



TITANS ULTIMATE CLUB

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Nicols Daniela Neira Velasquez

María Camila García Bocanegra

Asesor:

Juan Carlos Corredor

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Noviembre 2021

TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	3
<u>NOMBRE</u>	3
<u>LOGOTIPO</u>	3
<u>SLOGAN</u>	3
<u>FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA</u>	3
<u>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	3
<u>CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR</u>	4
<u>CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO</u>	4
<u>CAPITULO III: CANALES</u>	4
<u>CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES</u>	4
<u>CAPITULO V: INGRESOS</u>	4
<u>CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES</u>	4
<u>CAPITULO VII: ASOCIACIONES CLAVES</u>	4
<u>CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES</u>	4
<u>CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS</u>	4
<u>CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA</u>	4
<u>LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO</u>	4
<u>REFERENCIAS</u>	5



INTRODUCCIÓN

La presente idea de negocio realizada por dos compañeras en la universidad, surge por la unión de ideas, sueños y proyecciones a futuro en el ámbito laboral, donde se inicia un acercamiento compartiendo varios espacios tanto académicos como deportivos, el interés de realizar este proyecto aumentó con las herramientas vistas en los espacios académicos de diseño y gestión de proyectos y administración de organismos deportivos, donde empiezan a aparecer diferentes ideas sobre la creación de una escuela de formación enfocada al Ultimate, ya que las dos practicamos el deporte y además una de las fundadoras se encuentra inmersa en ese ámbito laboral como entrenadora de un equipo formativo de categoría mixta y de la Selección Colombia Junior Femenina, en consecuencia, con el paso del tiempo esto contribuyó a observar, analizar e identificar este deporte detalladamente, comprendiendo las necesidades del desarrollo y masificación de este a nivel nacional, por lo tanto se concreta la idea de crear un Club Deportivo de Ultimate, este deporte es catalogado como no convencional donde Rojas (2014) plantea que estas prácticas deportivas tienen como característica ser actividades denominadas integradoras y pueden ser practicadas sin categorización de edad o género, incorporando todo tipo de población y desarrollándose en cualquier lugar, haciéndola accesible a los sujetos quien aún la desconoce.

También se evidencian otros espacios académicos cursados en la universidad que aportaron viabilidad al desarrollo del proyecto como: praxiología motriz teniendo en cuenta a Moreno y Ribas (2004) plantean que este término se refiere a la ciencia de las praxis motrices, especialmente de las condiciones, modo de funcionamiento y de los resultados y de la puesta en juego de estas, por lo tanto logramos entender y conocer aspectos de la lógica interna motriz y la comunicación del juego, con el fin de aplicar diferentes estrategias en juegos y deportes; diseño y gestión de proyecto, ayudó a crear una idea de negocio, desarrollando contenidos de cada etapa, el campo de estudio ayudó a reconocer los periodos de desarrollo de la práctica deportiva y conocer que es necesario aplicar en cada periodo y



etapa; marketing deportivo, va a favor en búsqueda de unas nuevas oportunidades de negocio, no solo que los clientes conozcan el servicio/producto, sino como me puedo aliar con diferentes ideas de negocio; entrenamiento y rendimiento deportivo, una de las más importantes y relevantes de aprender a planificar un macrociclo; administración de los organismos deportivos, es en este campo donde por medio del modelo Canvas nos dimos cuenta que es una muy buena oportunidad aplicar la idea de negocio; proyecto de investigación, donde realizamos una investigación cualitativa la cual buscaba conocer, la percepción de un grupo de mujeres pertenecientes a un equipo mixto de Ultimate frente a su participación durante una competencia.

Finalmente, se presenta la necesidad de contribuir al conocimiento de este deporte, ya que hasta el momento, a nivel Bogotá, se encuentran 10 equipos inscritos en el IDRD (2021), donde queremos brindar un campo de aprendizaje y crecimiento del deporte compartiendo tanto espacios de entrenamiento y competencia, en el que ofreceremos múltiples experiencias desde la enseñanza de las bases del Ultimate (aspectos técnicos, tácticos y psicológicos) y siendo complementado por actividades y entrenamientos de otros deportes, los cuales serán de gran beneficio para el desarrollo de las capacidades y el aumento del rendimiento de los deportistas.

- **Nombre:** Titans Ultimate Club, aclarando que se verificó si estaba el nombre registrado en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) y no existe hasta el momento.

- **Logotipo**



El logo está formado por dos círculos externos los cuales representan un elemento crucial de la vida, ya que en él se encuentran inmersos todos los demás objetos, sobre el círculo gira la naturaleza, los ciclos, los ritmos y el movimiento entero, simboliza integridad, unión y perfección, este proyecto está encaminado a hacia el desarrollo integral de cada persona perteneciente al club, desde las primeras bases del deporte hasta su perfeccionamiento y todo esto bajo una formación en valores y el espíritu de juego, la fecha representa el camino que queremos recorrer, el compromiso y los objetivos que tenemos como club frente a cada uno de nuestros deportistas, el color naranja simboliza la alegría, el entusiasmo, la originalidad, la sociabilidad y la diversión, los cuales son aspectos que consideramos esenciales en la práctica deportiva y van encaminados hacia el disfrute y el sentido de pertenencia por lo que hacemos, los puntos y líneas externos representan a cada una de las personas que hace parte de este proyecto y como su aporte y presencia en el club es importante para nosotras y finalmente el disco representa el centro y la base de sustentación del club, sobre él cual van a girar y avanzar los sueños y metas de nosotras y de muchos deportistas a lo largo de su crecimiento.

- **Slogan:** Confía en el proceso y ve más allá de los resultados.

- **Filosofía del equipo:**

Titán

Representa la fortaleza y el poder que tiene cada uno dentro de sí, demostrando que somos capaces y estamos hechos para cosas grandes en cada uno de los aspectos de nuestra vida, reflejando la importancia de la competencia interna y el crecimiento personal.

Donde resalta no sólo nuestra capacidad física, sino mental para afrontar cualquier circunstancia, logrando que seamos excepcionales.

Espíritu de titán

Representa el poder que hay que cada uno de nosotros cuando sentimos que hemos llegado a un límite, es lo que nos hace llegar más allá de lo que creemos posible, se relaciona con algo más allá de nuestro propio beneficio sino de lograr trabajar en equipo y sobrepasar estos momentos juntos



FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Los principios fundamentales de la empresa son: El sentido de pertenencia y el desarrollo integral.

Por lo tanto, nos enfocamos en:

- Brindar un servicio pedagógico de alta calidad, direccionado hacia el cumplimiento de objetivos individualizados, generando adherencia hacia la práctica deportiva.
- Las relaciones con nuestros clientes se caracterizan por la cooperación y la buena comunicación, estamos comprometidos a responder de manera asertiva y brindar soluciones correspondientes.
- Mejora continua de nuestro desempeño, servicios y procesos operativos.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Este deporte no convencional se encuentra en un proceso de búsqueda de mayor reconocimiento y masificación, según Mora y Gómez (2018) el Ultimate se jugó por primera vez en Colombia en la Universidad de los Andes, gracias a un estudiante estadounidense de intercambio, llamado Corey Tyrell, responsable de difundirlo, a tal grado que el 16 de Abril de 2001 se creó la Asociación Colombiana de Ultimate Frisbee en Bogotá.

