa de interés de dicha entidad bancaria.

ACTIVIDADES CLAVES**Figura 11***Actividades clave Capital Disc UC*



Note. Actividades clave Capital Disc UC. Realizado por los autores/as del documento

Las actividades clave en una organización son todas aquellas acciones imprescindibles para el correcto funcionamiento de la empresa, complementan la propuesta de valor de la misma y definen el modo en que se dará solución al problema, es decir pueden ser de tipo operacional o de gestión (Junta de Extremadura, 2012).

En la *Figura X* son descritas de manera general las actividades clave, sus responsables, entre otros detalles relevantes para el funcionamiento de la organización, a continuación, serán expuestas a detalle dichas actividades clave.

Para el caso de Capital Disc Ultimate Club la actividad más importante en el modelo de negocio es la solución de problemas debido a que la organización se basa en la prestación de un servicio de entrenamiento deportivo, como se ha mencionado en otros apartados a lo largo del documento se pretende aportar en el aprovechamiento del tiempo libre a través de la promoción de prácticas deportivas, que a su vez contribuyen en la disminución de hábitos sedentarios, disminución del riesgo de enfermedades crónicas no



transmisibles, favorece los procesos de adherencia al ejercicio físico, promueve el espíritu de juego y el juego limpio, así como valores importantes para el club deportivo que contribuyen a la formación integral de seres humanos a través del deporte., todo esto dirigido a un grupo poblacional que cumple con unas características específicas de edad, género (todas y cada una de las identidades de género), y capacidad socioeconómica de los clientes directos e indirectos.

Se pretende crear espacios competitivos de iniciación, formación y especialización deportiva en el deporte ultimate frisbee teniendo en cuenta la edad cronológica de los individuos en la planeación, programación y ejecución de los planes de entrenamiento deportivo realizados por profesionales en el área del deporte, el ejercicio físico y/o la actividad física para la salud con conocimientos que involucren psicología deportiva en orden de llevar procesos integrales para los deportistas, todo lo anterior enfocado en el concepto de aprovechamiento de tiempo libre.

Los periodos o etapas deportivas tienen entre si un punto en común en Capital Disc UC, el cual es el diseño, planeación y ejecución de programas de entrenamiento deportivo en la disciplina deportiva de Ultimate Frisbee, a continuación serán descritas las actividades correspondientes de manera general, para dichas etapas:

- Iniciación deportiva: En esta etapa se encuentra la categoría sub 13 que va desde los 10 años de edad hasta los 13 años de edad, en la cual tendrá prioridad la familiarización tanto con el deporte en general, con sus reglas básicas, con los fundamentos técnicos básicos que lo componen y con el



móvil (disco), en cuanto a la preparación física esta debe ser general, propiciando estímulos que generen una base psicomotriz para futuras etapas.

- **Formación deportiva:** En esta etapa se encuentra la categoría sub 16 que va desde los 14 años de edad hasta los 16 años de edad, en la cual tendrá prioridad el desarrollo del pensamiento táctico general a través de la interiorización de la lógica interna del deporte (reglamento), el aprendizaje de técnicas específicas del deporte y habilidades específicas del deporte.
- **Especialización deportiva:** En esta etapa se encuentra la categoría sub 21 que va desde los 17 años de edad hasta los 21 años de edad, en la cual tendrá prioridad el perfeccionamiento de elementos técnicos con el disco, sistemas de juego (táctica), y preparación física específica para el deporte de Ultimate Frisbee.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos dentro de una empresa atienden a él proceso de asignación económica a bienes humanos, tecnológicos, entre otros; por ello se ponderan para determinar su grado de influencia por medio de su valor monetario (Vera, 2002). De modo que los costos en una empresa pueden ser fijos y variables, en este orden de ideas los costos fijos se pueden interpretar como el valor estable sobre los recursos necesarios para la prestación de un servicio o venta de un producto sin tener variaciones con los niveles de actividad, por lo tanto no se pueden considerar como materias primas directas o mano de obra directa. (Casteblanco, 2009). Por consiguiente, en la figura 9 nos encontramos con los costos fijos



