



SAGITTA S.A.S.

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsable:

Hugo Andrés Cadena GutierrezdePiñeres

Asesor:

Juan Carlos Corredor Hernández

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Recreación y Deportes

Bogotá D.C.

Junio 2016

TABLA DE CONTENIDO

I. INTRODUCCION.....	3
II. MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	5
LOGO.....	7
SLOGAN.....	7
MISION.....	7
VISION.....	7
III. FUNDAMENTACION HUMANISTA.....	7
IV. MARCO REFERENCIAL.....	8
V. SEGMENTOS DEL MERCADO.....	13
VI. PROPOSICIONES DE VALOR.....	15
VII. CANALES.....	18
VIII. RELACIONES CON LOS CLIENTES.....	19
IX. RECURSOS CLAVES.....	20
X. ACTIVIDADES CLAVES.....	21
XI. ASOCIACIONES CLAVES.....	22
XII. INGRESOS.....	23
XIII. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	25
XIV. LIENZO MODELO DE NEGOCIOS.....	29
XV. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	30



I. INTRODUCCIÓN.

La legislación Colombiana es clara al respecto de facilitar y fomentar el deporte y la enseñanza de este como lo menciona la ley 181 de 1995, más conocida como la ley del deporte en Colombia, la cual versa que Los objetivos generales de la presente Ley son el patrocinio, el fomento, la masificación, la divulgación, la planificación, la coordinación, la ejecución y el asesoramiento de la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre¹. Pensando en el espíritu de esta ley, y observando las necesidades de muchos deportistas aficionados, se evidencio que jóvenes en nuestro país tienen el sueño de convertirse en deportistas de alto rendimiento o profesionales en su rama de entrenamiento; esto es nutrido por múltiples factores tales como la familia, los amigos y los medios de comunicación que permanentemente bombardean con anuncios los logros de atletas famosos, los cuales poseen un alcance económico poderoso que les permite vivir muy holgadamente; son realmente pocos los deportistas aficionados en etapas escolares quienes logran cumplir dicho objetivo ya que son muchos los factores que deben darse para que esto se cumpla. La disposición del deportista a los logros es un estado dinámico complejo que se caracteriza por el nivel alcanzado en la capacidad física y síquica (disposición física y síquica) y el grado de perfeccionamiento de los indispensables hábitos y habilidades (disposición técnica y táctica). Este estado se obtiene únicamente con la preparación correspondiente.² Inicialmente uno de los factores más importantes es el

¹ http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf, Ley 181 de 1995 artículo 1.

² Matveev, L. (1985). *Fundamentos del entrenamiento deportivo*. LIB DEPORTIVAS ESTEBAN SANZ.



entrenamiento deportivo, correctamente direccionado y planeado del entrenador para el joven y su compromiso para con este, pues de otra manera, el alcanzar la meta deseada se verá cada vez más lejana e inalcanzable. El factor económico, el apoyo de la familia, la nutrición, el descanso, los contactos, el tiempo, la disposición y el sacrificio entre muchas otras cosas, son factores fundamentales y no siempre todos ellos se alinean de la manera adecuada para tal efecto.

Aquellos deportistas que alcanzan un grado de crecimiento o madurez en su deporte y que se han afiliado a algún club o entidad reconocida por el estado (con base en la ley 181 de 1995), se encuentran con la limitante del factor tiempo vs entrenamiento, el cual hace que muchos de ellos abandonen su practica en el largo plazo, ya que infortunadamente las condiciones que se les imponen por parte de dichas instituciones y sus responsabilidades como seres humanos productivos (estudiante o trabajador) limitan aun mas sus probabilidades de éxito; es allí, donde surge la necesidad de permitirle al joven deportista que frente a este tipo de condicionamientos, tenga alternativas de continuar con el perfeccionamiento de su habilidad y que a su vez se prepare académicamente para que en el momento en el que deba tomar la decisión de abandonar la disciplina deportiva, cuente con herramientas que le permitan sostenerse económicamente como profesional en otra área. El deporte, en su concepción, busca el desarrollo armónico y la potenciación de los valores en los individuos; la propuesta pretende atender, esencialmente, el mejoramiento de la calidad de vida del ser humano, promoviendo acciones que permitan potenciar las condiciones de las personas, aprovechar su energía y conducirlo por el camino de la formación integral³.

³ Cortés, D. F. G. (2013). Pierre de Coubertin y su idea pedagógica del deporte y el olimpismo. *VIREF Revista de Educación Física*, 1(1), 51-61.



II. MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

La idea de dar inicio a esta empresa surge de una actividad que se viene realizando con jóvenes deportistas que entrenaron periódicamente de manera personalizada, los cuales expresaron permanentemente su deseo de poder ser parte de algún equipo de fútbol profesional en su ciudad o en el exterior y de esta manera alcanzar el sueño que tienen desde una edad muy temprana; con algunos de estos jóvenes y con sus familias se inició un proceso de carácter informal, el cual se fundamenta en el conocimiento y relación con personas que trabajan como entrenadores o asistentes técnicos de soccer en universidades de la florida con los cuales se mantiene contacto debido a la amistad que hay con ellos y se les solicita una prueba para poder ver y evaluar a los deportistas que se estaban entrenando, encontrando que varios de estos jóvenes y sus familias optan por esta alternativa (la de estudiar en el exterior con beca deportiva), tras concientizarse sobre los beneficios que esta oportunidad trae al joven, no solo a nivel deportivo, sino también a nivel profesional.

Con base en esto y los resultados de carácter positivo al encontrar que 8 de 10 jóvenes entrenados viajaron a los Estados Unidos bajo esta gestión informal (Beca deportiva en soccer), se matricularon y accedieron a dicho beneficio, se tomo la decisión de iniciar de manera organizada para garantizar el correcto funcionamiento de la entidad pensada.



Algunos de estos jóvenes que iniciaron exitosamente este proceso de manera informal, y que continúan estudiando o se encuentran haciendo un pos grado son:

- Juan David Miranda con c.c. 1020757630 quien estudió en Oklahoma Wesleyan University.
- Daniel Felipe Mendez con c.c. 1126808061 quien estudió en Dallas Baptist University.
- Sebastián Pineda con c.c. 1019069681 quien estudió en Iowa Graceland university.





LOGO DE LA EMPRESA:

SLOGAN: SAGITTA, NUESTRA MIRADA EN TU FUTURO.

MISIÓN: Impulsar jóvenes deportistas en periodo escolar con habilidades en su disciplina a que alcancen su máximo potencial en ella, estudien una carrera profesional e impacten de manera importante su entorno deportivo y académico.

VISIÓN: Sagitta S.A.S. da acceso y posibilidades a jóvenes deportistas capaces y competentes en las áreas del deporte y del conocimiento, comprometidos y apasionados por su disciplina para generar un cambio en su entorno y en sí mismos, en universidades en los Estados Unidos.



III. FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.

Sagitta S.A.S. es una empresa creada bajo principios y preceptos fundamentales de carácter universales tales como el respeto, la honestidad, la verdad, la oportunidad y la confianza entre otros; citando a Arnold, este entendía que la vida de un colegio era una réplica de la vida social, utilizando el deporte junto a las disciplinas intelectuales⁴; Arnold hablando del pensamiento de Coubertin de esta manera da a entender que la academia, la educación física y la práctica de deportes pueden ir tomados de la mano y hacer que quienes los practiquen avancen y crezcan replicando los principios de estos en la sociedad y así llevarlos a la vida diaria; los valores mencionados anteriormente se ven reflejados en el quehacer diario Sagitta y en los procesos que se desarrollan con las familias, los profesionales del deporte y de idiomas, las empresas e instituciones con las que se trabaja (Gimnasios, universidades, etc), de esta manera se brinda una atención caracterizada en la excelencia y el buen testimonio, frente a la mirada de quienes se acercan a nuestros funcionarios y la organización.

⁴ León, M. Á. B., & Aguiar, A. S. A. (2002). Pierre de Coubertin y el mensaje educativo del olimpismo moderno. *Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, (6).



Otro de los acontecimientos culturales más representativos del pensador francés (y sobre los cuales reposan los principios de Sagitta S.A.S.), será su proclama sobre la enseñanza universitaria obrera, idea a la que se adherirán autores como el padre Didon. Su apuesta por la renovación pedagógica irá más allá de los centros educativos convencionales y del deporte escolar, centrándose en su máxima de "deporte para todos".⁵ Con base en esto, y a manera de crítica constructiva, es importante mencionar que pensando en que no muchas instituciones a nivel nacional apoyan el deporte entre sus estudiantes, y pensando también en que muchos deportistas no alcanzaran el máximo de su performance en el deporte que practican y que el procurar alcanzar esto requiere de mucho tiempo invertido, es fundamental brindar herramientas a los jóvenes para que de manera integral, cultiven su mente y su cuerpo a través de instituciones educativas que les brinden la oportunidad de continuar con su deporte y con sus estudios.

⁵ León, M. Á. B., & Aguiar, A. S. A. (2002). Pierre de Coubertin y el mensaje educativo del olimpismo moderno. *Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, (6).



