



-

**NOMBRE DE LA EMPRESA**

*Siembra Fútbol*

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

**Responsables:**

**Cristian Giovanni Melo Cristancho**

**Edwin Santiago Naranjo Azcarate**

**Jhon Enrique Ortega Baquero**

**Asesor: Gonzalo Florián Velásquez.**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

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

**Bogotá D.C.**

**2020**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	4
<b>NOMBRE</b> .....	5
<b>LOGOTIPO</b> .....	5
<b>SLOGAN</b> .....	6
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR</b> .....	11
<b>CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO</b> .....	12
<b>CAPÍTULO III: CANALES</b> .....	16
<b>CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES</b> .....	18
<b>CAPÍTULO V: INGRESOS</b> .....	19
<b>CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES</b> .....	23
<b>CAPÍTULO VII: ASOCIACIONES CLAVES</b> .....	28
<b>CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES</b> .....	30
<b>CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS</b> .....	33
<b>CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA Y DE IMPACTO</b> .....	39
<b>LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO</b> .....	44
<b>REFERENCIAS</b> .....	45
<b>ANEXOS</b> .....	47

## INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Cuadro de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas Ejercicios de Fútbol Base y Streetkickers-Entrenamiento de Fútbol .....</i>	<i>10</i>
<i>Tabla 2. Precios Siembra Fútbol .....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 3. Precios Easy2Coach Training .....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 4. Pronóstico de ventas a 12 meses.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 5. Recursos de la empresa siembra fútbol.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 6. beneficios para la empresa siembra fútbol y para las asociaciones claves. ....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 7. Costos fijos generales suponiendo un año laboral de la empresa siembra fútbol.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 8. Costos fijos del personal técnico y administrativo suponiendo un año laboral en la empresa siembra fútbol. ....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 9. Costos variables generales de la empresa siembra fútbol.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 10. Tabla de costos variables relacionada a los materiales que se utilizaran para realizar la ejecución de los ejercicios de la empresa siembra fútbol. ....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 11. Ingresos y Egresos económicos Siembra Fútbol.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 12. Flujo de caja y Evaluación financiera Siembra Fútbol .....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 13. Criterios de Evaluación financiera Empresa Siembra Fútbol .....</i>	<i>43</i>

## INDICE DE IMÁGENES

<i>Imagen 1. Logo de empresa siembra fútbol.....</i>	<i>5</i>
<i>Imagen 2. La micro-localización estará en la ciudad de Bogotá, realizando publicidad masiva para poder llegar a todas las partes de la ciudad. ....</i>	<i>14</i>
<i>Imagen 3. En la macro-localización se busca llegar a un reconocimiento nacional, con la distribución de nuestra aplicación de una forma masiva, que brinde seguridad y calidad para las personas que la adquieran.....</i>	<i>15</i>
<i>Imagen 4. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar. ....</i>	<i>24</i>
<i>Imagen 5. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar. ....</i>	<i>25</i>
<i>Imagen 6. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar. ....</i>	<i>25</i>
<i>Imagen 7. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar. ....</i>	<i>26</i>
<i>Imagen 8. Siembra fútbol edición de material a publicar.....</i>	<i>26</i>
<i>Imagen 9. Siembra fútbol edición de material a publicar.....</i>	<i>27</i>
<i>Imagen 10. Lienzo del modelo de negocios de la empresa siembra futbol. ....</i>	<i>44</i>

## **INTRODUCCIÓN**

Siembra Fútbol es una empresa deportiva de carácter digital, enfocada en el fútbol. Tiene como finalidad ofrecer ejercicios analíticos y globales orientados a potenciar las capacidades de los jugadores de fútbol entre los 6 y los 15 años. El ideal es generar conocimiento y nuevas tendencias dentro de la especificidad y mejora de las habilidades y destrezas del jugador desde los determinantes de rendimiento tales como Físico, Técnico, Táctico y Psicológico.

Contamos con profesionales especializados en los diferentes componentes del fútbol, a nivel colectivo e individual, con ideas innovadoras y variantes en los diferentes ejercicios y actividades que se plantean. El ideal es seguir renovándonos semana tras semana y hacer parte de las nuevas tendencias del deporte.

