



**CLUB DEPORTIVO CAPITAL ONE**

**TRABAJO DE GRADO**

**CREACIÓN DE EMPRESAS**

**Responsables:**

**SERGIO IVAN GAVIRIA**

**RAFAEL EDUARDO RODRIGUEZ**

**WILLIAM ALBERTO SAMACA**

**Asesor:**

**JUAN CARLOS CORREDOR**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

**Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación**

**Bogotá D.C.**

**Octubre 2015**

## TABLA DE CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN.....                        | 3  |
| MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....  | 4  |
| LOGO.....                                | 4  |
| SLOGAN.....                              | 4  |
| MISIÓN.....                              | 4  |
| VISIÓN.....                              | 5  |
| FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....            | 5  |
| MARCO REFERENCIAL.....                   | 5  |
| CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO.....    | 6  |
| CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR..... | 8  |
| CAPITULO III: CANALES.....               | 9  |
| CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES.....  | 9  |
| CAPITULO V: INGRESOS.....                | 10 |
| CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES.....        | 11 |
| CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES.....    | 12 |
| CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES.....  | 13 |
| CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS.....   | 14 |
| CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.....   | 16 |
| LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....        | 16 |
| LISTA DE IMÁGENES.....                   | 17 |
| LISTA DE TABLAS.....                     | 18 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....          | 19 |



## INTRODUCCIÓN

El deporte ha adquirido su propia especificidad como fenómeno social y se constituye como objetivo y medio de formación, pues como fenómeno social tiene diferentes connotaciones como pasatiempo, diversión, recreación y competencia. En tal sentido y orientado hacia finalidades formativas, el deporte es uno de los principales medios a través de los cuales se realiza la práctica de actividades físicas. De manera que, el deporte es una actividad que proporciona experiencias organizativas, deportivas, técnicas, comunicativas y requiere planeación y adecuación a las características de maduración y desarrollo de los niños y los deportistas. Por ello, es necesario tener en cuenta que la práctica deportiva no se basa en los objetivos de rendimiento y competencia que implican selección y entrenamiento de los más aventajados, sino que realiza un proceso de adecuación para orientar a las comunidades esto da unas ventajas que provienen de las características del deporte y la motivación que puede proporcionar a todos los niños un deporte organizado en las escuelas de Fútbol debe hacerse en el marco de un proyecto que tenga definidos sus propósitos, metas y procedimientos entre los cuales puede estar la adecuación deportiva para una aplicación que proporcione perspectivas de formación dentro y fuera de la práctica deportiva (Raúl Acosta, 2012).

Por otro lado, la práctica del fútbol fomenta un amplio conocimiento del deporte y su influencia; y permite el análisis de su papel en las dimensiones éticas, políticas, económicas, ideológicas y organizativas. Desde el punto de vista laboral se debe utilizar la cultura física como metodología deportiva-recreativa y formativa del personal humano. La actividad deportiva incluida como parte del proceso de enseñanza, ya sea como recreación, actividades físicas o deportes de competencia es muy importante para el desarrollo del ser humano. Además inculcar el valor hacia el deporte, nos ayuda a implementar acciones y estrategias dirigidas a integrar a los ciudadanos a la realización de actividades deportivas y recreativas, con la intención de mejorar la calidad de vida de los habitantes. Para un mejor desenvolvimiento en las dimensiones presentadas anteriormente es importante el trabajo en equipo no solo



para poder abarcar las necesidades que se presentan en lo cotidiano sino también para dar respuestas desde varios puntos de vista y con enfoques distintos (Velazquez Buendia & Hernández Álvarez, 2002) (Cruz Feliu, Boixadós Anglès, Torregrosa Alvarez , & Mimbbrero Palop, 2003)

## **MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### **LOGO**



**Imagen 1. Logo Club Deportivo Capital One**

### **SLOGAN**

“Todos somos uno”

Este eslogan significa una familia, la unión que hay entre los miembros de este club deportivo, siempre va a ver apoyo entre todos.

