



ALTERNATIVE SPORT CLUB

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

MAURO DOUVAN RODRIGUEZ VELASQUEZ
PEDRO LUIS OVALLE PUENTES
JOSE ALEJANDRO FORERO SILVA

Asesor:

GONZALO FLORIAN VELASQUEZ

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

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
MISIÓN	6
VISIÓN	6
NOMBRE	6
LOGOTIPO	7
SLOGAN	8
MARCO NORMATIVO	8
MARCO SOCIAL	9
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	10
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	12
CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR	17
CAPÍTULO II: SEGMENTO DE MERCADO	18
TIPO DE SEGMENTO DE MERCADO	21
CAPÍTULO III: CANALES	21
INFORMACIÓN	21
EVALUACIÓN	22
COMPRA	22
ENTREGA	22
POSTVENTA	23
CAPÍTULO IV RELACIÓN CON CLIENTES	23
CAPÍTULO V: INGRESOS	25
CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES	31
CAPÍTULO VII: ASOCIACIONES CLAVES	36

CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES	39
CAPITULO IV: ESTRUCTURA DE COSTOS	42
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	43
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	46
REFERENCIAS	47

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es realizado con el objetivo de materializar la idea de negocio en donde se conforma la creación de empresa de deportes alternativos, esta cuenta con estratégicas propuestas de valor diferencial, la cual brinda una experiencia divergente, por lo que esta se vuelve inolvidable para nuestros vinculados.

Alternative Sport Club se crea de acuerdo a vivencias cursadas dentro de la materia de deportes alternativos de la Universidad Santo Tomás, en la cual quedó presente muchos de los conocimientos y experiencias aprendidas dentro de esta, por esto llamó la atención los deportes alternativos y la variabilidad que manejan los deportes dentro de esta rama, además dentro de estos deportes el bienestar físico y mental se vuelve fundamental, dando así mismo la oportunidad de explorar un mundo nuevo de los deportes, como son los alternativos que a su vez van ligados con principios y valores dentro de la práctica de este y que contribuyen a que los vinculados a crecer no solo en el ámbito físico, mental y cognitivo, sino además de formar personas íntegras y empáticas para el entorno donde se relacionan.

Por lo anterior, Alternative Sport Club está ligada a cuatro componentes muy importantes, los cuales son, a decir; deporte, salud, valores en el deporte y materiales reciclables. Previo a definir qué son los deportes alternativos, se necesita una definición del deporte como tal, por lo que Castejón (2001), define al deporte como una actividad física en la que una persona desarrolla y manifiesta una serie de movimientos o control voluntario de los movimientos utilizando sus características individuales y/o la cooperación con otros para que pueda competir consigo mismo, con el medio ambiente o contra otros con el fin de ganar para resaltar sus limitaciones personales, teniendo en cuenta que hay reglas que siempre se deben seguir y en algunos casos pueden utilizar algunos materiales para la práctica¹, el segundo componente que comprende Alternative Sport Club es la salud, la cual es definida según OMS (2006) como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades², el tercer componente que comprende la empresa es el cual es valores en el deporte, según Ruiz & Cabrera (2004) la educación física, en su vinculación con el deporte escolar, debe promover los valores que el deporte debe fomentar y desarrollar; este factor, con su contenido y actividad, tiene un gran potencial para

¹ Castejón, F. J. (1994). La enseñanza del deporte en la educación obligatoria: enfoque metodológico.

² Organización Mundial de la Salud. (Octubre de 2006). Constitución de la Organización Mundial de la Salud.

el desarrollo del niño, tanto a nivel físico como personal, y contribuye así a la mejora de la personalidad³, por lo cual se vuelve fundamental que cada una de las intervenciones se deben guiar a los valores como se mencionó con anterioridad para que los vinculados puedan superarse y sean personas pulcras e íntegras.

Por último, el cuarto componente que se mencionó con anterioridad, es definido según Méndez (2009) el uso de materiales reciclados representa una poderosa herramienta que aumenta de manera efectiva la posibilidad de alcanzar los objetivos didácticos y permite el acceso a todos los estudiantes, según el nivel de dominio de sus habilidades⁴, por lo anterior se vuelve una estrategia imprescindible para la empresa el uso de material reciclable, ya que con este se busca dos cosas; primera que el vinculado contribuya positivamente al daño del medio ambiente mediante el reciclaje y segundo ayudar a su formación deportiva.

Posteriormente a definir los pilares de Alternative Sport Club, es prescindible darle una explicación al concepto de deportes alternativos, el cual según Barbero (2000) Barbero (2000) entiende como deporte alternativo todo aquel que se diferencia al tradicional, ya sea por el uso de un material diferente cuyo fin inicial no era la utilización actividad físico-deportiva, o bien pese a que ese si fuera su fin, se utiliza de forma diferente para la que fue diseñado originalmente ⁵, por esto fueron elegidos deportes alternativos como el Tchoukball, la triplete, pinfuvote, goalball, deportes que no son comúnmente conocidos pero que son muy interesantes a la hora de su práctica.

Como empresa Alternative Sport Club se cuenta con los conocimientos necesarios para la realización de los deportes alternativos anteriormente mencionados, en diferentes espacios y contando con materiales reciclables que los mismos vinculados tendrán que realizar para la práctica de los diferentes deportes alternativos. De igual forma se cuenta con profesionales en formación de Cultura física, deporte y recreación, es por esto que Alternative Sport Club garantiza experiencias en la formación de deportes alternativos totalmente creativo y diferente que a su vez va acompañado de personal totalmente capacitado e íntegro para las actividades a realizar.

³ Ruiz Llamas, G., & Cabrera Suárez, D. (2004). Los valores en el deporte.

⁴ Méndez Giménez, A. (2009). La enseñanza de los juegos de golpeo y fildeo en el contexto escolar a partir de material reciclado.

⁵ Barbero, J. C. (2000). Los juegos y deportes alternativos en Educación Física.

MISIÓN

Alternative Sport Club cuenta con profesionales altamente calificados donde se pretende brindar a la población variantes a los deportes convencionales conocidos actualmente, influyendo positivamente en nuestros participantes a nivel; motor, psicológico y cognitivo mediante la práctica de deportes alternativos.

VISIÓN

Para el año 2024 ser referenciada como la mejor empresa especializada en deportes alternativos, generando cambios significativos en nuestros clientes de ética y valores encaminados a la prevención del sedentarismo y práctica continua de la actividad física y deporte.

NOMBRE

✓ Alternative Sport Club

El nombre Alternative Sport Club proviene de los conocimientos adquiridos por parte del equipo de trabajo que refiere a un grupo de deportes poco convencionales, pero de gran impacto a nivel social ya que rompe paradigmas como la desigualdad de género, edad y algunas discapacidades, por ende se quiere llegar a innovar diferentes estilos de vida aportando por medio de la recreación y un estado de salud óptimo que brinda el club.

LOGOTIPO



Nota: Elaboración propia (2022)

Nuestro logo es muy llamativo, lleno de colores donde predomina el color azul, con este logo buscamos que los usuarios lo puedan recordar fácilmente y lleguen a nuestras instalaciones como referente de que somos la mejor empresa de deportes alternativos.

De acuerdo con lo anterior, los colores que seleccionamos para el logotipo fueron; azul, blanco, amarillo, rojo y naranja. Con el color azul queremos brindar tranquilidad y confianza a todos los clientes que estarán vinculados a nuestra empresa, ya que ofrecemos deportes que son divergentes dentro de la práctica de deportes.

Por otro lado, el color blanco fue seleccionado debido a que hace referencia a la limpieza, tranquilidad y la seguridad que vamos a dar nosotros como empresa de deportes alternativos, además buscando así que el color azul sea el que más resalta de nuestro eslogan con los motivos que explicamos con anterioridad.

Continuando con lo mencionado anteriormente, seleccionamos el color amarillo ~~ya~~ con este buscamos ser llamativos y diferenciadores dentro de las demás empresas que trabajan con deportes alternativos. El color naranja fue seleccionado debido a que representa la juventud, la niñez, la alegría, el atrevimiento y la diversión, los cuales son adjetivos que están estrechamente relacionados con los diferentes deportes que manejaremos dentro de nuestra empresa.

Por último y no menos importante el color rojo, ya que este estimula físicamente el cuerpo, eleva la presión arterial y a su vez la frecuencia cardiaca, está asociado con el

movimiento, la emoción y la pasión, adjetivos que están de la mano a lo que queremos lograr con los diferentes deportes que se ofrecen dentro de nuestra empresa.

En cuanto al símbolo que empleamos para la creación de nuestro logotipo, el cual hace referencia a una persona corriendo, lo escogimos debido a que este nos permite iluminar a los clientes de que la mayoría de nuestros deportes serán de mucha acción y aventura, además que en este podíamos implementar los colores cuidadosamente seleccionados con anterioridad, con esto buscamos que nuestros clientes tengan la idea de que trabajaremos componentes de acción motriz o trabajo físico, desarrollo cognitivo y psicológico, todos ellos empleados en cada una de los deportes alternativos que ofrecemos como empresa.

