



ELK SPORT EVENTS

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Gloria Estefanía Ordoñez Choperena Cód. 2261805

Laura Jineth Hurtado Valencia Cód. 2297345

Kevin Aguirre Gutiérrez Cód. 2312307

Asesor: Juan Carlos Corredor Hernández

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Mayo 2025

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
LOGOTIPO	Error! Bookmark not defined.
SLOGAN	8
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	9
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10
CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR	13
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO	17
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	25
CAPITULO V: INGRESOS	28
CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES	32
CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES	37
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	50
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	55
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	64
REFERENCIAS	Error! Bookmark not defined.



INTRODUCCIÓN

Según UNIR (2024), una empresa deportiva es cualquier negocio enfocado a la gestión y prestación de servicios relacionados con el deporte, abarcando desde la producción y comercialización de productos hasta la organización de eventos y la gestión de patrocinios, dentro de un sector multifacético y en continuo crecimiento que responde a las demandas de una sociedad cada vez más diversa y exigente

En este contexto, la presente iniciativa tiene como objetivo consolidar un emprendimiento comercial deportivo, recreativo y de actividad física para la salud. dedicado a entrenamiento funcional, entrenamientos grupales y personalizados, clases de baile, actividades recreativas, además de la organización, gestión y promoción de eventos deportivos, recreativos y de actividad física enfocada en la salud. Asimismo, se entiende, Según López, Bergamini y Del Arco (2015), la creación de empresas deportivas no solo responde a una necesidad de entretenimiento, sino que también contribuye al desarrollo integral de las personas. Es por ello por lo que además de ofrecer entrenamiento funcional y diversas disciplinas, la empresa integrará expresiones culturales propias del país, tales como la danza, los festivales y las celebraciones empresariales. De igual forma, se promoverán actividades recreativas como juegos tradicionales, actividades ecoturísticas, campamentos, desafíos y olimpiadas, con el fin de fortalecer habilidades motoras, cognitivas e integrales. Por otro lado, se ofrecerán servicios personalizados de entrenamiento físico, clases de baile, dibujo y pintura, incentivando el aprovechamiento del tiempo libre de manera saludable.



ELK SPORT EVENTS nació como un emprendimiento de tres estudiantes apasionados por la recreación, la actividad física y el deporte, nuestras iniciales E, L y K, dieron nombre a nuestro emprendimiento. Desde el inicio, nos propusimos a diseñar y organizar actividades y eventos innovadores que promovieran el bienestar, la diversión y el movimiento en diferentes comunidades. Además, identificamos la necesidad de ofrecer experiencias adaptadas a distintos públicos, combinando el deporte con la recreación y la actividad física, para fomentar un estilo de vida activo y saludable.

El problema para solucionar, lo planteamos según Mejía y Ramírez (2021), ellos dicen que radica en que las organizaciones deportivas en Colombia enfrentan desafíos significativos en su gestión, incluyendo la necesidad de profesionalización y adaptación a las demandas actuales del mercado. En este contexto, la creación de un emprendimiento comercial deportiva dedicado a la organización, gestión y promoción de eventos deportivos, recreativos y de actividad física para la salud busca abordar dichos desafíos, ofreciendo servicios estructurados y de calidad que fomenten la participación de la comunidad en actividades físicas y culturales. Esta iniciativa no solo mejora el acceso a actividades y eventos bien organizados, sino que también contribuye al desarrollo económico, promoviendo estilos de vida saludables. Debido a que, la Organización Mundial de la Salud (2023) subraya que la actividad física regular es fundamental para la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles, como la diabetes, la hipertensión y las enfermedades cardiovasculares, lo que reduce significativamente el riesgo de morbilidad y mejora la calidad de vida.



Para finalizar este proyecto ELK SPORT EVENTS busca promover la actividad física, el deporte recreativo y el bienestar a través de actividades y eventos diseñados para mejorar la calidad de vida de los participantes. Con un enfoque integral, el emprendimiento ofrece experiencias que combinan ejercicio, recreación y salud, adaptadas a distintas poblaciones y necesidades. De esta manera, se contribuye al fomento de hábitos activos, la integración social de las personas y al disfrute del deporte como herramienta de bienestar físico y mental.

Palabras clave: Organización de eventos, deporte, actividad física, recreación, enfermedades crónicas, salud y bienestar.

En contexto con lo anterior queremos destacar que el programa de Cultura Física,

Deporte y Recreación: ofrece una serie de materias que son fundamentales para el desarrollo y éxito de nuestro proyecto en ELK SPORT EVENTS. Asignaturas como

Pedagogía y Didáctica: las cuales nos brindan herramientas clave para diseñar y ejecutar actividades deportivas y recreativas que sean inclusivas, educativas y motivadoras para nuestros participantes.

La Pedagogía del Juego y la Metodología para la Enseñanza de la Recreación nos permiten crear experiencias lúdicas que no solo fomentan el ejercicio físico, sino también el aprendizaje y la integración social. Su objetivo es comprender como las personas adquieren conocimientos, habilidades y valores desarrollando estrategias didácticas que optimicen el proceso de aprendizaje de las actividades.



Además, materias como **Educación Experiencial** nos capacitaron para generar vivencias significativas que contribuyan al crecimiento personal de cada individuo. Se fundamenta en la idea de que los participantes tengan aprendizajes significativos, reflexionen sobre ellos y apliquen los conocimientos adquiridos en los contextos reales. Fomentando el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el desarrollo de habilidades socioemocionales.

El conocimiento adquirido en **Entrenamiento Personalizado y Grupal** contribuye a mejorar el rendimiento deportivo, desarrollar habilidades técnicas y tácticas, fortalecer la preparación física y prevenir lesiones. Además, ofrece una experiencia innovadora que aumenta la satisfacción y fidelización de los clientes, al tiempo que impulsa, el crecimiento del negocio al ampliar la oferta de servicios y atraer más participantes.

En cuanto a la parte organizativa: **Diseño y Gestión de Proyectos** nos ayudará a personalizar los eventos según las necesidades de nuestros clientes, garantizando la calidad, seguridad y efectividad de las experiencias que se diseñaran en conjunto.

La materia de **Eventos** aportó valiosas herramientas para la creación y gestión de **ELK SPORT EVENTS**, al proporcionar conocimientos clave sobre la planificación y organización de eventos, gestión logística, marketing, aspectos legales y normativos, y control financiero. Estos aprendizajes han sido fundamentales para asegurar la correcta ejecución de los eventos, optimizar los recursos, cumplir con las normativas de derechos de autor y seguridad, y diseñar estrategias de promoción efectivas. Además, la materia facilitó el desarrollo de habilidades en trabajo en equipo y



evaluación de resultados, lo que permite mejorar la calidad de los eventos y adaptarse a nuevas tendencias tecnológicas, asegurando el éxito y crecimiento del emprendimiento en sus diferentes líneas y servicios.

La materia **marketing** influye en este proyecto al aportar estrategias para atraer, fidelizar y satisfacer a los clientes, ya que permite definir el grupo objetivo, diseñar campañas de promoción efectivas, fortalecer la imagen de la empresa y diferenciar los servicios en un mercado competitivo.

estas materias nos proporcionan un enfoque integral y profesional que fortalecerá la estructura y el impacto positivo de nuestros eventos

NOMBRE: ELK SPORT EVENTS

ELK es la combinación de las iniciales de los tres socios fundadores de la empresa: **Estefanía, Laura y Kevin**. Elegimos este nombre para reflejar nuestro enfoque único y personalizado, y decidimos utilizar "SPORT EVENTS" como nuestra marca en inglés, ya que este nombre refleja directamente el servicio principal que ofrecemos: la organización de eventos deportivos de alta calidad.

Es importante destacar que, en la Cámara de Comercio, el nombre **ELK SPORT EVENTS** no está registrado, lo que garantiza su disponibilidad y legalidad para su uso en nuestras actividades comerciales.

Figura 1. Logotipo ELK Sport Events





El logo de ELK SPORT EVENTS, representado por un triángulo, simboliza la disciplina, el deporte y la unión. Cada lado del triángulo refleja la estabilidad y el equilibrio necesarios para el esfuerzo constante en el deporte, mientras que su forma dinámica evoca movimiento y superación. Además, el triángulo representa la unión y el trabajo en equipo, valores fundamentales que impulsan nuestra filosofía de integrar a las personas a través del deporte.

SLOGAN

“Pasión por el deporte y por tu vida”

El slogan de **ELK SPORT EVENTS** acoge nuestra filosofía y propósito como empresa. La frase refleja, en primer lugar, nuestra pasión por el deporte, que es el eje central de los eventos que diseñamos y organizamos. Creemos firmemente que el deporte no solo fomenta la actividad física, sino que también es una herramienta para la integración, el trabajo en equipo y el desarrollo personal.



Por otro lado, "por tu vida" hace referencia a nuestro compromiso con el bienestar integral de nuestros clientes. No nos limitamos solo a crear eventos deportivos, sino que buscamos transformar la vida de las personas a través de experiencias que contribuyan a su salud física y emocional. La vida de nuestros participantes mejora cuando viven momentos de diversión, integración y crecimiento personal.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

En **ELK SPORT EVENTS**, nos guiamos por valores fundamentales que reflejan nuestra filosofía y compromiso con cada uno de nuestros clientes y colaboradores. La integridad es esencial en todas nuestras acciones, garantizando transparencia y honestidad en cada etapa de nuestros eventos. Promovemos el respeto y la diversidad, fomentando un ambiente inclusivo donde cada persona se sienta valorada y bienvenida. La innovación es otro de nuestros pilares, buscando siempre nuevas formas de mejorar nuestras experiencias y ofrecer soluciones creativas y únicas. Además, creemos en la importancia del trabajo en equipo, tanto con nuestros clientes como con nuestros empleados, para lograr objetivos comunes y fortalecer el lazo social. Finalmente, nuestro compromiso con el bienestar es lo que impulsa cada uno de nuestros eventos, garantizando siempre que el resultado sea no solo entretenido, sino también enriquecedor y positivo para todos los participantes.