IV. MARCO REFERENCIAL.

El mundo de las empresas o de la creación de empresas es más complejo de lo que la gente se imagina, no es cosa de tener simplemente una aparente gran idea, abrir un local o pagina web, colocar un letrero, y esperar a que los clientes lleguen y el dinero ingrese a los bolsillos, quienes tienen el interés de abrir empresa generalmente no saben cómo hacerlo y no se asesoran correctamente para dar inicio a su proyecto, Quieren crear rápidamente su empresa y no quieren perder tiempo aprendiendo a gestionar empresas. Es por eso que piden guías o recetas mágicas que en cinco minutos digan las cosas que se han de hacer para crear una empresa de éxito⁶. Dar inicio a una empresa no es tan sencillo como aparentemente se ve, las ideas van y vienen en la cabeza de quienes se consideran emprendedores alimentando y nutriendo las ganas de convertirse en sus propios jefes o los jefes de alguien más para comenzar a emanciparse laboralmente; tener la empresa en la cabeza y considerar que todo ese conocimiento es suficiente para dar inicio al proyecto es una gran equivocación y es por eso que se debe llevar al papel todo ese conocimiento o pre conocimiento de la idea, en otras palabras hay que medir la torre antes de iniciar la obra o como dicen que decía Eisenhower “Los planes no son nada, la planificación es Todo”.⁷

⁶ Ollé, M. (1997). El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa (Vol. 17). Marcombo

⁷ Ollé, M. (1997). El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa (Vol. 17). Marcombo



Para dar marco a las funciones de Sagitta S.A.S., si bien es cierto que se considera la parte deportiva y académica (mencionadas anteriormente en este documento), cabe mencionar que dentro de los parámetros o de la modalidad de funcionamiento de la empresa hay un componente importante a nivel legal por la simple acción de abrir posibilidades de traslados hacia destinos en el exterior de personas, lo cual hace imperativo tener en cuenta el decreto 2438 de 2010 del Ministerio de industria y turismo, bajo el cual se registrará también Sagitta S.A.S., el cual concede tanto a la empresa como al usuario, una serie de responsabilidades y derechos, los cuales deben ser respetados y acatados. Ahora bien, con base en los procesos (pasos) de conformación de empresas en el distrito capital, y de acuerdo a las regulaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá⁸, es imperativo que para dar inicio a cualquier actividad de tipo comercial, se deban cumplir con una serie de requisitos, los cuales harán el quehacer y los objetivos del porque de la empresa se cumplan y de esta manera sea más fácil desarrollar los planes y programas que el establecimiento pretende poner en práctica y de esta manera brindar una atención de calidad, siendo esta, eficiente y eficaz.

⁸ <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>.



De acuerdo con lo anterior y con las disposiciones de la CCB (Cámara de Comercio de Bogotá), es fundamental definir qué tipo de empresa se pretende crear, y bajo qué tipo de figura deberá funcionar, ya sea como persona Natural, la cual se define como aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal. Asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce⁹, o como persona Jurídica, la cual es definida como aquella persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente¹⁰; cada una de estas figuras con sus disposiciones.

Para la creación de Sagitta S.A.S., se investigo la existencia de entidades similares o que cumplieran la misma función en cuanto a su objeto, y se escogieron principalmente dos establecimientos; con base en lo averiguado, y haciendo comparaciones entre ellas y Sagitta S.A.S., se encontró que de alguna manera pueden generarse algunos servicios que llamen la atención del cliente potencial (familia y/o deportista), al momento de presentarle la propuesta tales como el garantizar un porcentaje mínimo de ganancia económica bajo la figura de referido.

⁹ <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Natural>.

¹⁰ <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Juridica>.



Estas empresas (C.S.A. y Becas & Sports), son empresas con similitudes entre sí, lo cual facilita el pensar en los productos (o mejorar los existentes), y la manera de presentarlos para hacerlos aun más atractivos, teniendo en cuenta que al ser una empresa nueva y no contar tal vez con la experiencia y el respaldo de los años, algunos de los productos o servicios con los que se quisiera contar, tendrían que ser desarrollados con el paso del tiempo para evitar descalabros operativos.

V. SEGMENTOS DE MERCADO.

Teniendo en cuenta el objeto de la empresa, ha de tenerse en cuenta que el tipo de clientes hace de la misma el enfocarse en un mercado multilateral (familias: quienes pagan por el servicio y deportistas: quienes viajan y son los beneficiarios) y esto hace que la atención deba situarse principalmente en colegios, clubes deportivos y escuelas de formación de la ciudad de Bogotá, con jóvenes hasta 21 años (ya que algunas universidades consideran la edad de los prospectos para recibirlos); con base en esto se debe iniciar una campaña de expectativa y de acercamiento enfocada en tratar de llamar la atención de los jóvenes y que estos repliquen (a sus familias), ese deseo de continuar con el deporte (y en el estudio), a niveles competitivos, tal cual se ofrece en las universidades Norteamericanas.

Hay que tener en cuenta que tratar de tener acceso a una beca en el exterior requiere de una serie de condiciones o requisitos por parte de los candidatos, por eso hay que tener en cuenta el estrato socio económico de la familia (estrato 4,5 y 6), y la capacidad de endeudamiento entre otros en la que se encuentren o estén en capacidad de adquirir; la idea de que los jóvenes viajen al exterior, continúen con su deporte y que se preparen en una



universidad es muy llamativo, pero se debe tener cabeza fría al respecto para tomar este tipo de decisiones.