SLOGAN

ALternative sport cLub
Divergente. Deportes de éxito

Nota: Elaboración propia (2022)

El significado de nuestro eslogan es especial, la palabra divergente hace referencia o es un sinónimo de “diferente o diferencia” lo empleamos por el simple hecho de que los deportes que manejaremos como empresa no se ven muy frecuentes, pero son enriquecedores para los participantes, el resto de nuestro eslogan que es “Deportes de éxito” es porque los deportes alternativos son un amplio espacio para trabajar y adherir a los clientes debido a la variedad que vamos a emplear como empresa.

MARCO NORMATIVO:

Alternative Sport Club cumple con el artículo 52 de la Constitución Política de Colombia en donde se habla de la práctica del deporte, con fin recreativo que ayude a generar esa formación integral en las personas y mejorar el estado de salud. De igual forma brindando

un espacio donde se aproveche el tiempo libre de la mano de estos deportes que en nuestro caso son alternativos.

Por otra parte, encontramos El sistema Nacional de Deporte que se origina a partir de la Ley 181 de 1995, en donde se habla de promover el deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y el tema de la no exclusión, aspecto importante en la lógica de los deportes alternativos y nosotros como empresa formadora de personas íntegras para una sociedad.

De igual forma encontramos la ley 934 de 2004 en la cual se oficializa la política de desarrollo nacional de educación física, espacio en dónde nosotros como empresa estamos dispuestos a impactar de forma positiva en el desarrollo de estos deportes que tienen un impacto positivo a nivel social y para un desarrollo de nuevas experiencias enfocadas de igual forma en el desarrollo de destreza de habilidades.

Por último, encontramos la ley 582 de 2000 la cual se basa en el deporte asociado de personas con limitaciones físicas, mentales y sensoriales, es allí donde nos basamos como empresa innovadora y con gran responsabilidad en cuanto a la inclusión de personas con limitaciones, partiendo de nuestro objetivo que tenemos de la mano de los deportes alternativos el cuál es romper los paradigmas de desigualdad.

MARCO SOCIAL:

Promover un estilo de vida saludable y provechoso a partir de la práctica de estos deportes no convencionales, que tiene un trasfondo a nivel social por sus beneficios a nivel psicológicos, motriz, cognitivo y un excelente aprovechamiento del tiempo libre, generando así un impacto social positivo ya que la mayoría de nuestros clientes serán personas que tienen poco conocimiento acerca de estos deportes o actividades relacionadas. lo cual motiva a estas personas que tengan nuevas experiencias y conocimientos de los deportes alternativos.

Por lo tanto, poder concientizar a la población de la importancia de la práctica de los deportes alternativos en la búsqueda de un buen estado de salud, de igual forma generando conciencia del aprovechamiento de materiales reciclables para la elaboración de los implementos para diferentes deportes y causar un impacto positivo para el medio ambiente

FUNDAMENTACIÓN HUMANÍSTICA

Dentro de la Universidad Santo Tomás la formación para los profesionales va guiada de acuerdo a principios éticos y humanitarios que garantizan la integridad, el bienestar social y valores los cuales promueven un proceso de formación social e incluyente, enfocándose en el espíritu del pensamiento cristiano y a su vez de la dignidad humana; la Universidad Santo Tomás ampara la semejanza del hombre con Dios y la similitud del hombre, por esto desde la creación de nuestra empresa Alternative Sport Club se garantizará una excelente formación humanística, la cual promoverá principios, valores y la prestación de servicios basados en los diferentes deportes alternativos asociados a esta.

Ahora bien según Turro Ortega (2014), desde la antigua Grecia hasta la actualidad se ha asumido que muchos valores pueden ser comunicados y abordados implícitamente a través del deporte⁶, sin embargo se vuelve necesario accionar dentro del deporte, ya que sin la respectiva intervención guiada a la promoción de valores no se está llegando a fondo a él bien humanístico. Por esto se debe brindar prácticas deportivas donde se promueva el deporte enfocándose en prácticas desde lo moral, el compañerismo, la solidaridad, la empatía y los principios. El deporte se presta para transformar e impactar a los practicantes del mismo, siempre y cuando sea guiado de forma correcta, ya que con él se pueden llegar a formar seres humanos íntegros y llegar a promover competitividad sana dentro del mismo.

De acuerdo a lo anterior, Alternative Sport Club cuenta con profesionales de Cultura física, deporte y recreación los cuales tienen formación en valores de la Universidad Santo Tomás en donde cátedras como son filosofía institucional, antropología y ética fueron pilares influyentes en su formación como profesionales íntegros; es por esto que se implementan prácticas de deportes alternativos donde la principal enseñanza que se pueden llevar los participantes, son valores como; respeto, solidaridad, empatía, paciencia, compañerismo, humildad, trabajo en equipo, responsabilidad y gratitud, de tal forma que logren la capacidad

⁶ Turro Ortega, G. (2014). El valor de superarse.

de reacción más adecuada frente a situaciones de éxito o fracaso dentro de la práctica deportiva.

En nuestros diferentes servicios o deportes que brindaremos al cliente hay momentos donde la empatía la paciencia y el compañerismo son fundamentales puesto que al practicar los diferentes deportes estaremos compartiendo con personas con diferentes habilidades y géneros que pueden llegar un poco de controversia en el desarrollo adecuado de la actividades es allí donde estos valores son base para el entendimiento que con respeto y trabajo en equipo empezaremos a cambiar mentalidades erróneas en cuanto a la exclusión y de esta manera aportar en el crecimiento íntegro de cada una de estas personas.

El personal que contara la empresa será con un grupo de población que contara con los siguientes valores: respeto, solidaridad, empatía, paciencia, compañerismo, humildad, trabajo en equipo, responsabilidad y gratitud ya que como empresa debemos dar un buen ejemplo a seguir ya que a medida que pasa el tiempo la empresa va adquiriendo respecto y admiración de la población que se encuentra adquiriendo nuestros servicio., en la cual por medio de los entrenamientos vamos a desarrollar actividades lúdicas y centradas en cada uno de los valores por ende se puede desarrollar todos estos valores por medio de el mando directo del profesor., por ejemplo el respeto que es fundamental para todos los seres., en los entrenamientos el profe puede indicar que la persona que diga una grosería o un apodo a un compañero debe cumplir una penitencia., ya como tal trabajo en equipo se trabaja diariamente en los juegos o actividades grupales y por último la responsabilidad la vamos a manejar por medio de la puntualidad en los entrenamientos es decir que por cada 10 minutos que llegue tarde a los entrenamientos tendrá que realizar un pago de 1.000 pesos colombianos y por uniforme inadecuado tendrá el mismo costo ya que con esto buscamos la responsabilidad de los usuarios y entrenadores para esto poder tener una buena empatía y un buen desarrollo de nuestros entrenamientos.

Ahora bien como menciona Olivera Beltrán (2010), estas prácticas deportivas ofrecen a las personas diferentes caminos de desarrollo humano, teniendo en cuenta tanto sus necesidades como sus expectativas, y al deportista como punto de partida y guía en su propio proceso deportivo, individual y colectivamente, donde también se deben proteger los

intereses profesionales y los intereses institucionales⁷ por lo anteriormente mencionado se hace énfasis en que el proceso no depende solo de los profesionales a cargo y de igual forma de las actividades a realizar dentro de la práctica deportiva, se vuelve necesario un cambio en el participante que se vea dentro de lo deportivo e individual para que esta práctica cobre sentido y pueda trascender a otro nivel.

Por otro lado, involucrando a la población seleccionada para la empresa, es importante contagiar a los adolescentes de valores y principios mediante la práctica deportiva, ya que, con la sana competencia, el desarrollo integral, la integración al entorno, la seguridad personal y la autoestima; se formarán adultos pulcros y exitosos que logren un impacto en la sociedad.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La empresa alternative sport club reconoce ciertas empresas como competencias puesto que incursiona en diferentes aspectos similares tales como el segmento de mercado y deportes en los cuales se tiene como fin el desarrollo de destrezas de habilidades y la formación íntegra de cada deportista para un mejor estilo de vida y una sana competencia.

Por lo anteriormente mencionado la empresa reconoce que sus competencias son las siguientes:

ECO HEALTHY ALTERNATIVE	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES

⁷ Olivera Beltrán, J. (2010). Las vías humanísticas del deporte.

● Son poco reconocidos por el poco tiempo de existencia desde su creación. ● El riesgo de deportes alternativos en algunos espacios no muy recomendados.	● El Municipio de Subachoque apoya a emprendedores juveniles como lo son los creadores de esta empresa. ● Existen diversos patrocinadores como fundaciones que quieren apoyar el ecosistema a partir de estas actividades.
FORTALEZAS	AMENAZAS
● Es única en la zona de sabana centro en cuanto a turismo y deportes alternativos. ● Personas nativas de la zona que conocen bien la zona.	● Cambio climático, puesto que ellos trabajan al aire libre. ● Posibles competidores.

