



**FORMATO DE
ANTEPROYECTO AIRSOFT SAS**

V2

**ANDRÉS ORLANDO DÍAZ NIÑO
ÓSCAR JAVIER VARGAS ORDÓÑEZ**

**UNIVERSIDAD EAN
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
GRUPO 7**

**DOCENTE
JAIRO ALONSO OROZCO TRIANA**

MAYO 28 DE 2021

TABLA DE CONTENIDO

1. Antecedentes de la idea de negocio.	4
2. Objetivo general y específicos del anteproyecto.	5
3. Caracterización de usuario y necesidades.....	6
4. Propuesta de Valor.....	9
5. Análisis de entorno y de mercado.....	10
6. Diseño y descripción del modelo de negocio sostenible.	13
7. Aprendizajes de validación e iteraciones del modelo de negocio.....	16
8. Análisis estratégico - Modelo técnico y financiero.....	17
8.1 Capacidades internas e impactos externos (DOFA, Pes estratégico)	17
8.2 Análisis técnico.....	18
8.3 Modelo 2.0 y simulador financiero.....	18
8.4 Plan de estructuración para puesta en marcha.	20
9. Cronograma.....	21
Conclusiones.....	22
Referencias.....	23

TABLA DE FIGURAS

Figura 1 <i>Ingresos totales</i>	19
Figura 2 Inversión inicial requerida.....	19
Figura 3 Punto de equilibrio	20
Figura 4 Cronograma propuesto de actividades.....	21

1. Antecedentes de la idea de negocio.

Cuando hablamos de deportes extremos solo lo asociamos con parapente, escalada, rafting o montañismo. El airsoft es una práctica de deporte extremo que tiene gran acogida en regiones como América del Norte y Europa. En Colombia, principalmente en Bogotá, hasta hace poco menos de 10 años, este deporte comenzó a tener más adeptos, llegándose a crear más de 50 grupos de airsoft, existen más de 20 tiendas especializadas en venta de productos y se identifican aproximadamente 4 campos de practica legalmente constituidos en Bogotá.

La evaluación de viabilidad de creación de una empresa dedicada a la prestación de espacios para la práctica, alquiler y organización de eventos de airsoft, pretende extender el radio de acción y acogida de este deporte al público en general y elaborar un proyecto de vida que ayude a ser una fuente de ingresos para quienes participen.

2. Objetivo general y específicos del anteproyecto.

Objetivo general: Validar la propuesta de negocio AIIRSOFT SAS basado en la información obtenida del proceso investigativo llevada a cabo en la ciudad de Bogotá por medio de encuestas, entrevistas y revisión bibliográfica.

Objetivos específicos:

- Descubrir la actual oferta económica y de servicios presentes en la ciudad de para el deporte AIRSOFT
- Evaluar los posibles escenarios cerca a la ciudad de Bogotá en donde exista un potencial para establecer la sede física de AIRSOFT SAS.
- Explorar la actual legislación colombiana en materia mercantil, ambiental, social y económica para el establecimiento de nuevas empresas enfocadas al deporte extremo como el airsoft.
- Identificar socios estratégicos para la provisión de equipos, accesorios, servicios y bienes relacionados con el airsoft en la ciudad de Bogotá.
- Realizar ejercicio de validación económica del proyecto AIRSOFT SAS basado en la información obtenida de la investigación

3. Caracterización de usuario y necesidades

La práctica de deporte se ha vuelto una necesidad en la vida de diaria de los colombianos, sin embargo, las opciones son pocas o se ven limitadas a los deportes convencionales como el fútbol, ciclismo y atletismo (José, J., 2020). Así mismo, la comunidad que practica actualmente el airsoft, ha encontrado dificultades para su práctica por 3 motivos principales: lugares donde practicarlo, organización de eventos y adquisición de equipos y accesorios necesarios para su práctica de manera segura (Vargas, O. 2021. *Entrevistas y encuestas tarea 1 y guía 3 Seminario de investigación modalidad creación de empresa*). Actualmente, son 4 los lugares adecuados y legalmente constituidos que prestan el servicio de alquiler de espacios y alquiler de equipos y accesorios para la práctica del airsoft.