He aquí algunos puntos importantes que las familias deben saber y tener en cuenta:

- Estar dispuestos a permitir que el joven viva en otro país (una vez quede aceptado por la universidad).
- Ser conscientes en que el joven vivirá en un campus universitario con otros jóvenes sin la supervisión de sus padres.
- Visitar al joven conforme las condiciones económicas lo permitan (estos gastos no están incluidos dentro de los servicios iniciales de la empresa).
- Enviar mensualmente dinero para gastos personales, adicionales a la inversión anual pactada con la universidad.
- Costear el valor de los sus propios tiquetes de ida y regreso a USA para visitar al joven ya instalado (Gastos no incluidos en el contrato).



VI. PROPOSICIONES DE VALOR.

Muchos son los jóvenes que practican deportes y que anhelan practicar sus disciplinas a nivel profesional; por ejemplo, se puede dar cuenta de ello a simple vista en los diferentes campos de fútbol en los alrededores de Bogotá, donde clubes deportivos como Fortaleza, Seguros La Equidad, Club deportivo Federico Valencia y Arnoldo Iguaran, entre muchos otros, cuentan con campos llenos de niños y jóvenes los fines de semana, los cuales participan en diferentes torneos. Actualmente los medios de comunicación de masas, son grandes manipuladores del nivel de actividad física de la población en general; aunque como indica Año (1997) lo que sí parece ser obvio es que a menor edad mayor influencia familiar¹¹, con base en esto la gran mayoría de familias y niños seguramente quieren que sus hijos sean como James Rodríguez o Lionel Messi, debido a los grandes despliegues mediáticos donde grandes sumas de dinero son esgrimidas por televisión con frecuencia relacionadas al valor de los pases de estos jugadores y lógicamente con la fama y la admiración que estos hombres generan, y así los pequeños soñadores se apoyan en sus padres en esta labor, a la cual los padres no son ajenos, pero muchos de estos papas, no cuentan con que su niño se haga profesional del deporte, porque tiene sus propios sueños para ellos pensando en que a medida que el niño vaya creciendo, sus gustos irán cambiando, y aunque esta no es la línea general de pensamiento, cabe mencionar que el deporte debe ser una herramienta para la realización de la personalidad y el éxito a nivel integral del deportista.

¹¹ Latorre, P. A., Gasco, F., García, M., Martínez, R. M., Quevedo, O., Carmona, F. J., ... & Malo, J. (2009). Análisis de la influencia de los padres en la promoción deportiva de los niños. *Journal of Sport and Health Research*, 1(1), 12-25.



Sagitta S.A.S. comprende que la práctica del deporte es un medio para alcanzar un fin en la vida de una persona y por esta razón trata de complementar de manera razonable y como popularmente se dice aterrizada, las expectativas de las familias y de los jóvenes deportistas y por eso atiende de manera especial y con seguimiento personalizado el proceso de cada uno de sus clientes, para que de esta manera el joven continúe con su sueño deportivo y a su vez se forme de manera integral como profesional en otra área del conocimiento; el acompañamiento y la claridad de los procesos son fundamentales para lograr la meta, y por sobre todas las cosas la honestidad en cuanto al manejo de dineros hacen que Sagitta S.A.S. se convierta en una opción atractiva para emprender el viaje hacia un futuro prometedor.

SERVICIOS A PRESTAR:

Sagitta S.A.S. se caracteriza por brindar servicios pensados en los usuarios, teniendo en cuenta una serie de situaciones y situaciones que se presentaran al dar inicio a cada uno de los procesos; algunos de ellos son:

- Asesoría personalizada de acuerdo al deporte del candidato: La familia y el deportista reciben asesoría profesional y acertada sobre la elección del deporte de cada candidato.
- Trámites ante Universidad en USA: Realizar los contactos pertinentes con las universidades y entrenadores de las universidades presentándoles los candidatos a becas deportivas (familia y deportista), y hacer más familiar el proceso.
- Acompañamiento en trámites ante la Embajada de los Estados Unidos: Intervención con la universidad en USA para envío de carta desde el exterior y así facilitar tramite de visa estudiantil.
- Asesoría en cuanto nivel de Ingles: Se realiza un examen de ingles al candidato, el cual es evaluado por un profesional certificado en la materia para valorar el manejo de una segunda lengua.



- Asesoría y acompañamiento en negociación con entidad universitaria (entrenador), sobre porcentaje de beca para el deportista oicionado.
- Consecución de tiquete aéreo para el joven deportista en caso que sea requerido por la Universidad.
- Consejería enfocada en el deporte, el deportista y la familia.
- Asesoría en traducción de documentos: Se brindara revisión de documentación en el idioma inglés por un traductor certificado para el apostillaje de dichos documentos.