Nota: Elaboración propia (2022)

El precio del servicio se divide en los siguientes paquetes:

- Paquete 1: 150.000 por persona
- Paquete 2: 100.000 por persona
- Paquete 3: 150.000 por persona
- Paquete 4: 100.000 por persona

Alternative Sport Club es una empresa enfocada en la recreación y formación de los vinculados por medio de deportes alternativos, los cuales tienen varios beneficios y es la combinación de diferentes actividades recreo deportivas que van encaminadas a mejorar la integridad y principios como persona. Además, Alternative Sport Club brinda conocimientos de alta calidad sobre los deportes alternativos que se quieren implementar, como es la realización de los materiales mediante uso de reciclaje, el trabajo en equipo y la empatía frente a los demás vinculados y los componentes de acción motriz pertinentes a los deportes a trabajar, etc.

En relación a las empresas que se dedican a trabajar con actividades con deportes alternativos la más similar es ECO HEALTHY ALTERNATIVE, empresa dedicada a realizar caminatas ecológicas, realizando en ellas actividades con deportes alternativos.

De acuerdo a lo anterior, el énfasis de esta empresa es diferente con respecto a Alternative Sport Club ya que se dedica a la recreación ecoturística, en cambio nosotros como empresa nos dedicamos a la formación en deportes alternativos con énfasis en recreación, buscando en nuestros vinculados, personas pulcras e integra dentro del ámbito deportivo. Posterior a realizar la revisión con respecto a paquetes y actividades que ofrece esta empresa (Eco Healthy Alternative) se llegó a la conclusión de que los paquetes y actividades propuestas y la trascendía con la que queremos llegar a ser reconocidos es la mejor opción, tanto a nivel económico, ya que el cliente se acomoda según sus necesidades y arma el paquete que más le parezca conveniente, sin omitir que el precio varía según las actividades que quiera escoger.

Por otro lado, no se evidenciaron más empresas que estuvieran estrechamente relacionadas a los deportes alternativos, por lo cual se parte que la competencia directa de nuestra empresa es ECO HEALTHY ALTERNATIVE.

ZAGGA VOLLEY	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
● Tener solo 1 cancha ● Pocos materiales ● Toca hablar duro para que preste atención ya que es un lugar al aire libre	● Realizar campeonatos ● Variedad de entrenadores ● Buena logística del cuidado de padres por parte de los niños ● Capacitados y certificados
FORTALEZAS	AMENAZAS
● Puntos de vista de varios entrenadores ● Puntualidad y cumplimiento ● Portar bien el uniforme ● Retos de padres a hijos	● Contar con solo la cancha al aire libre ya que si llega a llover en los entrenamientos o amanece lloviendo los entrenamientos se cancela. ● Nuevas ligas

Nota: Elaboración propia (2022)

Precio del servicio \$ 50.000 por semana por persona

En relación con este empresa cuenta con personal capacitado para el buen desarrollo de sus servicio como es el deporte de voleibol siendo el único a prestar es allí donde nuestra empresa alternative sport club llega con un plus el cual hace referencia a la variedad de deportes poco convencionales que por lo tanto llama la atención de la sociedad hoy en día por sus diferentes fines como el aprovechamiento del tiempo libre con ayuda de la recreación y desarrollo de habilidades y destrezas que genera satisfacción y un estilo de vida agradable para el cliente. también posicionándonos como una empresa formadora de personas íntegras que a través de sus deportes y el desarrollo de estos mismo conlleva al fortalecimiento de valores.

FAIR PLAY	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
● Ubicación muy lejos de calles principales ● Transporte con mucha congestión.	● Grandes participaciones en varios torneos a nivel distrital y nacional. ● Intercambios deportivos a otros países.
FORTALEZAS	AMENAZAS
● Personal capacitado. ● Directivas con gran experiencia. ● Gran cantidad de material.	● Caños con aguas sucias cerca a los espacios deportivos. ● Competencia de clubes muy cerca y con gran nombre.

Nota: Elaboración propia (2022)

El precio del servicio varía dependiendo del jugador, puesto que hay deportistas con ciertas becas. Sin embargo, se manejan precios entre los 40.000 a 130.000 por persona al mes.

En relación con este club deportivo cuenta con un personal administrativo y formativo, con certificaciones de estudios y gran experiencia en el campo, de igual forma genera ese espacio para aprovechar el tiempo libre y generar procesos por medio del fútbol. Sin embargo, al realizar una breve comparación con Alternative Sport Club encontramos grandes puntos a favor puesto que esta presta gran cantidad de servicios, dejando de lado el tema de la competencia y el alto rendimiento deportivo, y así impulsando el factor recreativo y formativo en el aspecto actitudinal para una sociedad libre de exclusiones en factores como el género, la edad, las capacidades, entre otras.

Por lo tanto, es fundamental tener claro la investigación de mercado de algunas empresas para darnos una idea principal de cómo se encuentran en el mercado y como la vemos nosotros como posibles usuario o competencias ya que tenemos dos empresas ya en función al público y una que hasta ahora está empezando a emprender cómo es la empresa Zagga Volley, Fair Play ya se encuentra en función y son unas muy buenas empresas en el campo que se desarrolla hay que tener en cuenta que cada empresa tiene sus debilidades, fortalezas, amenaza y oportunidades., y la empresa que hasta ahora está emprendiendo es Eco Healthy Alternative este empresa nos brinda buena información ya que está un poco relacionada con nuestra empresa., esta tres investigaciones de mercado nos ofrece una imagen clara de cómo es la realidad de una empresa ya en movimiento para que nosotros como empresa que hasta ahora vamos a emprender tener claro el dofa de cada uno de ellos para nosotros tomar lo que nos sirve y no cometer algunos errores que ellos cometieron y mejorar cada una de sus debilidades y amenazas siempre teniendo clara la idea del negocio y teniendo la meta clara a la cual estamos buscando alcanzar.

Por último cabe aclarar que las debilidades de nuestras competencias son claras partiendo de un primer momento en donde se enfoca el tema del turismo y el deporte limitado por el tiempo, es ahí donde nosotros como empresa se ofrece un tiempo donde se puede llevar a cabo de un aprendizaje significativo a través de varias sesiones., en un segundo momento encontramos las otras dos competencias que van enfocadas a deportes convencionales motivo por el cual llegamos a ofrecer variedad de servicios y por lo tanto una experiencia innovadora y satisfactoria, por el manejo de deportes alternativos o no convencionales que despiertan curiosidad en la sociedad hoy en día.

CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

Para hablar de la propuesta de valor, se necesita con anterioridad conocer la definición de esta, a decir, según Mejía (2003) la propuesta de valor es la combinación única de productos, servicios, beneficios y valor agregado que la empresa brinda a sus clientes, dando una oferta diferente en el mercado ⁸, posterior a esto se hace fundamental definir qué es innovación para tener los conceptos más claros, a decir; según Muñoz & Guambi (2018) la innovación facilita que las empresas interactúen de forma dinámica y competitiva para captar un porcentaje de mercado significativa⁹, de acuerdo a lo anterior como propuesta de valor nace la idea de formar un espacio recreo deportivo donde se puedan aplicar diferentes deportes alternativos, primando por encima de esto, la integridad, principio, valor y competitividad sana de los vinculados, donde estos pueden ser realizados al aire libre o en instalaciones predeterminadas que cumplan con los estándares ya investigados con anterioridad con respecto a reglas y medidas de cada uno de los deportes alternativos a trabajar.

Tipo de propuesta de valor

Se implementa la novedad y personalización como propuesta de valor. Hasta el momento en Bogotá D.C la única empresa que se relaciona es Eco Healthy Alternative, pero lo que nos hace innovadores y diferenciadores frente a esta empresa es que, la anteriormente mencionada no forma a sus vinculados de acuerdo deportes alternativos, si no que usa esta herramienta para recreación dentro de las caminadas ecológicas que brinda dentro de sus diversas actividades.

Por lo anterior la novedad está encaminada a satisfacer necesidades de actividades que aún son inexistentes, es decir, mediante esta se brinda herramientas que sean diferenciadores de las demás empresas y que logren impactar positivamente al ámbito deportivo como integral de los vinculados, por otro lado en cuanto a la personalización se

⁸ Mejía, C. (2003). La propuesta de valor.

⁹ Díaz Muñoz, G. A., & Guambi Espinosa, D. R. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones.

busca adaptarse a los diferentes grupos poblacionales a su vez que la edad, buscando que los interesados encuentren los planes que se satisfagan sus necesidades y preferencias.

De acuerdo a lo anterior, la novedad en Alternative Sport Club, son los deportes alternativos que se manejan, los cuales son, a decir; Tchoukball, la tripleta, pinfuvote, goalball, en los cuales los implementos (no todos) se van a realizar con material reciclable para generar esa relación implemento-vinculado, logrando así que pueda personalizar los implementos como más le parezca conveniente y sea más cómodo a la hora de la práctica de los diferentes deportes alternativos. Además de esto lograr que, mediante la práctica de estos, se disminuya el nivel de sedentarismo y sea más frecuente la práctica de la actividad física, mediante deporte y recreación.