### **MISIÓN**

La Escuela de Formación Deportiva lidera el desarrollo deportivo en la iniciación y formación de Fútbol. Contribuye a la satisfacción de las necesidades



recreo deportivo, fundamentándose en principios humanísticos (sentir, pensar, actuar). Actuando en forma activa en la construcción permanente y futura de la profesión, a su vez pretende el aprovechamiento del tiempo libre.

## **VISIÓN**

La Escuela de Formación Deportiva, se ha constituido para ser sólida, ágil, confiable, líder en la innovación y pionera en la parte deportiva con el perspectiva de mejoramiento continuo y sólido en principios éticos y humanísticos. La Escuela de Formación Deportiva, está apoyada en principios y fundamentos que constituyen la razón del ser, orienta a todas aquellas personas que buscan formarse como futbolistas.

## **FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA**

## **MARCO REFERENCIAL**

Este proyecto se basa primero desde el gusto y la pasión que se le tiene al deporte específicamente fútbol, después desde las experiencias como jugador de fútbol en el contexto amateur o competitivo, como entrenador de diferentes categorías, sumado al conocimiento adquirido durante la universidad. Y que además de esto se sigue evidenciando que el jugar con el balón es el juego que aún hoy en día gusta más a los niños, porque corresponde al afán de movimiento, a su afán lúdico, a sus gustos y preferencias. Para jugar fútbol se necesita solamente un campo grande, un balón y dos porterías, si no las hay se pueden demarcar con cualquier objeto, habiendo algunos jugadores ya se puede iniciar el juego, el juego y sus formas de jugar pueden ser determinados según el tamaño del campo y el número de jugadores. Las reglas pueden ser variadas según las capacidades, la meta a que se aspira y las respectivas condiciones de juego (Fernández Fairen & Busto Villar, 2009).

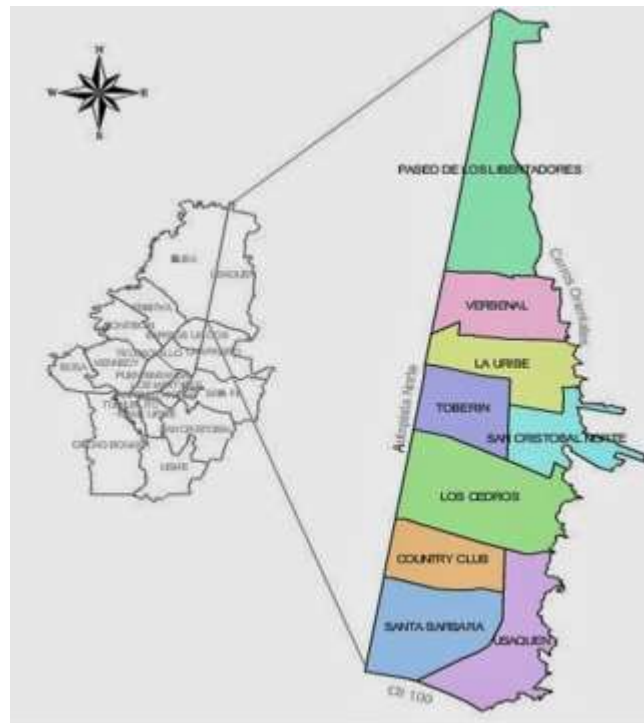


El juego al fútbol gusta a niños en la edad preescolar, a jóvenes que les gusta ser el centro de atracción, pero cuando la situación se vuelve peligrosa, rápidamente pierden confianza en sí mismos, pero con un buen aprendizaje los niños se vuelven más seguros de sus habilidades y destrezas. La aceptación de un niño en un grupo depende bastante de las habilidades motoras para desarrollar un juego. Aquellos niños que no poseen dicha habilidad son a menudo retirados del grupo por los compañeros. El concepto sobre sí mismo del joven deportista se desarrolla en esta etapa por experiencias y comentarios hechos por otros. Muchas veces el niño se preocupa por su capacidad, y aceptabilidad, los niños perciben esta experiencia como evaluación de sí mismo. Los jóvenes empiezan a sentir necesidad de las reglas, ellos elaboran sus propias reglas y a la vez ellos están de acuerdo con las mismas ( Gutiérrez Sanmartín, 2004).