Misión: Promover el bienestar, la integración social y el desarrollo personal de las personas a través de la organización de eventos deportivos, recreativos y de actividad física, ofreciendo experiencias innovadoras y adaptadas a las necesidades de diferentes comunidades.



Visión: Ser reconocidos a nivel regional y nacional como una empresa líder en la organización de eventos deportivos y recreativos, destacándonos por la calidad, la creatividad y el impacto positivo en la salud y el estilo de vida de nuestros participantes.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para comprender el panorama competitivo en el que **"ELK SPORT EVENTS"** buscará desarrollarse y establecer una posición sólida, se ha llevado a cabo una investigación de mercados preliminar. Esta investigación se enfoca en identificar empresas que operan en sectores relacionados con nuestra propuesta de valor, que abarca la organización de eventos deportivos, actividades empresariales y actividades recreativas.

A continuación, se presenta el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) comparativos para cuatro tipos de empresas que se consideran relevantes para nuestro modelo de negocio. Estos análisis buscan identificar los factores internos y externos que influyen en el éxito de estas organizaciones, permitiendo así obtener una visión más clara de los desafíos y las oportunidades existentes en el mercado. La comparación de estos análisis con el DOFA que se desarrollará específicamente para **"ELK SPORT EVENTS"** proporcionará información valiosa para la formulación de estrategias y la diferenciación de nuestra propuesta de valor.



Tabla 1-4. Análisis DOFA

Meta Deportiva	
D (Debilidades)	• La rentabilidad puede variar según el tamaño y la complejidad de los eventos. • Puede depender de un calendario deportivo específico, con periodos de alta y baja actividad. • La gestión logística de eventos masivos puede ser compleja y propensa a errores.
O (Oportunidades)	• Creciente interés en la participación deportiva y el bienestar. • Posibilidad de especializarse en nichos deportivos específicos • Colaboración con marcas deportivas y patrocinadores.
F (Fortalezas)	• Experiencia en la planificación y ejecución de eventos deportivos. • Posible base de datos de participantes y contactos en el sector deportivo. • Capacidad para generar experiencias memorables para los participantes.
A (Amenazas)	• Cancelaciones de eventos por factores externos • Cambios en las regulaciones deportivas o de eventos masivos. • Posible disminución del patrocinio deportivo.
Equipo Activo SAS	
D (Debilidades)	• La demanda puede ser sensible a la situación económica de las empresas. • Necesidad de adaptar constantemente las actividades a las necesidades de cada cliente. • La medición del impacto de las actividades de team-building puede ser difícil.
O (Oportunidades)	• Demanda de actividades innovadoras y experienciales para empleados • Desarrollo de actividades virtuales para equipos remotos. • Posibilidad de ofrecer programas a largo plazo y servicios de consultoría.
F (Fortalezas)	• Creatividad en el diseño de actividades que fomentan el trabajo en equipo. • Habilidad para generar un ambiente positivo y de aprendizaje en los grupos.



	• Flexibilidad para adaptarse a diferentes tipos de empresas y objetivos.
A (Amenazas)	• Aumento de la competencia en el sector de team-building y desarrollo empresarial. • Recortes presupuestarios de las empresas en actividades de este tipo. • Tendencia hacia soluciones de desarrollo de equipos internas en las empresas.

Club El Triunfo	
D (Debilidades)	• Su enfoque principal puede no ser la organización de eventos externos. • Podría tener una base de clientes cautiva, pero menor alcance para eventos masivos. • La promoción de eventos podría ser secundaria a sus actividades regulares
O (Oportunidades)	• Aprovechar sus instalaciones deportivas para la organización de eventos. • Dirigirse a su base de socios para eventos y actividades especiales. • Colaborar con empresas locales para ofrecer actividades conjuntas.
F (Fortalezas)	• Disponibilidad de instalaciones deportivas • Marca establecida y reputación en la comunidad local. • Posible base de datos de socios interesados en eventos.
A (Amenazas)	• Limitaciones en la flexibilidad y personalización de los eventos. • Necesidad de invertir en marketing específico para la promoción de eventos. • Posible conflicto de prioridades entre las actividades regulares del club y los eventos.

Aventura Extrema Colombia	
D (Debilidades)	• Puede depender de condiciones climáticas y factores externos para la realización de actividades. • Los seguros y permisos para actividades de aventura pueden ser costosos y complejos. • La percepción de riesgo de algunas actividades puede limitar su público.



O (Oportunidades)	• Posibilidad de ofrecer paquetes combinados de actividades y alojamiento. • Desarrollo de actividades de aventura urbana o adaptadas a diferentes niveles de condición física. • Colaboración con agencias de viajes y operadores turísticos.
F (Fortalezas)	• Diseño de experiencias emocionantes y memorables. • Posible equipo de guías y personal capacitado en actividades de aventura. • Enfoque en la creación de experiencias únicas y personalizadas.
A (Amenazas)	• Competencia de otras empresas de turismo activo y aventura. • Cambios en las regulaciones ambientales o de acceso a ciertos lugares. • Sensibilidad a la percepción de seguridad en los destinos de aventura.

CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

La propuesta de valor es el conjunto de beneficios y soluciones que una empresa ofrece a sus clientes para satisfacer sus necesidades y resolver sus problemas de una manera única y diferenciada. Según Osterwalder, un experto reconocido en modelos de negocio y coautor de la metodología *Business Model Generation*, la propuesta de valor es "la razón principal por la que los clientes eligen una empresa frente a otra, ya que ofrece un conjunto único de beneficios y valor que no se encuentra fácilmente en otras opciones del mercado". La propuesta de valor se convierte en el eje central de cualquier estrategia empresarial, pues no solo busca satisfacer las necesidades del cliente, sino que debe ser lo suficientemente innovadora y atractiva como para destacar frente a la competencia.

En el contexto de **ELK SPORT EVENTS**, la innovación juega un papel crucial para diferenciarse de otras empresas en el mercado de eventos deportivos, recreativos y



de actividad física. La propuesta de valor debe ir más allá de simplemente ofrecer servicios comunes, y debe integrar elementos innovadores que creen una experiencia única para los clientes. Esto puede lograrse a través de la personalización de actividades y eventos, por ejemplo, la introducción de nuevas tecnologías, la creación de experiencias inmersivas o la adaptación de servicios a las tendencias y necesidades emergentes del mercado. Además, la innovación en la gestión y en la calidad de las actividades y eventos, así como en los canales de comunicación y entrega de servicios, permite destacarse de manera significativa en un mercado competitivo.

La propuesta de valor de ELK SPORT EVENTS se centra en ofrecer una experiencia integral que combina deporte y bienestar físico, emocional y social, promoviendo la integración, el trabajo en equipo y el desarrollo personal, con el objetivo de generar una transformación positiva en sus participantes y comunidades (ELK SPORT EVENTS, 2025). **ELK SPORT EVENTS** ofrece algo más que solo un entrenamiento, una actividad, o un evento, busca generar una transformación positiva en las personas, comunidades, instituciones y empresas que confían en nosotros, ayudando a sus miembros a mejorar su calidad de vida a través de experiencias que fortalecen su bienestar integral.

A través de la implementación de nuevas metodologías en la organización de eventos, como la gamificación, creamos actividades que no solo fomentan la competencia saludable, sino que también estimulan el aprendizaje y la colaboración. Por ejemplo, el uso de plataformas digitales y aplicaciones móviles para personalizar el seguimiento de las actividades y los eventos, ofrecer retroalimentación en tiempo real y fomentar la participación a través de redes sociales, nos permite aumentar la interactividad y mejorar la experiencia de nuestros



clientes. **ELK SPORT EVENTS** se convierte así en un referente de innovación y calidad en la organización de eventos deportivos, recreativos y culturales, donde la experiencia del cliente es el eje principal y cada evento es único y memorable.

Además, nuestro emprendimiento se adapta constantemente a las tendencias del mercado y a las necesidades emergentes, ofreciendo servicios más accesibles y sostenibles, como la implementación de actividades y eventos ecológicos y el uso de tecnología para la medición del impacto social y ambiental de nuestros proyectos. Esta capacidad de adaptación y mejora continua es lo que nos permite destacar y garantizar la satisfacción del cliente y su fidelidad a largo plazo.

De este modo, **ELK SPORT EVENTS** no solo resuelve el problema de la falta de eventos bien estructurados y personalizados, sino que también ofrece un valor agregado a través de una experiencia integral saludable que va más allá del deporte y la recreación, tocando aspectos de bienestar, cultura y desarrollo personal.

Eventos Deportivos: Organización y gestión de competencias y exhibiciones en deportes como fútbol, natación, ciclismo, atletismo y triatlón. Esto podría incluir desde torneos amateurs hasta eventos más profesionales, adaptándose a diferentes niveles y audiencias.

Actividades Empresariales: Diseño y ejecución de actividades de team-building, jornadas recreativas y eventos corporativos que utilicen el deporte y la actividad física como herramientas para mejorar el clima laboral, la productividad y el bienestar de los empleados. Estas actividades podrían incluir retos deportivos adaptados, juegos recreativos y programas de bienestar integral.



Actividades deportivas-recreativas y entrenamientos funcionales, personales y

grupales: Ofrecer una amplia gama de actividades para el público general, como clases grupales de diferentes disciplinas (ej. aeróbicos, funcional), programas de iniciación deportiva, campamentos recreativos y eventos temáticos relacionados con la actividad física y la salud.

Propuesta de valor según modelo canvas

ELK SPORT EVENTS ofrece una propuesta de valor integral que combina entrenamientos funcionales personalizados y grupales, clases de baile y eventos recreativos, así como actividades físicas adaptadas a niños, adultos y adultos mayores. Además, brinda servicios especializados para empresas orientados al bienestar laboral, promoviendo un estilo de vida saludable y la mejora del clima organizacional.

Esta propuesta se diferencia por su enfoque holístico, que no solo busca la mejora física de los participantes, sino también su bienestar emocional y social, fomentando la integración, el trabajo en equipo y el desarrollo personal a través del deporte y la recreación. La personalización de los entrenamientos y la adaptación a diferentes grupos etarios permiten atender las necesidades específicas de cada segmento de clientes, aumentando la satisfacción y fidelización.

