



Fundación MÁS Ultimate Frisbee

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

[Joel Leonardo Muñoz Gomez](#)

[Sergio Alejandro Gracia Moreno](#)

[Jose David Mongui Navarro](#)

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
2022

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	11
MARCO REFERENCIAL	13
CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO	20
CAPÍTULO III: CANALES	26
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	28
CAPÍTULO V: INGRESOS	31
CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES	36
CAPÍTULO VII: ASOCIACIONES CLAVES	39
CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES	43
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	46
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	49
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	56
REFERENCIAS	56



INTRODUCCIÓN

La fundación MÁS Ultimate Frisbee surge gracias a la pasión que sienten sus creadores por el deporte ya que gracias al Ultimate han podido mejorar sus vidas en diferentes aspectos de sus vidas como hábitos saludables, procesos de socialización, comunicación con su entorno social, mejora del liderazgo y adquisición o desarrollo de valores. Por otro lado al estar involucrados en el deporte, la actividad física y la recreación, nace el proyecto de crear una escuela o club de ultimate frisbee pero gracias a diferentes vivencias se fue modificando el proyecto hasta convertirlo en una fundación, ¿por qué?, la respuesta es que a lo largo de estos años de carrera y gracias a todo el conocimiento que hemos adquirido vemos como en la sociedad actual se siguen vulnerando los derechos a las poblaciones menos favorecidas entre ellos la población infantil. Es por eso que nosotros como entrenadores, profesores y recreadores nos vemos en la necesidad de adoptar un papel que impacte en la población a través del deporte y utilizando lo que más nos gusta el Ultimate Frisbee.

Es importante entonces conocer la historia del ultimate frisbee, de cómo se creó y cómo llegó a Colombia para conocer el contexto, así podemos valorar el aporte o su repercusión en el país y en la sociedad. Por otro lado, es fundamental entender la importancia del deporte social comunitario y su papel en la infancia con vulnerabilidad social.

La idea del frisbee aparece en California (USA) aproximadamente en el año 1903 cuando la empresa Frisbie Pie Company crea unos moldes de lata que eran la base para sus pasteles, es entonces cuando grupos de jóvenes empiezan a lanzar estos moldes unos a otros como forma de entretenimiento, situación que se fue popularizando por todo el país (Tejada Otero, 2010).



Años más tarde Walter Frederick Morrison crea y patenta la idea del frisbee volador gracias a la llegada del plástico y su asociación con empresas de juguetes lo que permite la expansión de la idea, llegando así a todo el mundo. En 1946 se crea el primer modelo profesional de frisbee junto con modalidades como el Disc Golf (Tejada Otero, 2010).

En 1967 estudiantes de secundaria en Maplewood, New Jersey, constituyeron como tal el deporte mezclando ideas del fútbol americano, fútbol y baloncesto con la variante en común que se jugaba con el frisbee, el nombre ultimate surge gracias a un estudiante que lo denomina como la máxima experiencia deportiva. Ya para 1975 se organiza el primer torneo oficial de ultimate frisbee a nivel universitario, a partir de este punto es donde el ultimate frisbee crece y se crean sus órganos más importantes a nivel mundial como lo son la Federación Europea de Disco Volador y la Federación Mundial de Disco Volador (Tejada Otero, 2010).

El ultimate Frisbee llega a Colombia gracias a un intercambio universitario, en el cual el estudiante Corey Tyrell de la universidad de los andes ubicada en Bogotá, difunde mediante el juego y sus ganas de hacer amigos este deporte. Esto causa que a nivel universitario el deporte genere mayor reconocimiento, tanto así que en el año 1994 se presenta el Ultimate frisbee en los Juegos Universitarios Nacionales. Es allí cuando sale del área universitaria para crecer a nivel distrital en donde nacen equipos como Mamoots, Comunidad del Oso y Euforia, actualmente de los clubes deportivos más importantes y longevos del país (Patiño, 2016).



Tenemos entonces al Ultimate Frisbee como el deporte base para el proyecto pero ¿cuál es su importancia para la sociedad actual colombiana? para responder esta pregunta se debe dirigir la mirada hacia el deporte social, que surge en la modernidad con la idea de que el deporte es para todos, en donde se buscaba que la mayor cantidad de personas practicara algún deporte con fines diferentes como desarrollo físico, promoción de la salud o de los valores (Mesias Chamorro & Portocarrero Hurtado, 2017). Existe dentro del deporte social una rama que es el deporte social comunitario el cual en su concepto pesa el hecho de que es no solo el deporte para todos y todas si no que por medio del deporte se construye tejido social y comunitario para lograr una mejor calidad de vida (Mesias Chamorro y Portocarrero Hurtado, 2017).

Sabemos como fundadores que no podemos cambiar a toda la sociedad colombiana por medio de un deporte pero lo que sí podemos hacer es impactar a una parte de la sociedad y que más que los niños y niñas, es por eso que para el proyecto la población que se quiere impactar son los niños y niñas del barrio Santa Fe, localidad 3 de la ciudad de Bogotá. La mayoría de Bogotanos saben el ambiente que se maneja en este sector de la ciudad plagado de problemáticas sociales, zona en donde se ejerce la prostitucion sin una ley que proteja a las trabajadoras y los trabajadores sexuales ya que puedes trabajar legalmente pero no tienes los derecho que puede tener alguien que trabaja para una compañía, situacion que permite el trabajo infantil forzado, abusos sexuales a menores, conlleva tambien maltrato infantil, presion para delinquir, microtrafico y descolarizacion. Surgen cuestionamientos ¿Cómo podemos ofrecer un ambiente sano para practicar un deporte? ¿Al realizar la práctica deportiva los niños y niñas comieron algún alimento? ¿Cómo podemos ayudar desde nuestro rol de profesores?



Es en este momento donde entra el Ultimate Frisbee específicamente en su reglamento ya que la base o el pilar del deporte es el espíritu de juego siendo este el compromiso que se tiene al jugar el deporte sin agredir ni física ni verbalmente al rival e incentivando el juego limpio, en donde su lógica interna en caso de una falta o situación de desventaja se resuelve mediante el diálogo (Quiroga Méndez y Rodríguez León, 2018). Esta será la principal herramienta para impactar a los niños y niñas de barrio ya que mediante el ultimate se puede formar o desarrollar valores que en contexto en el que viven se les es negado disfrutar.

La fundación tiene como objetivo favorecer a niños, niñas y jóvenes del barrio Santa Fe, localidad tercera de Bogotá, en su educación integral fomentando valores, hábitos de vida saludable y aprovechamiento del tiempo libre. Como objetivo transversal buscamos mediante el deporte mitigar los riesgos psicosociales a los que se ven expuestos, de esta manera la fundación MÁS refleja el trabajo social mediante formación deportiva alternativa, teniendo como propósito final la construcción de tejido social en una entidad sin ánimo de lucro.

Nombre

La entidad tiene como denominación Fundación MÁS significa que es una entidad en la que todos los niños, niñas y jóvenes pueden pertenecer sin ningún tipo de discriminación ya sea racial, género u orientación sexual. Queremos ser más de los que participan y disfrutan del deporte por eso queremos que la inclusión sea nuestro pilar fundamental.



Logotipo



El símbolo de la Fundación MÁS Ultimate se alinea directamente con nuestra visión, construir un equipo, uno de personas en las mismas circunstancias sociales, con diferencias personales, que los hacen individuos con características específicas y habilidades únicas y diferentes, que gracias al Ultimate y a la formación deportiva y social, alcancen el alto rendimiento dentro y fuera de la cancha, porque eso simboliza el Ultimate, crecimiento, valor, fuerza y unidad así se evidencia en el logo, siendo la aureola el símbolo del Disco de Ultimate representado en el fondo de la imagen, el medio por el cual llegar a la meta y el deporte que se trabaja, las diferentes sombras de personas, las diferencias que hacen unidades y esas unidades que hacen equipos, por último el símbolo (+) que está ubicado en el centro representa el centro de todo lo que la fundación busca, MÁS, más ultimate, más vida, más



fe, más determinación, más oportunidades de cambiar la vida, de tener un mejor destino, de ser más de lo que alguna vez se ha creído, de lo que han creído y por ello, tener más metas, aspirar a más y ser más, por que siempre hay “MÁS para todes”.