## **CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO**

El negocio que se pretende plantear es un club deportivo de futbol, esta idea nació a través del gusto en particular que se tiene hacia este deporte y la popularidad. Específicamente este proyecto busca la formación tanto integral como deportiva de niños con edades que oscilan desde los 5 hasta los 15 años de la localidad de Usaquén barrio Alameda en el norte de Bogotá, siendo ellos los clientes a quien se encamina directamente el proyecto ( nicho de mercado), no obstante se les dice clientes por ser los principales involucrados, pero hablando económicamente la población con quien se involucraría serían los padres de familia que decidieran vincular a sus hijos en el proyecto.





**Imagen 2. Localidad de Usaquén, norte de Bogotá.**

Esto hace que se convierta en un mercado multilateral, convirtiendo a los niños en usuarios y a los padres en clientes. Este segmento de mercado se enfocara en niños que tengan entre 5 y 10 años que cumplan con una buena disposición para entrenar al igual que una participación mucha más activa y sobre todo una actitud de fidelización hacia el proyecto que le daría respaldo al mismo, una característica importante para tener en cuenta en este segmento es que la mayoría de estos niños “usuarios” son residentes del sector donde se ubican al menos 6 conjuntos residenciales estrato 4, 5 y 6, convirtiendo a los padres “clientes” en una fuente amplia y segura de ingresos para el proyecto



## **CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR**

Considerando la necesidad de innovar dentro del sector de escuelas de formación de futbol, el proyecto de “capital one” propone varias opciones tanto como para aumentar sus ingresos como para llamar la atención del cliente para la futura vinculación de los niños, puesto que en la ciudad de Bogotá se encuentra un gran número de escuelas de formación en futbol, que ofrecen varias opciones de mercado, volviendo el sector mucho más amplio y competitivo.

Una de las principales propuestas de valor que ofrece este proyecto está enfocada en solucionar una problemática que se puede observar en muchas de las escuelas de formación no solo en fútbol, es el de los padres que llevan a sus hijos a entrenar, quedándose en algún sitio del lugar del entrenamiento algunas veces observando lo que hace su hijo(a) otras realizando otras actividades como utilizar el celular, caminar por la zona entre otras.

El proyecto ofrece a dichos padres o acudientes que llevan a los niños a su práctica, que se hagan partícipes de ella no directamente, si no en clases específicas para ellos. Enfocadas en realización de clases de fútbol grupales donde puedan realizar la práctica deportiva al mismo tiempo que los niños generando un buen aprovechamiento del tiempo libre que tienen estos.

Adicionalmente para los niños que tal vez quieran mejorar su rendimiento del proceso, el proyecto también ofrece clases personalizadas para el perfeccionamiento de la técnica que muchas veces es el principal factor de frustración de los niños generando deserción de las escuelas y el deporte, dichas clases personalizadas serian programadas entre semana en el mismo espacio de entrenamiento.





### **CAPITULO III: CANALES**

Dentro de los canales de información se contempla el uso de medios tecnológicos modernos masivos tales como las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram; además de crear una página Web propia de la escuela en donde se expongan permanentemente diferentes aspectos informativos hacia los usuarios primarios y secundarios como también a cualquier persona interesada, además una página donde tanto los usuarios como los interesados puedan interactuar permanentemente con un representante de la escuela.

Dentro de los canales informativos se pretende también utilizar medios de publicación por medio de volantes informativos, afiches que se puedan publicar en los sectores de mayor concurrencia dentro y cerca al sector a trabajar. Dentro de los anuncios se pretende ofrecer precios cómodos para llamar la atención del consumidor.

Como último medio informativo se encuentra la utilización de una base de correos de posibles clientes en donde mediante un correo masivo se envíe información adjunta con los proyectos a realizar, precios, ofertas, beneficios que pueden adquirir y teléfonos o puntos de contacto en donde se pueda realizar algún tipo de consulta o negocio.