REQUISITOS PARA ACCEDER AL PROGRAMA:

- Pasaporte vigente.
- Copia de documento de identidad.
- Copia de cédulas de representantes (en caso que el candidato sea menor de edad).
- Ser joven deportista no mayor a 21 años.
- No contar con experiencia deportiva a nivel profesional.
- Contar con un nivel académico superior a 8.0 (Colombia), o B+ (USA).
- Certificados de calificaciones.
- Carta de recomendación del entrenador en papelería institucional.
- Aprobar examen de ingreso en la Universidad Americana.
- Certificación de examen de inglés mínimo de B1 – B2.(Toefl).



VII. CANALES.

Los canales de comunicación que se utilizaran para dar a conocer y realizar el mercadeo de la empresa, están diseñados inicialmente para impactar de manera masiva a través de redes sociales tales como Facebook, newsletters y la pagina web de la empresa, sin embargo es importante reconocer que actualmente se debe ser competitivo en el mercado y se pretende disponer de otros medios para complementar la labor de dar a conocer los servicios de la empresa.

La estrategia de comunicación y de marketing tiene contemplado incursionar en el mercado utilizando dentro de las charlas gratuitas en las diferentes instituciones, (llámense clubes deportivos, colegios o escuelas de formación), material grafico como flyers, posters y videos, de la institución, además se contempla que en la difusión de estos recursos, se vea de manera importante la necesidad del acceso a la página web para adquirir mayor información visual sobre la experiencia de otros jóvenes deportistas y así sumar a la experiencia previa.

El modelo personalizado de atención es una manera por las cuales se aborda al cliente (estudiante, padre de familia o tercero), y la cual genera un mayor impacto de entrada al permitirle al interesado, hacer preguntas pertinentes tales como:

- ¿Que se necesitaría para...?
- ¿Cuánto valdría el paquete?
- ¿Donde viviría el joven?

Las cuales sirven de abre bocas para profundizar en el tema de interés.



VIII. RELACION CON CLIENTES.

El ejercicio de entablar un acercamiento con los clientes se remite a cubrir varios frentes o escenarios donde el o los funcionarios de Sagitta S.A.S. pueden interactuar con las personas interesadas, debido a la multiplicidad de formas en las que puede suceder un acercamiento entre las partes; inicialmente la empresa no contara con un espacio físico (oficina), y funcionara virtualmente; la atención a las familias y los jóvenes (clientes), se realizara si es necesario en oficinas bajo la figura de alquiler por horas para complementar la atención persona a persona, sin embargo las maneras en las que se entablara comunicación directa con ellos será haciendo uso de tecnologías fáciles de usar por parte de nuestra población objetivo:

- Via E-Mail.
- Chat (whatsapp).
- Mensaje por redes sociales.
- Plataforma de atención y servicios On line.

Paralelamente a esto, se concibe de manera importante, que existen otros medios de comunicación con los potenciales clientes, dependiendo del escenario en que se dé el acercamiento, ya que se tiene planeado tener acceso a colegios y clubes deportivos, y allí el abordaje se daría de manera uno a uno, o por medio de charlas generales.



IX. RECURSOS CLAVES.

Para el correcto desarrollo de las actividades de Sagitta S.A.S. es necesario tener en cuenta que por el perfil de la empresa, es necesario que se cuente con recursos que faciliten y permitan el correcto desempeño de sus funcionarios y de esta manera se alcance la razón de la misma.

Recurso Físico:

- Portátil.
- Carpetas.
- Resma de papel.

Recurso Tecnológico:

- Atención B2B, el cual estará montado en la página web de la empresa, para dar facilidad al usuario en cuanto a la compra del servicio ofrecido.
- Atención al cliente por medio de chat en tiempo real por medio de página web, en caso que algún visitante solicite información de nuestros servicios.
- Para brindar mejor atención a los clientes, la empresa contara con una cuenta bancaria donde los usuarios puedan realizar sus pagos.

Recurso Intelectual:

- Modelo de contratos.

Recurso Humano:

- Gerente.

Recurso Económico:

- El dinero para realizar la inversión inicial provendrá de recursos propios por parte del socio único de la empresa.



X. ACTIVIDADES CLAVES.

Sagitta S.A.S. cuenta con una serie de actividades que le facilitaran la consecución de clientes, la apertura de nuevos espacios o asociaciones claves con entidades y empresas.

La principal actividad comercial que desarrolla Sagitta S.A.S. es la de Intermediación entre universidades en USA que ofrecen becas deportivas y Familias con jóvenes deportistas no mayores a 21 años de edad, facilitando el ingreso a las mismas.

Las acciones previas serán:

- Conformar la empresa legalmente frente a entidades del estado como la DIAN, y la CCB.
- Protocolo interno de trabajo.
- Entablar convenios colegios y clubes deportivos de futbol de la ciudad de Bogotá.
- Realizar alianzas con agencias de viajes para la consecución de tiquetes aéreos a un menor costo.
- Pactar acuerdos con universidades en los Estados Unidos de América.
- Diseño del modelo de contrato (dígase Sagitta S.A.S. y padres de familia), como protocolo de atención, y cumplimiento de las partes.