Se busca generar adherencia a través de nuestros distintos canales de información y publicidad, para desarrollar de manera efectiva nuestra aplicación que impactará de manera importante en el mercado, nutriendo de conocimiento y nuevas tendencias tanto a jugadores como entrenadores que se acojan a nuestro servicio.

NOMBRE

SIEMBRA FÚTBOL

LOGOTIPO



*Imagen 1. Logo de empresa siembra fútbol*

Este logotipo surge de la innovación dentro del deporte, el nombre siembra fútbol tiene un significado hacia valores, conocimiento, triunfos, resultados y victoria. Es un logotipo llamativo y con significado, generando atracción y fuerza hacia el público

Los colores amarillo azul y rojo son alusivos a los colores de la bandera de Colombia, generando pertenencia y representación de nuestra nación. El azul representa la generosidad en cuanto los objetivos de nuestro proyecto, el amarillo representa el poder que tenemos con este proyecto ya que es un agente de cambio y por último el rojo representa valentía y la energía que queremos estimular en nuestro público.

El balón significa la semilla y el inicio de los proyectos. y objetivos de todas las personas que estén en nuestro proyecto. El jugador significa las ramas y los caminos de los procesos y el balón significa el fruto es decir los triunfos y objetivos cumplidos del jugador o entrenador.

### **SLOGAN**

**Cultivando deporte, cosechando éxito.**

Este slogan es diseñado con el fin de proyectar nuestro proyecto, de acuerdo con nuestros objetivos ya que va muy arraigado a creer en los procesos, el paso a paso y todos estos factores que son claves para obtener el éxito. Realizando a su vez un juego de palabras con el nombre de nuestra empresa que quiere generar precisamente eso, sembrar fútbol a través del cultivo del deporte y la disciplina para en un futuro cosechar el éxito.

### **MISIÓN**

Siembra Fútbol busca ser referente en el proceso de formación deportiva para entrenadores y jugadores en el medio virtual, compartiendo ideas de entrenamiento aplicables para jugadores de cualquier edad con altos índices de efectividad de manera responsable, profesional y siempre alineados a los objetivos propuestos, teniendo en cuenta la especificidad y la necesidad de las edades (5-16 años)

## **VISIÓN**

Siembra Fútbol tiene como proyección para el año 2023, ser reconocida en Colombia como una marca con credibilidad, acompañando a más de 1 millón de entrenadores y jugadores a desarrollar procesos de alto rendimiento, potenciando sus capacidades técnicas, físicas y psicológicas que les permitirá llegar al fútbol profesional, contando con un equipo humano capacitado, actualizado y profesional.

## **FUNDAMENTACION HUMANISTA**

La formación humanista es muy importante ya que todos los valores son vistos como un todo. por ello desde nuestra idea de empresa se busca dar continuidad a todos aquellos valores y principios que ayuden a fortalecer el ser humano desde su componente integral.

De este modo Siembra fútbol es una empresa que busca la formación integral de sus clientes, de esta forma los valores fundamentales son la responsabilidad la cual se fomentará por medio del buen proceso metodológico de parte del proyecto generando performance a nuestros usuarios. La confianza se formará de acuerdo a que los resultados van a ir ligados con el anterior valor mencionado, así como también los usuarios podrán evidencia que el contenido brindado es metódico. La lealtad la fomentaremos por medio de la calidad del servicio brindándole al cliente beneficios y un servicio que no encuentre en nuestra competencia. Teniendo en cuenta lo anterior, más allá de sacar un beneficio económico queremos fomentar y estimular la parte humanista y fijarnos en el ser humano. De esta forma podemos desarrollar clientes con bases y valores de peso teniendo en cuenta todo tipo de necesidad y de esta forma generando calidad ética y profesionalismo en nuestra empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior más allá de brindar un buen servicio y formar a todos estos entrenadores y jugadores queremos que por medio nuestra empresa generar en la población un mensaje claro y contundente en cuanto a la formación integral, que todas estas personas sean agentes de cambio y ejemplo para todas sus comunidades y entorno

que los rodee siendo así un estilo de Siembra fútbol la calidad humanista y el mensaje claro y contundente que quiere para sus clientes.