El costo promedio por persona que desee participar en un juego o evento de airsoft oscila entre \$110.000 a \$170.000 para clientes que deseen solo alquilar los equipos, pero puede llegar en promedio hasta los \$4.000.000 para quienes deseen adquirir su propio equipo y consumibles. La relación de costos para el alquiler se puede detallar a continuación:

Tabla 1 *Valor promedio de los costos asociados para la practica de airsoft en Bogotá 2020-2021*

SERVICIO O EQUIPO	VALOR UNITARIO	PROVISTO ÚNICAMENTE POR EMPRESA
Alquiler del espacio para la práctica	\$30.000	Si, por persona
Alquiler de réplica	\$35.000 - \$45.000	No, puede ser traído por el cliente
Alquiler de equipo de protección.	\$25.000- \$35.000	No, puede ser traído por el cliente
Munición	\$45.000- \$65.000	Primera carga es del cliente. Después debe adquirirla en la empresa.
Hidratación	\$3.500 - \$6.000	No, es opcional
Transporte* (1.5 hora por trayecto)	\$35.000- \$50.000	No es provisto por la empresa.
Asesoría y entrenamiento*	\$15.000	No es provisto por la empresa.

Fuente propia como resultado de la investigación llevada a cabo en tarea 1 y bloque 3.

**Valores estimados para servicios que no son ofrecidos actualmente por las empresas de airsoft en Bogotá.*

En la anterior tabla, se detallan los costos y tiempo promedio estimados por desplazamiento, los cuales incluyen valores de combustible, rodamiento y peajes.

Se pretende minimizar estas condiciones de costo y tiempo, para que las personas que lo practican y más aun las que no lo hacen, puedan encontrar un espacio seguro, accesible y asequible para la práctica frecuente del airsoft.

El usuario objetivo identificado son personas ubicadas en el espectro de 16 a 50 años, sin diferenciación en sexo, raza, condición económica, educación, creencias religiosas o cualquier otra característica por la cual un individuo se pueda identificar. Cualquier persona con un estado físico normal puede practicar este deporte.

4. Propuesta de Valor.

Ofrecer una experiencia en el deporte” airsoft”, donde cualquier persona pueda aprender, practicar y compartir con su círculo social y nuevos amigos, de forma segura y en un ambiente controlado a pocos kilómetros de Bogotá. Brindaremos un espacio para que practicantes habituales y nuevos, puedan conocer sobre el deporte, reglas, torneos, eventos, donde comprar elementos y equipos. De igual forma ofreceremos al cliente la posibilidad de vivir parte de la experiencia del” airsoft” a través de medios digitales en donde podrá encontrar información de campos de juego, reglas, equipos, eventos y establecimientos comerciales. La experiencia integral tendrá la posibilidad de ser trasladada a otras partes de Colombia, manteniendo los pilares de la empresa que son promulgar la cultura del “airsoft”, organización y ética.

5. Análisis de entorno y de mercado.

Airsoft SAS se propone como una empresa con operaciones principales que cubren Bogotá, Chía, Cajicá, La Calera, Sopo y poblaciones aledañas a menos de 20km de cada uno de los límites de la capital colombiana. Identificamos como oportunidades de mercado la falta de variedad en la oferta de deportes extremos para ofrecerle a la población en general, con la ventaja de estar cerca de la ciudad (máximo 2 horas de viaje desde el centro de Bogotá). No obstante, para llevar a cabo el proyecto es necesario considerar y aprovechar las ventajas políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales identificadas durante el desarrollo del anteproyecto.

Como ventajas políticas tenemos que el código nacional de policía no restringe el uso en lugares controlados y fuera del casco urbano de las réplicas usadas en el deporte airsoft. El gobierno ofrece beneficios a empresas jóvenes para disminución de obligaciones tributarias, así como la oportunidad de postular la empresa en los programas de INNpulsar y poder acceder a los beneficios similares. Sin embargo, existen amenazas como el próximo cambio de gobierno en el 2022, endurecimiento de los requisitos para la importación de elementos airsoft e incluso el cambio del código de policía nacional en donde puedan prohibir las réplicas de armas.