Con el paso de los años, medios de comunicación como El Tiempo, empezaron a especular e indagar aspectos específicos sobre el deporte (modo de juego, finalidad, lógica interna, logros) donde llamó la atención la representación de la Selección Colombia masculina Sub 18 en su primera participación en el mundial de Boston (Estados Unidos) tras quedar terceros ganando la medalla de bronce (Badel, 2006) y años tras año se ha ido reconociendo a Colombia como un gran rival en los eventos a nivel mundial, de tal forma que actualmente según la Federación Española del Disco Volador (2019) citado por la World Flying Disc Federation (2019) de acuerdo a la última actualización, Colombia se encuentra en el Top 8 en el ranking mundial, estas clasificaciones de países se basan en las posiciones



finales de los equipos en los eventos organizados por World Flying Disc Federation (WFDF) y Continental Ultimate más recientes.

En el año 2020 a finales del mes de Marzo, empezaron las restricciones a nivel mundial por la aparición del Covid-19, en plena pandemia el nivel deportivo tuvo un declive, puesto que el contacto no era opción, por lo tanto diferentes clubes pausaron sus entrenamientos recurrentes y otros considerados referentes nacionales continuaron con sus procesos deportivos desde la virtualidad, sin tener ninguna opción de entrenamientos en cancha o competencias a nivel nacional e internacional, según lo publicado por WFDF el 19 de marzo de 2020, los tres eventos principales de WFDF, World Ultimate And Guts Championships (WUGC), World Junior Ultimate Championships (WJUC) y World Master Ultimate Championships (WMUC), programados para 2020, se suspendieron debido al brote y la pandemia global y la WFDF anuncio a todas las asociaciones miembros, equipos y atletas que el mundial y los campeonatos masters se reprogramaron para 2021 y lamentablemente, los campeonatos Juniors se cancelarán.

En el año 2021 se presenta la reactivación deportiva a nivel nacional e internacional donde se empiezan a presentar competencias con protocolos de bioseguridad avalados, teniendo en cuenta esto, la Federación Colombiana de Disco Volador (2021) comparte un comunicado oficial de la participación de un calendario nacional de selecciones departamentales y otras disposiciones, donde deja claro el cronograma anual de diversos eventos federados dejando claras las restricciones y la normatividad que regula los aforos en tales competiciones. Teniendo en cuenta lo anterior, esto es de gran relevancia ya que el retorno a canchas y los eventos competitivos priorizan un bienestar físico, mental y emocional de los jugadores después de permanecer aislados y alejados de su práctica deportiva como equipo, donde no se contaba con espacios de esparcimiento y de relación con el entorno.

Con respecto a nuestro segmento de mercado, en Bogotá no se presenta un gran número de clubes de Ultimate mixto con procesos de continuidad, los cuales son nuestra competencia directa, los más cercanos a esta localidad es el equipo de Creatus, sumado a esto la pandemia afectó a algunos equipos, dado que muchos deportistas dejaron de entrenar y sus procesos se vieron afectados, por lo tanto con nuestra idea de negocio consideramos que



contribuimos a la reactivación y divulgación del Ultimate específicamente en la localidad de Engativá, donde no hay presencia de ningún club de Ultimate, proporcionando una manera distinta y atractiva del conocimiento del deporte, por medio de variedad de acciones motrices y experiencias polimotoras que lleven a entender el juego desde otras perspectivas, considerando todos los lineamientos del Ultimate y los principios de Titans Ultimate Club.

CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

Castillo (2016) plantea que la propuesta de valor se entiende como un elemento diferenciador de la empresa, con el servicio o producto que promueve la decisión de compra del cliente, Titans Ultimate Club ofrece un servicio en entrenamiento que busca formar deportistas proporcionando un espacio de esparcimiento, aprendizaje y crecimiento en la actividad deportiva, donde el cliente aprenderá, profundizará y perfeccionará factores técnicos, tácticos, físicos y psicológicos, por medio de la práctica del Ultimate mixto y de diferentes disciplinas deportivas como complemento y apoyo para el desarrollo de las capacidades y con esto, lograr tener dos categorías: Infantil (6 - 12 años) y juvenil (13 - 20 años) y de esta manera tener representaciones en diversos torneos a nivel nacional como: Guerreros de viento, Fortaleza de piedra, Copa Capital y Disco Volador 2600 lo que nos permite estar inmersos en un ambiente de comunidad, compartiendo experiencias enriquecedoras, potencializando la unión, la disciplina y la formación en valores.

- **Novedad:** El deporte base es el Ultimate, sobre el cual se busca una formación, perfeccionamiento y profesionalización, dentro de nuestras estrategias de desarrollo deportivo, se realizarán sesiones dirigidas a otras disciplinas deportivas, generando que nuestros deportistas aprendan, se diviertan y vivan experiencias significativas que complementen su desarrollo motor y habilidades específicas del deporte base.
- **Mejora del Desempeño:** Con Titans Ultimate Club vamos a desarrollar o solucionar problemas que se presentan en la base motora de los deportistas y de esta manera continuar con el perfeccionamiento de las capacidades físicas (Velocidad, fuerza,



resistencia y flexibilidad) y así mismo constituir una base sólida para un mejor rendimiento deportivo específico del Ultimate, generando un alto nivel de competencia.

- **Diseño:** Las entrenadoras se encargan de planificar y estructurar los objetivos de cada temporada, teniendo en cuenta la etapa en la que se encuentre cada deportista respecto a su categoría. Además de la organización frente a cuestiones administrativas y logísticas del club.

- **Precio:** Titans Ultimate Club será un club multidisciplinar el cuál contará con servicios innovadores de gran beneficio para los y las deportistas, encontrando un espacio único donde el cliente podrá disfrutar de espacios de interacción en diferentes disciplinas deportivas lo cual será un complemento para su crecimiento deportivo, además, tendrá la posibilidad de representar al club en diferentes torneos, lo que nos permite tener diversas experiencias y mejorar el rendimiento deportivo.

- Se plantean estrategias frente a la mensualidad del club, donde se brindan ciertos beneficios por cumplimiento y adelanto de los pagos.

1. Pago anticipado de la mensualidad del año completo: Se realizará un descuento sobre el valor total y se le entregará al deportista un peto del club.

2. Pago anticipado de la mensualidad de medio año: Se le entregará al deportista un termo personalizado de la escuela.

CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

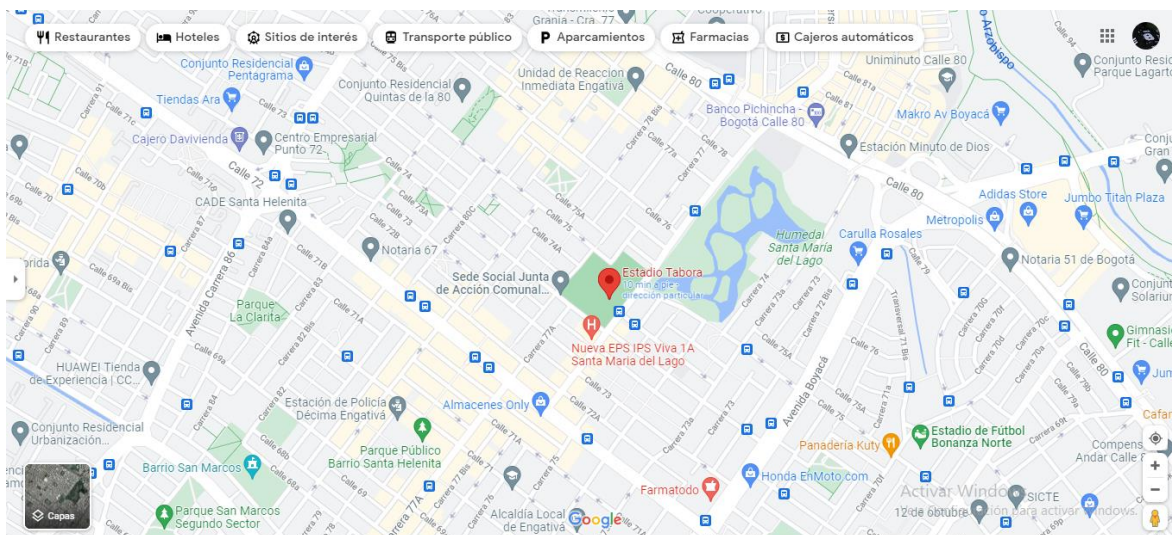
Philip Kotler citado por Douglas da Silva (2020) plantea que la segmentación del mercado es conocer a nuestros clientes, el proceso de dividir todo el mercado de bienes o servicios en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

Nuestro clientes potenciales son personas que deseen conocer, aprender o perfeccionar aspectos específicos del deporte con un interés recreativo o competitivo, tanto para tener un espacio de esparcimiento con la práctica del deporte como para el alto rendimiento, buscando mejorar su calidad de juego y así aportar al crecimiento y posicionamiento de sus clubes a nivel nacional e internacional y asimismo optar por ocupar un puesto en la Selección Colombia.