## **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Nuestra investigación de mercados estuvo dirigida principalmente a entrenadores de fútbol y jugadores entre los 6 y los 15 años de edad en la ciudad de Bogotá. Se realizó una encuesta para estos dos subgrupos respectivamente y se encontró lo siguiente:

En cuanto a las necesidades que se hallaron en nuestro nicho de mercado, se evidenció que es muy poco el conocimiento que se tiene acerca de las nuevas tendencias de entrenamiento dentro del fútbol, además se manifestó por parte de los entrenadores encuestados que hay una ausencia de contenido innovador para apoyar sus entrenamientos o clases virtuales a sus jugadores, ya que en ocasiones sienten que deben repetir muchos ejercicios o ya no encuentran las variantes adecuadas para seguir realizándose.

En cuanto al sub grupo de jugadores, dentro de la encuesta realizada a los acudientes de los mismos, debido a su minoría de edad; encontramos que en un 80% de los encuestados piensan que los entrenamientos tanto en el campo, como virtuales se han tornado muy monótonos y que a pesar de que han visto progreso en sus hijos, consideran que es pertinente que ellos realicen actividades y ejercicios nuevos y diferentes para potenciar su desarrollo y crecimiento como futbolistas.

En cuanto al benchmarking, se encontró los siguientes competidores en el mercado:

### **1. Sport-designer**

Herramienta de diseño y gestión multideportiva.

Puedes diseñar ejercicios de entrenamiento, simulaciones de situaciones de juego en movimiento, crear jugadas de estrategia, formatos de convocatorias, books de ejercicios y estrategia, acceso a contenidos y formatos on-line, etc.

14 disciplinas deportivas, más de 10 idiomas y contenidos on-line.

Precio: **9,90€**

## **2. Coerver Coaching**

Coerver Coaching es el método de enseñanza de habilidades futbolísticas número uno del mundo con más de un millón de jugadores, padres y entrenadores participantes en 47 países durante los últimos 35 años.

Ofrecemos entrenamiento de fútbol de renombre mundial para jugadores de todos los niveles desde los 4 hasta los 16 años, así como programas de formación para entrenadores.

Precio: **\$97.000**

## **3. Easy2coach Training - Fútbol**

Base de datos de entrenamiento de fútbol y planificador de entrenamiento con cientos de ejercicios de fútbol. Esta aplicación ofrece la más amplia selección de ejercicios de fútbol y formas de entrenamiento comprobados a los que se puede acceder en una aplicación. En pocos segundos se puede crear un programa de capacitación variado, profesional y apropiado para la edad.

Precio: **Gratis**

## **4. Ejercicios Fútbol Base**

Más de 400 ejercicios de entrenamiento de fútbol base en movimiento 100% gratis. Todos los ejercicios están clasificados por: Edad recomendada: menos de 8 años, 8-11 años, 11-14 años, 14-18 años y más de 18 años. Categorías según naturaleza: Técnica, Táctica, Físicos, Globalizados, Específicos, Psicológicos y Estrategia.

Precio: **Gratis**

## **5. Streetkickers-Entrenamiento de Fútbol**

Streetkickers es la definitiva aplicación de entrenamiento de fútbol que incluye un entrenador de fútbol virtual y te da acceso a contenido de entrenamiento de fútbol profesional y planes de entrenamiento personalizados. Con Street kickers en el bolsillo puedes mejorar tus habilidades futbolísticas. Incluye entrenamiento de fútbol freestyle para todas las edades y niveles de experiencia, y ocho categorías de entrenamiento con tutoriales en video que explican cómo se puede practicar como los profesionales.

Precio: **Gratis**

- Matriz DOFA Ejercicios de Fútbol Base y Streetkickers - Entrenamiento de Fútbol (Tabla 1)

*Tabla 1. Cuadro de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas Ejercicios de Fútbol Base y Streetkickers-Entrenamiento de Fútbol*