En la parte económica, AIRSOFT SAS puede crear alianzas con proveedores de insumos, réplicas, suministro de alimentos e incluso el área de práctica para así minimizar costos de inversión e operación. Por otra parte, dada la actual coyuntura generada por el COVID19 y la crisis social colombiana, es posible que los clientes potenciales inicialmente no destinen un rubro para la práctica del deporte airsoft.

Socialmente hay tenemos una gran oportunidad para socializar el deporte airsoft entre familias, colegios y empresas, para que conozcan realmente de que se trata, beneficios del trabajo en equipo y la actividad física que ofrece dicho deporte. No obstante, y como se mencionó en la parte económica, la actual situación del país puede restringir los planes que cada familia tiene para recrearse fuera del hogar y crear restricciones de movilidad por parte del gobierno.

La tecnología será un aliado importante para la empresa AIRSOFT SAS, ya que, por medio de las redes sociales, página web y aplicación móvil se dará a conocer los servicios y beneficios de la empresa, así como generar un vínculo estrecho con el cliente.

Una ventaja de AIRSOFT SAS es que la huella ecológica generada por la práctica es mínima, ya que el único desecho directo generado es la munición, pero esta es biodegradable. Otro tipo de desecho producto de la práctica es el que cada persona puede generar una vez terminada la práctica, como los empaques de comida y bebidas. Estos últimos desechos se controlarán con la debida recolección manual por parte de AIRSOFT una vez la práctica termine. La alteración del ecosistema al ser mínima afectará a la fauna de la región donde se practique, así mismo podrá haber daños a la fauna como el musgo y plantas a nivel del suelo.

Finalmente, los requisitos para constituir la empresa y operarla en el área geográfica propuesta, no son un impedimento y se constituye como un requisito normal para la creación de empresa en Bogotá. Es importante cumplir con la normativa vigente, mantenerse actualizado en posibles cambios y consultar constantemente con la cámara de comercio de Bogotá cualquier duda posible.

Por último, uno de los pilares en cada empresa son los clientes. Como oportunidad, se aprovechará el desconocimiento generalizado por el deporte airsoft, se establecerá canales digitales para la difusión del deporte, atender dudas y preguntas, así mismo y como parte del valor agregado de la empresa, se capacitará a las personas para que conozcan y aprendan adecuadamente como jugarlo y disfrutarlo al máximo. No se limitará la clientela a ninguna característica sicosocial, religiosa, nivel educativo, ni cultura, solo se tendrá como requisito la edad de 16 años ya que las personas deben entender lo que es un deporte, reglas y límites.

Analizando el actual mercado (competencia y clientes), existe competencia establecida y con años de trayectoria, pero identificamos que los servicios ofrecidos por ellos solo cubren una parte de la propuesta que ofrecerá AIRSOFT SAS. Es una pequeña ventaja competitiva la cual debemos aprovechar en los primeros meses de operación y así mismo potencializar junto con las alianzas que generaremos con proveedores y comercios que deseen unirse a la propuesta de negocio. Vemos en las alianzas con proveedores una fortaleza para obtener mejores precios con la reciprocidad de darlos a conocer para generar mayor tráfico hacia sus puntos de venta, ya que nuestro negocio no será el de venta de artículos de airsoft si no el de ofrecer espacios físicos integrales para la práctica.

6. Diseño y descripción del modelo de negocio sostenible.

- **Clientes:** Jugadores habituales del airsoft, personas que le guste los deportes extremos, personas que deseen explorar nuevas alternativas de deportes, grupos de empresas o colegios que deseen fomentar el trabajo en equipo.

- **Propuesta de valor:** Empresa dedicada a brindar espacios y experiencia para la práctica del deporte airsoft en áreas propias y ofreciendo la logística necesaria para la adecuación de espacios de práctica en cualquier lugar de Colombia.