Asimismo, ELK SPORT EVENTS incorpora tecnologías innovadoras y metodologías activas para optimizar la experiencia del usuario y facilitar el seguimiento de sus progresos. La



oferta se complementa con alianzas estratégicas con marcas deportivas y patrocinadores, lo que amplía el alcance y la calidad de los servicios.

CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

Segmento de mercado: Según Zendesk México (2020), consiste en dividir el mercado total en grupos más pequeños y homogéneos, cuyos miembros comparten características y comportamientos similares. Esto permite a las empresas diseñar estrategias más efectivas y personalizadas, aumentando la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio.

ELK SPORT EVENTS dirige sus servicios a un público amplio y diverso en Colombia, incluyendo figuras públicas, deportistas, familias, empresas, niños, jóvenes, mujeres, hombres, adultos mayores y personas con discapacidad. La segmentación geográfica se centra en Bogotá, especialmente en zonas como Chapinero y escenarios deportivos y públicos. Demográficamente, abarca todas las edades, géneros y niveles socioeconómicos del 1 al 4, atendiendo sectores deportivos, recreativos, organizadores de eventos y empresas corporativas.

Geográficos

- Bogotá
- Chapinero
- Escenarios deportivos y públicos



Demográficos

- Todas las edades
- Mujeres, hombres y otros
- Nivel socioeconómico del 1 al 4

Industria

- Sector deportivo y recreativo
- Organizaciones de eventos y logísticos
- Empresas corporativas

Conductual

- Participantes recurrentes que buscan entrenamientos funcionales personalizados y grupales.
- Usuarios que asisten a eventos recreativos y clases de baile en ocasiones especiales o estacionales.
- Empresas que requieren programas de bienestar laboral y eventos corporativos periódicos.

Psicográfica

- Vida activa y saludable.
- Trabajo en equipo y desarrollo de habilidades sociales.
- Inclusión y participación comunitaria.



- Búsqueda de experiencias recreativas que fomenten la diversión y la cohesión familiar.

Está dirigido a un amplio y diverso público en Colombia, ofreciendo servicios adaptados a las necesidades de diferentes grupos poblacionales. Nos enfocamos en proporcionar experiencias únicas que fomenten la integración, el bienestar y el desarrollo social, siempre con un enfoque inclusivo y personalizado.

También trabajamos estrechamente con empresas y organizaciones para ofrecer programas de integración, bienestar laboral y eventos corporativos. Estos eventos están diseñados para fortalecer las relaciones interpersonales dentro de los equipos de trabajo, fomentar el trabajo en equipo y mejorar el clima laboral. Entendemos la importancia de la unidad familiar y social, por eso ofrecemos experiencias diseñadas para fortalecer la convivencia y el entretenimiento. Creamos eventos que permiten a las familias y grupos disfrutar juntos de actividades deportivas y recreativas que fomentan el trabajo en equipo, la diversión y el fortalecimiento de los lazos familiares y sociales. Estas actividades permiten crear recuerdos y promover la cohesión familiar en un entorno divertido y saludable.

como el trabajo en equipo y la disciplina, y se mantengan activos de manera saludable.



Figura 2. Ubicación geográfica



Demográficamente, Bogotá cuenta con una población diversa que abarca personas de todas las edades, desde niños de 6 años hasta adultos de 56 años. Esta variedad de edades permite a **ELK SPORT EVENTS** diseñar actividades y eventos personalizados para distintos grupos de edad, cubriendo un amplio espectro que incluye tanto a niños y jóvenes que necesitan actividades recreativas y educativas, como a adultos que buscan mejorar su salud física y bienestar social, o bien fortalecer las relaciones interpersonales a través de eventos corporativos o familiares.

TIPO DE SEGMENTO

ELK SPORT EVENTS se enfoca en un mercado segmentado, atendiendo a diversos grupos con necesidades específicas y características particulares. La empresa diseña eventos deportivos y recreativos adaptados a distintos segmentos de clientes, tales como:

- Niños y jóvenes: buscan actividades que favorezcan el aprendizaje, la socialización y el desarrollo físico y emocional a través del deporte y la recreación.



- Adultos y familias: interesados en programas que promuevan el bienestar integral, la cohesión familiar y la convivencia saludable mediante experiencias deportivas y recreativas.
- Empresas: requieren eventos corporativos orientados a fortalecer el trabajo en equipo, mejorar el clima laboral y fomentar la integración entre sus colaboradores.
- Personas con discapacidad: necesitan actividades inclusivas y adaptadas que faciliten su participación, promoviendo la integración social y la igualdad de oportunidades.

Al segmentar el mercado de esta manera, ELK SPORT EVENTS puede diseñar y ofrecer experiencias personalizadas para cada grupo, asegurando que las necesidades y expectativas de todos sus clientes sean cubiertas de forma eficiente y efectiva. Esta estrategia permite maximizar la satisfacción, fidelización y el impacto positivo en la comunidad.

CAPITULO III: CANALES

Según Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), estos canales son fundamentales para generar confianza y ofrecer valor a lo largo de todo el proceso de compra y postventa. La integración de canales tradicionales y digitales permite a las empresas adaptarse a las nuevas expectativas del consumidor, optimizando la experiencia y fortaleciendo la relación con el cliente. De esta manera, los canales de distribución juegan un papel clave en el éxito y la sostenibilidad de los modelos de negocio modernos.



FASES DE CANAL:

Canal de percepción: Tiene como objetivo aumentar la visibilidad y el reconocimiento de nuestra marca, así como generar interés en nuestros eventos deportivos, recreativos y culturales. Utilizaremos redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok) y nuestra página web como los principales canales de información. A través de videos promocionales, publicaciones visuales e interactivas sobre nuestros servicios, vamos a dar a conocer el tipo de eventos que organizamos y sus beneficios. En nuestras redes sociales, reforzaremos nuestra imagen corporativa, presentando el logo, el slogan "Pasión por el deporte y por tu vida", y contenidos relacionados con las experiencias deportivas que ofrecemos. Este canal cumple con la función de dar a conocer nuestros servicios y crear una primera impresión positiva en los clientes potenciales.

Canal de evaluación: permite a los clientes potenciales evaluar la propuesta de valor de nuestra empresa antes de decidirse por participar en un evento. A través de nuestra página web, los clientes podrán acceder a un enlace para dejar reseñas sobre eventos anteriores. Además, crearemos encuestas de satisfacción y habilitaremos enlaces para que puedan calificar nuestras actividades en plataformas como Google My Business y nuestras redes sociales. Estos comentarios y valoraciones ayudarán a nuestros clientes a evaluar la calidad de nuestros servicios y les brindarán la confianza necesaria para tomar decisiones informadas. Este canal cumple con la función de facilitar la evaluación de la propuesta de valor de nuestros servicios.



Canal de compra: Debe ser fácil de usar y seguro. Los clientes podrán reservar y pagar por sus entradas a los eventos deportivos, recreativos y culturales a través de nuestra página web o plataformas de pago móvil (como PayPal, PSE, tarjetas de crédito/débito). Ofreceremos la opción de pago online en la web y también permitir la reserva telefónica, para aquellos clientes que prefieran no hacer pagos en línea. La compra de nuestros eventos estará disponible a través de un sistema de reservas sencillo y totalmente digital. Este canal tiene como función facilitar el proceso de compra, haciendo que los clientes puedan adquirir nuestros servicios de manera rápida y eficiente.

Canal de entrega: Es el medio a través del cual entregamos nuestra propuesta de valor: los eventos deportivos y recreativos. Los eventos se realizarán en escenarios deportivos privados ubicados en distintas zonas de Bogotá y otras ciudades, disponibles todos los días de 9 AM a 4 PM. Los clientes recibirán información detallada sobre la ubicación exacta de los eventos a través de nuestra página web y redes sociales.

Canal posventa: En actividades físicas y recreativas se refiere a los medios y acciones que usas para mantener la relación con tus usuarios después de que han accedido a tu servicio. Esto es clave para fidelizarlos, mejorar la experiencia y recibir retroalimentación.

Ejemplos de canales posventa: El servicio posventa es una etapa fundamental en la experiencia del cliente, ya que permite mantener el contacto, evaluar la satisfacción y fomentar la fidelización a largo plazo. Para ELK SPORT EVENTS, implementar canales



efectivos de posventa es clave para asegurar que los participantes se sientan acompañados, valorados y motivados a continuar con sus actividades deportivas y recreativas. A continuación, se presentan algunas herramientas y estrategias que pueden utilizarse para optimizar esta etapa y generar una relación duradera y positiva con los clientes:

1. Encuestas de satisfacción

Presenciales o digitales (Google Forms, WhatsApp).

Evalúan calidad del servicio, instalaciones, trato, resultados, etc.

2. Seguimiento personalizado

Llamadas o mensajes para saber cómo se han sentido después de las sesiones.

Recomendaciones personalizadas (rutinas, alimentación, descanso).

3. Grupos de WhatsApp o Telegram

Compartes horarios, consejos de salud, promociones, fotos de actividades, etc.

4. Boletines digitales / Redes sociales

Correos o publicaciones con tips, avances de los participantes, noticias del grupo.

5. Programas de fidelización

Descuentos, membresías, referidos, clases gratuitas por asistencia continua.

6. Atención a quejas o sugerencia



Tener un canal claro para resolver problemas de forma rápida y cordial.

7. Certificados o reconocimiento

Recompensar el esfuerzo y participación constante con diplomas o menciones.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

La relación con clientes se refiere a las interacciones que una empresa establece con sus clientes, con el objetivo de construir y mantener una relación a largo plazo. Esto incluye estrategias para atraer nuevos clientes, mantener los existentes y, sobre todo, aumentar la satisfacción y la lealtad. Según Philip Kotler 1999, un autor ampliamente reconocido en marketing, la relación con clientes es una forma de "gestionar la interacción entre la empresa y los clientes a lo largo del ciclo de vida del cliente, para maximizar el valor para ambas partes". Kotler destaca que, en la actualidad, las empresas deben ir más allá de la venta transaccional y buscar crear una experiencia significativa para los clientes, apoyándose en la personalización y la atención continua.