<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actualmente nos encontramos en la estructuración de los diferentes departamentos de la empresa, por tal motivo los entrenadores y creadores de ejercicios también ofician de administradores, secretarios, contadores, etc.</li> <li>✓ No contamos con un buen reconocimiento y un nombre fuerte en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gran variedad de ejercicios e innovación, dependiendo del componente, bien sea táctico, técnico, físico, psicológico o conceptual.</li> <li>✓ Accesibilidad de manera digital a todos aquellos que cuenten con Android.</li> <li>✓ Entrenadores y creadores de contenido altamente capacitados.</li> </ul>
<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La competencia cuenta con un mejor posicionamiento y mayor experiencia en el mercado.</li> <li>✓ La competencia cuenta con mejores recursos tecnológicos que pueden despertar mayor interés.</li> <li>✓ Los usuarios siguen buscando el contenido en las mismas páginas que el buscador de internet muestra en los primeros lugares.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La demanda cada vez es mayor, ya que tanto entrenadores como jugadores buscan constantemente hacer algo extra que potencie sus capacidades y conocimientos.</li> <li>✓ Los clientes satisfechos atraen a más clientes que pueden interesarse por nuestra aplicación.</li> </ul>

- Resultados análisis DOFA frente a la competencia

A partir de lo que se encontró en el análisis DOFA, estos son las siguientes componentes en lo que debemos mejorar:

1. Mejor estructuración y organización de carácter administrativo, sin que este proceso afecte la producción continua de contenido.
2. Dinamismo y basta publicidad por las distintas redes sociales para darnos a conocer y crecer rápidamente.
3. Generar alianzas estratégicas con escuelas de formación deportiva y clubes de fútbol para a su vez generar fidelización.

## **CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR**

### **Novedad para nuestros clientes: innovación en nuestro producto siembra fútbol.**

Nuestra propuesta de valor se clasifica como novedosa, a un bajo costo y una importante accesibilidad; consta de una aplicación de carácter digital la cual está orientada a potenciar las capacidades individuales y colectivas las cuales Orrego, Velásquez y Uribe (2010) afirman que son fundamentales dentro de la lógica interna del deporte ya que son factores determinantes de rendimiento de un jugador de fútbol entre los 6 y los 15 años de edad. Se ofrece actualmente a jugadores, entrenadores y clubes en Bogotá y en Colombia en la etapa de formación deportiva.

En el contexto socio deportivo se encuentra una falencia frente al contenido didáctico y audiovisual de los diferentes componentes del futbol, los cuales son el componente físico, el componente táctico, el componente técnico y el componente psicológico el cual puede ayudar a un deportista por medio de diferentes ejercicios a mejorar cada uno de estos aspectos .De acuerdo a lo anterior logramos evidenciar falencias en las etapas de enseñanza aprendizaje desde la edad de los 6 años a los 15, viendo jugadores con falencias y errores no trabajados y estimulados en su etapa sensible.

Siembra fútbol brinda un producto novedoso en el aspecto tecnológico y digital, personalizado y accesible para nuestros clientes, segmento todos los componentes del fútbol en donde se busca potenciar la habilidad deportiva del jugador y todas estas fallas

individuales que se evidencian en los procesos de formación, así como también se potenciará la capacidad colectiva por medio de ejercicios creados, planificados, orientados e innovadores generando una mejora en los conceptos colectivos e individuales reflejando un beneficio para jugadores y entrenadores

## **CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO**

En esta segmentación de mercado se hará referencia a la división que se le da a la población, la cual se enfocara en las necesidades e intereses comunes que pueden llegar a tener este grupo poblacional determinado, teniendo en cuenta estos puntos similares de esta población se pueden plantear estrategias para la búsqueda y compra de esta aplicación debido a que pueden llegar a pensar de una manera muy similar.

Siembra Futbol brinda un servicio de una aplicación acomodada a las necesidades de sus clientes, proponiendo y diseñando ejercicios específicos para la mejora de las capacidades de un futbolista independientemente de su posición dentro del campo de juego, ya que brinda ejercicios para cada posición y busca una mejora en las capacidades físicas, técnicas, tácticas y psicológicas en función individual y grupal de dicho jugador, por otra parte busca brindar estadísticas en tiempo real y poderlas guardar para un análisis más adecuado acorde a los objetivos y principios de cada entrenador, además, cuenta con la ventaja de ser un proyecto liderado por profesionales de cultura física quienes son los encargados de diseñar, innovar y determinar los ejercicios y las estadísticas más acordes para solventar las necesidades de cada cliente potencial para la aplicación.