- **Productos y servicios:** Ofrecer espacio apto y controlado para la práctica del airsoft cerca de Bogotá. Brindar experiencia y seguridad para la práctica de airsoft. Ofrecer asesoría para la práctica del airsoft a las personas nuevas en el deporte. Proveer la logística necesaria para realizar eventos de airsoft en cualquier parte de Colombia.

- **Canales:** Redes sociales para la difusión permanente de la marca y sus beneficios. Voz a voz entre las personas que practican el airsoft (entre amigos, compañeros, familia y compañeros de trabajo). Punto físico donde se practica el deporte.

- **Relacionamiento:** Asesorías gratuitas al personal que desee practicar el airsoft. Fidelización de clientes por medio de descuentos. Ofrecer beneficios de transporte a bajo costo a jugadores que deseen transportarse desde Bogotá hacia el campo de juego. Crear vínculos mediante redes sociales.

- **Ingresos:** Cobro por uso de campo de juego. Cobro por uso de transporte de la empresa desde Bogotá hacia el campo de juego. Cobro por la creación de eventos fuera del campo de juego propio de la empresa. Cobro por espacios de publicidad físicos y redes sociales para

empresas interesadas. Membresía para clientes que deseen pagar por adelantado el alquiler del espacio de juego.

- **Beneficios sociales:** Práctica de deportes extremos en ambientes controlados.

Mejoramiento del estado de ánimo y de salud del participante.

- **Beneficios ambientales:** Incentivar estilo de vida saludable.

Disminuir el uso de vehículos particulares para el desplazamiento hacia el campo de juego. Disposición de residuos orgánicos e inorgánicos.

- **Recursos:** Uso de munición biodegradable. Bajo uso de energía para las réplicas, ya que utiliza baterías recargables. Capital para la adquisición o renta del área de práctica del airsoft. Capital para la adecuación del área de práctica. Material audiovisual, redes sociales y grupo de marketing para impulsar la marca. Community manager para administrar redes sociales.

- **Actividades y procesos:** Creación de redes sociales y página web. Establecer alianzas con proveedores de servicios e insumos. Campaña de marketing para dar a conocer la marca. Desarrollo de normas, visión y misión de la empresa para operar de forma clara. Evaluación continua de la satisfacción del cliente.

- **Aliados claves:** Proveedores de servicios públicos y de transporte privado. Proveedores de réplicas, accesorios y consumibles. Grupos o clubes de airsoft. Empresa de hosting para alojar página web. Desarrollador web.

Redes sociales. Entidad bancaria donde esta alojada la cuenta corriente. Influenciadores de deportes extremos. Marcas o empresas interesadas en promocionar sus productos relacionados con airsoft.

- **Costos:** Alquiler de espacio para la práctica del deporte. Alquiler de transporte privado. Community manager de redes sociales. Alojamiento de página web. Grupo de marketing y estrategias a desarrollar.

Gerente o encargado del área de práctica. Contador. Adquisición de elementos e insumos propios de la práctica del deporte.

- **Costos sociales:** Intervención en áreas rurales. Socialización del deporte.

Educación a la comunidad.

- **Costos ambientales:** Aumenta el impacto del hombre en ecosistemas ecológicos. Aumento del uso de vehículos para quienes no desean compartir su medio de transporte. Aumento de la frecuencia de mala segregación de basura (elementos propios del Consumo de alimentos como envases plásticos, vidrio, Icopor y polímeros).