XI. ASOCIACIONES CLAVES.

Una empresa con las características de Sagitta S.A.S., debe contar con un grupo de empresas o colaboradores estratégicos con los cuales generar alianza estratégica que de manera positiva co ayuden al correcto trabajo de la misma, es por eso que se ha pensado que previamente a la apertura de la empresa se hayan establecido una serie de acciones que complementen las actividades de la empresa y así poder brindar mayores beneficios a los clientes.

ACCIONES PARA BENEFICIO DEL USUARIO: En cuanto a pagos.

- Recaudo de dinero por internet: los clientes potenciales podrán realizar sus pagos por medio de empresas como Paypal, la cual se especializa en recaudos por internet.
- Recaudo por medio electrónico: Pagos electrónicos por medio de Efecty.

ALIANZAS ESTRATEGICAS: Estas alianzas estratégicas están encaminadas al cumplimiento del objeto de Sagitta S.A.S. y a su vez buscar un beneficio indirecto de tipo económico y también de marca.

- Entrenador Personalizado: Profesional contactado por la empresa para que entrene al deportista (el profesional prestara sus servicios con tarifa especial por debajo de su valor al mercado).
- Convenio con instituto de idiomas o Maestro de Ingles: Misma figura comercial que el item anterior.
- Gimnasio: Convenio con institución para recibir nuestros clientes con un valor de mensualidad que incluye descuento especial.
- Agencia de viajes: Se hará convenio con agencia de viajes para la consecución de los tickets aéreos, buscando tarifas cómodas (tarifa de estudiante).
- Escuelas deportivas o Clubes deportivos: Se entablara convenio con estas instituciones de tal manera que se tenga acceso a los jóvenes deportistas entre los 16 y los 20 años y sus familias, para ofrecer los servicios; en contraprestación estas instituciones recibirán el



beneficio de tener un link en la página de Sagitta S.A.S. y material gráfico para entregar (provisto por cada empresa), un 3% de comisión sobre contrato cerrado sobre jugador del club.

- Traductor certificado: Profesional contactado para traducir documentación del candidato para apostillaje (el profesional prestara sus servicios con tarifa especial por debajo de su valor al mercado).
- Alianza con universidades en USA: convenio para tener acceso garantizado a los programas de becas universitarias deportivas con un porcentaje mínimo de beca del 50% para los jóvenes candidatos llevados por Sagitta S.A.S.

XII. INGRESOS.

Dentro de las actuales empresas que realizan actividades similares encontramos una llamada C.S.A. (Collegiate, Sports of América), la cual cuenta con una gran experiencia (más de 10 años en el mercado), y tiene sedes en diferentes partes del mundo, incluyendo Estados Unidos, Perú y Venezuela. Debido a la extensa experiencia, esta entidad tiene una gran credibilidad; dentro de las actividades que desarrolla, las cuales incluyen el garantizar un porcentaje mínimo de beca deportiva del 60%, veintitrés (23), opciones o disciplinas deportivas en las cuales los aspirantes pueden optar para adquirir una beca, cuenta con un pool de más de 1500 universidades asociadas a lo largo de USA, entre muchas otras; los costos de sus servicios oscilan entre los 5 y los 8 millones de pesos colombianos (aproximadamente), y cuentan con instalaciones ubicadas en la ciudad de Bogotá D.C. como sede para sus operaciones en Colombia.

En cuanto a la forma de recaudo de dineros o ingresos para Sagitta S.A.S., en un comienzo se diseño que fuera bajo dos figuras, las cuales se fundamentan en Ingreso por



medio de negocio cerrado con clientes directos y en el ingreso que genera un nuevo cliente debido a la acción indirecta de un cliente satisfecho que recomienda el servicio prestado por la empresa (Ingreso por clientes referidos).