Esta aplicación está enfocada en el fútbol y estará dirigida a niños futbolistas que deseen obtener una mejora significativa en su proceso formativo y a entrenadores para ayudarlos a dar una mejor evaluación de sus equipos y poder planificar sus sesiones de entrenamientos de una mejor manera, adicional a esto esta aplicación busca solventar las necesidades mediante un proceso individualizado para cada jugador en el que pueda desarrollar y mejorar de una forma idónea sus capacidades, ofreciendo así:

- Mejorar los componentes del fútbol.

- Brindar herramientas conceptuales y didácticas a los deportistas y a los entrenadores.
- Potenciar el desarrollo de las habilidades propias de cada jugador.
- Brindar nuevo contenido de ejercicios.
- Ayuda organizacional para elementos evaluativos del equipo.
  
- Planificación de las sesiones de entrenamiento en busca de sus objetivos y principios.

### *modelo de nicho de mercado*

Cuando hablamos de la población a la que va dirigido nuestra aplicación debemos enfocarnos en el nicho de mercado, el cual consideramos que, debido a los estratos, características de la población y el alcance que queremos tener siembra fútbol tendrá un nicho de mercado el cual se refiere según Panzerilla y Piquero (2008) a un grupo de clientes potenciales que comparten características parecidas que los hacen receptivos a un producto o servicio en particular, es por esto que al realizar esta segmentación para poder vender nuestra aplicación nos permitirá aclarar y direccionar con una mayor eficacia a nuestro público objetivo ofreciendo el producto con una publicidad creativa, una calidez alta y seguridad apropiada a la que nos compete.

Para esta segmentación de mercado lo dividiremos en cuatro factores que tendremos muy en cuenta a la hora de vender nuestro producto, se busca tener un conocimiento más amplio del consumidor ya que la diferencia se podía presentar en los deseos, recursos, ubicación y demás factores pero teniendo en cuenta la necesidad clara de dicha población, es por esto que nuestro proyecto lo dividiremos según los criterios de Zarraga, Molina y Corona (2013) los cuales son: geográfico, demográfico, psicográfico y conductual o comportamiento.

- **Geográfico:** En la ubicación geográfica buscamos dividir nuestro mercado en varias unidades geográficas, como lo son, naciones, países, regiones, estados, ciudades, municipios o barrios, para este caso nuestra aplicación principalmente será la ciudad de Bogotá, como se muestra en la imagen 2, con ayuda de una publicidad se llevará esta aplicación a nivel nacional, como se muestra en la imagen 3.



*Imagen 2. La micro-localización estará en la ciudad de Bogotá, realizando publicidad masiva para poder llegar a todas las partes de la ciudad.*



*Imagen 3. En la macro-localización se busca llegar a un reconocimiento nacional, con la distribución de nuestra aplicación de una forma masiva, que brinde seguridad y calidad para las personas que la adquieran.*

- **Demográfico:** Bien sabemos que la parte demográfica dividirá nuestro mercado en diferentes aspectos, como lo son la edad, el sexo, situación económica, educación, religión y demás aspectos a tener en cuenta, debido a esto nuestra aplicación estará dirigida a niños y jóvenes entre los 6 y los 15 años de edad. Se ofrecerá a jugadores, entrenadores y clubes en Bogotá y Colombia en la etapa de Formación deportiva.
- **Psicográfico:** Este aspecto tiene muy en cuenta la parte social de la población, se basa en el estilo de vida, clase social y algunas características de la personalidad, es por esto que esta aplicación se dirigirá a niños y jóvenes que quieren mejorar sus capacidades por medio de una ayuda audiovisual sin importar qué posición o función cumplan dentro del campo de juego, de igual forma brindar una ayuda a los entrenadores con estadísticas de los entrenamientos o partidos, ejercicios nuevos e innovadores para la creación de sus respectivos entrenamientos y una evaluación mucho más minuciosa de las capacidades tanto individuales y grupales de su grupo de trabajo.
- **Conductual o comportamiento:** Conocimiento de sus clientes potenciales debido a las actitudes, uso o respuestas que se generan directamente al consumidor, siembra fútbol busca un mercado con clientes comprometidos y conservadores al servicio prestado por la empresa la cual estará solventando las necesidades de la población, interesados en mejorar cada día más con disciplina y esfuerzo para poder evidenciar sus frutos, con un respaldo único y respetuoso para el proyecto.