7. Aprendizajes de validación e iteraciones del modelo de negocio.

El proceso de validación del modelo de negocio se realizó utilizando dos componentes: investigación de campo e investigación comercial. La investigación de campo se subdividió en 2 formas, encuestas y entrevistas con clientes potenciales y practicantes habituales del airsoft y entrevistas a grupos específicos de expertos, empresarios y aliados clave en el deporte airsoft. Para fortalecer la investigación y tener un punto de vista global sobre el emprendimiento sostenible, se entrevistó un experto en sostenibilidad adscrito a la universidad Ean. Las entrevistas fueron de tipo abierta, hechas mediante el uso de recursos como video llamada y llamada telefónica. La información obtenida ha validado la hipótesis inicial del proyecto: No existe un espacio para la práctica del deporte airsoft el cual además de ofrecer el alquiler de este, brinde capacitación, transporte desde y hacia Bogotá y organice eventos airsoft en cualquier parte de Colombia. No obstante, al realizar la entrevista con el experto en sostenibilidad, se descubrió que el proyecto le faltaba el componente social, es decir socializar completamente el proyecto con la comunidad e integrarlo con las operaciones de airsoft SAS.

8. Análisis estratégico - Modelo técnico y financiero.

8.1 Capacidades internas e impactos externos (DOFA, Pes estratégico)

Para AIRSOFT SAS, las debilidades identificadas serán transformadas en fortalezas para el proyecto. Una clara debilidad identificada es el desconocimiento del deporte, en muchos casos las personas nunca lo han escuchado o creen que es una actividad destinada a un pequeño grupo específico de personas, como las fuerzas militares. Para contrarrestar el desconocimiento del deporte y como parte de la primera fase del proyecto, se iniciará con la difusión de contenido relacionado con AIRSOFT SAS y el airsoft, mediante el uso de canales digitales como redes sociales, página web y publicidad no pagada en la red. Como valor agregado, se prestará 2 servicios no presentes en la actual oferta de la competencia: transporte desde y hacia Bogotá, así como entrenamiento y capacitación gratuita para los clientes que alquilen el espacio de práctica.

Como segunda debilidad, esta los elevados precios de adquisición de las réplicas de arma para el deporte, al ser productos 100% importados y sometidos a altos gravámenes por el gobierno (por ser elementos deportivos con similitudes a equipos militares), sin embargo esto puede disminuir creando alianzas con proveedores y aliados estratégicos, para así poder adquirir insumos y equipos a menor precio mediante la ayuda reciproca entre ambas partes (ofreceremos publicidad y exposición para que los clientes se direccionen a sus comercios).

Las amenazas presentes y que escapan al dominio de AIRSOFT SAS, son las provenientes del gobierno. Las leyes futuras en materia de regulación, tributación e importación pueden cambiar con los próximos gobiernos y con la dinámica de la situación socio económica del país.

8.2 Análisis técnico.

AIRSOFT SAS tiene como objetivo operar en las afueras de Bogotá, a una distancia no mayor de 20km de los límites de la ciudad, en un área de entre 5000m² a 80000m² (propia, o rentada), con facilidades básicas en el punto de atención como lo son baños portátiles, zona de parqueo vigilado y área de descanso o de alimentación. No es necesario el servicio continuo de energía eléctrica, alcantarillado, gas u otro servicio público. Punto de caja o venta es móvil, usando recursos tecnológicos como POS online desde celular o Tablet. La empresa contara con la ayuda de las redes sociales y pagina web para generar clientes, crear contenido, fidelización y continua comunicación con la comunidad en general. La fuerza laboral necesaria para la implementación del proyecto es mínima, compuesta por (1) gerente de operaciones, (1) administrador, (1) *Community manager* para redes sociales, (1) operador técnico para el área de juego. Aliados estratégicos necesarios para el funcionamiento del proyecto son: distribuidores de equipos e insumos, empresa de transporte y dueño del predio donde funcionara a la empresa.

Los ingresos serán producto de: alquiler del espacio para la práctica del deporte, alquiler de accesorios y equipos para la práctica, venta de bebidas y comida de empaque y transporte ida-vuelta desde y hacia el punto de práctica. Adicional a los servicios en sitio, se contará con la posibilidad de ofrecer espacios publicitarios online y en sitio a cualquier empresa.