En **ELK SPORT EVENTS**, la fidelización de clientes es fundamental para garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo. Fidelizar a nuestros clientes no solo significa mantenerlos satisfechos, sino también fortalecer su lealtad hacia la marca. Para lograr este objetivo, implementaremos una serie de estrategias que nos permitan ofrecer valor constante, recompensar su preferencia y fomentar una relación duradera.



Una estrategia eficaz para fidelizar clientes es celebrar sus momentos especiales. Ofrecer un bono de cumpleaños a nuestros clientes es una excelente manera de fortalecer la relación con ellos. Este bono podría consistir en descuentos exclusivos, invitaciones a eventos especiales o incluso una actividad deportiva gratuita durante el mes de su cumpleaños. Esta acción no solo demuestra que valoramos a nuestros clientes, sino que también los incentiva a seguir eligiendo nuestros servicios. Además, el bono de cumpleaños se convierte en un recuerdo positivo asociado con la marca, lo que aumenta la probabilidad de que vuelvan a contratarnos en el futuro.

Brindar una atención personalizada a nuestros clientes, especialmente en la planificación y organización de sus eventos, es clave para mantenerlos satisfechos y leales. Esto incluye escuchar sus necesidades específicas, ofrecer recomendaciones personalizadas sobre actividades y asegurar que se sientan atendidos en todo momento. Clientes satisfechos con una experiencia personalizada son mucho más propensos a regresar y a recomendarnos a otras personas.

Para incentivar la fidelidad, implementaremos un programa de recompensas que permita a nuestros clientes acumular puntos cada vez que participen en uno de nuestros eventos o recomienden nuestros servicios. Los puntos acumulados pueden canjearse por descuentos en futuros eventos o por servicios adicionales, como una actividad especial o material deportivo. Este tipo de estrategia también fomenta el boca a boca, ya que los clientes satisfechos tienen un incentivo para compartir nuestra marca con sus amigos y familiares.



Mantener a nuestros clientes comprometidos con la marca implica actualizar constantemente nuestros servicios y adaptarlos a sus nuevas necesidades. Para ello, realizaremos encuestas periódicas para conocer sus opiniones y sugerencias sobre los eventos que ofrecemos. Esta retroalimentación nos ayudará a mejorar la calidad de los servicios y a ofrecer nuevas actividades que mantengan la oferta fresca y atractiva.

Estas estrategias de fidelización no solo buscan aumentar el número de clientes recurrentes, sino también fortalecer la relación emocional con ellos. Al ofrecerles un trato personalizado, recompensar su lealtad y mantenerlos involucrados con nuestra oferta, garantizamos que **ELK SPORT EVENTS** no solo será una opción atractiva en el presente, sino una empresa a la que nuestros clientes elegirán nuevamente en el futuro.

Asistencia Personalizada: Ofrecer un trato directo y personalizado a los clientes, entendiendo sus necesidades específicas y adaptando los servicios a sus requerimientos. Esto puede incluir reuniones previas a los eventos, seguimiento durante la ejecución y encuestas de satisfacción posteriores.

Comunidad ELK SPORT EVENTS (Creación Colectiva): Fomentar la creación de una comunidad en torno a ELK SPORT EVENTS, donde empleados, estudiantes, deportistas y otros clientes puedan interactuar, compartir experiencias, dar ideas y participar en la creación de nuevas actividades y eventos. Esto se puede lograr a través de grupos en redes sociales, foros en la página web o eventos exclusivos para la comunidad.



Atención al Cliente Multicanal: Ofrecer diferentes canales de comunicación para que los clientes puedan contactarlos fácilmente (teléfono, correo electrónico, redes sociales, chat en la web).

CAPITULO V: INGRESOS

Según Mercatelly (2024), los canales de distribución son vías esenciales que permiten que los productos y servicios lleguen desde el productor hasta el consumidor final. En la actualidad, estos canales combinan métodos tradicionales y digitales para ofrecer una interacción más directa y personalizada, lo que influye significativamente en la satisfacción del cliente y el éxito comercial. La selección adecuada de estos canales debe estar alineada con el modelo de negocio y las expectativas del mercado para maximizar la cobertura y eficiencia.

Hemos adoptado este modelo de clasificación para estructurar nuestras fuentes de ingreso.

Estas se dividen en:

- **Ingresos recurrentes:** Este tipo de ingreso será generado a través de membresías o suscripciones que permitan a los participantes acceder a actividades continuas, tales como clases grupales, programas deportivos personalizados y entrenamientos especializados. Las mensualidades representan una fuente estable de ingresos que asegura la sostenibilidad financiera del negocio.
- **Ingresos por transacciones:** Los ingresos por inscripción se obtendrán mediante pagos únicos realizados por los clientes para participar en eventos específicos organizados por nuestra empresa. Estos eventos incluyen torneos deportivos, actividades ecoturísticas, campamentos recreativos, jornadas empresariales y



actividades temáticas. Este tipo de ingreso nos permite captar -nuevos clientes y generar flujo de caja adicional.

La combinación de estos dos tipos de ingresos nos permitirá diversificar nuestras fuentes financieras y adaptarnos- a las necesidades del mercado, garantizando tanto estabilidad como flexibilidad económica para el crecimiento sostenible del negocio.

Ofrecemos servicios personalizados y grupales para niños, adultos, adultos mayores, deportistas y empresas en la localidad de Chapinero

Tabla No.5 Lista de precios de entrenamiento personalizado, clases de baile, eventos deportivos y eventos recreativos

Modalidad	Duración	Precio base	Mensualidad (3 sesiones/semana)
Entrenamiento personalizado	2 horas	\$35.000	\$420.000
Clases de baile	2 horas	\$25.000	\$300.000
Eventos deportivos	Precio base por persona \$30.000		
Eventos recreativos	Precio base por persona \$50.000		

Tabla No. 6 Promedio I Semestre

Entrenamiento personalizado	80
Clases de baile	80
Eventos deportivos	80
Eventos recreativos	80
PROMEDIO	93.506.880



Tabla.7 Ingresos mensuales

DESCRIPCIÓN	Precio (Mensual)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Entrenamiento personalizado	\$420.000	11	15	17	18	17	24	28	19	18	20	18	23
Clases de baile	\$300.000	12	14	16	17	20	25	24	17	19	21	19	24
Eventos deportivos	\$30.000	18	25	21	22	24	31	43	27	31	28	40	50
Eventos recreativos	\$50.000	17	24	22	23	24	31	43	27	31	30	42	46
Total servicios		58	78	76	80	85	111	138	90	99	99	119	143
Ingresos del primer año	\$800.000	\$9.610.00 0	\$12.450.00 0	\$13.670.00 0	\$14.470.00 0	\$15.060.00 0	\$20.060.00 0	\$22.400.00 0	\$15.240.00 0	\$15.740.00 0	\$17.040.00 0	\$16.560.00 0	\$20.660.000

La tabla presenta los ingresos mensuales de un negocio que ofrece cuatro servicios principales: entrenamiento personalizado, clases de baile, eventos deportivos y eventos recreativos, cada uno con un precio mensual fijo. Durante el primer año, se observa un crecimiento notable en la demanda de servicios, especialmente en junio, julio y diciembre, donde los totales mensuales alcanzan sus picos (111, 138 y 143 servicios, respectivamente). Los eventos deportivos y recreativos son los más populares, con un aumento significativo en julio y diciembre, posiblemente debido a temporadas vacacionales o festivas. Los ingresos acumulados reflejan esta tendencia, con julio y diciembre como los meses de mayores ganancias (22.400.000 y 22.400.000y20.660.000, respectivamente). Sin embargo, en meses como enero y febrero, la demanda es menor, lo que sugiere estacionalidad en el negocio. En general, el primer año muestra un desempeño financiero sólido, con oportunidades para optimizar estrategias en los meses de menor actividad.

Tabla No.8 Promedio II Semestre

Producto servicio	Precio	Ventas	Ingresos
Entrenamiento personalizado	\$420,000	19	\$7,980,000
Clases de baile	\$300.000	19	\$5,700,000
Eventos deportivos	\$30.000	30	\$900,000
Eventos recreativos	\$50.000	30	\$1.500.000
Total ingresos			\$16,080,000

Considerando el análisis del cuadro adjunto, se evidencia que el incremento en el reconocimiento de la marca no se traduce directamente en un aumento proporcional del flujo de usuarios de nuestros servicios. Con un total de ingresos de \$16,080,000.

Para nuestro modelo de negocio, centrado en la emprendimiento e innovación en la facultad de cultura física, deporte y recreación, hemos decidido enfocarnos en las primas de suscripción como forma principal de generación de ingresos. Esta elección se basa en la conveniencia de ofrecer un servicio continuo a los clientes, quienes pagarán mensualmente por acceder a nuestros servicios.

Para definir el precio de estas suscripciones, consideraremos estrategias como la fijación de precios basada en el valor percibido, que se centra en el beneficio que los clientes obtienen del servicio, y la competitiva, que nos permite mantenernos alineados con los precios del mercado. Además, ofreceremos opciones escalonadas para adaptarnos a diferentes segmentos de clientes y presupuestos, asegurando así una mayor aceptación y lealtad del cliente.

CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Según Michael Porter (1980), las asociaciones estratégicas son cruciales para optimizar las operaciones y reducir riesgos, ya que permiten a las empresas acceder a nuevos recursos y mejorar su posición competitiva dentro de su industria. Además, estas alianzas pueden influir en la cadena de valor de una empresa, permitiendo una mejor gestión de costos y una mayor eficiencia operativa.



En el contexto de ELK SPORT EVENTS, las asociaciones clave son fundamentales para garantizar la calidad, la eficiencia y la sostenibilidad de nuestros servicios. Para entender la función de nuestra empresa, es necesario detallar con quiénes nos asociamos y cómo estas relaciones benefician nuestras operaciones.