Depreciación de activos fijos Capital Disc UC

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS						
COD	ACTIVO	PRECIO DE	CANTIDAD	TOTAL	MESES A DEPR	COSTO MENSUAL
D1	Frisbee	\$36.000	75	\$2.700.000	48	\$56.250
D2	Platillos	\$2.000	120	\$240.000	48	\$5.000
D3	Escalera de coordinacion	\$40.000	10	\$400.000	48	\$8.333
D4	Conos	\$4.000	66	\$264.000	48	\$5.500
D5	Kit de Vallas multialturas	\$101.000	9	\$909.000	48	\$18.938
D6	Kit de Estacas	\$105.000	13	\$1.365.000	48	\$28.438
D7	Kit de Bandas elasticas	\$30.000	10	\$300.000	48	\$6.250
D8	Paracaídas de resistencia	\$99.000	10	\$990.000	48	\$20.625
D9	Portatil	\$2.000.000	1	\$2.000.000	48	\$41.667
D10						
D11						
		\$9.168.000	TOTAL DEPRECIACIÓN			\$191.000

Note. Depreciación de activos fijos Capital Disc UC. Realizado por los autores/as del documento

Por su parte, los costos indirectos se pueden concebir como los gastos efectuados en terceros o servicios generales, así como los realizados para mejoras de equipos tecnológicos, físicos, así como creativo (Soto, 2010). A continuación, encontraremos la totalidad de los costos variables que es 2' 818.000 (COP) para ello se estimó el valor unitario el monto mensual en función de la totalidad de usuarios. Añadido a esto se especifica a el costo variable unitario como el costo inconstante asignado a los componentes unitarios que constituyen un producto o servicio (Faga, 2011) resultante de la diferencia entre el total de los costos variables mensuales y la cantidad de personas a las cuales en este caso específico se les va a prestar el servicio, el costo variable unitario es de 67.095(COP).

Figura 14

Costos variables Capital Disc UC



COSTOS VARIABLES				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
V1	Entrenador	\$700.000	3	\$2.100.000
V2	Refrigerios/ Hidratacion	\$6.000	33	\$198.000
V3	Fisioterapeuta	\$400.000	1	\$400.000
V4	Publicidad	\$100.000	1	\$100.000
V5	Papeleria	\$20.000	1	\$20.000
V6				\$0
				\$0
				\$0
				\$0
TOTAL COSTOS VARIABLES				\$2.818.000

Note. Costos variables Capital Disc UC. Realizado por los autores/as del documento

Adicionalmente, la suma de los costos fijos y variables nos permitirá conocer el valor mensual que tendría que tendría que destinar el club desde sus utilidades, siendo de 4'139.000 (COP). Así pues, definida la totalidad de cada uno de los grupos de costos es que se dice que la inversión inicial es de 17'000.000.

Por otro lado el punto de equilibrio es el volumen necesario de ventas o afiliaciones y de esta manera solventar todos los costos relativos, y es así que los ingresos igualan al costo total de la suma de los costos fijos y variables (Bedoya, 2018). Aparte de lo mencionado su forma se expresa en la diferencia entre los costos fijos y, la resta entre el precio promedio y el costo variable unitario

Figura 15

Punto de equilibrio y Valor de equilibrio Capital Disc UC



Punto de Equilibrio=	Costos Fijos Totales	
	Precio Unitario - Costo Variable Unitario	
PE=	\$1.321.000	
	\$137.143	\$67.095
PE= 18,9	Personas	
Valor de Equilibrio=	Punto de Equilibrio * Precio Unitario	
PE=	19	\$137.143
VE=	\$ 2.586.322	Pesos

Note. Punto de equilibrio y Valor de equilibrio Capital Disc UC. Realizado por los autores/as del documento

En la figura 12 podemos observar la aplicación de la fórmula de el punto de equilibrio por ende este se alcanza cuando se hayan hecho 19 afiliaciones a los servicios prestados por *Capital Disc U.C.* Consecuentemente a esto, el valor de equilibrio es de 2´ 586.322 (COP) es por esto que cuando las regalías de los ingresos superen este monto *Capital Disc U.C.* obtiene un margen de ganancias.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para finalizar se va a evaluar la viabilidad del proyecto, por lo que la evaluación financiera se puede considerar como el reconocimiento de déficits y beneficios mediante los cuales se intentan identificar alternativas para decidir la más conveniente para la empresa y generar rentabilidad financiera (Alonso & Rincón, 2010). Por otra parte, el valor presente neto es una aproximación del costo de un bien al que se le agrega valor por medio de inversiones de capital. (Espinosa, 2010) razón por la cual en la figura 14 se evidencia el cálculo del valor presente neto de 14´167.540 (COP) a partir de este equivalente en unidades



monetarias podemos evidenciar los flujos monetarios de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen nuestro proyecto.