8.3 Modelo 2.0 y simulador financiero.

VPN \$5.813.216

PRI 4.5 Años

TIR 13.43%

Punto de equilibrio 1488 servicios mixtos vendidos

Figura 1 *Ingresos totales.*

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES	
Transporte desde Bogotá calle 170 autoNorte hacia campo de juego	216.00	\$ 25,000.00	\$ 5,400,000	6%
Alquiler de indumentaria y EPP	288.00	\$ 25,000.00	\$ 7,200,000	8%
Alquiler de réplicas	720.00	\$ 28,000.00	\$ 20,160,000	22%
Alquiler de campo de juego x hr x persona	1,728.00	\$ 15,000.00	\$ 25,920,000	28%
Alquiler de espacio digital y físico para anuncios de terceros.	12.00	\$ 300,000.00	\$ 3,600,000	4%
Venta de insumos	288.00	\$ 65,000.00	\$ 18,720,000	20%
Venta de comida	1,152.00	\$ 3,000.00	\$ 3,456,000	4%
Mercancia en general	144.00	\$ 45,000.00	\$ 6,480,000	7%
Eventos remotos	12.00	\$ 180,000.00	\$ 2,160,000	2%
	-	\$ -	\$ -	0%
TOTAL			\$ 93,096,000	100%

Fuente propia usando simulador financiero simplificado 2.0 de Magister Mauricio Reyes Giraldo.

Figura 2 *Inversión inicial requerida.*

TERRENOS			
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$	10,000,000.00	
MUEBLES Y ENSERES	\$	5,000,000.00	
EQUIPO DE OFICINA	\$	2,000,000.00	
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$	-	
FRANQUICIAS	\$	-	
PATENTES /INV en INTANGIBLES	\$	-	
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$	10,000,000.00	
NÓMINAS:			
ADMINISTRATIVA:	VALOR AÑO 1	\$	14,400,000.00
VENTAS:		\$	-
PRODUCCION/SERVICIO:			
TOTAL NÓMINAS		\$	14,400,000.00
PRESUPUESTO DEL MARKETING MIX año de		\$	4,000,000.00
GASTOS FIJOS:			
	VALOR AÑO 1	\$	12,000,000.00
ARRIENDO:		\$	1,800,000.00
SERVICIOS PÚBLICOS:		\$	1,200,000.00
TELEFONÍA CELULAR:		\$	1,200,000.00
INTERNET:		\$	1,200,000.00
PAPELERÍA:		\$	1,200,000.00
SEGURIDAD:		\$	-
SERVICIOS DE ASEO:		\$	720,000.00
polizas de seguro		\$	-
Outsourcing		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
TOTAL GASTOS FIJOS		\$	18,120,000.00

Fuente propia usando simulador financiero simplificado 2.0 de Magister Mauricio Reyes Giraldo.

Figura 3 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO	PARTICIPACION % EN VENTAS TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCION PONDERADO	PTO EQUILIBRIO POR REFERENCIA DE PDTO O SERVICIO		
Transporte desde Bogotá calle 170	\$ 10,000.00	6%	\$ 580.05	86.34	UNIDADES	
Alquiler de indumentaria y EPP	\$ 15,000.00	8%	\$ 1,160.09	115.13	UNIDADES	
Alquiler de réplicas	\$ 20,000.00	22%	\$ 4,331.01	322.35	UNIDADES	
Alquiler de campo de juego x hr x pe	\$ 10,000.00	28%	\$ 2,784.22	414.45	UNIDADES	
Alquiler de espacio digital y fisico p	\$ 260,000.00	4%	\$ 10,054.14	57.56	UNIDADES	
Venta de insumos	\$ 15,000.00	20%	\$ 3,016.24	299.33	UNIDADES	
Venta de comida	\$ 1,500.00	4%	\$ 55.68	55.26	UNIDADES	
Mercancia en general	\$ 10,000.00	7%	\$ 696.06	103.61	UNIDADES	
Eventos remotos	\$ 80,000.00	2%	\$ 1,856.15	34.54	UNIDADES	
0	\$ -	0%	\$ -	-	UNIDADES	
				1,488.57	UNIDADES	

Fuente propia usando simulador financiero simplificado 2.0 de Magister Mauricio Reyes Giraldo.