### CAPÍTULO III: CANALES

Según Martínez Fernández, (2018) los canales son los medios y modos que conectan la empresa mediante la comunicación y dándole la entrada y validez de la propuesta de valor, esta se maneja como herramientas para canales es por esto que siembra fútbol se dará a conocer de una manera directa en la cual se enfocara en el canal de percepción buscando así una presentación que impacte al público por un medio digital para dar a conocer su producto final que será una aplicación para jugadores y entrenadores de fútbol.

#### **Canal de percepción:**

Buscamos definir nuestra imagen corporativa con el fin de elevar la percepción a los clientes acerca de nuestros servicios por medio de las redes sociales brindar constante contenido funcional para nuestros clientes dando así un “abrebocas” a lo que pueden

llegar a encontrar en la aplicación, se apoyaran con mensajes informativos de diferentes temas relacionados a la vida de un deportista, para esto nos ayudaran jugadores o entrenadores con un recorrido y un alto reconocimiento a nivel nacional o porque no mundial.

**Canal de evaluación:**

Se realizarán constantemente encuestas o cajas de preguntas por medio de las redes sociales en donde nos estamos dando a conocer, en las cuales las personas que son los clientes potenciales realicen sugerencias apropiadas de toda clase, para poder brindar mejor el servicio de la aplicación, de igual forma brindamos los números telefónicos por si las personas desean tener una información más clara y precisa del producto, esto con el fin de formalizar más el producto y brindarle al cliente una asesoría más personalizada de cómo adquirir y hacer uso de nuestra aplicación, luego de dos meses de haber adquirido el producto se llamará personalmente al cliente para realizar una encuesta en donde evidenciamos que dicho cliente está satisfecho con nuestro producto y así mismo pondremos en marcha cambios para una mejora de nuestro servicio según algunas sugerencias del cliente.

**Canal de compra:**

Se utilizaran las redes sociales como bien lo mencionamos anteriormente para dar a conocer un poco de nuestro producto y de igual forma en estas redes sociales se realizará una publicidad cada dos días para dar a conocer dónde pueden llegar a descargar y tener nuestra aplicación, nos ayudaremos con un diseñador gráfico y publicista para poder brindar un producto agradable, elegante, que inspire seguridad, calidad, comodidad y motivación a los clientes para que ellos también transmitan y compartan el mensaje que nosotros queremos exponerles, también nos ayudaremos con otra página en donde se pueda realizar un pago virtual por dicha aplicación, si las personas llegasen a tener dudas de como adquirir o utilizar nuestro producto dejaremos nuestros números telefónicos en las redes sociales como lo mencionamos anteriormente.

**Canal de entrega:**

En nuestra publicidad mostramos el contenido de nuestra aplicación y el precio fijo evidenciando las fortalezas y factores que nos hacen diferentes y que pueden llegar a motivar a la población para adquirir dicha aplicación.

**Canal de posventa:**

Una vez adquieran esta aplicación se le regalara un libro en pdf relacionado a diferentes temáticas a preferencia del cliente, luego se realizará un seguimiento a nuestro cliente realizando diferentes tipos de descuentos o negocios por fidelidad con nuestra aplicación, como ayuda con procesos más enfocados a algún deportista, ayuda a mejorar las estadísticas en un partido para un entrenado, es decir que sea posible llevarlo a no solo un partido si no a una temporada completa y diferentes obsequios como material deportivo o libros en pdf cada cierto tiempo.

**CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

Uno de los pilares fundamentales de la empresa es la relación que se debe tener con cada uno de sus clientes como bien lo menciona Guardarra y Rosales (2015) esta relación con los clientes se convierte en una fortaleza para la empresa ya que al conocer las necesidades, gustos, preferencias y entre otras características que se busca para satisfacer al cliente, es por esto que para llegar a tomar la mejor decisión en pro del beneficio mutuo de parte y parte nos obliga a generar un sistema de comunicación mas directo con el cliente, esto con el fin de que el cliente no se sienta olvidado y se pueda llegar a cumplir las expectativas de la mas alta calidad del producto, para poder lograr de la misma forma una fidelidad y lealtad de los mismos.