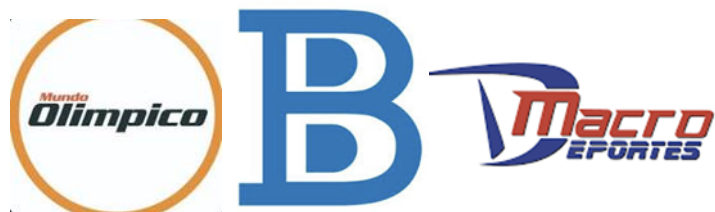
ELK SPORT EVENTS funciona para diseñar, organizar y ejecutar actividades y eventos deportivos, recreativos, de actividad física, enfocados en promover la salud, el bienestar y la integración social de las personas. Para lograr esto, necesitamos una red de socios que nos proporcionen recursos y apoyo.

Asociaciones Clave de ELK SPORT EVENTS: son cruciales para asegurar la calidad, eficiencia y sostenibilidad de sus eventos. Estas asociaciones incluyen:

sostenibilidad de sus eventos. Estas asociaciones incluyen:

Tabla No. 9 – 13 Asociaciones

Proveedores de Implementos Deportivos



Beneficios: Adquisición de recursos y actividades particulares y Optimización de economía en escala. Estas relaciones son fundamentales para asegurar la disponibilidad de equipos de alta



calidad y a precios competitivos, lo cual es crucial para la realización de eventos deportivos y recreativos.

Lugares y Espacios para Eventos

Parque Nacional, PRD, Fiesta empresarial, Melgar, Uno 17

Beneficios: Adquisición de recursos y actividades particulares y Optimización de economía en escala

Lugares y Espacios para Eventos

AXA Colpatria como Aseguradora para ELK SPORT EVENTS AXA Colpatria es una aseguradora reconocida en Colombia con una amplia gama de productos y servicios, incluyendo seguros para eventos y actividades deportivas.

Beneficios: Reducción de riesgo e incertidumbre

Proveedores de Implementos Deportivos





Beneficios: Adquisición de recursos y actividades particulares y Optimización de economía en escala. Estas alianzas reducen costos operativos y refuerzan la imagen de ELK SPORT EVENTS al asociarse con marcas que promueven la salud y el bienestar.

Empresa	Descripción	Beneficios
Acqua Fitness	Centro especializado en entrenamiento acuático y acondicionamiento físico.	Acceso a instalaciones adecuadas, gestión de programas de salud física y psicológica, uso de tecnologías especializadas y ayuda en la logística de eventos acuáticos.
Acqua Board	Centro de entrenamiento en medio acuático, enfocado en ejercicios de equilibrio, resistencia y rehabilitación.	Espacios para actividades que promuevan el bienestar físico y mental, acceso a tablas especiales y materiales deportivos, disminución de costos y optimización de actividades.
Winkeventos	Empresa especializada en la organización y producción de eventos empresariales, deportivos y sociales.	Ayuda logística completa, suministro de mobiliario, coordinación del cronograma de actividades y experiencias comprobadas en eventos corporativos.



Gd	Empresa dedicada a la	Integración de espectáculos y actividades
Entertainment	producción de experiencias	lúdicas, creación de experiencias
	interactivas y entretenimiento	inolvidables y apoyo de personal
	en vivo.	especializado en dinámicas recreativas.

Además de las asociaciones clave ya mencionadas, ELK SPORT EVENTS buscaremos establecer alianzas estratégicas que permitan expandir su alcance, mejorar la calidad de sus servicios y desarrollar nuevos negocios. Estas alianzas se clasifican en las siguientes categorías:

Motivadores y Beneficios para los Clientes que se Inscriban: Para incentivar la inscripción de clientes en nuestros eventos, ELK SPORT EVENTS ofrecerá una serie de motivadores y beneficios, que incluyen:

Bonificación en una marca de ropa deportiva: Descuentos especiales en la compra de ropa deportiva de marcas asociadas.

Suplementación: Regalo de muestras o descuentos en la compra de suplementos nutricionales de marcas aliadas.

Salidas: Sorteos de entradas para eventos deportivos o culturales, o descuentos en actividades recreativas.

Entrenamientos: Sesiones gratuitas de entrenamiento personalizado o clases grupales en gimnasios asociados.



Estos motivadores y beneficios buscan atraer a nuevos clientes, fidelizar a los existentes y mejorar la experiencia general de participación en nuestras actividades y eventos. Al integrar estas estrategias, ELK SPORT EVENTS no solo fortalecerá sus asociaciones clave, sino que también ofrecerá un valor agregado a sus clientes, asegurando su satisfacción y lealtad a largo plazo.

Desde la perspectiva del modelo de negocio, estas alianzas estratégicas con marcas y proveedores clave permiten a ELK SPORT EVENTS fortalecer su propuesta de valor, ampliar su red de contactos y optimizar recursos, al tiempo que ofrece un valor agregado tangible a sus clientes. Los socios ganan visibilidad y acceso a nuevos mercados, mientras que ELK SPORT EVENTS incrementa su competitividad y capacidad para generar experiencias diferenciadoras. Así, ambas partes se benefician: los clientes reciben incentivos que mejoran su satisfacción y compromiso, y la empresa consolida su posicionamiento y sostenibilidad en el sector deportivo y recreativo.

CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES

Los recursos clave son los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione. Pueden ser físicos, intelectuales, humanos o financieros. Según Osterwalder (2010), estos recursos permiten a la empresa crear y ofrecer una propuesta de valor, alcanzar mercados, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos.

1. **Recursos Técnicos:** Los recursos técnicos son aquellos bienes tangibles y medibles que forman parte del patrimonio de una empresa y que son indispensables para el desarrollo de sus actividades productivas. Incluyen maquinaria, herramientas, instalaciones, vehículos y materias primas, los cuales sostienen materialmente el proceso



productivo y pueden influir en la eficiencia y calidad del producto o servicio ofrecido

(Visual México, 2024)

Tabla No.14 Recursos técnicos

Implementos	Cantidad	Valor Total	Meses A Depreciar	Costo Mensual
Balones Fútbol	30	\$ 2.400.000	48	\$50.000
Bolsas para 8 balones	4	\$ 336.000	48	\$7.000
Pitos	4	\$ 48.000	24	\$2.000
Escalera de entrenamiento	2	\$ 120.000	48	\$2.500
Conos de entrenamiento 10 cm lote de 40	2	\$ 180.000	48	\$3.750
Conos de entrenamiento 15cm lote de 6	4	\$ 168.000	48	\$3.500
Petos Colores	3	\$ 510.000	48	\$10.625
Aros Colores	30	\$ 1.050.000	48	\$21.875
Paracaidas de entrenamiento	4	\$ 398.400	48	\$8.300
Bolsa trineo arrastre	4	\$ 560.000	48	\$11.667
Tabla desliante patinaje litio	2	\$ 280.000	48	\$5.833
Cinturon de postura patinaje	4	\$ 200.000	48	\$4.167
Totales		\$ 6.250.400		\$131.217

Los recursos físicos son los bienes tangibles que una empresa necesita para operar día a día. Estos incluyen desde las instalaciones y equipos hasta el mobiliario y los espacios de trabajo. Como señala Daft (2018), sin estos elementos, sería imposible llevar a cabo los procesos clave de la organización, ya que son la base material que sostiene toda la operación.



En concreto, dentro de los costos fijos del negocio, destacan los arriendos del local principal y de los espacios para eventos. Según los datos de la Tabla No. 15, estos rubros suman \$3.216.000 mensuales, un monto significativo que refleja la importancia de gestionar eficientemente estos recursos para mantener la estabilidad financiera de la empresa.

Tabla No. 15 Recursos físicos

Locaciones	Valor total
ARRIENDO LOCAL	\$ 2.000.000
ARRIENDO EVENTOS	\$ 1.216.000
Total	\$ 3.216.000

Los recursos tecnológicos, como computadores y celulares, son vitales para optimizar procesos y mejorar la competitividad (Laudon & Laudon, 2020). El negocio invirtió \$3.272.000 en un portátil y dos móviles (Tabla 16), que, depreciados en 48 meses, generan un costo fijo mensual de \$68.167.

Tabla No. 16 Recursos Tecnológicos

Recursos	Cantidad	Valor total	Meses Por Depreciar	Costo Mensual
Computador portatil	1	\$ 1.600.000	48	\$33.333
Celular	2	\$ 1.672.000	48	\$34.833
		\$		
Total	3.272.000			\$68.167



3. **Recursos humanos** Pfeffer (1994), Barney y Wright (2019) destacan la importancia de los recursos humanos como generadores de ventajas competitivas sostenibles.

Tabla No. 17 Recursos humanos

Talento humano	Cantidad	Valor Total
ADMINISTRADOR	1	\$ 2.000.000
CONTADOR	1	\$ 600.000
COORDINADOR	1	\$ 1.200.000
ENTRENADORES	4	\$ 3.600.000
MONITORES	1	\$ 600.000
Total	\$	8.000.000

4. **Recursos económicos:** Brigham y Ehrhardt (2016) definen los recursos económicos como el conjunto de activos financieros que permiten a la empresa financiar sus operaciones, invertir en nuevos proyectos y generar valor para los accionistas.

Tabla No. 18 Recursos económicos

Tipo de recursos	Valor total
Físicos	\$3.216.000
Intelectuales	\$1.450.000
Humanos	\$ 8.000.000
Subtotal inversión	\$12.666.000
Imprevistos (15%)	\$1.959.600
Inversión inicial	\$14.625.000
Total	



NOTA: En los recursos técnicos y tecnológicos, el costo mensual se incluye como parte de los costos fijos mediante la depreciación.