Continuando con lo mencionado anteriormente, la personalización será uno de los puntos más fuertes de Alternative Sport Club ya que nos adaptaremos a las necesidades del vinculado, según edad, según preferencia de deporte, con esto logramos que se puedan ofrecer diferentes opciones de paquetes que los vinculados puedan escoger por comodidad y necesidad y logre el goce máximo de las actividades planteadas.

De igual forma, para poder adquirir la variedad de paquetes con los que se cuentan en la empresa, se tendrán en cuenta los siguientes factores, a decir; población, requerimientos y economía, ya que dependiendo de estas se adecua el precio de las actividades.

CAPÍTULO II: SEGMENTO DE MERCADO

La segmentación de mercado es definida según Andrade, Morales & Andrade (2008) La segmentación del mercado permite a las empresas identificar las necesidades clave de los clientes y diseñar el plan de marketing ideal para posicionar a la empresa en la mente de los consumidores¹⁰, por lo anterior la idea de negocio va dirigida a la población la cual le llama

¹⁰ Andrade, N., Morales, M., & Andrade, C. (2008). Segmentación del mercado como base para el posicionamiento de las franquicias de comida rápida en el municipio Maracaibo.

la atención aprender nuevos deportes, quiera divertirse y relacionarse con demás personas ajenas a su entorno común, ya sean sedentarios o activos físicamente.

Tabla 1

Segmentos de mercado

Segmento geográfico ✓ Empresas, instituciones educativas, institutos de deportes, entidades privadas y organizaciones, grupos de 20 o más personas. ✓ Personalizados ✓ Clima: Frío, lluvioso y soleado.	Segmento Psicográfica ✓ Estilo de vida: Personas aparentemente sanas, que gustan de actividades nuevas y de los deportes. ✓ Tipo de personalidad: Personas empáticas, íntegras, aventureras y entusiastas.
Segmento Demográfico ✓ Edad: 6 a 70 ✓ Sexo: Todos ✓ Ciclo de vida de la familia: Jóvenes, mayores, solteros, casados, sin hijos o con hijos ✓ Ingreso: Todos ✓ Ocupación: Todas las ocupaciones.	Segmento Conductual ✓ Todo el año

✓ Educación: Todas las educaciones. ✓ Religión: Todas ✓ Raza: Todas ✓ Nacionalidad: Todas	
--	--

Nota: Elaboración propia (2022)

La segmentación geográfica de Alternative Sport Club se refiere a las entidades, instituciones educativas, empresas, institutos deportivos que van a hacer uso de nuestros servicios, grupos de 20 o más personas, en algunos casos se maneja el trabajo personalizado. También encontramos la variedad de nuestros climas, en donde se pueden manejar diferentes servicios, buscando soluciones así a contratiempos de clima.

Por otro lado, encontramos la segmentación psicográfica en donde se evidencia un estilo de vida que hace referencia a las personas aparentemente sanas y que gustan de los deportes y actividades nuevas, de tal forma que la personalidad vaya de la mano y se vea a la persona íntegra disfrutando de forma alegre el desarrollo de las actividades.

También cuenta con la segmentación demográfica que, de forma coherente con el pensamiento ético de la empresa, abre sus puertas sin mayores restricciones, de tal forma cuenta con un rango de edad de 6 a 70 años y en donde aspectos como el sexo, la raza, la religión, ocupación y educación no tengan ninguna restricción.

Por último, la segmentación conductual de la empresa no tiene momentos específicos para prestar sus servicios, puesto que piensa en los diferentes entornos y clientes que llevan o piensan en la implementación de estos deportes alternativos en sus procesos de recreación o formación, así brindando facilidad de ingreso en cualquier momento y poder esta experiencia única.

Tipo segmento de mercado

El tipo de segmento de mercado que se acoge a la idea de negocio es mercado segmentando puesto que se maneja sobre una población en general en donde encontramos diferentes tipos de clientes en cuanto a edad, género y estado físico.

A quienes se le ofrecerá una variedad de servicio que hace referencia a los diferentes deportes alternativos donde contamos con un grupo capacitado en el área del deporte, la recreación y la salud, donde estos darán cumplimiento de los servicios de la mejor manera, de tal forma que el cliente se sienta satisfecho con la empresa.

CAPÍTULO III CANALES:

El tipo de canal de comunicación que ofrece la empresa Alternative Sport Club es propio y de tipo directo ya que cuenta con un personal adecuado que ofrece una comunicación propia hacia el segmento de mercado causando así nuevas herramientas asertivas brindando una información precisa y adecuada para toda la población que se encuentre interesada en los servicios que ofrece Alternative Sport Club.

Fases del canal

Información

Nuestra empresa Alternative Sport Club tendrá diferentes herramientas o canales que nos permita establecer una relación con los clientes., en la cual existe una relación entre empresa y cliente ya que es fundamental brindar un espacio de comunicación para que los clientes puedan expresar sus aportes positivos o negativos, inquietudes y dudas acerca de los servicios ofrecidos en algún momento., por ende se ofrece la información asertiva de nuestros paquetes de deportes alternativos.

Por medio de las redes sociales se brindará información corta y precisa de nuestros servicios por medio de fotos, videos, historias y nuestro portal web ya que van a estar disponibles para todo público que esté interesado acerca del deporte alternativo.

Evaluación

El punto de vista de cada una de las personas que acceden a nuestros servicios es de total importancia, en los diferentes momentos del proceso partiendo desde sus expectativas, seguido de la experiencia en el momento del desarrollo de los servicios y por último al tener una retroalimentación. De igual manera estos puntos de vista también se pueden tomar desde los comentarios en publicaciones e historias que realizará la empresa en sus diferentes redes sociales.

Por último, se manejará un formulario de google en donde de forma ordenada las personas que acceden a nuestros servicios resolverán diferentes aspectos importantes y por medio de las redes sociales un tipo de encuesta o cuestionario en los cuales esas respuestas nos brinden un tipo de formación orientadora y de esta forma llegar a retroalimentar y actuar sobre los servicios prestados.

Compra

Todos los usuarios interesados en obtener nuestros planes podrá realizarlos de manera virtual ya sea telefónica, por medio de correo electrónico y redes sociales en la cual podrán elegir el plan deseado que mejor se ajuste a sus necesidades en la cual nos indica la fecha, cantidad de personas y lugar donde se encuentra ubicado, para que uno de nuestros asesores continúe con el proceso en la cual te comparte un formulario google para la recolecta de información y terminar con el proceso de la reserva de nuestros planes y poderlos desarrollar en lo más pronto posible.

Por último, si el cliente está interesado en nuestros servicios y requiere de información presencial para resolver dudas de forma rápida y precisa se enviará un asesor a las instalaciones que nos indique para dar cierre al proceso.

Entrega

Alternative Sport Club realiza la entrega de la variedad de servicios con el fin de buscar esa comodidad para los clientes, partiendo del presupuesto y poder satisfacer las

necesidades con una gran variedad de deportes que llegan a despertar gran interés y algún tipo de preferencia.

A partir de ese acceso a los diferentes servicios la empresa brinda un personal capacitado el cual manejará la póliza de seguro en dado caso de algún accidente, siendo un punto a resaltar puesto que el club siempre estará pensando en la salud del cliente y para agradecer la oportunidad de poder aceptar este estilo de vida se le entregará un recordatorio como símbolo de una experiencia única en sus vidas.

Por último, se contará con un personal adecuado que cumple todos los requisitos nivel de conocimiento en los diferentes servicios y que en el aspecto ético resaltan por su cumplimiento con los horarios definidos entre la empresa y el cliente, así generando confianza y respeto hacia ellos.

Postventa

En el club el servicio de posventa cuenta con la entrega de bonos para posibles clientes, iniciando con el bono de 15% para instituciones donde cuenta con más de 20 participantes y un 10% para instituciones o particulares que no supere los 19 participantes, estos bonos tienen un tiempo válido de 4 meses.

Vale resaltar que los bonos no aplican para temporada alta entre los meses de diciembre y febrero.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES:

La relación de Alternative Sport Club con los clientes se basará en llamar la atención de estos, puesto que al ser una empresa innovadora en el tema de deporte y estilo de vida, busca brindarle esa oportunidad de vivencia única a los posibles clientes, por lo tanto se brindará una asistencia de forma personal de tal forma que se pueda generar un intercambio adecuado de información a través de nuestros números telefónicos, correo, redes sociales y para una mayor comodidad y atención se tendrá un personal capacitado que se dirija a la

institución o sitio que el cliente indique para llevar una comunicación más clara y poder de esta forma convencer de que realmente esta empresa es la mejor opción.

Cómo se nombra anteriormente el tema de las redes sociales será un punto clave ya que por medio de éstas realizamos todo el tema de publicidad en dónde se interactúa con el cliente utilizando herramientas como historias, publicaciones, videos, anuncios entre otras que hoy este medio virtual nos permite. Igual forma por estas plataformas confiando en el trabajo de nuestro personal capacitado tendremos clientes o posibles compradores de nuestros servicios que al evidenciar los buenos resultados lleguen a tener calificaciones por medio de los comentarios y demás actividades nuevas dónde esto dará respaldo a la buena imagen de la empresa y por lo tanto conseguir gran cantidad de clientes.