### **CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

Nuestra relación con los clientes será de manera “*asistencia personal dedicada*” al momento de ofrecer el servicio, de contar cual es el programa, los planes que se ofrecen de acuerdo a la edad y al examen diagnóstico que se le realiza al niño(a) o al joven al momento de ingresar a la escuela, los horarios, las categorías, los costos, las formas de pago y para aclarar inquietudes. Cabe decir que uno de



nuestros servicios son clases personalizadas que se ofrece de acuerdo a las necesidades de la persona.

También será de manera “*asistencia personal*” ya que por supuesto tendremos clases grupales de acuerdo a la edad y/o a la condición física o motriz del joven, también aprovechando la tecnología y las aplicaciones, tendremos grupos en WhatsApp, Facebook, nos podrán seguir en twitter, Instagram, en el cual atenderemos inquietudes, preguntas, sugerencias y también aprovecharemos para comentar, dialogar e informar sobre ofertas, servicios, torneos, partidos, etc., o algún tema específico.

## **CAPITULO V: INGRESOS**

Fuentes de ingreso:

En el club deportivo capital one las fuentes de ingreso serán por el uso o por la participación a nuestros servicios ofrecidos de formación y enseñanza del futbol de acuerdo a las diferentes categorías, las cuales se formalizaran por cuota de suscripción, es decir, se cobrara mensual, trimestral, semestral o anual, dependiendo de cada cliente, será una transacción recurrente, lo que beneficiaría a la empresa ya que estaríamos fidelizando a los clientes.

**Tabla 1. Fuentes de ingreso Club Deportivo Capital One**

| <b>CUOTA</b> | <b>PRECIO INDIVIDUAL</b> |
|--------------|--------------------------|
| UNIFORME     | \$50.000                 |
| MATRICULA    | \$50.000                 |
| MES          | \$80.000                 |



|            |                  |
|------------|------------------|
| TRIMESTRAL | \$240.000 (-5%)  |
| SEMESTRAL  | \$480.000 (-5%)  |
| ANUAL      | \$960.000 (-10%) |

De acuerdo a un pequeño estudio que se realizó en la zona, el costo para el ingreso será de aproximadamente \$60.000 (sesenta mil pesos), la mensualidad tendrá un valor de \$80.000 (ochenta mil pesos) adicionalmente se cobrara el valor de la indumentaria deportiva de la cual no hay una aproximación de costos. Pueden presentarse promociones o descuentos donde los niños (as) y/o jóvenes se puedan beneficiar, como los son; presentación de publicidad en el momento de hacer la inscripción (volantes), llevar un amigo o familiar e inscribirse al tiempo o también por el hecho de dar un adelanto de 3 (tres) mensualidades, además de esto existirá un descuento para aquellos que deseen adquirir la indumentaria junto con la inscripción y la mensualidad al mismo tiempo.

## **CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES**

Humanos: Principalmente el proyecto cuenta con las tres personas creadoras del proyecto y profesionales del área, las cuales están capacitadas para la realización de tareas como; planificar coordinar, organizar y ejecutar sesiones de entrenamiento en fútbol. Estas personas deben cumplir un perfil necesario en el cual deben tener conocimientos y la experiencia en la formación deportiva, de acuerdo a las distintas etapas de desarrollo y maduración del niño y/o joven, con buen manejo de grupo, creativo y apasionado por el deporte que enseña.

A medida del paso del tiempo y con la posible vinculación de un número mayor de niños (as) y jóvenes, la escuela debe contar con personas capacitadas en el



deporte para que estén a cargo de un grupo el cual estará dividido de acuerdo a su categoría.

**Intelectuales:** club deportivo reconocido en el sector por su amplio manejo en la formación integral, por su capacitación e investigación continúa en busca de ampliar y reforzar conocimientos acerca del mejor método de entrenamiento que conlleve a un aprendizaje más completo.