Figura 16

Formulación VPN Capital Disc UC

Formulación de Datos VPN	
f1=	\$ 19.452.000
f2=	\$ 23.802.730
n=	2 años
i=	24%
Inv0=	\$ 17.000.000
VNA=VPN= \$14.167.540,06	

Note. Formulación VPN Capital Disc UC. Realizado por los autores/as del documento

En el mismo orden de ideas (Mete, 2014) considera que la Tasa Interna de Retorno (TIR) como “la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos” esto quiere decir .que se mide el rendimiento de la inversión dando así el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá el emprendimiento, junto con esto nos encontramos el retorno de inversión el cual se concibe como la estimación de las ganancias totales generadas a través de las inversiones de la empresa (Cuevas, 2001). por lo que con la figura 15 podemos concluir que en 10 meses estaríamos recuperando y generando utilidades de nuestra inversión

Figura 17



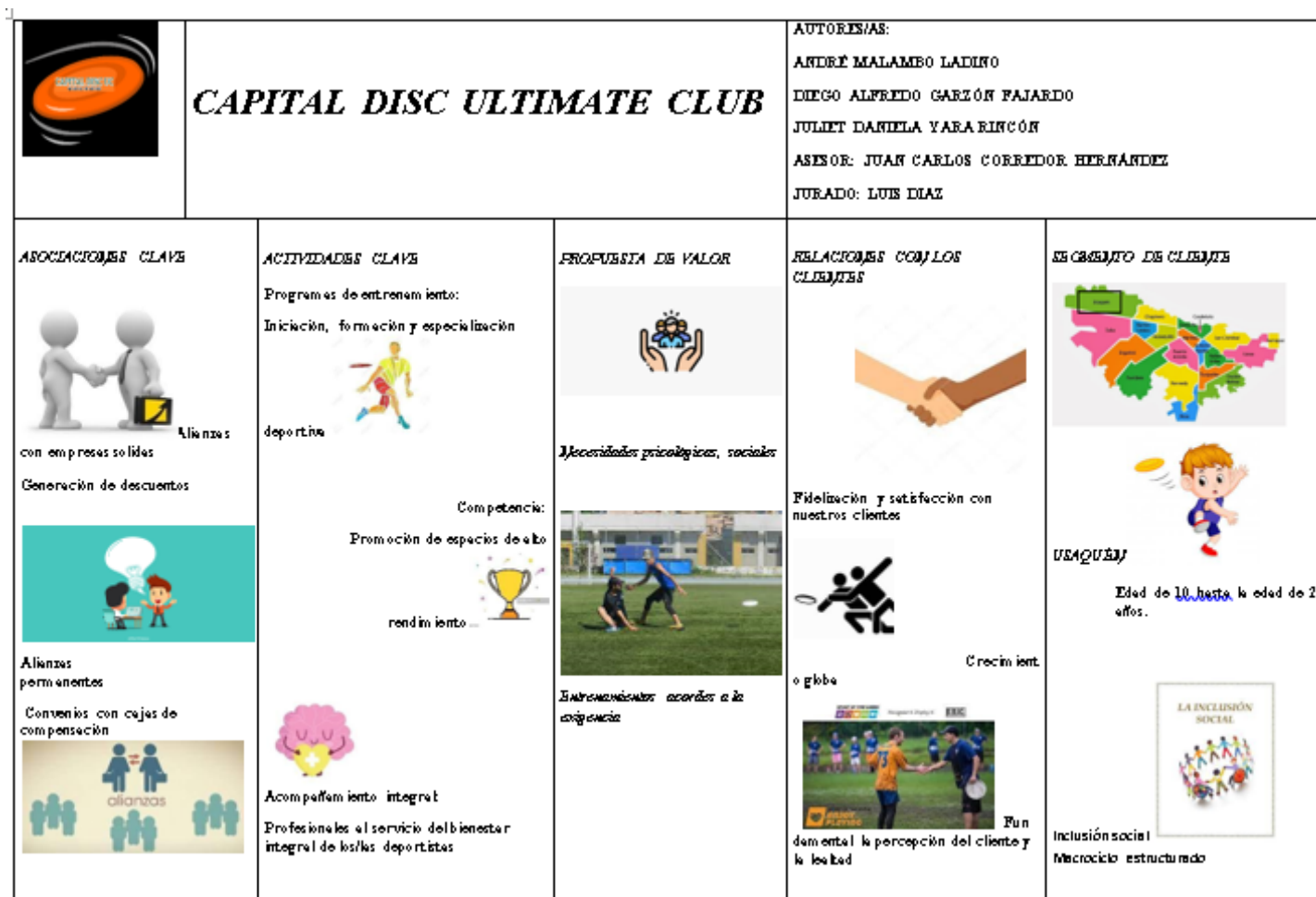
TIR y RI Capital Disc UC

<u>TIR</u>	
\$ 19.452.000	
\$ 23.802.730	RI= 10 MESES

Note. TIR y RI Capital Disc UC. Realizado por los autores/as del documento

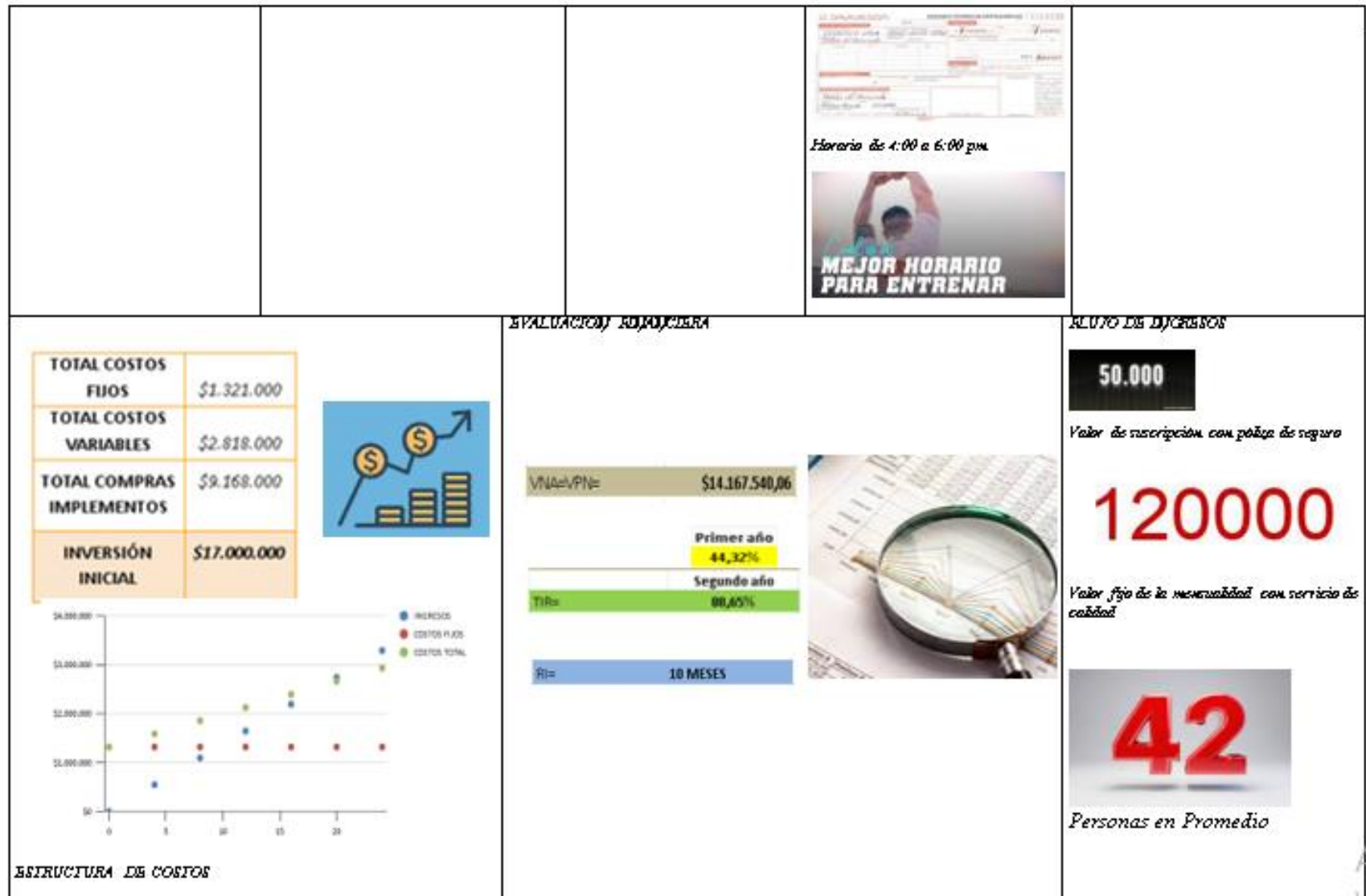


LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



 Convenios con Fundaciones Optimización de procesos y economías escolares		 Clientes Activos		
	RECURSOS CLAVE Recursos Físicos: Material de entrenamiento.   Recursos Humanos: Talento humano y staff  Recursos económicos: Financiación		CAJALAS Directa: Usuarios clientes  Digitalizado  Emisoras  Convergencias bancarias	





REFERENCIAS