La tabla detalla la inversión inicial requerida para un proyecto, clasificando los recursos en físicos, intelectuales y humanos, con valores de 4.714.000, 4.714.000, 1.450.000 y 6.900.000 respectivamente. Estos suman un subtotal de 6.900.000 respectivamente. Estos suman un subtotal de 13.064.000, que representa la base de la inversión. Además, se incluye un 15% para imprevistos (1.959.600), lo que eleva el total a 15.023.600, lo que eleva el total a 15.023.600. Este enfoque refleja una planificación financiera prudente, al anticipar posibles gastos no previstos. Los recursos humanos constituyen el mayor gasto, lo que sugiere que el proyecto depende en gran medida de mano de obra o talento especializado. La inclusión de imprevistos demuestra un enfoque realista y preparado para contingencias, asegurando que el proyecto cuente con los fondos necesarios para su implementación exitosa.



CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave son las tareas más importantes que una empresa debe realizar para que su modelo de negocio funcione. Estas actividades permiten desarrollar la propuesta de valor, llegar a los clientes, mantener relaciones con ellos y generar ingresos. Según Osterwalder (2010), estas actividades varían dependiendo del tipo de negocio y pueden incluir producción, resolución de problemas, gestión de plataformas o redes, entre otras.

En ELK SPORT EVENTS, las actividades clave se enfocan principalmente en la resolución de problemas relacionados con la organización de eventos deportivos, recreativos y de bienestar empresarial, así como en la prestación de servicios de entrenamiento físico personalizado y grupal. Además, se desarrollan actividades administrativas y estratégicas que garantizan el funcionamiento eficiente de la empresa y contribuyen a la creación de valor sostenible a largo plazo. Esta combinación integral permite a la organización ofrecer servicios de calidad mientras fortalece su posición en el mercado.



Tabla No. 19 Actividades comerciales y estratégicas

Actividad clave	Descripción
Gestión de alianzas estratégicas	Coordinación y mantenimiento de relaciones con aliados como Acqua Fitness, Winkeventos, etc.
Gestión de proveedores	Selección y manejo de relaciones con empresas de logística, seguros, tecnología y otros recursos
Campañas de marketing y publicidad.	Desarrollo de contenidos para redes sociales, alianzas con influencers y promoción digital
Optimización de operaciones	Uso de tecnologías externas (de aliados) para mejorar procesos y reducir costos.
Atención y fidelización del cliente	Seguimiento personalizado, servicio post evento, promociones y programas de lealtad.

0

Figura No. 3 Plan eventos deportivos





Diseño de Programas de Entrenamiento Personalizado: El diseño de programas de entrenamiento personalizado es una de las claves en la prestación de



servicios deportivos de calidad. Según Catapult (2024), un enfoque personalizado considera los puntos fuertes, debilidades y objetivos específicos de cada deportista, garantizando que el entrenamiento sea preciso y maximice el potencial del usuario. Además, la incorporación de tecnologías avanzadas, como dispositivos portátiles y análisis de datos biométricos, permite ajustar continuamente los programas para optimizar resultados y minimizar riesgos de lesiones (APTA Vital Sport, 2024). Esta tendencia hacia la personalización y adaptación constante está marcando una evolución significativa en el ámbito del fitness y el entrenamiento deportivo.

Evaluación Física y Seguimiento de Clientes: La evaluación física y el seguimiento continuo de los clientes son fundamentales para medir el progreso y ajustar los entrenamientos. Según Pérez et al. (2017), la evaluación permite conocer el estado inicial del cliente, lo que facilita la creación de un plan de trabajo adecuado. Además, el seguimiento periódico es crucial para ajustar las cargas de trabajo y prevenir lesiones, asegurando que los resultados sean sostenibles y progresivos. Este proceso de evaluación continua es también esencial para la motivación del cliente, ya que les permite ver su progreso y mantenerse enfocados en sus objetivos (Martínez, 2019).

Creación de Contenido Educativo sobre Entrenamiento y Nutrición: La creación de contenido educativo sobre entrenamiento y nutrición es un componente esencial en la promoción de hábitos saludables. Según Smith y Williams (2018), el contenido educativo proporciona a los clientes información valiosa que les ayuda a tomar decisiones informadas sobre su bienestar físico. Esto



incluye consejos sobre la realización de ejercicios, técnicas de entrenamiento y principios básicos de nutrición. Además, un enfoque educativo fortalece la relación entre el entrenador y el cliente, generando confianza y empoderamiento (Johnson, 2020).

Promoción y Marketing en Redes Sociales: Promoción y marketing en redes sociales se ha convertido en una herramienta fundamental para atraer y retener clientes en el sector del fitness. Según López (2019), las redes sociales son una plataforma poderosa para generar visibilidad y conexión con los potenciales clientes. El marketing digital permite crear campañas segmentadas, lo que incrementa la eficacia de las promociones y permite un contacto más directo con la audiencia objetivo. Además, la presencia en redes sociales también contribuye a la construcción de una comunidad en torno a la marca, lo que fortalece la fidelidad de los clientes (González, 2021).

Gestión de Clientes y Asesoramiento Personalizado: La gestión de clientes y el asesoramiento personalizado son aspectos clave para el éxito de cualquier empresa en el sector del fitness. Según Díaz y Herrera (2017), el asesoramiento personalizado implica entender las necesidades y preferencias de cada cliente, lo que permite ofrecer soluciones más efectivas. Además, una correcta gestión de la relación con los clientes, mediante el uso de sistemas de gestión de clientes, facilita el seguimiento y mejora la experiencia del cliente a lo largo del tiempo. Esto contribuye a la fidelización y satisfacción de los usuarios (Fernández, 2020).



Colaboraciones con Marcas y Empresas del Sector Fitness: Las

colaboraciones con marcas y empresas del sector fitness son una estrategia importante para expandir la oferta de servicios y aumentar la visibilidad de la empresa. Según Martínez y Pérez (2019), al asociarse con marcas de renombre, las empresas de eventos deportivos pueden beneficiarse de la reputación y el alcance de estas marcas, lo que incrementa su credibilidad y atractivo para los clientes. Además, las colaboraciones permiten acceder a nuevos recursos y oportunidades de negocio, como el patrocinio de eventos o el suministro de productos y servicios complementarios (González y Hernández, 2020).

Organización de Eventos y Talleres Deportivos: La organización de eventos

y talleres deportivos es una de las actividades clave de ELK SPORT EVENTS. Según Rodríguez et al. (2014), la organización de eventos deportivos requiere una planificación meticulosa que incluya la logística, la promoción, la gestión de participantes y la seguridad. La ejecución exitosa de estos eventos depende de la coordinación efectiva de todos estos elementos, lo que garantiza una experiencia positiva tanto para los participantes como para los organizadores. Además, los talleres deportivos ofrecen una excelente oportunidad para compartir conocimientos y fomentar la comunidad en torno al deporte (Torres, 2018).

Desarrollo y Mejora de Servicios de Entrenamiento: El desarrollo y mejora

continua de los servicios de entrenamiento es esencial para mantener la competitividad en el sector del fitness. Según García y López (2016), la innovación



en los servicios de entrenamiento, como la incorporación de nuevas tecnologías o metodologías de entrenamiento, permite ofrecer una experiencia única y efectiva a los clientes. Además, la retroalimentación constante de los clientes, combinada con el análisis de tendencias en el mercado, facilita la mejora continua de los programas de entrenamiento, asegurando que siempre se cumplan las expectativas y necesidades del cliente (Hernández, 2020)



Figura No. 4 Diseño de competencia deportiva

ELK
SPORT EVENTS

DISEÑO DE COMPETENCIA DEPORTIVA: CAMPEONATO RELÁMPAGO MIXTO

Nombre del evento
Campeonato relámpago mixto ELK Eventos deportivos
Fomentar la integración, el respeto y el trabajo en equipo a través de una competencia deportiva mixta de eliminación directa.

Cronograma del Evento

- Hora de inicio: 9:00 am
- Hora de finalización: 12:00 p.m.
- Cada partido durará un máximo de 10 minutos.
- Descanso de 5 minutos entre partidos

Participantes

- Personas de diferentes niveles deportivos, integradas en equipos mixtos.
- Número estimado de participantes: 32
- Número de equipos: 8 (de 4 integrantes cada uno)

Modalidad presencial

- Eliminación directa (quien pierde, queda fuera del torneo)
- Cada partido será a un solo conjunto de 15 puntos o 10 minutos de duración, lo que sucederá primero.

Roles Asignados

- Árbitros voluntarios capacitados: 2
- Coordinador del torneo: 1
- Carga de hidratación: 1
- Personal de primeros auxiliares: 1

Reglamento General

- Equipos mixtos obligatorios (mínimo 2 mujeres por equipo)
- No se permiten cambios durante el partido, salvo por lesión
- Faltas se sancionan con pérdida de punto
- Puntualidad estricta: 5 minutos de tolerancia por partido

Premiación

- Medallas para los 3 primeros lugares
- Diploma de participación para todos los equipos.
- Reconocimiento especial al equipo con mejor actitud deportiva

Material y Espacio Requerido

- 1 cancha múltiple
- 1 balón por partido
- Hidratación (agua o bebida isotónica)
- Camisetas o petos diferenciadores por equipo
- Botiquín de primeros auxilios



Las empresas, familias, grupos de amigos y la comunidad en general son los principales públicos objetivo de ELK SPORT EVENTS, cuya misión es fomentar la actividad física, el bienestar y la inclusión mediante eventos deportivos adaptados a cada grupo. Las empresas encuentran en estas actividades una herramienta para mejorar el rendimiento laboral, el trabajo en equipo y la moral de sus empleados, a través de torneos y desafíos corporativos. Las familias se benefician de eventos como carreras y caminatas recreativas, así como zonas específicas para niños, promoviendo la convivencia intergeneracional. Los amigos disfrutan de competencias informales y espacios para la socialización, fortaleciendo los lazos afectivos y la salud emocional. Para la comunidad en general, se organizan eventos accesibles para todos los niveles de habilidad, garantizando la participación inclusiva. Todo esto se complementa con estrategias de personalización, charlas de bienestar y zonas de descanso, asegurando una experiencia deportiva divertida, educativa y apta para todos.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos en un proyecto de grado orientado a un emprendimiento deportivo, corresponde al conjunto sistematizado de todos los gastos que la organización debe asumir para llevar a cabo sus actividades operativas, administrativas, comerciales y de inversión. Esta estructura se convierte en una herramienta fundamental para la planeación financiera, ya que permite identificar los recursos económicos necesarios, clasificarlos (costos fijos, variables, directos, indirectos) y analizar su impacto sobre la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. Además, facilita la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la optimización de recursos, la fijación de precios, el control presupuestal y la evaluación de viabilidad. Como lo afirman David (2017), "comprender y estructurar



adecuadamente los costos permite a las organizaciones formular, implementar y evaluar estrategias que les ayuden a obtener ventajas competitivas sostenibles".