Es por esto que la tecnología y el medio digital en estos tiempos es tendencia y una herramienta fundamental en la cual todo tipo de persona tiene acceso, nosotros como empresa usaremos este medio como principal herramienta de difusión y obtención de posibles nuevos usuarios de nuestro contenido virtual.

siembra fútbol tiene una relación con su cliente de servicio automatizado por medio de CRM (Customer Relationship Management). Una de las principales herramientas es realizar una pauta por medio de las redes sociales la cual nos genere un alcance más amplio en nuestra población objetivo. Por ello realizaremos contenido con respecto a los componentes del entrenamiento más atractivo con materiales y herramienta llamativas

para que nuestra comunidad le genere expectativa desde el campo visual y más allá de esto generar contenido didáctico objetivo, específico e innovador.

Desde la estrategia de marketing y difusión de información de nuestra empresa como pilar fundamental tenemos nuestras redes sociales como Facebook e Instagram en donde constantemente estaremos publicando todo aquello que tenga que ver con nuestro proyecto ( partes de sesiones de entrenamiento, tips de entrenamiento, recomendaciones en el deporte) así como también tendremos días estratégicos en los cuales tendremos promociones y beneficios para toda nuestra comunidad de entrenadores y jugadores

Como bien lo mencionamos anteriormente el contenido que encontramos en la red digital en ocasiones no es preciso ni tampoco confiable, por ello a las personas que estén registradas y obtengan nuestra membresía les brindaremos información específica y objetiva de todos los componentes del fútbol, siendo este contenido único y creado específicamente para ellos, este contenido será creado desde la innovación y planificación del entrenamiento siendo este un factor de exclusividad y calidad brindada a nuestros clientes se debe tener en cuenta que el contenido se renovará cada semana y se brindará más herramientas a cada uno de nuestros clientes.

También como factor de fidelización de los clientes con nuestra empresa realizamos charlas y conversatorios con las personas inscritas y que tengan membresía, esto se realizará con personas capacitadas en el deporte y también con el fin de actualizar conceptos del deporte.

## CAPÍTULO V: INGRESOS

Los ingresos de Siembra Fútbol constan principalmente del dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado propuesto anteriormente y por cada unidad de negocio (UN) que adquiera nuestra aplicación, por tal razón debemos tener en cuenta lo siguiente:

Describiremos uno de nuestros competidores, el cual es *Easy2Coach Training*, que es una aplicación que ofrece una gran variedad de ejercicios enfocados en el fútbol, lo que lo hace tener un servicio similar al nuestro.

### Easy2Coach Training

Base de datos de entrenamiento de fútbol y planificador de entrenamiento con cientos de ejercicios de fútbol. Esta aplicación ofrece la más amplia selección de ejercicios de fútbol y formas de entrenamiento comprobados a los que se puede acceder en una aplicación. En pocos segundos se puede crear un programa de capacitación variado, profesional y apropiado para la edad.

Año de lanzamiento: 2012

Localización: Alemania

Precio: **Gratis**

Formas de Venta: Aplicación Play Store / Website

### *Análisis de la competencia*

Buscando generar un servicio ideal para nuestros clientes se quiere beneficiar y potenciar el proceso y los objetivos que se buscan en la formación deportiva y futbolística a través de la gran variedad de ejercicios que se ofrecen.

- Siembra fútbol – Easy2Coach Training (Tablas 2 y 3)

*Tabla 2. Precios Siembra Fútbol*

1. Descarga gratis
2. Premium, \$30.000
3. Paquete 3 meses, \$85.000

4. Paquete 6 meses, \$170.000
5. Paquete anual, \$340.000

*Tabla 3. Precios Easy2Coach Training*

1. Descarga gratis
2. Premium, 7.95€
3. Premium 3 meses, 38.85€
4. Premium 6 meses, 59.70€
5. Premium 12 meses, 107.40€
6. Premium para clubs, 39.00€
7. Premium para clubs 12 meses, 468.00€