XIII. ESTRUCTURA DE COSTOS.

Cuadro con costos y gastos fijos y variables Mensualizados				
GASTOS FIJOS MENSUALES:				
GASTOS FIJOS MENSUALES:	2017		2018	2019
contador	350.000		385.000	423.500
Honorarios Gestor (A partir del año 2018)	-		550.000	605.000
Material grafico	90.000		99.000	108.900
Papeleria	30.000		33.000	36.300
TOTAL:	470.000		1.067.000	1.173.700
COSTOS FIJOS				
			MAS 10% SOBRE 2017	MAS 10% SOBRE 2018
INVERSION INICIAL:	2.017		2018	2019
Documentacion creacion de empresa	350.000		-	-
Convenios en universidades de USA	4.000.000		-	-
Asesoría legal	350.000		-	-
Constitucion de empresa	300.000		-	-
TOTAL:	5.000.000		-	-
COSTOS VARIABLES				
			MAS 10% SOBRE 2017	MAS 10% SOBRE 2017
GASTOS POR VIAJE: COP				
tiquetes	2.000.000		2.200.000	2.420.000
combustible	300.000		330.000	363.000
viaticos	500.000		550.000	605.000
Hotel x 5 dias	900.000		990.000	1.089.000
comision club	150.000		165.000	181.500
alimentacion	500.000		550.000	605.000
Variacion de gastos e imprevistos	130.000		143.000	157.300
TOTAL:	4.480.000		4.928.000	5.420.800
UTILIDAD DE CADA CONTRATO 35%	2.450.000		2.695.000	2.964.500
Impuesto de Industria y Comercio	70.000		77.000	84.700
	7.000.000		7.700.000	8.470.000
PAGO TOTAL SERVICIO	7.000.000		7.623.000	8.385.300
INGRESO POR CONTRATO CERRADO:	7.000.000		7.700.000	8.470.000



ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017 - 2018 - 2019					
2017		2018		2019	
INGRESOS OPERACIONALES		INGRESOS OPERACIONALES		INGRESOS OPERACIONALES	
INGRESOS POR SERVICIOS	28.000.000	INGRESOS POR SERVICIOS	46.200.000	INGRESOS POR SERVICIOS	67.760.000
(CORRESPONDE A 4 ESTUDIANTES EN EL AÑO)		(CORRESPONDE A 6 ESTUDIANTES EN EL AÑO)		(CORRESPONDE A 8 ESTUDIANTES EN EL AÑO)	
GASTOS OPERACIONALES		GASTOS OPERACIONALES		GASTOS OPERACIONALES	
GASTOS DE VIAJES	18.200.000	GASTOS DE VIAJES	30.030.000	GASTOS DE VIAJES	40.040.000
(CORRESPONDE A LOS GASTOS DE LOS 4 ESTUDIANTES)		(CORRESPONDE A LOS GASTOS DE LOS 6 ESTUDIANTES)		(CORRESPONDE A LOS GASTOS DE LOS 8 ESTUDIANTES)	
GASTOS OPERACIONALES	5.640.000	GASTOS OPERACIONALES	12.804.000	GASTOS OPERACIONALES	14.084.400
GASTOS LEGALES Y DE VIAJE GESTOR A EEUU	5.000.000	GASTOS LEGALES Y DE VIAJE GESTOR A EEUU	-	GASTOS LEGALES Y DE VIAJE GESTOR A EEUU	-
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	28.840.000	TOTAL GASTOS OPERACIONALES	42.834.000	TOTAL GASTOS OPERACIONALES	54.124.400
UTILIDAD (perdida) ANTES DE IMPUESTOS	- 840.000	UTILIDAD (perdida) ANTES DE IMPUESTOS	3.366.000	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	13.635.600
IMPUESTO DE RENTA	-	IMPUESTO DE RENTA	1.110.780	IMPUESTO DE RENTA	4.499.748
UTILIDAD (perdida) DEL EJERCICIO	- 840.000	UTILIDAD (perdida) DEL EJERCICIO	2.255.220	UTILIDAD DEL EJERCICIO	9.135.852
LA TARIFA DE RENTA ES NETA DEL 33% YA QUE NO TIENE EMPLEADOS					
EN EL PRIMER NO DA UTILIDAD					
A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO EL GESTOR COBRA HONORARIOS MENSUALES					
A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO DA UTILIDAD					
EL CRECIMIENTO DE ALUMNOS ES 4 EN 2017, 6 EN 2018 Y 8 EN 2019					
EN EL PRIMER AÑO QUE SE PRESENTA PERDIDA, NO HAY IMP DE RENTA POR RENTA PRESUNTIVA (LEY 1450 DE 2010).					












BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACION FINANCIERA A 31 DE DICIEMBRE DE 2017 - 2018 - 2019									
2017			2018			2019			
DISPONIBLE	1.710.000		DISPONIBLE	4.831.000		DISPONIBLE		17.086.320	
CUENTAS POR COBRAR	7.000.000		CUENTAS POR COBRAR	7.700.000		CUENTAS POR COBRAR		8.470.000	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	-		PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	-		PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		-	
DIFERIDOS	-		DIFERIDOS	-		DIFERIDOS		-	
OTROS ACTIVOS	-		OTROS ACTIVOS	-		OTROS ACTIVOS		-	
TOTAL ACTIVO	8.710.000		TOTAL ACTIVO	12.531.000		TOTAL ACTIVO		25.556.320	
OBLIGACIONES FINANCIERAS	-		OBLIGACIONES FINANCIERAS	-		OBLIGACIONES FINANCIERAS		-	
CUENTAS POR PAGAR	4.550.000		CUENTAS POR PAGAR	5.005.000		CUENTAS POR PAGAR		5.505.500	
IMPUESTOS POR PAGAR	-		IMPUESTOS POR PAGAR	1.110.780		IMPUESTOS POR PAGAR		4.499.748	
TOTAL PASIVO	4.550.000		TOTAL PASIVO	6.115.780		TOTAL PASIVO		10.005.248	
CAPITAL	5.000.000		CAPITAL	5.000.000		CAPITAL		5.000.000	
UTILIDADES O PERDIDAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	-		UTILIDADES O PERDIDAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	- 840.000		UTILIDADES O PERDIDAS DE EJERCICIOS ANTERIORES		1.415.220	
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	- 840.000		UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	2.255.220		UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO		9.135.852	
PATRIMONIO	4.160.000		PATRIMONIO	6.415.220		PATRIMONIO		15.551.072	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	8.710.000		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	12.531.000		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		25.556.320	
Check	-			-				-	