También esta empresa busca llegar a instituciones deportivas, académicas y grupos particulares, ya que confiamos en el gran servicio que se brinda para que éstas puedan recomendar de forma positiva a otros posibles clientes para que se beneficien de nuestros servicios y posibles bonos entregados a clientes que ya han tomado nuestro servicio.

Tipo de relación con los clientes

El tipo de relación con los clientes es de asistencia personal, puesto que nosotros ofrecemos de forma individual una atención de calidad gracias a la facilidad de nuestro centro para llamadas y de igual forma el manejo del chat por redes sociales para asistir de forma rápida a todo tipo de solicitudes y posibles inquietudes de los probables clientes de nuestra empresa.

En la parte de fidelización de los clientes Alternative Sport Club tiene una estrategia a partir del conocimiento del grupo de trabajo que estará a cargo esto en cuanto al plus de un personal certificado, por otra parte cómo se habló en la posventa se manejará unos bonos descuento para un posible nuevo cliente o en dado caso para ellos mismos más adelante, encontramos nuevas actividades que se darán a lo largo del desarrollo de nuestro servicio cómo competencias de intercambio con otros clientes, y por último un recordatorio para que más adelante recuerden la vivencia única en estos procesos y sigan conociendo la variedad de servicios que ofrece la empresa.

Y cómo se ha comentado anteriormente estos deportes alternativos realmente son poco convencionales pero que tienen un gran futuro en varios sectores desde el tema de la formación integral y destreza de habilidades, lo cual hace que la comunidad se entere y se dé cuenta del impacto positivo que generan estas prácticas y por lo tanto desde ya empezar a crear conciencia de la importancia de la práctica de estos deportes a nivel social y a nivel de salud.

CAPÍTULO V: INGRESOS

La fuente de ingresos de una empresa según Barrios (2010), es la representación en que una empresa vende su producto o servicio a los clientes y estos devuelven una cierta cantidad de dinero a cambio¹¹, por lo que en este apartado se analiza y se evalúa detalladamente la económica la cual es fundamental para nuestra empresa Alternative Sport Club, creando así estrategias las cuales le generen a la empresa estabilidad y pueda seguir creciendo en el mercado.

Ahora bien, dentro de la fuente de ingresos Barrios (2010) menciona que los ingresos puntuales por transacciones son la categoría más común y la generan la mayoría de las empresas, esto se refiere al pago único que recibe una empresa por una transacción comercial¹², por lo que Alternative Sport Club obtendrá sus ingresos a partir de la suscripción a nuestros servicios.

Ahora bien, la cuota por suscripción según Barrios (2010) en este tipo, las ganancias se obtienen vendiendo acceso continuo a un servicio que genera un flujo de ingresos recurrente, predecible y altamente estable¹³; es por esto que la empresa no contará con diferentes cifras de ingresos, ya que los paquetes tendrán el mismo costo; adicional a esto al

¹¹ Barrios, M. (2010). Modelo de negocio. Universidad Americana, 11-26.

¹² Barrios, M. (2010). Modelo de negocio. Universidad Americana, 11-26.

¹³ Barrios, M. (2010). Modelo de negocio. Universidad Americana, 11-26.

prestar el servicio se contará con un personal calificado el cual estará a disposición del cliente y transmitirá de forma asertiva sus conocimientos adquiridos durante sus estudios tales como; nutrición deportiva, promoción y prevención a la salud, psicología deportiva y tipos de masajes y vendajes terapéutico-deportivo para garantizar adherencia total al programa que seleccionen nuestros vinculados.

De acuerdo a lo anterior, la cuota que manejará Alternative Sport Club por la suscripción a nuestros servicios será fija y no tendrá ningún incremento a lo largo del año, esta tendrá un valor de \$170.000 pesos colombianos, este pago no podrá ser diferido a cuotas; cuando se acabe la suscripción el vinculado no podrá acceder a las instalaciones y no podrá tomar las clases pertinentes a los deportes que se escogió con anterioridad. Por otro lado, para que nuestros vinculados se animen a tomar no solo un programa en específico, los vinculados que tomen dos o más paquetes tendrán en ellos un descuento del 15% por la suscripción a cada uno de estos, manejaremos uniformes y sudaderas acordes a las suscripciones a deportes que escojan nuestros vinculados por valor de \$120.000 pesos colombianos.

De acuerdo a lo anterior, en la siguiente tabla se muestra el flujo de caja de Alternative Sport Club, a decir;

Tabla 2

Flujo de caja

INGRESOS	TCHOUKBAL	PINFUVOTE	LA TRIPLETA	GOALBALL	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	TOTAL INGRESOS	GASTOS	NOMINA	PUBLICIDAD	ARRIENDO	CAJA MENOR	COSTOS VARIOS	TOTAL GASTOS	SALDO
PRECIO	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 289.000	\$ 433.500	\$ 578.000	\$ 1.980.500	COSTOS	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000		
ENERO	\$ 2.550.000	\$ 2.550.000	\$ 1.700.000	\$ 1.360.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 22.610.000	ENERO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 10.110.000
FEBRERO	\$ 3.230.000	\$ 2.550.000	\$ 1.700.000	\$ 1.360.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 23.290.000	FEBRERO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 10.790.000
MARZO	\$ 5.440.000	\$ 2.550.000	\$ 2.040.000	\$ 1.360.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 25.840.000	MARZO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 13.340.000
ABRIL	\$ 5.440.000	\$ 3.400.000	\$ 2.040.000	\$ 1.360.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 26.690.000	ABRIL	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 14.190.000
MAYO	\$ 5.780.000	\$ 3.400.000	\$ 2.040.000	\$ 2.040.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 27.710.000	MAYO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 15.210.000
JUNIO	\$ 5.780.000	\$ 4.250.000	\$ 2.890.000	\$ 2.040.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 29.410.000	JUNIO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 16.910.000
JULIO	\$ 6.120.000	\$ 4.250.000	\$ 2.890.000	\$ 2.040.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 29.750.000	JULIO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 17.250.000
AGOSTO	\$ 6.120.000	\$ 4.250.000	\$ 2.890.000	\$ 2.040.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 29.750.000	AGOSTO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 17.250.000
SEPTIEMBRE	\$ 6.120.000	\$ 4.250.000	\$ 3.400.000	\$ 2.550.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 30.770.000	SEPTIEMBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 18.270.000
OCTUBRE	\$ 6.120.000	\$ 4.250.000	\$ 3.400.000	\$ 2.550.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 30.770.000	OCTUBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 18.270.000
NOVIEMBRE	\$ 6.630.000	\$ 4.760.000	\$ 3.400.000	\$ 2.550.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 31.790.000	NOVIEMBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 19.290.000
DICIEMBRE	\$ 6.630.000	\$ 4.760.000	\$ 3.400.000	\$ 2.550.000	\$ 4.335.000	\$ 4.335.000	\$ 5.780.000	\$ 31.790.000	DICIEMBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000	\$ 19.290.000
TOTAL ANUAL	\$ 65.960.000	\$ 45.220.000	\$ 31.790.000	\$ 23.800.000	\$ 52.020.000	\$ 52.020.000	\$ 69.360.000	\$ 340.170.000	TOTAL ANUAL	\$ 109.200.000	\$ 6.000.000	\$ 14.400.000	\$ 6.000.000	\$ 14.400.000	\$ 150.000.000	\$ 190.170.000

Nota: Elaboración propia (2022)

En esta tabla podemos evidenciar esa proyección de ingresos y costos que la empresa generaría, basando en el gasto de cada mes, así como la inversión desde un aspecto mensual y anualmente.

Tabla 3

Proyección de ventas mensual

PROYECCION DE VENTAS MENSUAL			
PAQUETES	CANTIDAD	VALOR C/U	VALOR TOTAL
TCHOUKBALL	39 personas	\$170.000 COP x suscripcion	\$ 6.630.000
PINFUVOTE	85 personas	\$170.000 COP x suscripcion	\$ 14.450.000
LA TRIPLETA	67 personas	\$170.000 COP x suscripcion	\$ 11.390.000
GOALBALL	27 personas	\$170.000 COP x suscripcion	\$ 1.360.000
PAQUETE 1	15 personas	\$289.000 COP x suscripcion	\$ 4.335.000
PAQUETE 2	10 personas	\$433.500 COP x suscripcion	\$ 4.335.000
PAQUETE 3	10 personas	\$578.000 COP x suscripcion	\$ 5.780.000
ACTIVADES POR MES		TOTAL \$1.980.000 COP	\$ 48.280.000

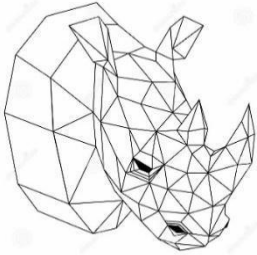
Nota: Elaboración propia (2022)

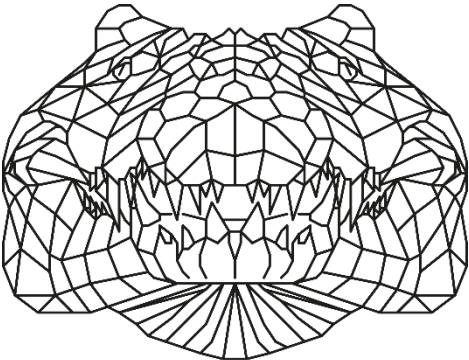
En esta tabla podemos evidenciar aspectos de ventas o servicios mensuales aquella proyección que promete ofrece a la población conforme a la solicitud de la variedad de los paquetes ofrecidos, de igual forma considerando lo que cada paquete incorpora, al segmento de mercado enfocado y el sitio donde se dará el desarrollo a las actividades.