Slogan

MÁS PARA TODES

El significado del eslogan hace referencia a la inclusión social que fomentaremos y desarrollaremos tanto en los niños y niñas como en la personas que pertenezcan a la fundación, utilizando los pronombres neutros y respetando las personas que los quieran utilizar como las que no.

Visión

Para el 2030 la fundación MÁS ofrecerá servicios educativos, recreo deportivos y nutricionales de alta calidad reconocidos a nivel distrital y nacional, de acuerdo a procesos sociales y deportivos se buscará la consolidación de jugadores y jugadoras en los equipos más importantes de la ciudad gracias al equipo interdisciplinario altamente competente para mejorar procesos tanto en la calidad de vida como en el deporte de competencia.

Tabla 2

Componentes de la visión

Factores	Pregunta	Redacción
Proyección	¿Qué ofrecería?	Servicios educativos, recreo deportivos y nutricionales de alta calidad reconocidos a nivel distrital y nacional
Tiempo	¿En qué fecha?	2030
Espacio	¿En donde?	Localidad Santa Fe, localidad tercera de Bogotá
Desarrollo organizacional	Innovaciones	Procesos de deporte de alta competencia



Tecnología	¿Qué herramientas utilizan?	Materiales y apps
Talento humano	¿Quiénes pertenecerán al proyecto?	Equipo interdisciplinario

Misión

En la fundación MÁS estaremos comprometidos con los requerimientos que necesiten los niños y niñas de la localidad Santa Fe a través de servicios educativos, recreo deportivos y nutricionales, de esta manera contribuiremos a la mejora de la calidad de vida utilizando herramientas tecnológicas, materiales y pedagógicas.

Tabla 1

Componentes de la misión

Factores	Pregunta	Redacción
Concepto	¿Quiénes somos?	Fundación educativa y recreo-deportiva
Servicio	¿Qué hacemos?	Atención a los niños, niñas y jóvenes en riesgo psicosocial
Mercado	¿En donde?	Localidad tercera de Bogotá. localidad Santa Fe
Clientes	¿Para quién?	Niños, niñas y jóvenes de la localidad
Tecnología	¿Con que?	Bioimpedancia y computador
Interés	¿Para qué?	Mejorar la calidad de vida de los niños, niñas y jóvenes.
Talento humano	¿Con quien?	Equipo competente





FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Profesionales administrativos que busquen principalmente el crecimiento integral y racional del organismo deportivo, siendo competente para atender las necesidades y fluctuaciones del medio; además de esto, él administrativo debe buscar generar el progreso profesional y competente de los recursos humanos de la fundación MÁS Ultimate frisbee.

Profesionales de la Cultura Física, Deporte y Recreación, y ciencias aplicadas a él deporte cuyos intereses se enfoquen en el trabajo coherente a las fases sensibles del aprendizaje y desarrollo psicomotriz orientados a la práctica del ultimate. Añadido a esto, los principales valores humanos a encontrar en él profesional son: Honestidad, responsabilidad, respeto y humildad.

Honestidad

El valor más importante la fundación y el deporte, la honestidad es el pilar del ultimate frisbee y de sus jugadores ya que es un deporte auto arbitrado “se confía que ningún jugador incumplirá las reglas intencionalmente” p.2 (), queremos como fundación fomentar en los niños y jóvenes la honestidad a través del ultimate no solo en el campo de juego si no en su vida cotidiana.

Responsabilidad

En la fundación cada persona según su rol tiene una responsabilidad, es un valor que no solo impacta a nivel laboral y deportivo si no que impacta en todas las dimensiones de la vida como en el colegio, universidad, trabajo, familia y en la ciudad.

Respeto



Otro de los valores principales del deporte y que fomentaremos no solo en el campo si no en la vida social de todos tanto funcionarios como jugadores, ya que es normal por ejemplo que en el juego discutir con algún integrante del equipo rival, en donde se tienen que dirigir con respeto y comunicar sus perspectivas.

Humildad

En la fundación fomentaremos tanto en funcionarios como en jugadores el valor de la humildad reconociendo la dignidad propia de una vida sin importar su genero, sexo, raza ni situacion de discapacidad.



MARCO REFERENCIAL

Para la Fundación MÁS estas son las normativas legales que velan por su buen funcionamiento:

Constitución Política de Colombia

Artículo 52.

“Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre” (Constitución política de Colombia, 1991, p.9).

Ley 181 de 1995

Artículo 1. Capítulo uno sobre los objetivos generales y rectores de la ley:

Los objetivos generales de la presente Ley son el patrocinio, el fomento, la masificación, la divulgación, la planificación, la coordinación, la ejecución y el asesoramiento de la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre y la promoción de la educación extraescolar de la niñez y la juventud en todos los niveles y estamentos sociales del país, en desarrollo del derecho de todas las personas a ejercitar el libre acceso a una formación física y espiritual adecuadas. Así mismo, la implantación y fomento de la educación física para contribuir a la formación integral de la persona en todas sus edades y facilitar el cumplimiento eficaz de sus obligaciones como miembro de la sociedad. (p.1)

Artículo 17. Normas para el fomento del deporte y la recreación

El Deporte Formativo y Comunitario hace parte del Sistema Nacional del Deporte y planifica, en concordancia con el Ministerio de Educación Nacional, la enseñanza y utilización constructiva del tiempo libre y la educación en el ambiente, para el perfeccionamiento personal y el servicio a la comunidad, diseñando actividades en deporte y recreación para niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad. (p.5)

Artículo 76. Disposiciones especiales



Se adiciona el artículo 126-2 del Estatuto Tributario con los siguientes incisos: "Los contribuyentes que hayan donaciones a organismos deportivos y recreativos o culturales debidamente reconocidos que sean personas jurídicas sin ánimo de lucro, tienen derecho a deducir de la renta, el 125% del valor de las donaciones efectuadas durante el año o período gravable". Para gozar del beneficio de las donaciones efectuadas, deberá acreditarse el cumplimiento de las demás condiciones y requisitos establecidos en los artículos 125-1, 125-2 y 125-3 del Estatuto Tributario y los demás que establezcan el reglamento. (p.20)

Política pública distrital de juventud 2019-2030

El objetivo de esta política es:

Ampliar las oportunidades, individuales y colectivas, de las y los jóvenes para que puedan elegir lo que quieren ser y hacer hacia la construcción de proyectos de vida, que permitan el ejercicio pleno de su ciudadanía para beneficio personal y de la sociedad, a través del mejoramiento del conjunto de acciones institucionales y el fortalecimiento de sus entornos relacionales. (p.1)



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Fundación MÁS Ultimate busca para el 2022 ser reconocida por generar un impacto en la población vulnerable de la localidad de Santa Fe y por esto busca desarrollar propuestas sistematizadas y estructuradas que generen un respaldo administrativo en la entidad, permitiendo así una mejor gestión de los recursos para un mayor beneficio tanto a nivel interno como a nivel externo es decir en estas zonas específicas con un alto riesgo psicosocial.

Esta es una entidad sin ánimo de lucro que busca generar un esquema sólido a nivel financiero que permita la sostenibilidad de la fundación y de quienes formen parte de ella, desde los fundadores, entrenadores, hasta los niños y jóvenes que formen parte del equipo y de este proceso, por ello se busca generar un proceso de promoción por parte de personas naturales y patrocinadores de la fundación, que tengan interés por procesos de formación integral con deporte, la cultura y la recreación, apoyando el proceso de niños, niñas y adolescentes a través de un respaldo económico mes a mes, lo cual además de los beneficios que tendrá para los niños, niñas y jóvenes permite un mejor proceso logístico, material, talento humano y demás. Del mismo modo se pretende consolidar la documentación pertinente de la fundación para gestionar asociaciones con entidades gubernamentales, como la alcaldía distrital, gobierno nacional y de las empresas privadas que aporten al proceso formativo de la población, teniendo en cuenta la atención, situación socioeconómica, demográfica y cultural, teniendo en cuenta estos aspectos generar un amplio espectro de la fundación MÁS Ultimate.

Objetivo

Implementar un sistema eficaz para el desarrollo óptimo de la Fundación MÁS Ultimate en la localidad de Santa Fe

Figura 1



En la *Figura 1* se evidencia la información respecto a el nicho y zona específica, es decir Santa Fe, donde se desarrolla la fundación MÁS Ultimate.