La historia en el Ultimate a nivel nacional ha crecido y poco a poco ha logrado construir unas bases o cimientos para futuras generaciones de deportistas, sin embargo aún falta darle una mayor visibilidad a esta disciplina, para así lograr conseguir más apoyos por parte del estado, lo cual sería una motivación para que mayor cantidad de personas practiquen el deporte.

- **Geografía:** La sede principal de entrenamientos se encontrará en el Parque Estadio Tabora ubicado en Engativá, la localidad número 10 del Distrito Capital de Bogotá, Colombia, según el último reporte de Alcaldía Local de Engativá (2018), la localidad cuenta alrededor con 5 parques zonales, 119 de bolsillo y 333 parques vecinales certificados, donde por medio de partidos de exhibición en los parques cercanos se realizará una campaña de promoción del club. Además de esto, se realizarán visitas a los colegios cercanos a la sede de entrenamientos con el fin de dar a conocer el club y el deporte por medio de la entrega de volantes y publicidad en los diferentes espacios.



- **Demografía:** Cualquier persona que viva en Bogotá, cerca a la localidad de Engativá y se encuentre en un rango de edad entre los 6 y 20 años, que desee conocer, aprender o mejorar en el Ultimate puede ser parte de Titans Ultimate Club.

- **Psicografía:** Gusto por jugar Ultimate en categoría mixta, interés de aprender, aportar y mejorar en todos los ámbitos, competitividad, autoexigencia y tolerancia.



- 1) Infancia: Busca introducir al niño a la actividad física, por medio de juegos para el desarrollo físico y motriz, sin enfocarse en aspectos técnicos, tácticos del deporte e inculcando valores.
- 2) Adolescencia: Busca una adaptación, desarrollando capacidades tanto físicas (velocidad, fuerza, resistencia y flexibilidad) como coordinativas (orientación, el equilibrio, la agilidad, la coordinación sentido-movimiento y la reacción) guiadas al deporte, aprendiendo las reglas del deporte como prioridad del espíritu de juego.
- 3) Juventud: Busca rendimiento, agrupando las capacidades adquiridas con un buen entendimiento de la técnica y táctica del juego, de la mano con aspectos psicológicos que permitan manifestar el máximo rendimiento y a su vez la madurez de los resultados.

- **Conductual:**

- 1) Infancia: Relación entre ellos de forma activa por medio del juego, mejora de las habilidades motrices y búsqueda de la independencia.
- 2) Adolescencia: Conductas independientes de los jóvenes, mayor capacidad de relacionarse con sus compañeros y el entorno, se presentan roles de liderazgo.
- 3) Juventud: Desarrollo completo de la identidad, sociables, disciplinados, autónomos, responsables, se comunican de manera asertiva y se plantean metas y objetivos claros.

La población puede encontrarse en diferentes lugares de Bogotá, pero el Parque Estadio Tabora siendo la sede principal de entrenamientos y un lugar bastante conocido y concurrido los fines de semana, podemos causar un mayor impacto, el sector también cuenta con al menos 10 colegios cercanos lo cual nos aporta para la promoción y reconocimiento del club.

Este modelo de negocio se enfoca en un mercado segmentado, ya que los clientes captados y clientes potenciales conforman subgrupos o medianos segmentos, que se clasifican de acuerdo a ciertas cualidades en común (Dikovec, 2018) en el club hablamos de unos subgrupos en cuanto a las etapas del ciclo de vida del ser humano, dirigiéndonos a la infancia, adolescencia y juventud y también en el mercado de plataformas multi-laterales, ya que se encuentran dos segmentos completamente distintos, y ambos son necesarios para sustentar la empresa (Dikovec, 2018) ya que debemos tener en cuenta a los padres de



familia como acudiente y sustento económico de los deportistas y los niños o jóvenes que son los que toman el servicio directamente.

CAPÍTULO III: CANALES

Según Guiltinan et al. (1998) citado por Sierra (2015), el canal es el recurso organizacional que realiza las funciones necesarias para que el producto o servicio llegue al comprador final, este puede ser por un canal directo o indirecto.

El servicio será por medio de canales directos e indirectos, como primera instancia se promocionará en los colegios cercanos a la sede principal de entrenamientos y en el Parque Estadio Tabora, por medio de demostración de partidos, volantes e información clara de los canales de comunicación tanto presenciales (dirección y horarios de entrenamiento) como virtuales (número de celular, redes sociales como instagram, facebook y youtube)

- **Canal de percepción o de información:** Se realizará una campaña de publicidad en redes sociales (Instagram, facebook y youtube) dando a conocer el proyecto y todos los beneficios que este trae para la comunidad. Además se repartirán volantes en parques y colegios cercanos donde se brindará información sobre la inauguración del club.
- **Canal de evaluación:** Se utilizarán encuestas cortas por formularios de google, donde cada persona puede dejar comentarios o sugerencias del funcionamiento del club, además se realizarán reuniones en diferentes momentos de la temporada para compartir un espacio de retroalimentación y también aclaración de dudas o nuevas propuestas, donde se tendrán en cuenta observaciones, sugerencias y opiniones por parte de nuestros deportistas y sus responsables legales. Finalmente, el club contará con un representante de los padres y deportistas con el fin de generar una comunicación asertiva entre la parte administrativa y los deportistas.
- **Canal de compra:** El pago del servicio se recibirá en efectivo, nequi, daviplata o consignación a una cuenta de ahorros del club.
- **Entrega:** Los clientes en este caso los jugadores deberán dirigirse al lugar de entrenamiento el cual tendrá una duración aproximada de 2 a 3 horas por día, los días sábados y domingos en la mañana. Si es una persona nueva debe presentarse con ropa



deportiva cómoda, si es una personas perteneciente al club, con su debido proceso de inscripción debe llevar una de las prendas del equipo o el uniforme completo, con sus respectivos guayos o tenis e hidratación.

- **Post-venta:** Retroalimentación trimestral gratuita de los avances en el rendimiento de cada uno de los deportistas, por medio de actividades de integración anteriormente establecidas. Además de esto, se realizarán uniformes, termos, discos, petos, agendas, gorras y manillas personalizadas del club que se venderán por aparte para los familiares o personas que lo deseen.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Es de los puntos más importantes en la administración empresarial contemporánea, ayudar a conocer las necesidades, preferencias, gustos, donde exige desarrollar un sistema de comunicación que genere información para la toma de decisiones en beneficio de ambas partes, para que el encuentro de oferta y demanda haga que los clientes no se sientan olvidados y se pueda satisfacer las expectativas de calidad. (Guadarrama, 2015).

- **Captar Clientes:** Por medio de la estrategia de referidos, donde se obtendrán ciertos beneficios, también se realizarán campañas en colegios y parques por medio de partidos de exhibición, volantes, pancartas, charlas, invitaciones de deportistas referentes a nivel nacional e internacional.