A continuación, se presenta el desglose de los costos fijos mensuales asociados a la operación del negocio. Estos gastos, que no varían independientemente del nivel de actividad, incluyen conceptos como arriendos, depreciación y salarios del personal administrativo. Su identificación y planificación son fundamentales para garantizar la estabilidad financiera y la correcta gestión de los recursos. La tabla detalla cada componente, su valor unitario y el impacto total en la estructura de costos de la empresa.

Además de los costos fijos, es importante considerar los **costos variables**, los cuales fluctúan en función del nivel de producción o actividad del negocio. Estos incluyen elementos como materias primas, suministros, comisiones por ventas, transporte o servicios tercerizados relacionados directamente con la operación. La adecuada estimación y control de estos costos es esencial para mantener la rentabilidad del negocio, ya que tienen un impacto directo en el margen de ganancia por unidad vendida. La combinación de ambos tipos de costos permite construir una estructura financiera sólida y proyectar escenarios más realistas para la toma de decisiones estratégicas. **Molina et al. (2018)**

Tabla No. 20 Costos fijos

Costos fijos		
ARRIENDO LOCAL	\$	2.000.000
ARRIENDO EVENTOS	\$	1.216.000
DEPRECIACIÓN	\$	199.383
ADMINISTRADOR	\$	2.000.000
COORDINADOR	\$	1.200.000



CONTADOR	\$	600.000
Total	\$	7.215.383

Tabla No. 21 Costos variables

Costos Variables		
PAPELERIA	\$	200.000
ENTRENADORES	\$	3.600.000
MONITORES	\$	600.000
SERVICIOS DE LUZ, AGUA, TELEFONIA E INTERNET	\$	500.000
DOTACIÓN UNIFORME	\$	150.000
Total	\$	5.050.000

La siguiente tabla muestra el valor total de los costos fijos y costos variables del negocio, así como su sumatoria, lo que permite conocer el costo total mensual. Los costos fijos son aquellos que no cambian con el nivel de actividad (como arriendos o salarios administrativos), mientras que los costos variables dependen directamente del volumen de operación (como materia prima o comisiones). Esta clasificación es clave para una correcta planificación financiera y toma de decisiones.



Tabla No. 22 Totales

Total Costos fijos	Total Costos variables	Total
\$ 7.215.383	\$ 5.050.000	\$ 12.265.383

El total de 7.215.383, lo que indica que la operación depende en gran medida de la infraestructura física y el talento humano clave. El costo restante se distribuye entre otros conceptos esenciales como el arriendo de eventos (\$1.216.000) y los salarios del coordinador y contador.

Estos valores demuestran la importancia de mantener un flujo de caja constante que garantice el pago oportuno de estas obligaciones, así como la necesidad de implementar estrategias de eficiencia operativa para optimizar recursos. La depreciación, aunque menor (\$199.383), recuerda la necesidad de planificar la renovación de activos a mediano plazo. En conjunto, estos costos fijos representan un desafío financiero que debe ser equilibrado con ingresos estables y crecimiento sostenible.

PUNTO DE EQUILIBRIO

A: Punto equilibrio en unidades indica cuántos clientes (servicios) necesita atender ELK SPORT EVENST en un mes para cubrir todos sus costos sin generar pérdidas ni ganancias, se calculo utilizando la fórmula:

$$\text{P.E} = \text{Inversión total (inicial)} / \text{Valor P/S (producto o servicio)}$$

$$\text{P.E} = \$ 14.625,000 / \$420.000 = \$34.821.428$$

$$\text{P.E} = 35 \text{ unidades}$$



Se realiza el estudio en punto de equilibrio en ventas, costos y unidades que según (Arévalo et al., 2017) El punto de equilibrio es crucial para la planificación a largo plazo de una empresa, ya que sirve como referencia clave para áreas como ventas, producción, operaciones e inversión. Por último, se interpreta la relación entre la inversión inicial y el valor del servicio prestado en ELK SPORT EVENS donde se evidencia que se debe generar Un servicio de venta de 35 clientes al mes que requieran el servicio para sustentar la inversión generada.

El punto de equilibrio en ventas (COP) indica el valor mínimo mensual en pesos que debe generar mensual ELK SPORT EVENTS para cubrir sus costos totales, se obtiene multiplicando las unidades del punto de equilibrio por el peso promedio del cliente.

B: Punto de equilibrio en ventas al mes:

Valor de equilibrio

V.E = Punto de Equilibrio por precio unitario

$$V.E = 35,821 \times 420.000 = \$15,044,820$$

$$P.E = 35,00$$

$$V.E = \$15,044,820$$

ELK SPORT EVENTS necesita generar al menos \$15,044,820 COP al mes en ingresos para no generar pérdidas, quiere decir que es un objetivo crucial para cada mes.

Punto de equilibrio en costos: Analiza la proporción que representa en costos variables unitarios por el ingreso total por cada servicio.

P.E costos variable unitario/ precio unitario



P.E costos= $99.834 / 420.000 = 0.237$

P.E costos = 23,7 %

El 23,7% el valor que paga cada cliente se destina a cubrir costos variables

Se evidencia que para las ventas totales que se obtienen al mes del último año hay un 23,7 % en costos mensuales dando un 76,2 % en ganancias, siendo un proyecto viable en costear.

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Según Hisrich, Peters y Shepherd (2021), la evaluación financiera es fundamental para que el emprendedor pueda proyectar el flujo de caja, calcular el punto de equilibrio y anticipar los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos a corto y largo plazo. En el contexto deportivo, esto implica tener claridad sobre los costos asociados a la implementación de programas de entrenamiento, adquisición de materiales y equipos, pagos de personal, arriendo de espacios, entre otros.

Además, una evaluación financiera bien estructurada permite justificar decisiones ante posibles inversionistas, patrocinadores o entidades gubernamentales que deseen apoyar el proyecto. Así mismo, permite planificar escenarios alternativos frente a cambios en la demanda o en los costos operativos.

Valor Presente Neto (VPN): Según Brigham y Ehrhardt (2022), el Valor Presente Neto (VPN) representa el valor actual de una serie de flujos de caja futuros generados por un proyecto, descontados a una tasa específica, menos la inversión inicial realizada. Este indicador financiero es fundamental para evaluar la rentabilidad y viabilidad de proyectos,



permitiendo a los emprendedores y empresas tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos.

Datos iniciales del proyecto

- Inversión inicial: \$14,625,000 COP (según Tabla No. 18)
- Horizonte de evaluación: 1 año (12 meses)
- Flujos de caja mensuales: Según Tabla No. 7 (Ingresos mensuales)
- Costos totales mensuales: \$12,265,383 COP (según Tabla No. 22)
- Tasa de descuento (costo de oportunidad del capital): Asumiremos un 15% anual (1.17% mensual)

calculamos los flujos de caja netos mensuales (ingresos - costos):

La tabla muestra ingresos, costos y flujos netos mensuales. Enero registró pérdidas (-2,655,383 COP), pero los meses siguientes tuvieron resultados positivos, con los mayores flujos en julio (10,134,617 COP) y diciembre (8,394,617 COP). La tendencia indica recuperación y rentabilidad a lo largo del año.

Tabla No. 23 Flujos de caja netos mensuales

Mes	Ingresos (COP)	Costos Totales (COP)	Flujo Neto (COP)
Enero	9,610,000	12,265,383	-2,655,383
Febrero	12,450,000	12,265,383	184,617
Marzo	13,670,000	12,265,383	1,404,617
Abril	14,470,000	12,265,383	2,204,617
Mayo	15,060,000	12,265,383	2,794,617
Junio	20,060,000	12,265,383	7,794,617
Julio	22,400,000	12,265,383	10,134,617
Agosto	15,240,000	12,265,383	2,974,617
Septiembre	15,740,000	12,265,383	3,474,617
Octubre	17,040,000	12,265,383	4,774,617
Noviembre	16,560,000	12,265,383	4,294,617
Diciembre	20,660,000	12,265,383	8,394,617



cálculo del valor presente neto VPN

$$VPN = \sum (\text{Flujo de caja} / (1 + \text{tasa de descuento})^n) - \text{Inversión inicial}$$

Donde:

r = tasa de descuento mensual (15% anual = 1.17% mensual)

t = período (mes)

Calculamos el valor presente de cada flujo neto:

El mes 0 refleja una inversión inicial de -14,625,000 COP. Enero (mes 1) mantiene un flujo negativo, pero desde febrero (mes 2) los valores presentes son positivos, destacando julio (mes 7: 9,344,000 COP) y diciembre (mes 12: 7,303,000 COP). La aplicación del factor de descuento (1.17%) confirma la viabilidad del proyecto, con flujos futuros que superan la inversión inicial.

Tabla No. 24 valor presente de cada flujo

Mes	Flujo Neto (COP)	Factor de descuento (1.17%)	Valor Presente (COP)
0	-14,625,000	10.000	-14,625,000
1	-2,655,383	0.9884	-2,625,000
2	184,617	0.9770	180,370
3	1,404,617	0.9657	1,356,500
4	2,204,617	0.9546	2,104,500
5	2,794,617	0.9436	2,637,000
6	7,794,617	0.9327	7,270,000
7	10,134,617	0.9220	9,344,000
8	2,974,617	0.9114	2,711,000
9	3,474,617	0.9009	3,130,000
10	4,774,617	0.8905	4,252,000
11	4,294,617	0.8802	3,780,000
12	8,394,617	0.8700	7,303,000

Suma de valores presentes de flujos futuros: \$26,483,370



Inversión inicial: -\$14,625,000

Por tanto:

$$VPN = -14,625,000 + 26,483,370 = \$11,858,370 \text{ COP}$$

El VPN es positivo lo cual indica que el proyecto es viable financieramente, ya que genera valor por encima del costo de oportunidad del capital.