Figura 2



En la *Figura 2* se evidencia el DOFA respecto a la competencia que se encuentra en la localidad de Santa Fe, la cual se hace claridad es competencia indirecta

En la *Figura 1* respecto a la zona en la cual se trabajara se tiene en cuenta un equipo conformado por profesionales de las áreas de la salud y afines, necesarias para un correcto desempeño físico y mental de los niños y adolescentes que lleguen a formar parte del equipo y de los entrenamientos, permitirá hacer más sencillos los procesos con material escaso, del mismo modo teniendo en cuenta que a veces los espacios no serán los más adecuados para desarrollar las actividades o prácticas, generando en los otros una comunicación asertiva mediada por los entrenadores y el mismo deporte que así lo permite, en cuanto a los espacios se tiene en cuenta el riesgo y los peligros que se puedan dar en cualquier momento, por lo cual, contar con el apoyo de la comunidad para promover la integración, prevenir el peligro y promover el crecimiento de la comunidad en pro de su desarrollo individual y colectivo.

En la *Figura 2* se habla sobre la competencia que se reconoce en el sector donde se desarrollará la fundación, la cual se considera es competencia indirecta debido a que ninguna de las fundaciones que se encuentran allí trabajan con deporte como metodología específica de trabajo, lo cual introduce a nuestra fundación un plus en cuanto a actividades y medios por los cuales apoyar a la comunidad promoviendo un aprovechamiento del tiempo libre y un crecimiento de cada uno de los niños y adolescentes que formen parte de la fundación.



CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

La propuesta valor se refiere a un cambio o innovación dentro del mercado para la población o nicho específico al cual se dirige, el cambio que puede llegar a ser de tipo organizativo se considera una innovación, esto es un método organizativo donde su concepto hace referencia a aquello que no ha implementando antes algún tipo de ente, organización o empresa. Los beneficios que trae consigo el innovar, son: la facilitación de medios tecnológicos, ventaja competitiva sobre los demás y el desarrollo empresarial, de esta manera atiende de diferentes maneras conceptos claves como lo son el desarrollo y crecimiento de una empresa. (Anzola, Bayona-Sáez, y García-Marco, 2015, p.4)

Comprendiendo lo anterior la fundación MÁS ultimate pretende generar un acercamiento con los niños y jóvenes vulnerables de la comunidad, promoviendo y motivando la construcción de metas y objetivos para un mejor bienestar, social, físico, personal e interpersonal, las propuestas de la fundación son:

- Formación deportiva a través del Ultimate Frisbee, deporte auto arbitrado que promueve el espíritu de juego, valores y la sana competencia.
- Actividades recreodeportivas que desarrollen y fortalezcan el desarrollo integral de niños, niñas y jóvenes de la localidad.
- Como eje transversal la fundación fomentará la formación de personas que respeten y valoren la diversidad sexual y de género, queremos que la fundación sea un espacio seguro y libre para ser quien quieres ser.
- Apoyo psicosocial para los niños, niñas y jóvenes que pertenezcan a la fundación.



- Se suplirá la alimentación de los niños, niñas y jóvenes de la fundación mientras se encuentran en las sesiones de entrenamiento.



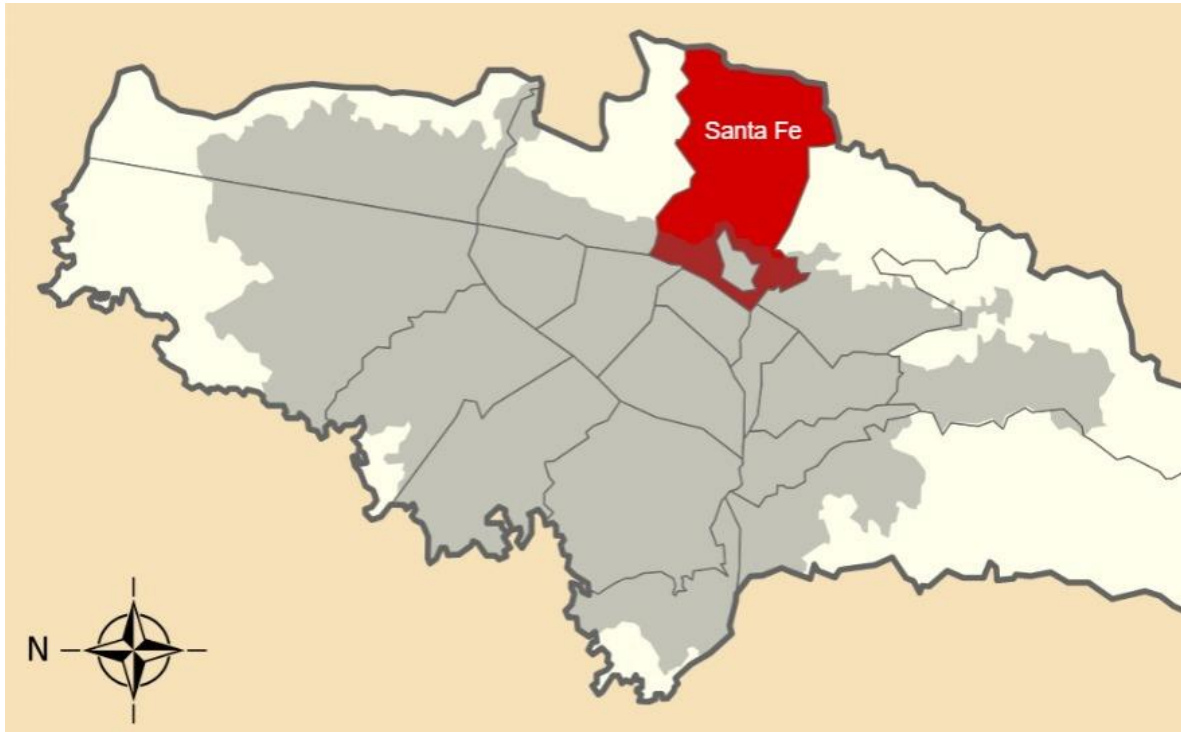
CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación de mercado se entiende como la identificación del perfil de la población objetiva, contemplando características específicas cómo lo pueden ser geográficas, demográficos, socioeconómicos y de comportamiento. Con está perspectiva psicográfica la segmentación tiene como objetivo analizar e identificar características llamativas según la población objetivo que se desea llegar. (Ciribeli, y Miquelito, 2015, p 35)

Ahora bien la fundación MÁS ultimate tiene cómo objetivo la población de niños y niñas desde los 7 años de edad y jóvenes, con riesgo psicosocial de la localidad Santa fe; el segmento de mercado es segmentado y multilateral, en donde se tiene en cuenta es una zona donde los niños, niñas y jóvenes se encuentran en un ambiente de vulnerabilidad, ya sea por violencia intrafamiliar, uso y exposición a las drogas, prostitucion, abusos, entre otros, es de gran importancia para la fundación que esta población participe en los diferentes programas, eventos deportivos y recreativos que se empleen, generando un aporte positivo a sus vidas y a su comunidad, mejorando su calidad de vida y del mismo modo una vida más digna; por lo tanto se plantea una segmentación de diferentes tipos, entre los cuales se encuentra.



Segmentación geográfica

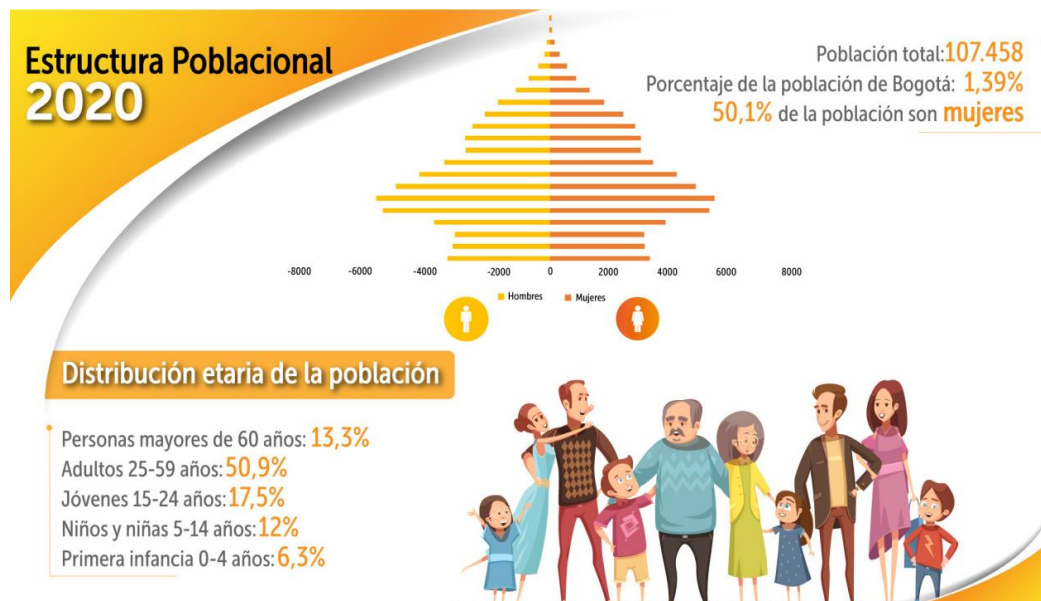


Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Fe#/media/Archivo:Bogot%C3%A1_-_Santa_Fe.svg