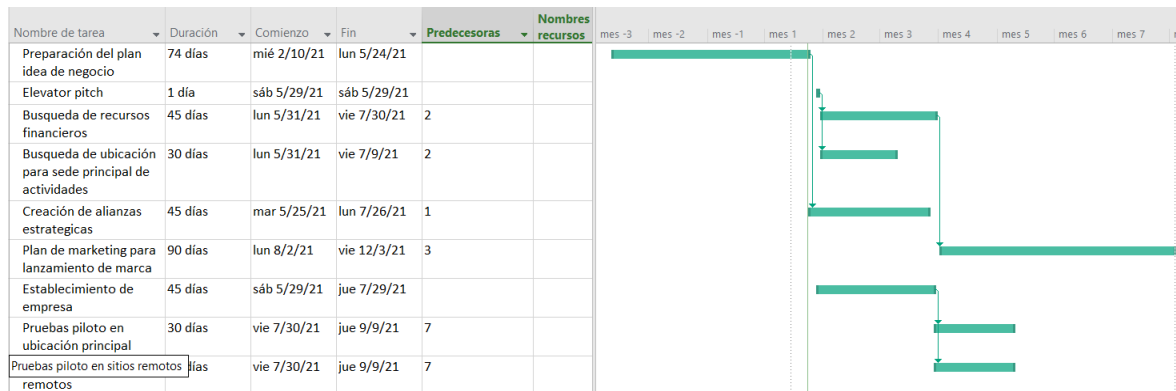
8.4 Plan de estructuración para puesta en marcha.

- Validación de la propuesta de negocio.
 - Continuar con entrevistas, encuestas e investigación de campo para conocer más al cliente actual y potencial.
- Obtención de recursos financieros e inversión.
 - Acercamiento con potenciales espacios físicos para alquilarlos o comprarlos.
 - Creación de alianzas estratégicas para adquisición de equipos, insumos y servicio de transporte.
- Creación de redes sociales, página web y app.
- Piloto de funcionamiento, mediante la organización de eventos en sitios externos al área de atención principal.
 - Análisis del piloto y reestructuración del modelo operativo del negocio.

9. Cronograma

A continuación, detalle las actividades a realizar para alcanzar cada uno de los objetivos propuestos en el numeral 8.4. Debe indicar en tiempo (meses) cuánto tardaría en desarrollar cada actividad, visualizando lo que sería la realización del trabajo de grado.

Figura 4 Cronograma propuesto de actividades.



Fuente propia.

Conclusiones

AIRSOFT SAS es una propuesta de proyecto sostenible, con bajo impacto tanto al medio ambiente y a la comunidad circundante, y con una propuesta de diferente a las ofertas que actualmente se encuentran en el mercado: capacitación, acompañamiento al practicante, facilidades de transporte desde y hacia el área de practica y organización de eventos remotos.

Los factores identificados para el éxito del proyecto radican básicamente en 3 aspectos: alianzas comerciales, marketing y creación de comunidad entorno al deporte. Las alianzas comerciales nos permitirán obtener equipos y consumibles a menor valor, de esta forma ofrecer a los clientes precios asequibles. El plan de marketing se iniciará antes de la puesta en marcha del proyecto, mediante el uso de redes sociales se comunicará los servicios que ofrecerá AIRSOFT SAS, ventajas e innovación en la oferta comercial.

Estamos conscientes de que, con una adecuada estrategia de marketing, una carta de servicios económicos (bajo margen de ganancia al inicio para captar clientes), servicios adicionales y nuevos para el segmento del airsoft (capacitación, acompañamiento y transporte), obtendremos los resultados esperados en cuanto a la acogida y viabilidad de la idea de negocio.

Referencias.