- **Fidelizar clientes:** Entrenamientos dinámicos, interiorizar los valores evitando escenas de estereotipos o comentarios inadecuados, tener partidos que permitan la integración, sometiéndose a diferentes espacios de desarrollo tanto para las personas nuevas como para las más experimentadas, donde todo/as jueguen y con esto generar lazos de confianza y unión en el equipo.

- **Aumento de clientes:** Entrenamientos acompañados con otras disciplinas, generando conciencia del diferencial que tiene Titans Ultimate Club, generando un sentido de pertenencia con los principios, objetivos y proyección del equipo a largo plazo, buscando generar una base sólida de un proceso de continuidad por medio de la formación integral y las relaciones intra e interpersonales. Que cada jugador nos recomiende con sus familiares, amigos, cercanos gracias a la satisfacción del servicio, incentivar a los



interesados con entrenamientos gratis e invitarlos a las charlas o actividades de integración que organice el club.

- **Estimulación de clientes:** Por pagos puntuales a lo largo de la temporada se dará un bono de descuento que podrá ser utilizado en los artículos post-venta del club como: termos, discos, petos, agendas, gorras y manillas personalizadas, por referidos se dará un bono de descuento que podrá ser utilizado en adquirir los uniformes del club.

En el club se presentan diferentes tipos de relaciones con los clientes frente a esto, se plantea la asistencia personal, la cual se basa en la interacción humana directa con el cliente, se complementa con los principios y política de la empresa, ya que esto permite una buena comunicación y mejor sincronía de todos los deportistas, donde vamos a tener un entrenador por cada 15 deportistas, lo cual contribuirá a un mejor manejo de grupo.

También se evidencia la relación de los clientes como comunidad, donde se crea una red entre todas las personas que hacen parte del proyecto, esto permite profundizar y afianzar las relaciones con los clientes, facilitando el contacto, el intercambio de ideas y la solución de conflictos internos, estas se encuentran en las redes sociales en los grupos de Ultimate en Colombia donde se comparte diversa información sobre todo lo referente al deporte y en el parque el country que es donde entrenan la mayor cantidad de clubes en Bogotá.



CAPÍTULO V: INGRESOS

El ingreso es la cantidad de recursos monetarios, dinero, que se asigna a cada factor por su contribución al proceso productivo. El ingreso puede tomar la forma de sueldos y salarios, renta, dividendos, regalías, utilidades, honorarios, dependiendo el factor de producción que lo reciba: trabajo, capital, tierra, etc (Serbolov Palos, 2000).

Titans Ultimate club, proyectado al primer año manejara venta de activos en post-ventas, como son los productos internos hacia el jugador, amigo, padres de familias o allegados, para la venta de gorras, termos, camisetas, y además manejara primas de suscripción por temporada de un año con precio fijo, enfocado en dos aspectos: un valor único de suscripción anual con un valor de 96.000 y un valor de mensualidad de 90.000. El cliente tiene la opción de pagar estos valores con anticipación obteniendo unos beneficios específicos, además este decide durante cuánto tiempo mantiene su suscripción a la escuela.

El valor de la suscripción, es obtenido gracias a los beneficios que obtendrá el deportista antes de entrar al club, como su uniforme, la evaluación funcional y el servicio dedicado, actualizado y especificado para su categoría.

El valor mensual, es obtenido por el servicio de calidad, al ser responsable profesionales en el área de Cultura Física, Deporte y Recreación, donde guían al deportista a mejorar tanto deportivamente como personal y social, brindando un campo de entrenamiento con un muy buen estado, encaminando al deportista a la competencia.

Ingresos de transacciones: El pago es de suscripción anual “Si el cliente desea hacer el pago de la temporada, será una vez al año, acompañado al pago de la suscripción y los 12 meses que componen la temporada”, por lo tanto quedará suscrito durante el año completo con sus beneficios correspondientes o el cliente podrá pagar solo la suscripción la cual es una vez al inicio del año.



Ingresos recurrentes: Derivados de pagos periódicos a cambio de un servicio, también ofrecemos el pago mensual por el servicio, la idea es buscar la comodidad del pago al cliente.

PROMEDIO DE INGRESO DE UN MES			
PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO	VENTAS	INGRESOS PROM.
Inscripción (96.000)	\$8.000	28	\$224.000
Entrenamiento de Ultimate Frisbee	\$90.000	28	\$2.520.000
Total de Ingresos	\$2.744.000		

Figura 1. Promedio de ingresos de un mes de Titans Ultimate Club (2021).

CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Según Osterwalder y Pigneur citado por Sanchez (2020) los socios clave dentro del modelo Canvas se refieren a las alianzas estratégicas que establece la organización para colaborar en temas como compartir experiencias, costes y también recursos. Socios estratégicos, socios industriales, socios inversores son algunos de los socios claves para una empresa.

El club deportivo, necesita alianzas para hacer efectiva nuestra vía de aprendizaje externa, por medio de otros deportes. De esta manera, los tipos de sociedades serán las alianzas estratégicas entre empresas no competidoras y cooperación, además, buscará patrocinios que estén dispuestos a promocionar la empresa, como marca, producto o servicio.

En cuanto al tipo de sociedades el club se dirige a las alianzas estratégicas:



Relación de comprador-suplidor, **Universidad Santo Tomás**: La alianza estratégica

es la optimización y economía de escala, el club brindará un espacio donde estudiantes de séptimo a noveno semestre de la facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación de la profundización de deportes y las prácticas profesionales tengan la oportunidad de acompañar y dirigir entrenamientos específicos de los deportes brindados en Titans Ultimate Club, aclarando que el deporte principal es el Ultimate, pero se realizarán diversas prácticas mensuales de otras disciplinas. Así mismo, la Universidad Santo Tomás dentro de sus opciones del ciclo de profundización brinda un nuevo campo deportivo y da la oportunidad



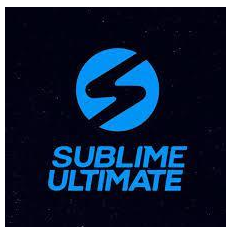
de que el estudiante pueda potenciar su conocimiento, ganando experiencia laboral y buscando la posibilidad de continuar como entrenador del club.

Titans Ultimate Club dispondrá de sus espacios dos veces a la semana para que los estudiantes realicen las intervenciones acompañados del entrenador/a principal, donde de manera previa se hará una reunión para indicar el objetivo de la temporada y las metas a cumplir en los microciclos, ello/as como futuros profesionales deberán planificar una propuesta durante el tiempo de trabajo, la cual se evaluará junto al entrenador/a para revisar, corregir y establecer un plan de acción adecuado para nuestros deportistas.



Cooperencia, *Alianzas con los equipos*

formativos y competitivos, D-Crash, Halal y Fire: Siendo una alianza de las actividades particulares, con el fin de brindar clínicas deportivas específicas de Ultimate, con esto ofrecer una mayor experiencia y diferentes perspectivas desde cada uno de los entrenadores para el crecimiento de todos los deportistas de cada uno de los equipos.



Relación de comprador-supliador, *Sublime Ultimate:* Es una alianza de

adquisiciones de recursos, esta empresa es con la que contará el club para conseguir algunos recursos físicos como Disco o Frisbee, conos, pelotas de tenis, platillos, escalera, bastón con estaca y los uniformes, petos de los deportistas, además la venta de activos en post-ventas, como gorras, termos o camisetas unificadas al club, con el beneficio de un descuento por la compra y así promover la empresa de ellos en cada producto.