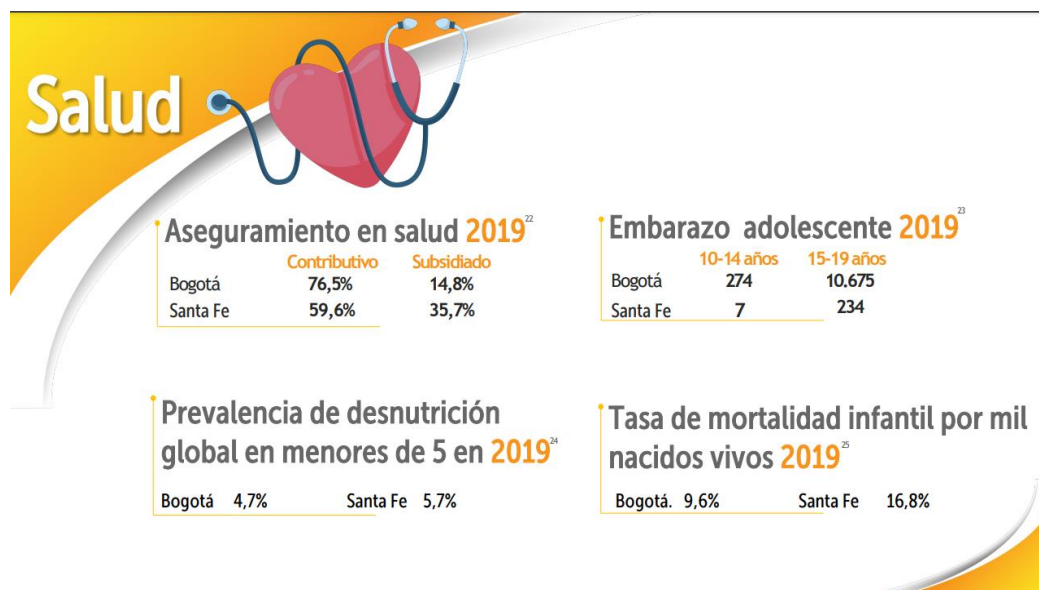
Segmentación demográfica

El servicio que prestara la fundación va dirigido a la población vulnerable de Bogotá, específicamente en la localidad de Santa Fe, una zona con alto riesgo psicosocial; específicamente población desde los 7 años de edad hasta los 20 años, sin importar sexo, género o estrato.





Fuente: https://www.integracionsocial.gov.co/images/docs/entidad/diagnosticolocal_santafe_2020.pdf



Fuente: https://www.integracionsocial.gov.co/images/docs/entidad/diagnosticolocal_santafe_2020.pdf



Mapas de pobreza de Santa Fe 2020²⁹

25.777 hogares en deciles 6-10 (más altos) de pobreza multidimensional.

68.694 personas que pertenecen a los Hogares en deciles 6-10 (más altos) de Pobreza multidimensional.

Hogares	Personas
Decil 10	
5.216	15.020
Decil 9	
7.224	19.708
Decil 8	
6.656	17.835
Decil 7	
2.963	7.436
Decil 6	
3.718	8.695

Focalización geográfica asociada al polígono geográfico definido a partir de la RESOLUCIÓN No. 0837 del 17 de mayo de 2020 "Por la cual se formaliza e institucionaliza por parte de la Secretaría Distrital de Integración Social la modalidad de focalización geográfica (mapas de pobreza) para la identificación de potenciales beneficiarios del canal de transferencias de subsidios en especie del Sistema Distrital Bogotá Solidaria en Casa y se dictan otras disposiciones".



Fuente: https://www.integracionsocial.gov.co/images/docs/entidad/diagnosticolocal_santafe_2020.pdf

Segmentación Psicográfica

Se maneja una perspectiva formal desde la cual se entiende la necesidad de que los acudientes formen parte del proceso de los niños, niñas y jóvenes, por lo tanto se puede interpretar que reconocen a la fundación MÁS ultimate frisbee como un espacio de formación y crecimiento personal en el que se ponen en práctica diferentes procedimientos para el aprovechamiento del tiempo libre, ocio y disfrute, necesarios para la vida de cualquiera.

Clasificación segmentos de mercado

Segmentados

Se plantean diferentes actividades y trabajos en base al deporte social el cual se dirige a todo tipo de población de la misma manera se entiende que cada individuo tiene su propio método de aprendizaje y del mismo modo, diferentes conocimientos.

Plataforma multilateral



Se desarrollan diferentes estrategias para generar la información por medio de la cual se envíe un reporte a los patrocinadores, empresas y demás, sobre el uso de sus aportes bien sea en recursos financieros o físicos y cómo esto ha influido en el desarrollo de actividades deportivas.



CAPÍTULO III: CANALES

Los canales de comunicación son directos en este caso en particular, por medio de las redes sociales (Instagram, Facebook, Youtube y Whatsapp.), la información suministrada en estos canales ya pueden ser contactos, ubicación, cronograma y horarios, del mismo modo la información sobre los lineamientos que deben seguir para estar en la fundación, mostrando el proceso que se hará de seguimiento a través de las TICS y después de esto una evaluación y coevaluación ya sean a partir de diagnósticos y test cualitativos, para un trabajo riguroso y un apoyo cercano a esta población.



Tipos de canal: Propios y asociados

- Indirectos: Promoción por medio de las redes sociales, páginas y plataformas
- Directos: Espacios donde se desarrollaran las prácticas, actividades y torneos

Fases del canal

Canal de percepción

Se usarán las redes sociales y diferentes plataformas para generar publicidad, con el propósito de difundir información más específica sobre los servicios que se ofrecen, generando mejor masificación, conocimiento y del mismo modo evidenciando las diferentes características del servicio que se presta.

Canales de evaluación

El Ultimate ofrece dentro de su metodología procesos evaluativos que permiten reconocer el avance del grupo cómo “equipo” la mejoría en la comunicación, el trabajo y el apoyo de todos, desde el entrenador hasta los jugadores y familiares, estas evaluaciones también van a estar acompañadas de otros cuestionarios diseñados por nosotros para ir evaluando el progreso del equipo y el gusto por las prácticas o los cambios que quisieran ver en ellas.

Canal de compra



Los usuarios participan en todos los entrenamientos y actividades deportivas de manera autónoma sin embargo ellos lo pueden hacer de forma gratuita debido a que Fundación MÁS ultimate asume todos los gastos los cuales se recaudan gracias a los donantes quienes aportan teniendo en cuenta el carácter social de la fundación.

Entrega

Los usuarios pueden asistir a todos los entrenamientos, clases programadas, actividades deportivas que se lleven a cabo en los diferentes horarios y espacios de entrenamiento donde se desarrollaran las prácticas y durante las cuales se llevará un registro visual y escrito de la asistencia a estas.

Postventa

Luego de cada entrenamiento o actividad deportiva, será realizada la respectiva evaluación de objetivos propuestos; del mismo modo para los entrenadores y personas a cargo se reunirá información audiovisual y con ello se podrá realizar una retroalimentación con el fin de mejorar los entrenamientos y programas de la fundación, todo esto con la intención de brindar el material que demuestre la información recogida y las acciones ejecutadas a los patrocinadores para consolidar los canales de comunicación.



CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Las relaciones con los clientes es uno de los factores de gran importancia debido a que sin ellos no habría un negocio o un ingreso sustentable sin un consumidor, teniendo en cuenta lo anterior mencionado, la relación con los clientes se busca el satisfacer una necesidades o exigencias por parte del consumidor de está forma provoca que los entes, organizaciones y empresas busquen el desarrollar e innovar en cambios en su estructura en base a cómo quiere dirigirse al consumidor o cliente, a su vez reconociendo que éstos tienen una evolución en cortos periodos de tiempo y ha venido disminuyendo gracias a la tecnología y los medios de comunicación. (Estrada y Zavala, 2016, p 60.)