- Arias, D. (2016). *Los juegos predeportivos en el desarrollo sociomotriz* (Tesis). Recuperada de http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/3605/1/Juegos_Predeportivos_Development_Arias_2016.pdf
- Beltrán, M. (2004). Tolerancia y derechos humanos. *Revista Política y Cultura* (21). Recuperada de <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n21/n21a12.pdf>
- Bernhardt, F. (2011). *La comunicación publicitaria: frases, slogan, marca. Propuesta integral de análisis y perspectiva metodológica* (Tesis). Recuperado de http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/2367/Slogan_Bernhardt.pdf?sequence=1
- Coldeportes (2010). Clubes Deportivos. *Ministerio del deporte*. Recuperado de https://www.coldeportes.gov.co/atencion_ciudadania/glosario_tematico/inspeccion_vigilancia_control/clubes_deportivos
- Federación Española de Asociaciones de Docentes de Educación Física (2015). La transmisión de valores a través del deporte. Deporte escolar y deporte federado: relaciones, puentes y posibles transferencias. *Revista Retos* (28). Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario1/Downloads/DialnetLaTransmisionDeValoresATravesDelDeporteDeporteEsco-5147806.pdf>

Fundación Nantik Lum. (2016). Programa Avanza. *Ministerio de sanidad, servicios sociales e igualdad de España*. Recuperado de https://emprendimientoymicrofinanzas.com/wp-content/uploads/2018/05/3_Mi_modelo_de_negocio_canvas_y_plan_de_empresa.pdf

Instituto Distrital de Recreación y Deporte (enero de 2021). Clubes deportivos vigentes. *Alcaldía Mayor de Bogotá*. Recuperado de https://www.idrd.gov.co/SIM/CS_RendimientoDeportivo/Presentacion/Consulta_General_Clubes_Web.php