Alianza empresas no competidora, *Instituto distrital de*

recreación y deporte (Idrd): Dirigida a una alianza de reducción de riesgos e incertidumbre, se contará con la cancha en el Parque Estadio Tabora ubicado en Engativá, brindándonos ese espacio como el campo de entrenamiento del club y como beneficio de ellos, la suscripción del club al IDRD.



Coopetencia, *Federación Colombiana de disco volador*

(FECODV): Corresponde a una alianza de actividades particulares, la federación es una de los creadores de torneos, que pueden brindar campeonatos o torneos donde el equipo puede ser partícipe, y empezar a mostrarse y para ellos es de utilidad que un nuevo club sea partícipe, además la inscripción para dicho campeonato o torneo.

CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES

Son los recursos que la empresa debe implementar para hacer funcionar el negocio. Incluye recursos materiales, intelectuales, humanos y financieros. Pueden ser propiedad, arrendar o comprar a sus principales aliados (Itaú, 2021) el club necesita los recursos técnicos, físicos y de talento humano.

- Recursos Físicos: Cada producto que es necesario para empezar con los entrenamientos del club, estos son Disco o frisbee, computador, platillos, conos, pelotas de tenis, pelotas plásticas, escalera, bastón con estaca, cada uno tiene cuantos productos son necesarios con su respectivo valor unitario, además encontramos el campo de entrenamiento el costo de este corresponde al cobro de 18 sesiones que será lo que se usará de manera mensual, una papelería alrededor de unos 30.000 y la depreciación de cada recurso dividiendo el valor total por los meses a depreciar.



Recursos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Físicos			
Disco o Frisbee	20	\$30.000	600.000
Computador	1	\$1.500.000	1.500.000
Conos	15	\$3.500	52.500
Pelotas de Tenis	10	\$5.000	50.000
Platillos	20	\$2.500	50.000
Escalera	2	\$20.000	40.000
Bastón con estaca	2	\$8.000	16.000
Campo de entrenamiento	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Papelería	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Depreciación	1	\$61.427	\$61.427
Total			\$2.849.927

Figura 2. Recursos Físicos de Titans Ultimate Club (2021).

- Recursos intelectuales: Se contará con el aval del Idrd, con un supuesto valor de 100.000 incluido el transporte de ida y vuelta de las dos fundadoras, más la impresión del proyecto.

Recurso Intelectual			
Aval del IDR D	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Total			\$ 100.000

Figura 3. Recursos Intelectuales de Titans Ultimate Club (2021).

- Recursos humanos: El administrador deberá estar en constante trabajo, supervisando las necesidades y actividades programadas y por hacer, el pago es mensual y aparte como los pagos suplementarios “extras diurnas, nocturnas y dominicales” y de igual forma el entrenador/a contratado para que las horas de trabajo están alrededor de 36 horas por mes.

Recursos Humanos			
Administrativo	1	\$ 900.000	\$ 900.000



Entrenador/a	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Total			\$1.700.000

Figura 4. Recursos Humanos Titans de Ultimate Club (2021).

- Recursos económicos: La suma de los recursos físicos, intelectual y humano da la suma total de 4.649.927, además se requiere un colchón del 10%, lo que nos da un total de la inversión inicial de 5.114.920 por lo tanto las fundadoras como primera opción participaran en convocatorias de emprendimiento, como segunda opción con los propios recursos y como última opción un préstamo bancario.

Recursos Económicos	Valor
Físicos	\$2.849.927
Intelectual	\$ 100.000
Talento Humano	\$1.700.000
Total Final	\$4.649.927
Imprevistos 10%	\$464.993
Inversión Inicial	\$5.114.920

Figura 5. Recursos económicos de Titans de Ultimate Club (2021).



CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave son aquellas que permiten que nuestra propuesta de valor comprobada resuelva los problemas o necesidades de mi base de clientes. Por tanto, son los elementos de acción (Mentorday, 2020).

Titans Ultimate Club se encarga de la solución de problemas, frente al desarrollo o mejora de la base motora de los y las deportistas, esto desde el entrenamiento en el Ultimate como deporte principal y otras disciplinas como herramientas de apoyo y complemento para la formación y el perfeccionamiento de las capacidades físicas y coordinativas, contribuyendo a constituir una base sólida logrando un buen rendimiento deportivo con un alto nivel de competencia.

La primera actividad clave es la Evaluación funcional del deportista: Una vez ingrese el/la deportista se realizarán una serie de pruebas con el fin de establecer unos parámetros generales, los cuales serán un punto de partida para la preparación deportiva y donde se evidenciaron las mejoras continuas de su proceso individual. Base de datos: El club maneja una base de datos donde se encontrarán los resultados de las pruebas, balances de las mejoras e información de contacto de cada deportista.

Evaluación funcional

- Edad
- Peso
- Altura
- IMC
- %Graso
- % muscular
- %ósea



- %Agua
- Enfermedades actuales

Pruebas:

- Fuerza
- Resistencia
- Flexibilidad

Luego del ingreso oficial de cada deportista se dividirá según su categoría (infantil, juvenil) donde cada una tendrá un enfoque diferente direccionado hacia sus necesidades:

Primera categoría Infantil (6 - 12 años): Los entrenamientos estarán guiados hacia el desarrollo motriz y físico a través del juego, desde estas edades empezamos a trabajar con discos más livianos, buscando objetos buscando que ayuden en la técnica de lanzamiento, se incorpora diferentes disciplinas deportivas en algunos entrenos para que puedan ir controlando y desarrollando su parte motriz y así empiece a perder los miedos que tengan motriz, mental y emocional aclarando que estas disciplinas estarán encaminadas al Ultimate, de a pocos inculcar los roles básicos como es el manejador y el cortador, apoyándonos de videos de juegos de su categoría para que vayan entendido la dinámica de juego, además se busca inculcar valores y el espíritu de juego en cada momento, desde acciones sutiles como: Comunicarnos respetuosamente y escuchar al otro. Así mismo, nos centraremos en el reconocimiento de habilidades y gustos, los cuales los lleven a ser independientes frente a sus preferencias, generando autonomía y liderazgo desde las edades tempranas.



Segunda categoría Juvenil (13 - 20 años): Los entrenamientos estarán guiados hacia una adaptación y desarrollo de las capacidades físicas (velocidad, fuerza, resistencia y flexibilidad) y el potenciamiento de las capacidades coordinativas (orientación, el equilibrio, la agilidad, la coordinación sentido-movimiento y la reacción), en esta categoría se busca que puedan controlar estas capacidades y saberlas desarrollar en el campo de juego, la táctica empieza a tener más fuerza, enseñar diferentes tipos de ataque y de defensa, las estrategias que como equipo se podrá trabajar, como desenvolverse en cada situación del juego como equipo, se realizará mayor énfasis en el reglamento del deporte ya que es un deporte auto arbitrado donde debemos tener claro las faltas existentes y así escuchar al rival, poder llegar a un acuerdo, siempre optando desde la honestidad y basándose en el reglamento, y su aplicación para la vida como parte del desarrollo integral, contribuyendo al desenvolvimiento de la personalidad. Se presentarán situaciones de juego más complejas relacionadas a la táctica y estrategia específica del Ultimate, donde con esto se llevará a obtener un mayor control emocional y mental en momentos de presión.

Actividades administrativas

Publicidad: Crear volantes, carteles, tarjetas, posters y cada sitio web como el Instagram, Facebook y Youtube para compartir y dar a conocer el club y como primera instancia el cliente pueda obtener información tanto virtual como personal.

Equipamiento: Solicitar y facilitar la entrega de uniformes, petos, termos, gorras entre otros, cada producto que el club ofrezca y que algún cliente o jugador quiera obtenerlo, además tanto los recursos que el entrenador requiere estar pendiente de la depreciación de cada uno y por último solicitar el campo de entrenamiento en óptimas condiciones para cada entrenamiento.