Creación colectiva

En nuestra fundación MÁS ultimate el pilar de nuestra fundación son los niños, niñas y adolescentes miembros de la comunidad de la localidad Santa Fe de Bogotá, con quienes se busca desarrollar una integración de todas las poblaciones en un equipo, facilidad que permite el Ultimate frisbee al ser de tipo alternativo, por lo cual jugar diferentes tipos de poblaciones y edades es posible, desarrollando una cohesión que permita calidad de vida, esparcimiento, un trabajo ético y mejora del crecimiento de la población. Del mismo modo es necesario un trabajo autónomo de conciencia y crecimiento de cada uno de los individuos que formen parte de la comunidad y cómo tal de la fundación, que permita mejorar y trabajar lo valores que se quieren cultivar y del mismo modo generar un crecimiento colectivo desarrollado por el intercambio de conocimientos y experiencias, y del mismo modo por el cambio de edades promoviendo e inculcando un trabajo de los valores de la fundación.

Comunidad

De esta manera se aclara que el segmento de los clientes se realiza teniendo en cuenta:



- Personas naturales menores y mayores de edad que quieran formar parte integral de la Fundación MÁS Ultimate buscando un mejor aprovechamiento del tiempo libre, formando parte de procesos y programas diseñados para su entrenamiento en el deporte y el aprendizaje para la vida cotidiana y para un mejor futuro y desarrollo en sociedad.
- Entidades del sector público (local, distrital y nacional)
- Entidades privadas

Captar clientes

El objetivo principal es vincular a la comunidad y donaciones para incrementar los recursos de la fundación y la promoción de la misma. Las estrategias que se plantean para lograr este objetivo es a través de la redes sociales mostrando el día a día de la fundación utilizando las tendencias que más atraen a la gente, por otro lado por medio de pautas con influencers de la ciudad de Bogotá podremos llegar a más donantes y posibles clientes.. La Fundación MÁS ultimate no tiene una infraestructura física propia pero donde se llevarán a cabo las actividades planeadas serán en las zonas verdes y parques públicos de la localidad de Santa Fe.

Fidelización de los clientes



El objetivo para la fidelización de los clientes en la fundación MÁS es mantener un grupo sólido de donantes a lo largo del tiempo. Las estrategias para esta fidelización son, el seguimiento a través de fotos y videos de los miembros de la fundación junto con agradecimientos por parte de los niños, niñas y jóvenes, se entregaron los debidos soportes legales tanto a las instituciones distritales o locales como a las personas naturales para tener constancia de cómo se está invirtiendo el dinero y por último se promoverá la interacción con los niños, niñas y jóvenes tanto en redes sociales como físicamente a través de un evento anual que es el torneo Espiritu MAS, junto con la oportunidad de entrenar dos veces al mes con los niños, niñas y jóvenes de la fundación.



CAPÍTULO V: INGRESOS

Los ingresos son uno factores importantes para cualquier entidad, sin importar su finalidad o objetivo sea con o sin ánimo de lucro, entendiendo que los ingresos en cualquier tipo de organización o entidad sin importar su estructura, naturaleza o sector de procedencia, son uno de los pilares fundamentales en una entidad, donde no se encuentran exentas de deficiencias que afecten su habilidad tanto su habilidad para permanecer en el mercado, así como mantener una buena calidad de sus productos y servicios. (Magaña, Prats, y Álvarez, 2021, p 2.)

Ahora bien la situación que tiene la fundación MÁS ultimate en cuanto a sus ingresos al ser una entidad sin ánimo de lucro van a ser mediados por patrocinadores y aquellos aportes económico externas a la fundación, además contemplando otros aspectos que se puede llevar a cabo a futuro es la elaboración y organización de eventos deportivos con ayuda de los patrocinadores donde se beneficia de gran media la fundación permitiendo así un ingreso más que ayude a la estructura de la fundación.

Tabla 3

Proyección de donaciones



Producto o patrocinador	Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total
IDRD	Discos	7	\$42.000	\$294.000
	Platillos	15	\$4.000	\$60.000
	Conos	15	\$8.000	\$120.000
	Zona de entrenamiento	1	\$150.000	\$150.000
Sublime Ultimate	Discos	6	\$42.000	\$252.000
	Petos	15	\$23.000	\$345.000
	Discos	7	\$42.000	\$294.000
FECODV	Platillos	10	\$4.000	\$40.000
	Conos	10	\$8.000	\$80.000
	Petos	10	\$23.000	\$230.000
Black Hawk	Inscripción o mensualidad	5	\$50.000	\$250.000
Total				\$2.115.000

Tabla 4

Ingresos en base a la proyección de donación .

Producto	Unidades	Valor producto Unitario	Valor producto total
Discos discraft	20	\$42.000	\$840.000
Platillos	25	\$4.000	\$100.000
Conos	25	\$8.000	\$200.000
Petos	25	\$23.000	\$575.000
Alquiler en parques o zona de entrenamiento	1	\$150.000	\$150.000
Inscripción o mensualidad	5	\$50.000	\$250.000
		Valor total	\$2.115.000



Competencia

La fundación MÁS Ultimate se ubica en la localidad Santa fe donde se intervendrá y realizarán diferentes actividades deportivas y sociales dirigidas a población vulnerable específicamente a los niños y jóvenes vulnerables de la comunidad; teniendo esto en cuenta, es necesario hacer énfasis de que en este sector se encuentran diferentes fundaciones con objetivos comunes, cómo apoyar e intervenir estas poblaciones vulnerables o con riesgo psicosocial, sin embargo, ninguna de ellas es de carácter deportivo social y por lo tanto ninguna se basa en el Ultimate Frisbee, respecto a esta aclaración, se plantea una competencia indirecta y se especifica la necesidad de obtener la financiación y apoyo por parte del distrito, entidades locales, entre otros con los cuales podamos comunicarnos y adquirir cierto tipo de medios, bienes o beneficios para la fundación y por consiguiente para la población.

Dentro de la localidad se encuentran las siguientes fundaciones

Tabla 5

Competencia indirecta por localidad

Nombre	Descripción	Servicio que ofrecen	Costo
Asociación hogar rompiendo cadenas	Asociación que busca reinsertar en la sociedad a personas con problemas de drogadicción y habitantes de calle	Formación de campañas de prevención del consumo de drogas y ofrecer y buscar bienes o muebles proporcionando albergue y sustento.	No encontrado

Nota: La competencia indirecta es toda entidad que produzca un producto que cubra las mismas necesidades que nosotros igual ofrecemos



Precio

Al ser la fundación una entidad sin ánimo de lucro es necesario aclarar que no se le va a cobrar ningún tipo de cuota a los/as miembros de la fundación, se busca entonces hacer accesibles los servicios que presta la fundación a cualquier tipo de persona, sin embargo antes de mencionar los planes debemos aclarar que cualquiera puede donar ya sea una persona natural o jurídica. A continuación se mencionan los planes que permitirán a nuestros donadores ayudar con nuestra organización .

Planes fijos:

- Plan MÁS ultimate : Este plan busca, patrocinar a los niños y jóvenes que se encuentren formando o quieran formar parte de la fundación, donando una cuota mensual de pesos \$50.000 como base, equivalente al valor de la inscripción, entrenamientos y actividades que se vayan a desarrollar en cuanto al aspecto deportivo, este aporte será de utilidad para los procesos que se lleven a cabo generando una utilidad de pesos \$20.000.

Planes participación en un evento:



- Plan Torneo de espíritu MÁS (Club): Este plan busca el apoyo de la mayor cantidad de clubes de ultimate posibles, contemplando realizar un evento deportivo (Torneo), para este torneo se tendrá en cuenta el lugar, la cantidad de equipos y patrocinadores que participen en el mismo, el plan está en función de una donación voluntaria de \$200.000 pesos colombianos por club, los beneficios que tiene esta donación es la inscripción de 16 jugadores para el torneo mixto Espíritu MÁS, para la premiación de este evento será ofrecida por los patrocinadores del momento
- Plan Torneo de Espíritu MÁS (particular o extra): Este plan está presente para aquellos equipos que posean más de 16 jugadores donde se brinda la posibilidad de inscribirse teniendo un costo de \$20.000 pesos colombianos por persona, el único modo de acceder a este plan es reconociendo que son pertenecientes al club que va a participar en el torneo mixto Espíritu MÁS.



CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Los recursos claves son reconocidos cómo un bien activo con los que dispone la empresa y se clasifican en tangibles e intangibles, partiendo de criterios contables, pues éstos pueden provenir del patrimonio del ente, además son difíciles de valorar debido a que se escapan de un control contable y dan un valor real de la empresa (De Viteri, 2000, p 72) Además los recursos claves son un eje fundamental para desarrollar un proyecto de negocio y crean un valor estableciendo relación con los clientes y diferentes segmentos de mercado para finalmente conseguir ingresos.

Recursos físicos

Los recursos físicos hacen referencia al lugar donde se realizarán las prácticas deportivas, las cuales se han pensado con el fin de generar la mayor comodidad para cada miembro que hace parte de la fundación MÁS Ultimate ubicándose en un lugar asequible y estratégico buscando que el espacio permite desarrollar cualquier actividad deportiva y además que sea agradable y cómodo para el oportuno esparcimiento cultural y mejora de la calidad social de los individuos, del mismo modo, se consideran dentro de estos recursos, los discos de ultimate y platillos que permitan delimitar el espacio.

Recursos Tecnológicos

Los recursos tecnológicos son instrumentos o medios que son utilizados con el fin de suplir necesidades que permiten recopilar y administrar información de la empresa este tipo de información es intangible.

Recursos Tecnicos



Son elementos necesarios para realizar de manera apropiada diferentes actividades, eventos y talleres deportivos.

Talento Humano

Los recursos humanos son esenciales en la fundación MÁS ultimate donde deben estar presentes para un buen funcionamiento además de tener los conocimientos esenciales para sí obtener un buen proceso y dar resultados de manera efectiva.

Tabla 6

Recursos claves

Recurso	Cantidad	Características	Valor Unitario	Valor total
R.Físico	1	Lugar de práctica deportiva (Parque tercer milenio, parque nacional)	\$150.000	\$150.000
			Valor total	\$150.000
R.Tecnológico	1	Computador Portátil ASUS X415	\$2.399.000	\$2.399.000
R.Tecnológico	1	XIAOMI Redmi 10.	\$699.900	\$699.900
			Valor total	\$3.098.900
R.Tecnico	20	Discos discraft	\$42.000	\$840.000
R.Tecnico	25	Platillos	\$4.000	\$100.000
R.Tecnico	25	Conos	\$8.000	\$200.000
R.Tecnico	25	Petos	\$23.000	\$575.000
			Valor total	\$1.715.000
T.Humano	1	Psicólogo responsable del acompañamiento en casos de riesgo psicosocial	\$1.400.000	\$1.400.000
T.Humano	1	Entrenador profesional en el área de los deportes alternativos.	\$1.350.000	\$1.350.000
T.Humano	3	Director ejecutivo toma las decisiones más importantes para así mejorar el crecimiento de la fundación	-	----
			Valor total	\$2.750.000



Recursos Económicos

Los recursos económicos totales necesarios para dar inicio al proyecto ultimate MÁS frisbee es de \$7.713.900 añadiendo un 35% del colchón financiero comprendido para imprevistos, para así dar el valor total de los recursos económicos es de \$10.413.765



CAPÍTULO VII: ASOCIACIONES CLAVES

En la búsqueda del crecimiento para la fundación buscaremos realizar alianzas o convenios estratégicos y convenios con otras empresas o instituciones asociadas a los deportes alternativos, buscando principalmente patrocinio y/o marketing. Comprendiendo que una alianza o asociación es un acuerdo formal entre dos o más organizaciones con los mismos intereses de orden privado, además de compartir los resultados de los diferentes procesos (Ariño, 2007, p 41.) estableciendo que los parámetros de una asociación o alianza son desde una perspectiva de incertidumbre en cuanto a los resultados.

Las asociaciones que busca la fundación MÁS ultimate van desde alianza directa con el IDRD y asociación con la la Federación Colombiana del Disco Volador (FECODV), de esta manera lograremos llevar un mayor reconocimiento de los deportes alternativos a nuestra población objetivo. Además de ello se buscará la asociación con aliados de entes deportivos que desean brindarnos su ayuda ya sean dentro de los implementos utilizados en la práctica del deporte o bien sea difundiendo la práctica que realiza la fundación, del mismo modo es necesario buscar el aporte en cuanto a implemente de trabajo en cuanto al entrenamiento, cómo los son discos, petos, uniformes, delimitadores cómo platillos, entre otros, por ello se busca la asociación con la empresa Sublime Ultimate la cual es reconocida cómo una de las mejores en cuanto a los equipamientos y uniformes en el deporte de ultimate



Por último el apoyo de el equipo de Ultimate Black Hawk el cual cuenta con un amplio reconocimiento a nivel distrital y departamental, debido a sus procesos de formación y el crecimiento de los últimos años, ellos apoyaran el proceso de crecimiento y formación de los niños, niñas y jóvenes que se vinculen a la fundación, mientras ellos estén vinculados a esta y cuando, si ellos lo deciden, puedan llegar a formar parte del club o por medios propios, formar parte de otros de los grandes equipos de Bogotá, incluso Selección Colombia.

Asociaciones claves

Tabla 7

Asociaciones

Socios	Detalles	Beneficios
	Está asociacion con el IDRD nos proporciona beneficios económicos y demográficos debido a que para la fundación MÁS ultimate es de gran vitalidad Los beneficios que se h el uso de escenarios de forma gratuita, además el un nuevo nicho de trab aporte que le genera nuestra fundación al distrito es la social, ya que aunque inclusión de un nuevo deporte cómo es el ultimate mayor reconocimiento frisbee, para así promover e incentivar la práctica y mucho menos tomado deportiva y de aprovechamiento del tiempo libre. Así permitirá abarcar nueva reconociendo que la entidad distrital se identifica nivel departamental o d cómo agente y aliado de una entidad sin ánimo de lucro	
	La FECODV es la Federación Colombiana del Disco Los nuevos nichos, po Volador donde, En está asociación se busca el ellos puedan encontrar difundir la información con más eficiencia de está realizando, les permitir manera se logra conseguir apoyo y llegar a una asociaciones clave y mayor cantidad de personas, además los beneficios mediadas por la integ	



que podemos brindarle a la federación es visibilizar el fundaciones que utilizan el deporte del ultimate como una herramienta de agente de intervención. inclusión facilitando la difusión de la federación como un agente que ayuda y promueve el deporte sin una necesidad monetaria

Black Hawk es un equipo de Ultimate de la Ciudad de Bogotá que cuenta con un crecimiento progresivo y constante a lo largo de los últimos años, el cual nos permitirá tener una asociación de vital importancia, teniendo en cuenta que ellos dispondrán de personas capacitadas no solo por conocimiento del deporte, sino por experiencia y bagaje en distintos espacios a nivel competitivo y de formación, esta experiencia permitirá apoyo a los entrenamientos y un proceso metódico que represente mejores resultados un crecimiento más estable de la comunidad y del mismo modo conocimientos diversos ya que la experiencia de cada persona dentro del deporte es una vivencia única a nivel deportivo, social y personal.

Para ellos permitirá grupos de equipos principales que puedan probar nuevos entrenamientos además de la experiencia que desarrollará con la entidad



Materiales e indumentaria (Proveedores)

Tabla 8

Asociación comprador - proveedores

Socios	Detalles	Beneficio
	Sublime Ultimate es una empresa colombiana que trabaja en la elaboración y distribución de ropa, indumentaria, una diferencia de elementos y accesorios deportivos exclusivamente del equipamiento de deporte de ultimate frisbee. Se pretende hacer un convenio con ellos, al con la fundación MÁS ultimate contemplando esta empresa proveedora funcione como proveedor oficial, utilizando su imagen en siendo para implementos y diseños que nos provea esto con el objetivo de una estrategia de marketing, donde la fundación manereva promueve a través de diferentes medios de comunicación lo	Así como



realizado por esta organización y con ello obtiene reconocimiento y clientes.

Proveedores alimenticios

Tabla 9

Asociación comprador - proveedores

Socios	Detalles	Beneficios
	La plaza de mercado Paloquemao es de los lugares más emblemáticos para el abastecimiento de alimentos en las familias y negocios de Bogotá. La fundación MÁS busca entonces una asociación con los diferentes comerciantes para ayudar a nuestros miembros con al menos una comida balanceada al momento de realizar las actividades.	Al ser proveedores de parte de la población es alto normalmente, terminar en desechos, contrato en el cual sea los bienes no aprovechados de desechos que se generan.



CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

En la fundación MÁS ultimate es de gran prioridad fomentar e incentivar la inclusión social por medio de actividades, ejercicios y eventos por medio del deporte alternativo ultimate Frisbee, sí bien se conoce que este tipo de actividades son deportivas se debe aclarar que las actividades claves en un ente son de gran vitalidad, debido a que hacen referencia a todo lo necesario para elaborar y diseñar un producto o servicio, además se utilizan para reconocer las posibles canales y fuentes de ingreso. (Magallanes y Antonio, 2021, p11.)

La fundación MÁS ultimate en la búsqueda para resolver los problemas de nuestros clientes en este caso los niños, niñas y jóvenes de la localidad, está siempre dispuesta a prestar el servicio a nuestros miembros, las actividades en específico que realizamos como fundación son entrenamientos se realizan base a la edad pero no por separado; comprendiendo que se realizará una estructura acorde a las fases sensibles del aprendizaje de cada uno de los miembros. Por otro lado, la actualización teórica de nuestros profesionales es de vital importancia para brindar un cambio de los hábitos de vida y adherencia al deporte permitiendo que los miembros tengan un cambio significativo en su vida. Por último se realizará el respectivo acompañamiento a los niños y niñas que pertenezcan a la fundación.



La fundación plantea una serie de actividades que son consecuentes con los objetivos de la fundación como entidad y los objetivos físicos, deportivos y sociales. Teniendo en cuenta los anterior las actividades clave son:

- Inicio de temporada: En el inicio de temporada se llevará a cabo la inscripción de los niños, niñas y jóvenes de la fundación junto con su información general, como edad, dirección, padre, madre, entre otros. Para llevar a cabo de manera legal el proceso se les pedirá a los aspirantes fotocopia del documento de identidad y registro del Fosyga.
- Reunión general: Esta reunión es crucial para la fundación porque es donde los fundadores expresaran sus objetivos y metas con la fundación y como se va a llevar a cabo el proceso durante el año, es también en donde niños, niñas, jóvenes y padres podrán expresar sus objetivos, metas, sentimientos, entre otros, será un espacio seguro en donde todos y todas podrán conversar.
- Desarrollo del programa y evento: Este es el verdadero inicio del programa en donde se plantean las diferentes actividades que se van a realizar durante el año teniendo cuenta la población en la que se va a actuar, cabe resaltar que esta planeación está sujeta a cambios pero en lo posible se intentará ser claro con lo planeado. Dentro del desarrollo del programa se inicia con el diagnóstico de pruebas físicas y técnicas y de acuerdo con los resultados se empieza a construir el macrociclo, en donde se generarán diferentes objetivos y metas en la dimensión física, psicológica y social.

Tabla 10



Cronograma de actividades fundación MÁS ultimate

Actividades/mes	Formación deportiva	Actividades acompañamiento	Torneo MÁS
Enero			
Febrero	Sergio Gracia y David Mongui	Profesional psicosocial	
Marzo	Sergio Gracia y David Mongui		
Abril	Sergio Gracia y David Mongui	Profesional psicosocial	
Mayo	Sergio Gracia y David Mongui		
Junio	Sergio Gracia y David Mongui	Profesional psicosocial	
Julio	Sergio Gracia y David Mongui		
Agosto	Sergio Gracia y David Mongui	Profesional psicosocial	
Septiembre	Sergio Gracia y David Mongui		
Octubre	Sergio Gracia y David Mongui	Profesional psicosocial	
Noviembre	Sergio Gracia y David Mongui		Sergio Gracia, David Muñoz
Diciembre			



CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos es una variable vital para reconocer qué recursos se necesitan para poder brindar un servicio asequible para el comprador o cliente, esto con el fin reconocer la estructura de modelo de negocio y su respectiva tipología de costos, definiendo esto último cómo lo son los costos directos, indirectos, fijos y variables, que permiten reconocer elementos claves en una organización.

Desde lo anterior mencionado la fundación MÁS ultimate posee una estructura única de costos fijos, variable, directos e indirectos mes a mes. Cabe añadir que la depreciación de los diferentes activos que posee el organismo donde se dividen los valores de cada activo entre el mes de la vida útil del activo, contemplando lo antes mencionado se generan unos costos [total]

Tabla 11

Tabla depreciación de activos

Depreciación de los activos						
N	Activo	Precio de compra	Cantidad	Total	Meses a depreciar	Costo mensual
1	Computador	\$2.399.000	1	\$2.399.000	48	\$49.979
2	Celular	\$699.900	1	\$699.900	48	\$14.581
3	Discos discraft	\$42.000	20	\$840.000	12	\$70.000
4	Platillos	\$4.000	25	\$100.000	24	\$4.167
5	Conos	\$8.000	25	\$200.000	24	\$8.333
6	Petos	\$23.000	25	\$575.000	12	\$47.917
	Total	\$3.175.900		Total depreciación		\$194.977

Según Landero en 2017 los costos fijos son aquellos que no tienen cambios drásticos o notorios a diferencias en la actividad de una empresa, compañía o fundación, entre otras,



por lo cual no presenta cambios en su estructura; en la *Tabla 13* se presentan los costos fijos que forman parte de la estructura de la fundación.

Tabla 12*Tabla Costos fijos*

N	Variable	Costos fijos		
		Precio prom.	Cantidad	Total
1	Arriendo	\$150.000	1	\$150.000
2	Depreciación	\$194.977	1	\$194.977
3	Mantenimiento (aseo)	\$200.000	1	\$200.000
Total				\$544.977

Del otro lado se encuentra el antagonista de los costos fijos, es decir los costos variables, los cuales de la misma manera que los anteriores, según Landero (2017) es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), ya se trate de bienes o servicios teniendo en cuenta que si la actividad aumenta, estos aumentan y de la misma manera si la actividad decrece, en la *Tabla 13* se evidencian los costos variables de la fundación.

Tabla 13*Tabla Costos Variables*

Costos variables	
------------------	--



N	Variable	Precio prom.	Cantidad	Total
1	Servicios publicos (Internet)	\$35.000	1	\$35.000
2	Alimentación	\$150.000	1	\$150.000
3	Papelería	\$30.000	1	\$30.000
4	Psicólogo	\$1.400.000	1	\$1.400.000
5	Entrenadores	\$1.350.000	1	\$1.350.000
6	Publicidad Redes sociales	\$150.000	1	\$150.000
			Total	\$3.115.000



CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de una evaluación financiera, según Rodríguez en el 2018, es el de proporcionar información financiera sobre la entidad con el fin de generar utilidad para tomar decisiones por parte de los inversionistas potenciales y existentes, patrocinadores, y a quien interese, ya que esto puede definir el futuro y el devenir de diferentes entidades, empresas, fundaciones, entre otros, permitiendo alternativas de inversión o de retiro.

Los ingresos mensuales en nuestra fundación MÁS ultimate son en su totalidad en base a los planes planteados y tienden a haber mayores ingresos en el momento que se acerca el inicio del evento deportivo, tomando este plan se incrementan los ingresos en los meses de septiembre, octubre y noviembre que son los meses más cercanos a la realización del evento.

Tabla 14

Promedio de ingresos mensuales

N	Producto/Servicio	Promedio de ingresos de un mes		Total
		Precio prom.	Venta prom.	
1	Plan MÁS	\$50.000	70	\$3.500.000
2	Plan Torneo Espíritu MÁS	\$200.000	2	\$400.000
3	Donaciones (Materiales)	\$25.000	20	\$500.000
			Total	\$4.400.000

Tabla 15

Promedio de egresos de un mes



Promedio de egresos de un mes				
N	Concepto	Precio unitario	Cantidad	Precio total
1	Nomina	\$2.750.000	1	\$2.750.000
2	Arriendo	\$150.000	1	\$150.000
3	Publicidad redes sociales	\$150.000	1	\$150.000
4	Alimentación	\$150.000	1	\$150.000
5	Servicios publicos (Internet)	\$35.000	1	\$35.000
6	Papelería	\$30.000	1	\$30.000
			Total	\$3.265.000

Punto de equilibrio.