FLUJO DE CAJA 2017 - 2019									
2017		2018				2019			
UTILIDAD NETA	- 840.000	UTILIDAD NETA		2.255.220	UTILIDAD NETA				9.135.852
CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO	- 2.450.000	CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO		865.780	CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO				3.119.468
CAMBIOS EN EL CAPITAL	5.000.000	CAMBIOS EN EL CAPITAL		-	CAMBIOS EN EL CAPITAL				-
FLUJO DE CAJA DEL PERIODO	1.710.000	FLUJO DE CAJA DEL PERIODO		3.121.000	FLUJO DE CAJA DEL PERIODO				12.255.320
SALDO DE CAJA DEL PERIODO ANTERIOR	0	SALDO DE CAJA DEL PERIODO ANTERIOR		1.710.000	SALDO DE CAJA DEL PERIODO ANTERIOR				4.831.000
SALDO DE CAJA FINAL	1.710.000			4.831.000					17.086.320
			0	1	2	3			
TIR = 63,7%		- 5.000.000	1.710.000	3.121.000	12.255.320				
VPN = 5.684,560									



XIV. LIENZO DE NEGOCIOS.

<p>Socios clave </p> <p>ASOCIACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Entrenadores. •Tutores en inglés. •Clubes deportivos (Bog.). •Colegios (Bog.). •Gimnasios. •Instituto de inglés. •Traductor certif. •Universidades (USA). •Agencia de viajes. 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> •Intermediación. •Creación empresa. •Convenios. •Alianzas. •Diseño contratos (ases. jurídica.). •Protocolo de trabajo. •Organización tributaria. <p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> •Físicos: Portátil. Elementos de papelería. •Intelectuales: Contratos. •Humanos: Gerente. •Económico: Recursos propios. 	<p>Propuestas de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> •Asesoría deportiva. •Tramites ante universidades. •Acompañamiento embajada. •Asesoría segunda lengua. •Tiquetes aéreos. •Asesoría apostillaje. 	<p>Relaciones con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> •Persona-Persona. •Correo Electrónico. •Chat (whatsapp). Red Social. •Charlas grupales. <p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> •Redes sociales: facebook, twiter. •Email: News letters. •Material grafico. Flyers. Posters. Video. •Pagina web. 	<p>Segmentos de cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> •Familias con hijos deportistas (estrato 4-6). •Jóvenes deportistas entre 16 y 21 años.
<p>Estructura de costes </p> <ul style="list-style-type: none"> •Balance. •Estados Financieros. 		<p>Fuentes de ingresos </p> <p>DIRECTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contrato cerrado. <p>INDIRECTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Referidos. 		



XV. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- ¹ http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf, Ley 181 de 1995 artículo 1.
- ² Matveev, L. (1985). *Fundamentos del entrenamiento deportivo*. LIB DEPORTIVAS ESTEBAN SANZ.
- ³ Cortés, D. F. G. (2013). Pierre de Coubertin y su idea pedagógica del deporte y el olimpismo. *VIREF Revista de Educación Física*, 1(1), 51-61.
- ⁴ León, M. Á. B., & Aguiar, A. S. A. (2002). Pierre de Coubertin y el mensaje educativo del olimpismo moderno. *Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, (6).
- ⁵ León, M. Á. B., & Aguiar, A. S. A. (2002). Pierre de Coubertin y el mensaje educativo del olimpismo moderno. *Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, (6).
- ⁶ Ollé, M. (1997). *El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa* (Vol. 17). Marcombo.
- ⁷ Ollé, M. (1997). *El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa* (Vol. 17). Marcombo.
- ⁸ <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>.
- ⁹ <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Natural>.
- ¹⁰ <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Juridica>.
- ¹¹ Latorre, P. A., Gasco, F., García, M., Martínez, R. M., Quevedo, O., Carmona, F. J., ... & Malo, J. (2009). Análisis de la influencia de los padres en la promoción deportiva de los niños. *Journal of Sport and Health Research*, 1(1), 12-25.