Firma de contrato: Dar información a cada cliente interesado, donde al finalizar la entrada al club, podrá junto al cliente firmar cierto contrato de cierre con especificaciones de la suscripción y las cuotas, los propósitos, que trabajará el jugador, que evaluaciones tendrá, días, horarios y además que opciones de gastos de la temporada pueden ocurrir como la participación en algún torneo.

CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costes se refiere a la proporción que cada factor o servicio productivo representa del coste total o de cada unidad, desde el punto de vista de la teoría de la producción se estudia la participación de los costes fijos y variables en los costes totales (Ureña, 2021) y Barreto en el (2020) nos expone que los costos fijos Son aquellos costos que sostienen la estructura operativa de la empresa; es decir, aquellos que permanecen constantes en su magnitud, independientemente de que se produzca o deje de hacerlo, en cambio los costos variables son todos aquellos costos que son directamente proporcionales al volumen de producción y/o distribución; en otras palabras, a mayor producción corresponderá mayor cantidad de estos costos y el punto de equilibrio es el volumen de producción y ventas con el cual el ingreso total compensa exactamente los costos totales, que son la suma de los costos fijos y los costos variables.

- Costos Fijos

Costos Fijos			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO	CANTIDAD	COSTOS FIJOS
Campo de entrenamiento	\$450.000	1	\$450.000
Administración	\$900.000	1	\$900.000
Depreciación	\$61.427	1	\$61.427
		TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$1.411.427

Figura 6. Costos Fijos de Titans Ultimate Club (2021). Según la tabla son los costos mensuales que no se modifican.



	\$98.000	\$29.643
--	-----------------	-----------------

PE=	20,6	Personas	21
------------	-------------	-----------------	-----------

Con 21 personas ni se gana ni se pierde dinero, es donde los costos totales son iguales a los ingresos, así que a partir de ahí en adelante se empieza a tener utilidades y si no se llega a las 21 personas estaría en zona de pérdidas.

- Valor de equilibrio

Valor de Equilibrio=	Punto de Equilibrio * Precio Unitario	
PE=	20,6	\$98.000
VE=	\$ 2.023.488	Pesos

SERVICIOS	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS TOTAL
0	0	\$1.411.427	\$1.411.427
5	490.000	\$1.411.427	\$1.559.641
10	980.000	\$1.411.427	\$1.707.856
15	1.470.000	\$1.411.427	\$1.856.070
20	1.960.000	\$1.411.427	\$2.004.284
25	2.450.000	\$1.411.427	\$2.152.499
30	2.940.000	\$1.411.427	\$2.300.713
35	3.430.000	\$1.411.427	\$2.448.927



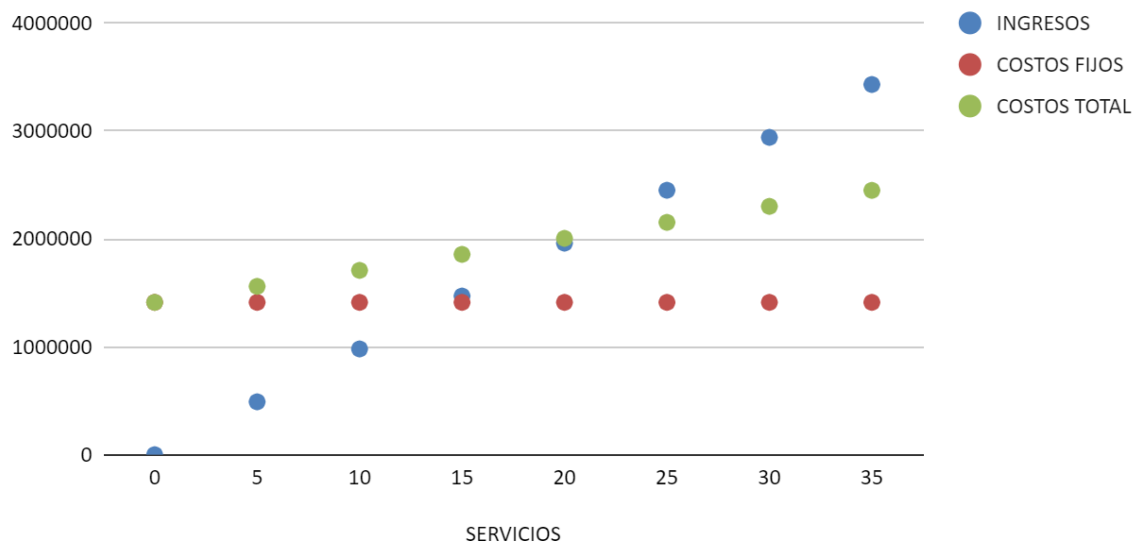


Figura 9. Punto de equilibrio de Titans Ultimate Club (2021).



CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera trabaja los flujos de ingresos y egresos con precios vigentes de mercado, toma como criterio de selección el valor presente neto (VPN) o la tasa interna de retorno (TIR), la evaluación varía según la entidad interesada (Consultorio Contable, 2021). El valor presente o actual neto (VAN) es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia y la tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés con la cual el valor actual o presente neto de una inversión sea igual a cero ($VAN = 0$), aclarando que la VAN se calcula a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando una tasa de descuento (Puga, 2021). La recuperación de la inversión, es el tiempo en el que se proyecta recuperar la inversión inicial (Hotmart, 2021).

- **Inversión inicial:** En la inversión inicial se ha tomado en cuenta la suma de los costos fijos y variables de modo que, está alrededor de 2.511.500, sumando un colchón del 10%, lo cual nos da alrededor de 2.533.000.
- **Inflación del año anterior:** Según La Republica (2021) la inflación en Colombia en el año 2020 fue de 1,61% considerada la más baja de la historia estadística que informa el Dane.
- **Tasa de interés:** De acuerdo con el grupo Aval (2021), la tasa de interés en el Banco de la República de Colombia es de 1.75 actual y la anterior es el mismo valor lo cual, la variación es de 0, tomando fecha de referencia el 22/01/2021 hasta el día de hoy. De acuerdo con Diarioriente (2021), comunica que el banco Colpatria con 0,73% con un monto mínimo de 1,2 millones y el más alto de Banco AV Villas con 1,93% con un monto mínimo de 1 millón. Lo cual al multiplicar el más alto de 1,93% se multiplica por los 12 meses, lo cual no daría una tasa de interés del 23%.



- Información de crecimiento de la industria: En comparación con el mismo mes del año anterior, la producción industrial en enero de 2019 aumentó un 3,0%, el incremento en la producción manufacturera este mes se debe al crecimiento observado en 26 subsectores en las 39 categorías industriales que conforman el enfoque regional de la encuesta manufacturera mensual (Mincomercio, 2021).

Los indicadores de evaluación financiera:

- Valor Presente Neto (VPN)

f1= Flujo de efectivo neto (1 año)

f2= Flujo de efectivo neto (2 año)

n= A dos años

i= Tasa de interés

Inv0= Inversión Inicial

Formulación de Datos VPN	
f1=	\$ 6.030.875
f2=	\$ 7.679.500
n=	2 años
i=	23%
Inv0=	\$ 5.114.920

Figura 10. Valor Presente Neto (VPN) de Titans Ultimate Club (2021).



VNA=VPN= (La suma de la tasa de interés+flujo de efectivo neto (1 Año)+flujo de efectivo neto(2 Año))-Inversión Inicial.

VNA=VPN=	\$ 4.864.243
----------	--------------

Este valor significa que invirtiendo los \$ 5.114.920, teniendo en cuenta las utilidades que se tendrán en los dos próximos años relacionado a una tasa de interés del 23% que es la que en este año se puede manejar, se tendrían una ganancias de \$4.864.243, finalmente el modelo de negocio es viable.

- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Se resta la inversión inicial
- Flujo de efectivo neto (1 año)
- Flujo de efectivo neto (2 año)

TIR
-5.114.920
\$ 6.030.875
\$ 7.679.500

utilidad

	Segundo año	Primer año
TIR=	94,93%	47,46%

Figura 11. Tasa Interna de Retorno (TIR) de Titans Ultimate Club (2021). En el primer año se tendrá una utilidad del 47,46% seguido a una proyección lineal, en el segundo año se tendrá un 94.93%, esto quiere decir que es viable el modelo de negocio.



- Recuperación de la Inversión (RI)

	RI
año1	\$ 6.030.875
año2	\$ 13.710.375

Figura 12. Recuperación de la Inversión (RI) de Titans Ultimate Club (2021).

RI= Sumatoria de Flujo de efectivo neto (1 y 2 años)

Sumatoria de Flujo de efectivo neto (1 y 2 años) / 24 meses

RI= Inversión inicial / (Sumatoria de Flujo de efectivo neto (1 y 2 años) / 24 meses)

RI=	\$ 13.710.375	Inv0 ≥ RI	
	571265,6115	(Inv0 ≥ RI)/#meses	
RI=	8,953663041	MESES	9 Meses

La recuperación de la inversión, estaría alrededor de 8,9 meses lo que significa que en 9 meses se recuperarán los \$5.114.920, otro punto a tener en cuenta que el modelo es viable.


LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

Esta herramienta sirve para analizar modelos de negocio que estudia la manera en la que una empresa crea, distribuye y captura valor de sus clientes, conformado con 9 elementos indispensables siendo, Segmento de mercado, Propuesta de valor, Canales, Relación con los clientes, Flujo de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Alianzas clave, Estructura de costes (Osterwalder & Pigneur, 2009).



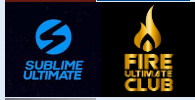
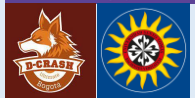


TITANS ULTIMATE CLUB

<p>2) Asociaciones clave.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relación de comprador-suplidor, Universidad Santo Tomás: El club brindará un espacio intervención para los estudiantes de 7º - 9º semestre de profundización y prácticas profesionales de la facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación. - Coopetencia, Alianzas con los equipos 	<p>4) Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación Funcional. - Pruebas Físicas. - Recomendación alimenticia. - Entrenamientos sábados y domingos - Participación en torneos - Retroalimentaciones trimestrales - Artículos del club 	<p>3) Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Novedad: Sesiones dirigidas a otras disciplinas deportivas, complementando el desarrollo motor y habilidades específicas del deporte base. - Mejora de rendimiento: Solucionar problemas que se presentan en la base motora de los deportistas y de esta manera continuar con el perfeccionamiento de las capacidades físicas. - Diseño: Planificar y estructurar los objetivos de cada temporada, teniendo en cuenta la etapa en la que se encuentre cada deportista respecto a su categoría. - Precio: Se brindarán ciertos beneficios económicos por cumplimiento y adelanto de los pagos. 	<p>8) Relación con los clientes</p> <p>Asistencia personal, la cual se basa en la interacción humana directa con el cliente y como comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Captar clientes: Referidos y campañas - Fidelizar clientes: Entrenamientos dinámicos e integración - Aumento de clientes: Entrenamientos acompañados de otras disciplinas lo cual representa un aspecto diferencial de la empresa 	<p>1) Segmento de mercado</p> <p>Nuestro clientes potenciales son personas en un rango de edad entre los 6 y 20 años, que deseen conocer, aprender o perfeccionar aspectos específicos del deporte con un interés recreativo o competitivo. La sede principal de entrenamientos se encontrará en el Parque Estadio Tabora ubicado en Engativá. Este modelo de negocio se enfoca en un mercado segmentado y de plataformas multi-laterales.</p>
--	--	--	--	---

competidora, (Idrd): Dirigida a una alianza de reducción de riesgos e incertidumbre, se contará con la cancha en el Parque Estadio Tabora ubicado en Engativá.

- Coopetencia, (FECODV): Corresponde a una alianza de actividades particulares, la federación es una de los creadores de torneos.



9) Recursos Clave

Recursos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Físicos			
Disco o Frisbee	20	\$50.000	600.000
Computador	1	\$1.500.000	1.500.000
Conos	15	\$3.500	52.500
Pelotas de Tenis	10	\$5.000	50.000
Platillos	20	\$2.500	50.000
Escalera	2	\$20.000	40.000
Bastón con estaca	2	\$8.000	16.000
Campo de entrenamiento	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Papelería	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Depreciación	1	\$61.427	\$61.427
Total			\$2.849.927

Recurso Intelectual			
Aval del IDRD	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Total			\$ 100.000

Recursos Humanos			
Administrativo	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Entrenador/a	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Total			\$1.700.000

Recursos Económicos	Valor
Físicos	\$2.849.927
Intelectual	\$ 100.000
Talento Humano	\$1.700.000
Total Final	\$4.649.927
Colchon 10%	\$464.993
Inversión Inicial	\$5.114.920



5) Canales

Canales directos e indirectos

- Canal de percepción o de información: Campaña de publicidad
- Canal de evaluación: Encuestas en formularios google y reuniones
- Canal de compra: Pago en efectivo o consignación
- Entrega: Deben dirigirse al lugar de entrenamiento el cual tendrá una duración aproximada de 2 a 3 horas por día, los días sábados y domingos en la mañana.
- Post-venta: Se venderán uniformes, termos, discos, petos, agendas, gorras y manillas

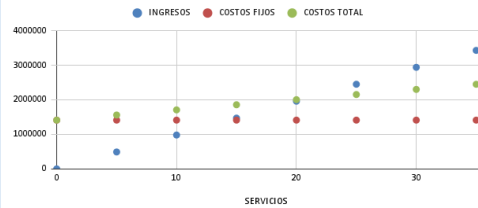


			personalizadas del club																					
<p>7) Estructura de Costes Se requiere los costos fijos y variables para poder llegar a un punto de equilibrio, que estuvo alrededor de 21 personas.</p>			<p>6) Ingresos: El club, proyectado al primer año maneja un precio fijo, enfocado en dos aspectos: un valor único de suscripción anual con un valor de 96.000 y un valor de mensualidad de 90.000.</p> <table border="1" data-bbox="1264 1211 1850 1341"> <thead> <tr> <th colspan="4">PROMEDIO DE INGRESO DE UN MES</th> </tr> <tr> <th>PRODUCTO/SERVICIO</th> <th>PRECIO</th> <th>VENTAS</th> <th>INGRESOS PROM.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inscripcion (96.000)</td> <td>\$8.000</td> <td>28</td> <td>\$224.000</td> </tr> <tr> <td>Entrenamiento de</td> <td>\$90.000</td> <td>28</td> <td>\$2.520.000</td> </tr> <tr> <td>Total de Ingresos</td> <td></td> <td></td> <td>\$2.744.000</td> </tr> </tbody> </table>		PROMEDIO DE INGRESO DE UN MES				PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO	VENTAS	INGRESOS PROM.	Inscripcion (96.000)	\$8.000	28	\$224.000	Entrenamiento de	\$90.000	28	\$2.520.000	Total de Ingresos			\$2.744.000
PROMEDIO DE INGRESO DE UN MES																								
PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO	VENTAS	INGRESOS PROM.																					
Inscripcion (96.000)	\$8.000	28	\$224.000																					
Entrenamiento de	\$90.000	28	\$2.520.000																					
Total de Ingresos			\$2.744.000																					