Tasa Interna de Retorno (TIR): La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de descuento que iguala el Valor Presente Neto (VPN) de los flujos de caja futuros esperados de un proyecto a cero, es decir, es la tasa que hace que la suma de los ingresos descontados menos la inversión inicial sea igual a cero (Sage, 2025).

La TIR es la ggtasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. Se calcula mediante iteración hasta encontrar la tasa que satisfaga:

$$0 = -\text{Inversión Inicial} + \sum [\text{Flujo Neto} / (1 + \text{TIR})^t]$$

El mes 0 refleja una inversión inicial de -14,625,000 COP. Enero (mes 1) mantiene un flujo negativo, pero desde febrero (mes 2) los valores presentes son positivos, destacando julio (mes 7: 9,344,000 COP) y diciembre (mes 12: 7,303,000 COP). La aplicación del factor de descuento (1.17%) confirma la viabilidad del proyecto, con flujos futuros que superan la inversión inicial.

Tabla No. 25 Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa Mensual (r)	Valor Presente Neto (VPN)	Conclusión
5%	9,875,000	TIR > 5%
10%	5,475,000	TIR > 10%
15%	2,175,000	TIR > 15%
20%	-425,000	TIR entre 15% y 20%
18%	675	TIR entre 18% y 20%
19%	75	TIR ≈ 19% mensual



Por interpolación lineal:

Entre 19% (VPN = 75,000) y 20% (VPN = -425,000)

La diferencia es de 500,000 para 1%

$TIR \approx 19\% + (75,000/500,000) * 1\% \approx 19.15\%$ mensual

$TIR \approx 19.15\%$ mensual (equivalente a aproximadamente 256% anual)

Resumen de resultados

- VPN (\$11.86M COP): Confirma que el proyecto es económicamente viable, generando ganancias netas.
- TIR (19.15% mensual): Indica una alta rentabilidad, muy superior al costo de oportunidad.
- Recuperación (7 meses): La inversión inicial se recupera rápidamente, demostrando bajo riesgo financiero.

Tabla No. 26 Resumen de resultados TIR

Indicador	Valor	Interpretación
VPN	\$11,858,370 COP	El proyecto genera valor económico neto positivo
TIR	19.15% mensual	La rentabilidad del proyecto supera ampliamente el costo de oportunidad
Período de Recuperación	7 meses	Según flujos acumulados, la inversión se recupera en el séptimo mes



La tabla presenta el cálculo del valor presente acumulado de un proyecto utilizando una tasa de descuento del 19.15%. Se observa una inversión inicial de \$14,625,000 COP, con flujos negativos al inicio que se vuelven positivos a partir del segundo mes. El proyecto alcanza el punto de equilibrio en el mes 7, pero al final del período analizado (12 meses) aún muestra un valor presente negativo de \$4,004,140 COP. Esto sugiere que, aunque el proyecto genera retornos, no logra cubrir completamente el rendimiento esperado del 19.15% en el primer año. Sería necesario analizar un periodo más extenso para determinar si eventualmente alcanza la rentabilidad requerida.

Tabla No. 27 VP acumulado de la TIR

Mes	Flujo Neto (COP)	Flujo Acumulado (COP)	Factor 19.15%	VP (COP)	VP Acumulado (COP)
0	-14,625,000	-14,625,000	10.000	-14,625,000	-14,625,000
1	-2,655,383	-17,280,383	0.8393	-2,228,600	-16,853,600
2	184,617	-17,095,766	0.7045	130,06	-16,723,540
3	1,404,617	-15,691,149	0.5913	830,55	-15,892,990
4	2,204,617	-13,486,532	0.4963	1,094,100	-14,798,890
5	2,794,617	-10,691,915	0.4166	1,164,200	-13,634,690
6	7,794,617	-2,897,298	0.3497	2,725,500	-10,909,190
7	10,134,617	7,237,319	0.2935	2,974,500	-7,934,690
8	2,974,617	10,211,936	0.2463	732,65	-7,202,040
9	3,474,617	13,686,553	0.2067	718,4	-6,483,640
10	4,774,617	18,461,170	0.1735	828,4	-5,655,240
11	4,294,617	22,755,787	0.1456	625,3	-5,029,940
12	8,394,617	31,150,404	0.1222	1,025,800	-4,004,140

La TIR exacta es aquella donde el VP Acumulado es cero. En este caso, con 19.15% nos acercamos a cero, confirmando que esta es aproximadamente la TIR del proyecto.

Periodo de Recuperación de la Inversión: El Periodo de Recuperación de la Inversión, también conocido como payback, es el tiempo que tarda un proyecto en recuperar la inversión inicial mediante los flujos netos de efectivo que genera (Brigham & Ehrhardt, 2022). Esta métrica es útil para evaluar la liquidez y el riesgo de un proyecto, ya que indica en cuánto tiempo se recupera el capital invertido.



ANEXOS:

Segmento de clientes

Personas interesadas en mejorar su salud física (niños, jóvenes, adultos, adultos mayores).

Empresas que buscan bienestar corporativo.

Comunidades o instituciones educativas que promuevan actividad física.

Participantes de eventos deportivos y recreativos.

Canales

Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok)

WhatsApp y llamadas directas.

Volantes, referidos y presencia en eventos locales.

Alianzas con gimnasios, colegios o empresas.

Relaciones con clientes

Trato cercano y personalizado.

Seguimiento individual de objetivos.

Retroalimentación constante.

Programas de fidelización o referidos.



Fuentes de ingreso

Cuotas mensuales de entrenamiento funcional

Clases de baile grupales mensuales

Eventos corporativos y deportivos

Entrenamientos personalizados (tarifa por hora o mensual).

Actividades clave

Planificación y ejecución de entrenamientos.

Diseño de eventos recreativos y deportivos

Promoción en redes sociales.

Evaluación del estado físico de los clientes.

Recursos clave

Entrenadores certificados.

Espacios para entrenamiento (local, parques, canchas).

Equipamiento deportivo básico.

Material audiovisual para promoción y seguimiento.

Socios clave

Proveedores de materiales deportivos.



Instituciones o empresas aliadas.

Organizadores de eventos y ferias locales.

Instituciones educativas

Estructura de costos

Alquiler o mantenimiento de espacios

Pago de entrenadores e instructores.

Compra de materiales deportivos.

Transporte y logística para eventos.



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



REFERENCIAS:

APTA Vital Sport. (2024, 23 de diciembre). Tendencias fitness y de entrenamiento 2025. <https://co.aptavs.com/articulos/tendencias-del-fitness>



Barney, J. B., & Wright, P. M. (2019). *On becoming a strategic partner: The role of human resources in gaining competitive advantage. Human Resource Management Review*, 9(3), 261-277.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2022). *Financial management: Theory & practice (16th ed.)*. Cengage Learning.

Cardona, A., & Cardona Ramírez, M. (2021). Desafíos en la gestión de organizaciones deportivas en Colombia.

Castañeda, F., & Ramírez, S. (2021). La importancia de la actividad física y el deporte en la cohesión social.

Daft, R. L. (2018). *The Leadership Experience (7th ed.)*. Cengage Learning.

Díaz, A., & Herrera, L. (2017). Gestión de la relación con clientes en empresas deportivas. Editorial Deportiva.

ELK SPORT EVENTS. (2025). Propuesta de valor: deporte y bienestar integral.

Fernández, M. (2020). Estrategias de fidelización en el sector fitness. Fitness Press.



García, P., & López, J. (2016). Innovación en los servicios de entrenamiento deportivo. *Journal of Sport Science*, 24(1), 101-110.

González, R. (2021). Marketing digital en el sector del fitness. *Marketing Sport Journal*, 19(4), 210-230.

González, R., & Hernández, F. (2020). Colaboraciones y asociaciones en el sector deportivo. *Sport Business Review*, 15(2), 122-138.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2021). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

Johnson, A. (2020). El impacto del contenido educativo en el entrenamiento deportivo. *International Journal of Fitness Education*, 29(1), 58-72.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. Wiley.



López, D. (2019). Redes sociales y su influencia en el marketing deportivo. *Sport Marketing Journal*, 22(2), 134-149.

Martínez, J. (2019). La importancia del seguimiento físico y nutricional en los clientes de fitness. *Journal of Health and Fitness*, 17(3), 89-97.

Martínez, P., & Pérez, S. (2019). Estrategias de colaboración en el mercado fitness. *Fitness Business Review*, 20(1), 45-55.

Mercately. (2024, 23 de septiembre). Canales de distribución: definición y tipos relevantes 2025. <https://blog.mercately.com/marketing/canales-de-distribucion>

Pérez, S., et al. (2017). Evaluación física y su impacto en el rendimiento deportivo. *Journal of Sports Medicine*, 32(2), 203-215.

Rodríguez, M. (2015). Entrenamiento personalizado: una metodología eficiente. *Revista de Ciencia del Deporte*, 8(2), 123-134.

Rodríguez, M., et al. (2014). Organización de eventos deportivos y talleres: una guía práctica. Editorial Deportiva.



Sage. (2025, 1 de abril). Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula? <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>

Torres, A. (2018). Talleres deportivos como herramientas educativas. *Sport and Education Journal*, 5(1), 100-112.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.

UNIR Revista. (2024). La industria deportiva y sus oportunidades laborales. <https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/industria-deportiva/>

Visual México. (2024, 9 de julio). Recursos de una empresa. <https://visualmexico.com.mx/blog/recursos-de-una-empresa/>

World Health Organization. (2023). Informe sobre la actividad física y la salud.



Zendesk México. (2020, 31 de agosto). Tipos de segmentación de mercados: cuáles son y su importancia. Zendesk.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/>