Por lo tanto, los uniformes serán catalogados de la siguiente forma:

Tabla 4

Catálogo de estampados

<u>SUSCRIPCIÓN</u>	<u>ESTAMPADO</u>
2 suscripciones	

3 suscripciones	
4 suscripciones	

Nota: Elaboración propia (2022)

- ✓ Los que tomen 2 suscripciones llevarán en su sudadera y uniforme un logotipo con un rinoceronte estampado.
- ✓ Los que tomen 3 suscripciones llevarán en su sudadera y uniforme un logotipo con un cocodrilo estampado.
- ✓ Los que tomen la suscripción a todos los deportes de nuestra empresa llevarán en su sudadera y uniforme un logotipo con un león estampado.

CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVE

Los recursos clave son definidos por Chiavenato (1999) como medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales¹⁴, es porque esta razón que Alternative Sport Club estudio, identifico y aprovecho los recursos clave a fin del crecimiento de la empresa, los cuales son, a decir; recursos técnicos, recursos físicos, recursos de talento humano y por último los recursos tecnológicos.

Dicho lo anterior, los recursos técnicos de Alternative Sport Club, se difieren a los siguientes; balones, conos, petos, escaleras de coordinación, porterías de Tchoukball, vendas para los ojos, arcos para Goalball, red de tennis y balones con cascabel.

Por otro lado, nuestros recursos físicos juegan un papel fundamental, ya que es lo más importante al suscribirse a nuestra empresa ya que la principal novedad es la implementación de los deportes alternativos, los cuales, como todos los demás deportes, están reglamentados y tienen sus espacios en específico para la práctica de estos, en ellos encontramos cada uno de los campos pertinentes para la práctica de los deportes alternativos insignias de nuestra empresa los cuales son; Tchoukball, La tripleta, Pinfuvote y Goalball.

En cuanto a los recursos de talento humano los cuales cumplen una función determinante dentro de la empresa, contamos con el personal profesional capacitado, orientado y son personas íntegras que ayudarán al desarrollo de la empresa. La jerarquización que manejamos en Alternative Sport Club se difiere a la necesidad de contar con un

¹⁴ Chiavenato Idalberto 1999 “Administración de los Recursos Humanos”. 5ª Edición. Noviembre de 1999 – Editorial Mc Graw Hill Argentina .Pág. 10

Presidente, 3 profesionales en cultura física, deporte y recreación, contador, personal de aseo y personal de enfermería y primeros auxilios. Como menciona Navas & Guerras (2002) los recursos son el conjunto de factores o activos que tiene una empresa para implementar la estrategia y que esta sea exitosa¹⁵, por esta razón la comunicación que manejara el grupo de trabajo de Alternative Sport Club, será integro, impecable y ejemplar los cuales irán enfocados a un fin en común y será el crecimiento masivo de la empresa.

Por último, los recursos tecnológicos facilitarán y ayudarán al personal y vinculados para garantizar una mejor experiencia del servicio, por ello contamos con computadores de alta gama e identificadores de huella digital los cuales estarán en la entrada de las instalaciones en donde aparecerá el paquete que escogió y los días restantes que le quedan por asistir a este. A continuación, se presentará en la siguiente tabla, los recursos de Alternative Sport Club con sus respectivos valores;

Tabla 5

Recursos Alternative Sport Club

RECURSOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	CARACTERISTICAS
	Balones (40)	\$27.500	\$1.100.000	La compra de los materiales para cada uno de los deportes
	Conos (100)	\$1.700	\$170.000	

¹⁵ Navas López y Guerras Martín, (2002):, L. A. (2002): “La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones”, Civitas, 3.a edición, Madrid. Pág 186, 187.

TECNICOS	Petos (50)	\$9.000	\$450.000	alternativos a enseñar, deben ser de larga duración y de muy buena calidad para la conservación de los mismos y beneficio de la empresa.
	Escalera de coordinación (3)	\$30.000	\$90.000	
	Portería de Tchoukball (4)	\$200.000	\$800.000	
	Vendas para los ojos (20)	\$7.000	\$140.000	
	Arcos de Goalball (4)	\$120.000	\$480.000	
	Red de tennis (4)	\$30.000	\$120.000	
	Balones con cascabel (20)	\$50.000	\$1.500.000	
	Campo de Tchoukball (2)	\$1.500.000	\$3.000.000	Espacios totalmente acorde a la práctica del

FISICOS	Campo para la tripleta (2)	\$1.200.000	\$2.400.000	deporte alternativo que permita experimentar y permita disfrutar al máximo todos los deportes a nuestros vinculados, logrando una experiencia inolvidable en cada uno de estos.
	Campo para pinfuvote (2)	\$1.500.000	\$3.000.000	
	Campo para Goalball (2)	\$600.000	\$1.200.000	
TECNOLOGICOS	Computadores Gama alta (2)	\$2.000.000	\$4.000.000	Excelentes para el manejo tecnológico y el ingreso de cada uno de los vinculados a las instalaciones de la empresa.
	Identificadores de huella digital (5)	\$215.000	\$1.075.000	
TALENTO HUMANO	Presidente (1)	\$1.500.000	\$1.500.000	Personal que estará encargado de guiar los deportes, el aseo de las instalaciones, el dinero que ingresa y egresa y por último y menos
	Profesional en cultura física deporte y recreación (4)	\$1.000.000	\$4.000.000	

	Contador (1)	\$800.000	\$800.000	impórtate el personal de primero auxilios en caso de emergencia.
	Personal de aseo (3)	\$800.000	\$2.400.000	
	Personal de primeros auxilios (3)	\$800.000	\$2.400.000	
INVERSIÓN INICIAL			\$30.625.000 COP	
			Reserva de 10% \$33.687.500COP	

Nota: Elaboración propia (2022)

En la anterior tabla se encuentra los recursos necesarios de Alternative Sport Club, los cuales son clasificados en; físicos, tecnológicos, talento humano y técnicos, en donde se especifica detalladamente la totalidad de la inversión inicial para poder contar con todos los recursos anteriormente expuestos, especificando las variables de cantidad, el valor unitario de cada componente, el valor total de este y las características de cada recurso.

CAPÍTULO VII: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones clave es parte fundamental de una empresa, por esto, Banchieri, Blasco & Planas (2013) definen una asociación clave como acuerdos con terceros para entregar valor a los clientes. Los recursos necesarios y las capacidades que no están disponibles internamente se pueden obtener a través de la cooperación (entendida a largo

plazo)¹⁶, es por esta razón que Alternative Sport Club identifica y aprovecha los mejores proveedores o socios los cuales ayudarán en función al progreso de esta misma.

Por otro lado, Villavicencio (2019) menciona que las asociaciones clave son todos aquellos grupos, de proveedores o socios que responden a la pregunta de si hay otras empresas que puedan ayudar a mejorar la propuesta de valor¹⁷, dentro de estas asociaciones como empresa buscamos una total adherencia de nuestros vinculados en materia de seguridad y enseñanza de los deportes alternativos.

De acuerdo a lo anterior, Alternative Sport Club tiene claro que estas asociaciones claves son herramientas que nos permite obtener variedad de beneficios, gracias a las diferentes alternativas en que los proveedores estratégicamente nos brindan su apoyo, con el fin de fortalecer diferentes aspectos de seguridad y enseñanza que facilitará dar cumplimiento a los objetivos trazados y compromisos con los clientes. Es por esto que, se busca de la mano de estas asociaciones tener un impulso económico para fortalecer la calidad de materiales, tener un fácil acceso a diferentes espacios donde se desarrollen las diferentes actividades planteadas en cada paquete.

Tipo de asociaciones claves

Ahora bien, partiendo de las diferentes herramientas que las asociaciones nos van a brindar, el beneficio será mutuo, ya que nosotros tendremos espacios físicos adecuados y materiales óptimos, con el objetivo de brindar un mejor servicio al cliente. Por otro lado, nuestras asociaciones clave se favorecerá ya que estas ganarán mayor reconocimiento a nivel municipal, distrital y departamental por el apoyo y fortalecimiento a proyectos que quieren impulsar el buen aprovechamiento del tiempo libre de la mano del desarrollo de destrezas de

¹⁶ Banchieri, L. C., Blasco, M. J., & Campa-Planas, F. (2013). Auto evaluación de la gestión por parte de pequeñas empresas y microempresas: Estudio exploratorio. *Intangible Capital*, 9(2), 477-490.