Según Mazón, en 2017 el punto de equilibrio es donde los ingresos totales de una empresa son iguales a sus gastos totales. Esto significa que no hay ganancia o simplemente cero ganancia en el punto de equilibrio, lo que le permite a la fundación considerar qué acciones y decisiones tomar.

Donde se utilizaron dos fórmulas para calcular el punto de equilibrio de nuestra organización siendo estas dos la educación desde la unidades vendidas y la segunda ecuación partiendo de los costos que tiene la empresa siendo estas.

Figura 3. Ecuación #1

Punto de equilibrio por unidades



$$PE = \frac{\text{Inversión total (\$10.413.765)}}{\text{Valor del servicio (\$50.000)}} = 208$$

Los resultados obtenidos arrojan que en cuanto a la parte de servicios que desea prestar la fundación MÁS ultimate es de aproximadamente 208, además cabe resaltar que no se puede reconocer el periodo de recaudación de los 208 unidades vendidas, debido a que nuestra organización no posee una proyección de ventas.

Figura 4 Ecuación #2

(Punto de equilibrio por costos)

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales + Gastos}}{\text{Margen de contribución unitaria (\$48.383)}} = 74,30\%$$

$$\text{Margen de contribución unitario} = \text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario} = \$48.383$$

Los resultados obtenidos nos muestran que se invierte un 74,3% de la inversión inicial en los costos operacionales, donde solo quedan aproximadamente un 26% para los demás gastos que puedan aparecer en el proceso, por lo cual se entiende que no es posible reconocer el momento preciso de recaudo de la inversión inicial debido a que no se posee una proyección de la inversión inicial.

Flujo de caja



El flujo de caja según Emprende en 2010 hace referencia a un tipo de herramienta que sistematiza la información de entradas y salidas monetarias que ha tenido la empresa en un determinado periodo, estos datos, permiten calcular el saldo de efectivo comprendido desde el inicio hasta el final del periodo, con estos resultados, es posible tomar decisiones de inversión y financiamiento.

Tabla 16

Tabla flujo de caja del primer año.

Mes	Flujo de caja		Saldo
	Ingresos	Egresos	
Enero	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Febrero	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Marzo	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Abril	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Mayo	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Junio	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Julio	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Agosto	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
Septiembre	\$4.600.000	\$3.265.000	\$1.335.000
Octubre	\$4.800.000	\$3.265.000	\$1.535.000
Noviembre	\$4.800.000	\$3.265.000	\$1.535.000
Diciembre	\$4.400.000	\$3.265.000	\$1.135.000
		Total	\$14.620.000



La inversión inicial es de \$10.413.765, con una inflación del 5% en la empresa, en base a los planes y estrategias planteadas, se trazan metas de un 10 % de aumento en ventas anuales, así contemplando en la fundación MÁS ultimate tenga una mejor posición año tras año logrando posicionar a la fundación cómo un pilar para la formación e inclusión a nivel nacional, A su vez el incremento de los egresos aumentó en un 7%. Por otro lado la relación que existe entre el flujo de ingresos y flujo de egresos es necesaria con el fin de conocer el flujo neto total, ahora bien en la siguiente tabla encontramos el flujo de efectivo neto total de los dos primeros años que es de un valor de \$31.777.400

Tabla 17

Flujo efectivo neto

Flujo efectivo neto	
Año	Valor
1	\$14.620.000
2	\$17.157.400
Total	\$31.777.400

TIR o Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es un concepto que permite reconocer si el capital invertido en cierto proyecto logra devolver o retomar ese capital invertido, además sumándole algún tipo de ganancia extra, siendo de este modo un proyecto rentable, donde permite analizar si el proyecto presenta algún tipo de garantía para los inversionistas.

Tabla 18

TIR por año

TIR por año		
Año	Valor	Resultado
1	\$14.620.000	40,39%
2	\$17.157.400	116,49%

Tabla 19*TIR por mes de cada año*

TIR por mes		
Mes	Valor	Resultado
1 Año	\$1.135.000	5%
2 Año	\$1.346.450	7,50%

Ahora bien en nuestra Fundación MÁS Ultimate los datos encontrados al realizar el análisis Tasa Interna de Retorno (TIR) corresponden a la rentabilidad, sin embargo cabe aclarar que la inversión inicial para la realización de este proyecto es de \$10.413.765, lo cual para el primer año tendrá como retorno \$4.206.235, contemplando este análisis se debe resaltar que los resultados económicos obtenidos se utilizarán para reinvertir en la fundación de esta forma manteniendo un ciclo de vida sustentable efectivo para el proyecto.

Valor Presente Neto

El Valor Presente Neto (VPN) es un estudio que permite reconocer cuál es la rentabilidad de un plan o proyecto, por lo cual es necesario compararlo con el costo de oportunidad que permiten los recursos que se invierten en él. En otras palabras el valor presente neto permite analizar cuál es la probabilidad de éxito o que tan factible es un proyecto de inversión

Tabla 20

Valor presente Neto

VPN	
Concepto	Valor
Tasa anual de descuento	10%
Costo inicial de la inversión	- \$10.413.765
Rendimiento del primer año	\$14.620.000
Rendimiento del segundo año	\$17.157.400
Valor presente neto	\$15.506.194

El Valor Presente Neto (VPN) permite reconocer la rentabilidad del proyecto a un determinado tiempo; respecto a los resultados obtenidos en el VPN se logra evidenciar un valor positivo mensual de \$646.091 a término seguido de dos años, lo cual representa un crecimiento de la fundación, siendo éste un indicativo de que el capital invertido en el proyecto se recuperara y de esta manera promueve una rentabilidad debido a la tasa superior de intereses oportunos.



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



REFERENCIAS

Ariño, A. (2007). Alianzas estratégicas: opciones para el crecimiento de la empresa. *Estrategia financiera*, 236(23), 40-51.

Anzola, P., Bayona-Sáez, C., & García-Marco, T. (2015). La generación de valor a partir de innovaciones organizativas: efectos directos y moderadores. *UCJC Business and Society Review* (formerly known as *Universia Business Review*), (46).

Constitución política de Colombia [Const]. Art. 52. 7 de julio de 1991 (Colombia)

Ciribeli, J. P., & Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión de futuro*, 19(1), 0-0.

De Viteri Arranz, D. S. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 6(3), 71-86.

Estrada, I. C., & Zavala, A. M. M. (2016). La gestión de relaciones con el cliente: estrategia empresarial en una organización de servicios turísticos de Baja California. *Revista Nacional de Administración*, 7(2), 59-79.

Emprende, B. (2010). Define y proyecta el flujo de caja de tu empresa. Recuperado de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1466/3615_15_02_10_2doc_flujo_caja.pdf?sequence=1



Magaña, K. N. Á., Prats, G. M., & Álvarez, A. D. G. (2021). La Importancia Del Control Interno En El Área De Ingresos De Una Empresa Comercial. Publicaciones e Investigación, *Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México* 15(1).

Magallanes, A., & Antonio, A. (2021). Recursos claves y actividades claves para la idea de negocio Bike and Comfort provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, año 2021 (*Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021*).

Mazón Arevalo, L., Villao Burgos, D., Núñez, W., & Serrano-Luyó, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba– Ecuador. *Revista de estrategias del desarrollo empresarial*, 3(8), 14-24.

Mesias Chamorro, A. M., & Portocarrero Hurtado, A. Y. (2017). Deporte social comunitario ¿nuevas formas de intervención social e innovación social en el posconflicto?.

Landero, A. (2017). Hacienda pública, Universidad autónoma de Madrid

Ley 181 de 1995. Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte. Enero 18 de 1995.

Reglamento WFDF (2021-2022). Recuperado de <https://rules.wfdf.org/documents/spn-reglas-del-ultimate>

Patiño, A. E. O. (2016). Características técnicas y tácticas de equipos participantes en el torneo nacional asociación de jugadores de ultimate en colombia 2014 *Revista digital: Actividad Física y Deporte*, 2(2).



Política pública distrital de juventud [Secretaría distrital de integración social]. 20 de diciembre de 2019.

Rodríguez, J. M. (2018). Elementos clave para definir el concepto de utilidad en la información financiera. *Actualidad contable FACES*, 21(36), 136-150.

Quiroga Méndez, J. A., & Rodríguez León, G. (2018). Deporteando por la infancia. Una propuesta pedagógica en medio de la vulnerabilidad social.

Tejada Otero, C. P. (2010). Ultimate Frisbee: *cartilla guía*.