Costos Fijos				Costos Variables				
CENTRO DE COSTOS	PRECIO	CANTIDAD	COSTOS FIJOS	CENTRO DE COSTOS	PRECIO	CANTIDAD	Costos Variables	
Campo de entrenamiento	\$450.000	1	\$450.000	Entrenador/a		1	\$0	
Administración	\$900.000	1	\$900.000	Papelería	\$30.000	1	\$30.000	
Depreciación	\$61.427	1	\$61.427				\$830.000	
		TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$1.411.427			TOTAL DE COSTOS VARIABLES	\$830.000	
				Numero de personas		28	COSTO VARIABLE UNITARIO	\$29.643
							TOTAL DE COSTOS	\$2.241.447

INGRESOS, COSTOS FIJOS y COSTOS TOTAL



Inflación	2,00%
Crecimiento en ventas	7,00%
Crecimiento de egresos	3,00%
Tasa de interes=	23%
Valor Presente neto (VPN)	\$4.864.243
Tasa Interna de Retorno (TIR)	1(Año) 47,46%
	2(Año) 94,93%
Recuperacion de la Inversion (RI)	8,953663041
	9 Meses

Flujo de Ingresos		A
AÑO	VALOR	
1	\$ 32.928.000	
2	\$ 35.937.619	



REFERENCIAS

Alcaldía Local de Engativá. (04 de 2018). Alcaldía Mayor de Bogotá. Obtenido de

<http://www.engativa.gov.co/transparencia/informacion-interes/publicacion/estudios/inventario-parques-localidad-engativa>

Aval. (2021, 28 septiembre). *Grupo Aval, Indicadores*. grupoaval.com.

<https://www.grupoaval.com/wps/portal/grupo-aval/aval/portal-financiero/indicadores/tasas-interes>

Badel, L. J. (21 de 10 de 2006). Crece la pasión del 'frisbee' extremo: ya hay 12 clubes reconocidos en Bogotá. *El Tiempo*, pág. 3.

Barreto, M. (2020). *Análisis de equilibrio* (N.º 222). FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

<https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas/Finanzas%20I%20Mauricio%20A.%20Chagolla%20Farias/9%20 analisis%20de%20equilibrio.pdf>

Castillo, M. (05 de 2016). PROPUESTA DE VALOR. *Una herramienta del diseño gráfico*. Bogotá, Colombia: Universidad Piloto de Colombia.

Consultorio Contable. (2021). *Evaluación financiera de proyectos, notas de clase* (N.º 6). Universidad EAFIT.

<https://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/departamentos/departamento-contaduria-publica/planta-docente/Documents/Nota%20de%20clase%2066%20evaluacion%20financiera%20de%20proyectos.pdf>

Diariooriental. (2021, 18 julio). *Colombia: Los cinco bancos con las tasas de interés más bajas y más altas para créditos*. Diariooriental.com.

<http://diariooriental.com/altiplano/colombia-los.html>

Dikovec, T. (26 de 03 de 2018). Todo sobre el Segmento de Mercado en el modelo Canvas. Obtenido de <https://tahiridikovec.com/todo-sobre-el-segmento-de-mercado-en-el-modelo-canvas/>

Douglas da Silva. (31 de 08 de 2020). *zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/>

FECODV. (11 de 04 de 2021). Federación Colombiana de Disco Volador. <https://fecodv.com.co/p/participacinalendarionacional>

FEDV. (06 de 08 de 2019). Federación Española del Disco Volador. Obtenido de https://fedv.es/en_us/p/ultimate-top-10-para-esp-en-el-ranking-mundial

Guadarrama, E. (2015). marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica . *Redalyc*, pág. 35. <https://www.redalyc.org/pdf/870/87041161004.pdf>

Hotmart. (2021, 9 mayo). *ROI o retorno sobre la inversión: ¿qué es y cómo calcular esta métrica financiera de tu negocio?* blog.hotmart. <https://blog.hotmart.com/es/retorno-de-inversion-y-como-calcularlo/>

IDRD. (08 de 08 de 2021). *Presentación lista de equipos, IDRD*. Obtenido de https://www.idrd.gov.co/SIM/CS_RendimientoDeportivo/Presentacion/Lista_Clubes.php?Id_Liga=62&Nombre=Ultimate

Itaú. (2021). *Programa de Asesorías de Negocio*. s2.q4cdn.com. [https://s2.q4cdn.com/476556808/files/doc_downloads/Folleto-3-\(2\).pdf](https://s2.q4cdn.com/476556808/files/doc_downloads/Folleto-3-(2).pdf)

Mentorday. (2020). *Actividades clave – CANVAS*. mentorday.es. <https://mentorday.es/wikitips/actividades-clave/>

La República. (2021, 5 enero). *La inflación de 1,61% del año 2020 es la más baja de la historia estadística que informa el Dane*. Larepublica.co. <https://www.larepublica.co/economia/la-inflacion-de-161-de-2020-es-la-mas-baja-de->



[la-historia-estadistica-del-dane-3108225#:~:text=Hacienda-La%20inflaci%C3%B3n%20de%201%2C61%25%20del%20a%C3%B1o%202020%20es%20la,estad%C3%ADstica%20que%20informa%20el%20Dane](#)

Mincomercio. (2021). *Informe de Industria* (N.º 23). mincit.gov.co.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/433a0476-f1ef-4a27-8af5-b2783c341509/Enero.aspx#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20industrial%20creci%C3%B3%20en,mismo%20mes%20del%20a%C3%B1o%20anterior.&text=El%20crecimiento%20de%20la%20producci%C3%B3n,Mensual%20Manufacturera%20con%20Enfoque%20Regional>.

Mora Barrantes, C., S., & Gómez Pineda, L., D. (2018). El Ultimate frisbee como propuesta pedagógica para influenciar el valor del respeto entre los niños del curso 502 del Instituto Técnico Francisco José de Caldas.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15792/PROYECTO%20DE%20GRADO%20E.pdf?sequ>

Moreno, J. H., & Ribas, J. P. R. (2004). *La Praxiología Motriz: fundamentos y aplicaciones* (Vol. 32). [Inde.ence=liga=62&Nombre=Ultimate](#)

Osterwalder & Pigneur, Y. (2009). *BUSINESS MODEL CANVAS By Alexander Osterwalder* (N.º 4). [economiat. https://fundacionactivate.org/wp-content/uploads/2015/01/BUSINESS-MODEL-CANVAS.pdf](https://fundacionactivate.org/wp-content/uploads/2015/01/BUSINESS-MODEL-CANVAS.pdf)

Puga Muñoz, M. (2021). *VAN y TIR* (N.º 4). Universidad Arturo Prat, Chile.

http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf

Rojas Correal, J. Y. (2014). *Ultimate Frisbee como práctica no convencional en la ciudad de La Plata* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/42951/Documento_completo_.pdf?sequence=3



Sanchez, C. (2020, 16 octubre). *Qué son los socios claves en el modelo Canvas y por qué te interesa saberlo*. <https://www.sage.com/>. <https://www.sage.com/es-es/blog/que-son-los-socios-claves-en-el-modelo-canvas-y-por-que-te-interesa-saberlo/>

Sierra, C. (2015). Canales de distribución: características. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 17.

Serbolov Palos, Y. B. (2000). *Nuevo enfoque al problema de la Concentración y Distribución del Ingreso* (N.º 217). Universidad Nacional Autónoma de México. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/yvbsp/indcrt.pdf>

Ureña, F. (2021). *Producción Animal y Gestión de Empresas*. uco.es. <http://www.uco.es/zootecniaygestion/menu.php?codigo=10>

WFDF (29 de 05 2020). World Flying Disc Federation. <https://wfdf.sport/2020/05/worlds-wugc-and-masters-wmuc-events-to-be-postponed-to-2021-juniors-wjuc-canceled/>