¹⁷ Villavicencio, m. marketing digital para la distribución y comercialización de marañón helados en Casanare, 2019.

habilidades y formación integral a través de deportes alternativos o no convencionales que tienen un trasfondo o un impacto social positivo.

Dicho lo anterior, en la siguiente tabla se muestran las asociaciones clave de la empresa Alternative Sport Club, a decir;

Tabla 6

Asociaciones clave

Nombre de la empresa o persona	Que gana Alternative Sport Club	Qué ganan ellos
Alcaldía de Soacha Cundinamarca 	Convenio, en la cual es fundamental para el crecimiento de nuestra empresa ya que tiene el aval de poder promover actividades lúdicas y deportivas.	Publicidad a nivel municipal y reconocimiento de todas las personas del municipio que están interesadas en la actividad física, recreativa y deportiva.
Emermedica 	Convenio, ya que en caso de alguna emergencia contaremos con este servicio y brindarán las ayudas necesarias si así se requiere.	Son promotores en el cuidado de la práctica de deportes alternativos.
IDRD 	Convenio, en la cual es fundamental para el crecimiento de nuestra empresa ya que tiene el aval de poder promover actividades lúdicas y deportivas.	Publicidad a nivel municipal y reconocimiento de todas las personas del municipio que están interesadas en la actividad física, recreativa y deportiva.
ASEGURADORA	Convenio con aseguradoras para nuestros deportistas, es decir, lugares donde se pueda realizar estudios de deportología y recuperación	Participación y publicidad en los diferentes espacios que Alternative Sport Club tiene y a su vez ganar reconocimiento a nivel

	como es el MET y por otro lado el centro de ortopedia y traumatología de Bogotá, con el objetivo de transmitir total y plena confianza a los vinculados sobre su seguridad.	Colombia.
	Los materiales necesarios para practica de los deportes, con una excelente calidad, de igual forma Attle con la que podemos contar para uniformar a nuestros vinculados de deportes alternativos.	Participación y publicidad en los diferentes espacios que Alternative Sport Club tiene y a su vez ganar reconocimiento a nivel Colombia.
 ASOCIACIONES CLAVE NO COMPETIDORAS	Publicidad y promoción de los diferentes deportes alternativos que ofrecemos como empresa, a su vez mostrar detalladamente como se compone cada uno de los paquetes que ofrecemos.	Estas redes sociales ganan una empresa innovadora de deportes alternativos, lo cual es un impacto positivo para estas aplicaciones ya que son deportes que no son comúnmente vistosos pero que tienen un impacto social muy positivo.

Nota: Elaboración propia (2022)

CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave son todas aquellas actividades que se pretenden realizar para que nuestros vinculados se sientan pertinentes a nuestra empresa, logrando así adherencia total a los programas que manejamos dentro de esta. Para Magallanes & Antonio (2021) las actividades clave se relacionan con todo lo que necesitamos usar para crear una propuesta de

valor y obtener información sobre las ofertas aplicables¹⁸, por esta razón Alternative Sport Club brinda diferentes actividades clave las cuales son innovadoras y son muy poco concurrentes pero que logran impactar a los vinculados y a su entorno de forma muy positiva, logrando así un total éxito tanto para los vinculados como para nosotros como empresa.

En Alternative Sport Club, nuestros vinculados son personas en formación, las cuales deben ser integrales, empáticas y sobre todo respetuosas frente a sus otros compañeros de deporte, es por esto que nuestras actividades estarán encaminadas a la retroalimentación de conductas inadecuadas frente a la práctica de los deportes alternativos presentados con anterioridad. De igual forma queremos que los espacios de tiempo libre de nuestros vinculados sea una gran experiencia de aprendizaje y enseñanza con actividades para el desarrollo de habilidades, de igual forma un momento de retroalimentación donde se le da la importancia de la actividad para concientizar a la gente de los valores necesarios para el desarrollo del deporte y el crecimiento personal, para nosotros como empresa para seguir creciendo cada día más y posicionarnos como la mejor empresa de deportes alternativos con carácter humanístico.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la suscripción a nuestros servicios debe tener pasos a seguir, se les dará el orden del manejo de la suscripción y todo lo que desencadena esta, a decir; iniciaremos con la adquisición del plan que el vinculado quiera escoger de acuerdo a sus preferencias, seguido del envío de información las cuales componen, consentimientos, responsabilidades y recomendaciones. Seguido a esto, de acuerdo al deporte alternativo escogido se les enseñará a los vinculados como fabricar su propio instrumento para la práctica del deporte alternativo (si así lo necesita la práctica del deporte) y posterior a esto se les explicará la metodología que se usará durante el mesociclo que estarán vinculados a la empresa.

¹⁸ Magallanes, A., & Antonio, A. (2021). Recursos claves y actividades claves para la idea de negocio Bike and Comfort provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, año 2021 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021)

De acuerdo con lo anterior, a continuación, en la tabla se muestra las actividades que manejaremos como empresa, a decir;

Tabla 7

Actividades Alternative Sport Club

ACTIVIDADES	DIFICULTAD
TCHOUKBALL	MEDIA
PINFUVOTE	MEDIA
LA TRIPLETA	MEDIA
GOALBALL	ALTA
PAQUETE 1	Corresponde a la decisión del comprador en la cual puede elegir dos deportes por ejemplo: TCHOUKBALL Y GOALBALL.
PAQUETE 2	Corresponde a la decisión del comprador en la cual puede elegir tres deportes por

	ejemplo: PINFUVOTE, LA TRIPLETA Y LA TRIPLETA.
PAQUETE 3	Corresponde a la decisión del comprador en la cual puede elegir cuatro deportes en general por ejemplo: GOALBALL, TCHOUKBALL, PINFUVOTE Y LA TRIPLETA.

Nota: Elaboración propia (2022)

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos en una empresa representa un papel fundamental a la hora del control y registros de las finanzas de esta, como menciona Bottaro, Rodriguez & Yardin (2004) los costos son el sacrificio financiero inherente a una actividad para lograr una meta¹⁹,

¹⁹ Bottaro, O., Rodríguez Jáuregui, H., & Yardin, A. (2004). El comportamiento de los costos y la gestión de la empresa. *La Ley*. Buenos Aires.

por esta razón en la siguiente tabla se plasma cada uno de los elementos y su respectivo costo los cuales son necesarios para brindar una experiencia inolvidable a los vinculados de nuestra empresa, clasificándose en costos fijos y costos variables.

COSTOS FIJOS MENSUALES		COSTOS VARIABLES	
ELEMENTO	VALOR	ELEMENTO	VALOR
Nomina	\$ 9.100.000	Servicios Públicos (Luz, Agua)	\$1.200.000
Publicidad	\$ 500.000	Internet	\$120.000
Arriendo	\$ 1.200.000	Papeleria	\$50.000
Caja menor	\$ 500.000	Recursos tecnicos	\$4.850.000
		Recursos Fisicos	\$9.600.000
TOTAL	\$ 11.300.000	TOTAL	\$15.820.000

Nota: Elaboración propia (2022)

De acuerdo a la anterior tabla, los costos fijos se derivan de; nómina la cual hace parte de recurso de talento humano, publicidad para que nuestra empresa siga creciendo cada año que transcurre y el pago de cada uno de los espacios que deberemos realizar para contar con las áreas acordes para cada deporte alternativo.

En cuanto a los costos variables, se derivan de; servicios públicos para nuestras instalaciones, internet, papelería, recursos físicos y técnicos en caso de que los materiales por uso se deterioren o se vuelvan inservibles.

Dicho lo anterior, en la siguiente tabla se mostrará los egresos anuales de Alternative Sport Club;

Tabla 8

Tabla egresos

GASTOS	NOMINA	PUBLICIDAD	ARRIENDO	CAJA MENOR	COSTOS VARIOS	TOTAL GASTOS
COSTOS	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	
ENERO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
FEBRERO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
MARZO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
ABRIL	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
MAYO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
JUNIO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
JULIO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
AGOSTO	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
SEPTIEMBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
OCTUBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
NOVIEMBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
DICIEMBRE	\$ 9.100.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000	\$ 12.500.000
TOTAL ANUAL	\$ 109.200.000	\$ 6.000.000	\$ 14.400.000	\$ 6.000.000	\$ 14.400.000	\$ 150.000.000

Nota: Elaboración propia (2022)

De acuerdo con la tabla expuesta con anterioridad, se calculó el punto de equilibrio por vinculados mensual, el cual fue de 44 personas, esta cantidad de personas serán los paquetes mínimos que deberemos vender como mínimo para lograr asegurar que la empresa logre ganancias significativas y resultados positivos. De igual forma se calculó el punto de equilibrio de los costos, el cual es de \$16.045.787COP, este valor será la cantidad mínima de dinero que se deberá recibir mensualmente para asegurar que la empresa está generando ganancias.