Instituto Distrital de Recreación y Deporte (enero de 2021). Escuelas avaladas. *Alcaldía Mayor de Bogotá*. Recuperado de <https://www.idrd.gov.co/escuelas-avaladas>

Junta de Extremadura. (2012). Guía didáctica modelo canvas. Recuperado de http://culturaemprededora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas-1.pdf

Maritain, J. (2018). El humanismo existencial de Santo Tomás de Aquino. Obras breves de Jacques Maritain. Recuperado de <https://pdcpain.cl/wp-content/uploads/2018/10/El-Humanismo-Existencial-de-Santo-Tomas-de-Aquino.pdf>

Ministerio de Educación Nacional de Colombia (1995). Ley 181 de Enero 18 de 1995. *Congreso de Colombia*. Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf



Toledano, R. (2009). La equidad como principio y política social. análisis de sus implicaciones en educación básica. *Revista Tiempo de educar* (20). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/311/31112987003.pdf>

Universidad Santo Tomás (2013). Plan de estudios pregrado. *Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación*. Recuperado de <https://facultadculturafisica.usta.edu.co/index.php/plan-de-estudios-pregrado1>

Von Hildebrand, D. (2004). La importancia del respeto en la educación. *Revista Educación y Educadores* (7). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/834/83400715.pdf>

World Flying Disc Federation (2021). WFDF Rules of Ultimate 2021-2024. *WFDF Ultimate Rules Sub-Committee*. Recuperado de <https://rules.wfdf.org/>