Acceso a internet en Colombia. Ministerio de tecnologías de la información y las telecomunicaciones en Colombia. <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-channel.html>

Airsoft Aurus. Disponible en. <https://www.airsoftaurus.com/>

Airsoft Colombia. Disponible en. <http://airsoft.com.co/>

Army Hobbies. Disponible en. <http://armyhobbies.com/>

Asociación deportiva de airsoft Cundinamarca. Disponible en. <https://www.facebook.com/ADACCOLOMBIA/>

Asociación colombiana de airsoft, Acat. <https://es-la.facebook.com/Acat>

Cámara de comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/en>

Campo de airsoft CQB Airsoft club house Bogotá. Disponible en. <https://www.airsoftclubhouse.com/>

Comportamiento PIB e IPC. DANE. Disponible en. [https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib -](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib)

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

Conceptos básicos de innovación (2010), recuperado de www.bogotaemprende.com

Cooper-Wright, M. (2015). 12 Design Research methods to get inspired by users. Medium. Disponible en: <https://medium.com/design-research-methods/12-design-research-methods-to-get-inspired-by-users-cae4789a094b>

¿Cuáles son las 5 fuerzas de Porter? Anuor Aguilar. Disponible en. https://www.youtube.com/watch?v=cn23xm9x9_A

Cuántas personas tienen acceso a internet en Colombia. Disponible en. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/>
<https://www.semana.com/tecnologia/articulo/cuantas-personas-tienen-acceso-a-internet-en-colombia/672031/>

Estudio técnico. Disponible en: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Federación colombiana de airsoft táctico. <https://www.fcat.com.co/>

Federación Colombiana de airsoft y tiro neumático. Disponible en [Federados \(fcat.com.co\)](#), www.fcat.com.co

Federación Colombiana de tiro y caza. Disponible en <https://fedetirocol.com/>

Full airsoft Colombia. Disponible en <https://www.facebook.com/fullairsoftcolombia/>

IDEO.org. *Design Kit. Inspiration methods*. Disponible en:

<https://www.designkit.org/methods> Mapa de empatía. Disponible en:

<https://designthinking.gal/el-mapa-de-empatia/> (Enlaces a un sitio externo.) ó

<https://innokabi.com/mapa-de-empatia-zoom-en-tu-segmento-de-cliente/>

José, J. (2020). *Deportes más populares en Colombia*. Recuperado de

<https://www.imagendelosvallecaucanos.com/web/deportes-mas-populares-en-colombia/>

Método persona. Disponible en <https://www.designthinking.services/herramientas-design-thinking/metodo-persona/>

Infofranquicias. *Cuando se recupera la inversión*. <https://www.infofranquicias.com/cd-7953/Cuando-se-recupera-la-inversion.aspx>

Kotler, P. y Keller, K. (2016). Dirección de Marketing. México: Editorial Pearson Educación.

Osterwalder, A y Pigneur, Y. (2015). Diseñando la propuesta de valor. Recuperado de: http://imaginar.org/softwareecuadoriano/files/M3_resumen_propuesta-de-valor.pdf

Mañez, R. (2021). *Cómo hacer un análisis DAFO / DOFA*. Disponible en: <https://rubenmanez.com/como-hacer-analisis-dafo-empresa/>

Matriz de análisis de Pestel. Jose Arturo Hurtado Casas. Disponible en. <https://www.youtube.com/watch?v=mcsxUnAA0OQ>

Military Force. Disponible en. <https://www.militaryforce.com.co/>

Military Hobbies. Disponible en. <https://militaryhobbies.com.co/>

My tienda online. Disponible en. <https://mytiendaonline.com/>

Prieto, C. (2017). *Emprendimiento*. (2a. ed.) Pearson Educación. Pág. 167 -184.
Disponible en: <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=4881&pg=167>

Rankia. (2021). *Fondos de inversión colectiva en Colombia*

<https://www.rankia.co/blog/fondos-inversion-colectiva-colombia/4087147-cuales-son-fondos-inversion-mas-rentables-colombia-2021>

Tienda Marcial. Disponible en. <https://tiendamarcial.com/>

Videos YouTube del aula virtual CANVA, Universidad Ean, Seminario de investigación, MBA, creación de empresas, Bloque 4.