**Físicos:** con material didáctico, suficiente y acorde a las distintas categorías presentes. El material adquirido es totalmente nuevo y dirigido especialmente para la buena ejecución de las actividades, ya que la idea es que las practicas sean dinámicas e innovadoras para llamar la atención del cliente, para esto necesitamos material de calidad y en cantidad, por eso se contara con conos estacas, aros, petos, platillos, vallas, escaleras y balones adecuados para cada categoría, importantes para la demarcación de espacios, desarrollo completo de los ejercicios preparados y la buena visualización del terreno que puede atraer más clientes.

**Financiero:** inversión inicial en materiales, indumentarias, publicidad y en conferencias para dar a conocer y posicionar el proyecto en el sector. Inversión en investigación y capacitación constante por parte del personal de la empresa. En esta inversión se agregan los salarios del primer mes de los recursos humanos es decir las personas que están creando el proyecto.

## **CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES**

Inicialmente estos tipos de proyectos enfocados en la formación de un deporte requieren de un aval deportivo, con el fin de garantizar la integridad del deporte y el correcto aprendizaje del mismo, en este caso el proyecto debe contar con el aval del IDR, el cual se otorga mediante la presentación de un proyecto o “estamentos”.



Para que el proyecto “Capital One” pueda a comenzar a funcionar bajo el cobijo de la ley, la primera actividad clave será obtener dicho aval, garantizando una correcta transmisión del aprendizaje de los niños, esto con el fin de que muchas escuelas de formación se clausuran o dejan de funcionar por no tener el aval, estando así fuera de las normas establecidas por el distrito.

Otra actividad clave será justo antes de que el proyecto empiece a funcionar, se crearan cuentas o perfiles en la mayoría de redes sociales con el fin de difundir la información de costos horarios y demás datos que los posibles clientes vean necesarios, además de esto se estará creando un puente de comunicación con ellos mediante ese tipo de medios. En otras palabras será el medio por el cual “capital one” se dará a conocer al mundo.

## **CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES**

Dentro de las asociaciones clave se busca formar alianzas permanentes con entidades promotoras o patrocinadoras de torneos tanto de futbol 11 como de futbol sala o futbol de salón en las categorías menores; en donde el papel de la escuela sea promover el deporte, y auspiciar el desarrollo de eventos deportivos en conjunto con otras empresas de diferentes actividades tales como indumentaria deportiva, materiales deportivos, escuelas de formación deportiva, clubes deportivos y alcaldías locales; lo cual forma una serie de alianzas y asociaciones económicas deportivas para cada una de las empresas vinculadas con el sector y con el evento en desarrollo, donde estas mismas pueden ofrecer programas deportivos en común acuerdo con el fin de aumentar el número de demanda del producto; como también el derecho de que cada empresa pueda publicar su imagen y servicios durante el desarrollo de los diferentes torneos locales tales como los inter-colegiados, inter-roscas y diferentes copas aficionadas que sirven como ventana publicitaria para cualquier empresa deportiva.



## CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Impulsados por el valor: nos interesa la calidad envés de la cantidad, por eso se prioriza la calidad del servicio prestado en cuanto a la cantidad de personas presentes en la categoría, si el número de personas sobrepasa los 12 a 15 es necesario abrir una nueva categoría con otro profesor para garantizar el mejor servicio posible.

**Tabla 2. Estructura de costos variables**

| COSTOS VARIABLES      |                |                    |                       |
|-----------------------|----------------|--------------------|-----------------------|
| ARTICULO              | VALOR UNITARIO | CANTIDAD REQUERIDA | TOTAL VALOR REQUERIDO |
| conos con hueco 30 cm | 7.000          | 6                  | 42.000                |
| estacas               | 14.000         | 6                  | 84.000                |
| peto con numero       | 8.500          | 12                 | 102.000               |
| tulas                 | 28.000         | 1                  | 28.000                |
| conos pequeños        | 1.600          | 12                 | 19.200                |
| platillos             | 1.200          | 12                 | 14.400                |
| hexagono              | 4.200          | 12                 | 50.400                |
| vallas 9              | 16.900         | 2                  | 33.800                |
| vallas 12             | 17.900         | 2                  | 35.800                |
| aros                  | 1.503          | 12                 | 18.036                |
| balón pony 4          | 21.808         | 6                  | 130.848               |
|                       |                |                    | 558.484               |