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera se define según Aponte, Muñoz & Alzate (2016) un proceso cuyo propósito es conocer y comparar los beneficios y costos de diferentes alternativas para elegir la más adecuada para el inversionista²⁰, de acuerdo a esto en función de determinar la viabilidad y rentabilidad de la empresa se aplicó la fórmula para hallar TIR (Tasa interna de

²⁰ Aponte, R., Muñoz, F., & Álzate, L. (2017). La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo. Ciencia y poder aéreo, 12(1), 144-155.

retorno) en la cual se muestra en porcentajes el correspondiente retorno de la inversión del proyecto, de acuerdo a esto basado en nuestra proyección de ventas mensual la cual es de \$22.610.000 COP y teniendo en cuenta que nuestra inversión inicial es de \$33.687.500 COP, se calculó TIR basado en el primer año de ventas en 280,56% anual, de acuerdo a esto el valor de TIR mensual será de 23,38% (equivalente a \$16.888.706COP mensuales), este resultado genera confiabilidad a la hora de emprender esta empresa, ya que el resultado es bastante favorable para el establecimiento de esta.

Por otro lado, se calculó el valor de VPN (valor presente neto) siendo \$259.607.078 COP a plazo de un año, lo cual nos brinda \$21.633.923 COP mensual, este resultado es el que nos permite ver el valor total del flujo de caja de nuestra empresa y la expectativa de como los flujos de ingreso se tornaron de manera positiva, de acuerdo a los datos anteriormente mencionados es viable la creación de Alternative Sport Club por la alta viabilidad que nos aporta la fórmula del valor presente neto.

Con respecto al flujo de caja, se calcula el flujo de ingresos con la proyección de un año por valor de \$340.170.000 COP y el flujo de egresos de \$150.000.000 COP, lo que nos demuestra al calcular el resultado de flujo de efectivo neto la cantidad anual de \$190.170.000 COP, por lo anterior calculando el flujo de ingresos mensuales se obtiene \$15.847.500 COP como resultado de flujo de ingresos.

Para finalizar la recuperación de la inversión inicial se calculó en un 1.99, el cual es el valor en tiempo estimado por dos meses que tardaremos como empresa para obtener la recuperación total de la inversión inicial.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Capacidad Maxima de Producción/Atención en un mes		100 Servicios
Punto de Equilibrio=	Costos Fijos Totales	
	Precio Unitario - Costo Variable Unitario	
PE=	\$11.300.000	
	\$294.096	\$36.747
PE=	43,9	Personas
Valor de Equilibrio=	Punto de Equilibrio * Precio Unitario	
PE=	43,9	\$294.096
VE=	\$ 12.913.530	Pesos

Nuestro punto de equilibrio en este caso es de 44 personas y en cuestión de precio promedio seria de 294.096 pesos por promedio de persona.

LIENZO DE MODELO DE NEGOCIOS

Socios claves

- Alcaldía de Soacha Cundinamarca
- Emermedica.
- IDRD
- Aseguradoras

Attie, Decathlon

DECATHLON

Actividades Clave

- Tchoukball
- Pinfuvote
- La tripleta
- Goalball



Recursos claves

- Recursos Técnicos
- Recursos físicos
- Recursos Tecnológicos
- Recursos de talento humano

INVERSION INICIAL
\$ 30.625.000

Propuesta de valor

Deporte o actividades recreativas con diferentes planes desarrollados con base a los deportes alternativos al aire libre.

En la cual es una opción para el desarrollo de la práctica de actividad física, deporte y recreación con el beneficio de la salud para que nuestros usuarios tenga una experiencia y un disfrute por el nuevo conocimiento.

Relaciones con el cliente

- Enfoque en la captación de clientes.
- Servicio personalizado.
- Convenios.
- Fidelización.

Canales

- Información: Redes y portal web
- Evaluación: Portal web y encuestas.
- Compra: Redes sociales, portal web y asistencia telefónica.
- Entrega: Planes adquiridos.
- Posventa: Cupones

Segmentos de clientes

- Segmentación geográfica
- Segmentación demográfica
- Segmentación psicográfica.
- Segmentación conductual

Estructura de costos

COSTOS FIJOS MENSUALES		COSTOS VARIABLES	
ELEMENTO	VALOR	ELEMENTO	VALOR
Nomina	\$ 9.100.000	Servicios Públicos (Luz, Agua)	\$1.200.000
Publicidad	\$ 500.000	Internet	\$120.000
Arriendo	\$ 1.200.000	Papelaria	\$50.000
Caja menor	\$ 500.000	Recursos técnicos	\$4.850.000
TOTAL	\$ 11.300.000	Recursos Físicos	\$9.600.000
		TOTAL	\$15.820.000

Recursos
Técnicos
4.850.000

Recursos
Físicos
9.600.000

Fuente de ingresos

- TCHOUKBALL 170.000
- PINFUVOTE 170.000
- LA TRIPLETA 170.000
- GOALBALL 170.000
- PAQUETE 1 289.000
- PAQUETE 2 493.500
- PAQUETE 3 570.000

- ✓ EL TIR MENSUAL ES DE 23.300%
- ✓ EL TIR ANUAL ES DE 280.56%
- ✓ EL VPN MENSUAL ES DE 21.631.923 COP
- ✓ EL VPN ES DE 258.647.678 COP

El punto de equilibrio es de 14 clientes equivalentes a 294.096 COP promedio por persona



ALTERNATIVE SPORT CLUB
1
TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

MAURO DOUVAN RODRIGUEZ VELASQUEZ
PEDRO LUIS OVALLE PUENTES
JOSE ALFONSO FORERO SILVA



Asesor:

GONZALO FLORIAN VELASQUEZ

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

Match Overview

14%

- 1 Submitted to Universid... Student Paper
- 2 repository.usta.edu.co Internet Source
- 3 core.ac.uk Internet Source
- 4 Submitted to Universid... Student Paper
- 5 Submitted to Universid... Student Paper
- 6 es.scribd.com Internet Source
- 7 repository.ug.edu.ec Internet Source

Text-Only Report

High Resolution

On

REFERENCIAS

Andrade, N., Morales, M., & Andrade, C. (2008). Segmentación del mercado como base para el posicionamiento de las franquicias de comida rápida en el municipio Maracaibo. *Multiciencias*, 8(1), 91-104.

Aponte, R., Muñoz, F., & Álzate, L. (2017). La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo. *Ciencia y poder aéreo*, 12(1), 144-155.

Banchieri, L. C., Blasco, M. J., & Campa-Planas, F. (2013). Auto evaluación de la gestión por parte de pequeñas empresas y microempresas: Estudio exploratorio. *Intangible Capital*, 9(2), 477-490.

Barbero, J. C. (2000). Los juegos y deportes alternativos en Educación Física. *Lecturas: Educación Física y Deportes, Revista Digital*, 22. Recuperado de <http://www.efdeportes.com/efd22a/altern.htm>

Barrios, M. (2010). Modelo de negocio. Universidad Americana, 11-26.

Bottaro, O., Rodríguez Jáuregui, H., & Yardin, A. (2004). El comportamiento de los costos y la gestión de la empresa. La Ley. Buenos Aires.

Castejón, F. J. (1994). La enseñanza del deporte en la educación obligatoria: enfoque metodológico. *Revista Complutense de Educación*, 5(2), 137-152.

Chiavenato Idalberto 1999 “Administración de los Recursos Humanos”. 5ª Edición. Noviembre de 1999 – Editorial Mc Graw Hill Argentina .Pág. 10

Congreso de Colombia (1995). Sistema Nacional de Deporte, Ley 181 de 1995.

Díaz Muñoz, G. A., & Guambi Espinosa, D. R. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 212–229. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.84>.

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

Mejía, C. (2003). La propuesta de valor. Documentos Planning. *Publicación periódica coleccionable*. Extraído el, 25.

Méndez Giménez, A. (2009). La enseñanza de los juegos de golpeo y fildeo en el contexto escolar a partir de material reciclado. *Tándem. Didáctica de la Educación Física*, 29, 105-118. ISSN 1577-0834.

Navas López y Guerras Martín, (2002);, L. A. (2002): “La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones”, Civitas, 3.a edición, Madrid. Pág 186, 187.

Olivera Betrán, J. (2010). Las vías humanísticas del deporte. *Apunts. Educación Física Y Deportes* , 1 (1)(1577-4015) , 1–4.

Organización Mundial de la Salud. (Octubre de 2006). Constitución de la Organización Mundial de la Salud. 45. Ginebra. Recuperado el Noviembre de 2015, de http://www.who.int/governance/eb/who_constitution_sp.pdf.

Ruiz Llamas, G., & Cabrera Suárez, D. (2004). Los valores en el deporte. *Revista de educación*.

Turró Ortega, G. (2014). El valor de superarse. Deporte y humanismo. *Quaderns De Filosofia* , 1 (1), 77–80.

Villavicencio, m. marketing digital para la distribución y comercialización de marañón helados en Casanare, 2019.