**Tabla 3. Estructura de costos fijos**

| COSTOS FIJOS       |                |                            |               |
|--------------------|----------------|----------------------------|---------------|
|                    | VALOR UNITARIO | CANTIDAD REQUERIDA (x mes) | TOTAL VALOR   |
| Arriendo de cancha | 40.000         | 8                          | 320000        |
| sueldo de profesor | 35.000         | 8                          | 280000        |
|                    |                | <b>TOTAL MES</b>           | <b>600000</b> |

|                     |             |
|---------------------|-------------|
| PRECIO DE VENTA     | 100000      |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 8,333333333 |



## CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Inversión Inicial= 1158484

inflación=3%  
crecimiento en ventas=20%

inflación=3%  
Crecimiento de egresos= 5%

### Flujo de Ingresos

|              | A                  |
|--------------|--------------------|
| AÑO          | VALOR              |
| 1            | 15900000           |
| 2            | 19652400           |
| 3            | 24290366,4         |
| 4            | 30022892,87        |
| 5            | 37108295,59        |
| <b>TOTAL</b> | <b>126973954,9</b> |

### Flujo de Egresos

|              | B                  |
|--------------|--------------------|
| AÑO          | VALOR              |
| 1            | 13901808           |
| 2            | 15034805,35        |
| 3            | 16260141,99        |
| 4            | 17585343,56        |
| 5            | 19018549,06        |
| <b>TOTAL</b> | <b>81800647,96</b> |

### Flujo de Efectivo Neto

|              | A-B               |
|--------------|-------------------|
| AÑO          | VALOR             |
| 1            | 1998192           |
| 2            | 4617594,648       |
| 3            | 8030224,412       |
| 4            | 12437549,31       |
| 5            | 18089746,53       |
| <b>TOTAL</b> | <b>45173306,9</b> |

### Formulación de Datos VPN

f1= 1998192  
f2= 4617594,648  
f3= 8030224,412  
f4= 12437549,31  
f5= 18089746,53  
n= 5 años  
i= 28%  
Inv0= 1158484

| TIR         |
|-------------|
| -1158484    |
| 1998192     |
| 4617594,648 |
| 8030224,412 |
| 12437549,31 |
| 18089746,53 |

VAN=VPN= \$16.948.226,33

TIR= 264,78%

RI= 6615786,648  
275657,777

RI= 4,202616783

Imagen 3. Evaluación financiera

## LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



Imagen 4. Lienzo del modelo de negocio





**LISTA DE IMÁGENES**

Imagen 1. Logo Club Deportivo Capital One ..... 4  
Imagen 2. Localidad de Usaquén, norte de Bogotá. .... 7  
Imagen 3. Evaluación financiera ..... 16  
Imagen 4. Lienzo del modelo de negocio ..... 16



**LISTA DE TABLAS**

Tabla 1. Fuentes de ingreso Club Deportivo Capital One ..... 10  
Tabla 2. Estructura de costos variables ..... 14  
Tabla 3. Estructura de costos fijos ..... 15



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gutiérrez Sanmartín, M. (2004). El valor del deporte en la educación integral del ser humano. *Revista de Educación*,, 105-126.
- Cruz Feliu, J., Boixadós Anglès, M., Torregrosa Alvarez , M., & Mimblero Palop, J. (2003). ¿Existe un deporte educativo?: papel de las competiciones deportivas en el proceso de socialización del niño. *Revista de Psicología del Deporte* , 111-134.
- Fernández Fairen, M., & Busto Villar, J. M. (2009). El niño y el deporte. *Ortho-tips* , 6-27.
- Raúl Acosta, E. (2012). Inicianción y formación deportiva: Una reflexión siempre oportuna . *Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 57 - 65.
- Velazquez Buendia , R., & Hernández Álvarez, J. L. (2002). Deporte y Formacion de actitudes y valores en los niños, niñas y adolescentes de la comunidad de Madrid. *Revista de educacion* , 369-398 .