- Pronóstico de ventas año 2021

*Tabla 4. Pronóstico de ventas a 12 meses*

<b>Mes</b>	<b>Número de ventas</b>	<b>Valor Premium</b>	<b>Total</b>
1	300	30.000	9'000.000
2	301	30.000	9'030.000
3	302	30.000	9'060.000
4	305	30.000	9'150.000
5	307	30.000	9'210.000
6	312	30.000	9'360.000
7	317	30.000	9'510.000
8	323	30.000	9'690.000
9	330	30.000	9'900.000
10	339	30.000	10'170.000
11	349	30.000	10'470.000
12	361	30.000	10'830.000

## CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Siembra fútbol se enfoca en la creación digital de material audiovisual en el fútbol, si bien sabemos contamos con una extensa producción de este tipo de contenido, sin embargo, detectamos un sin número de falencias, entre estas la poca objetividad del contenido que evidenciamos en la red.

Por lo anterior mencionado Siembra Fútbol ofrece una plataforma (APP) y apoyo por medio de redes sociales como (Facebook, Instagram y YouTube).

*Tabla 5. Recursos de la empresa siembra fútbol.*

RECURSOS	CONCEPTO	CANTIDAD
RECURSOS FÍSICOS	Platillos	40
	Conos	10
	Vallas	5
	Escalera de coordinación	2
	Aros	6
	Estacas	5
	Bases inestables	1
	Cinta demarcatoria	1
	Arcos plegables	2
	Lazos	5
	Paracaídas	1
	Balones	12
	Pelotas de tenis	10
	TRX	1
	Colchonetas	1

RECURSOS TECNOLOGICOS	App	1
	Redes sociales	4
	Celular	2
	Computador	2
	Trípode	2
	Cámara	2
RECURSOS DE TALENTO HUMANO	Gerente	1
	Coordinador	1
	Entrenador	3
	Editor	1

La producción de nuestro material y producto audiovisual parte de 3 fases.

### 1. Planificación y organización de sesiones de entrenamiento.

En esta fase nos encargaremos de realizar toda la organización y estructuración del material que vamos a generar esa semana. Esto incluye planificación de ejercicios, organización de material y escenarios en los cuales vamos a grabar.

#### Plan clase siembra fútbol.

**Materiales:** Caneca, dos balones de fútbol, pared y un aro.

**Recomendación:** Grabar la clase de forma lateral teniendo en cuenta que estamos utilizando la pared para evitar darle la espalda a la cámara.

<b>Objetivo.</b> <b>Obj Coordinativo:</b> Ejecutar ejercicios que beneficien la mejora de la coordinación general en el jugador. <b>Obj técnico:</b> Realizar trabajos que beneficien la mejora de los fundamentos técnicos mediante el pase y el control.	<b>Tiempo: 40 min</b>
<b>Calentamiento.</b> 1 min de dominio, secuencia movilidad articular En un cuadro, cada esquina es un ejercicio diferente, dos serán con balón y dos sin balón (Skipping, estrellas, campanas, campanas pisadas) 1 min de dominio (RETO)	10 min ( 1 min de explicación, 1 min de descanso y 8 min de trabajo)
<b>Coordinativo.</b> 1. Realizaremos un skipping lateral entrando y saliendo del aro y mientras realizamos este ejercicio estaremos rebotando nuestro balón de fútbol en la pared.	10 min ( 1 min de explicación, 1 min de descanso y 8 min de trabajo)

*Imagen 4. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar.*

## 2. Grabación y producción del material planificado

En esta fase nos encargaremos de la puesta en marcha de lo anterior planificado. Esta fase se compone de: planimetría en campo de ejercicios a realizar, organización de material de grabación, practica a prueba y acierto de los ejercicios, grabación de lo ejecutado.



*Imagen 5. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar.*



*Imagen 6. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar.*



*Imagen 7. Siembra fútbol planificación estructurada de material a producir y grabar.*

### **3. Edición, perfeccionamiento y publicación de material audiovisual en nuestras plataformas**

En esta fase nos encargaremos de organizar, editar y publicar nuestro material grabado en todas nuestras plataformas, dándole objetividad a cada uno de los ejercicios frente a nuestros usuarios, estos videos tendrán la descripción exacta de él porque el para qué y el cómo se realiza dicho ejercicio, brindándole al usuario un ejercicio creativo y preciso para lo que él quiere y busca como lector y usuario de nuestro contenido.



*Imagen 8. Siembra fútbol edición de material a publicar*

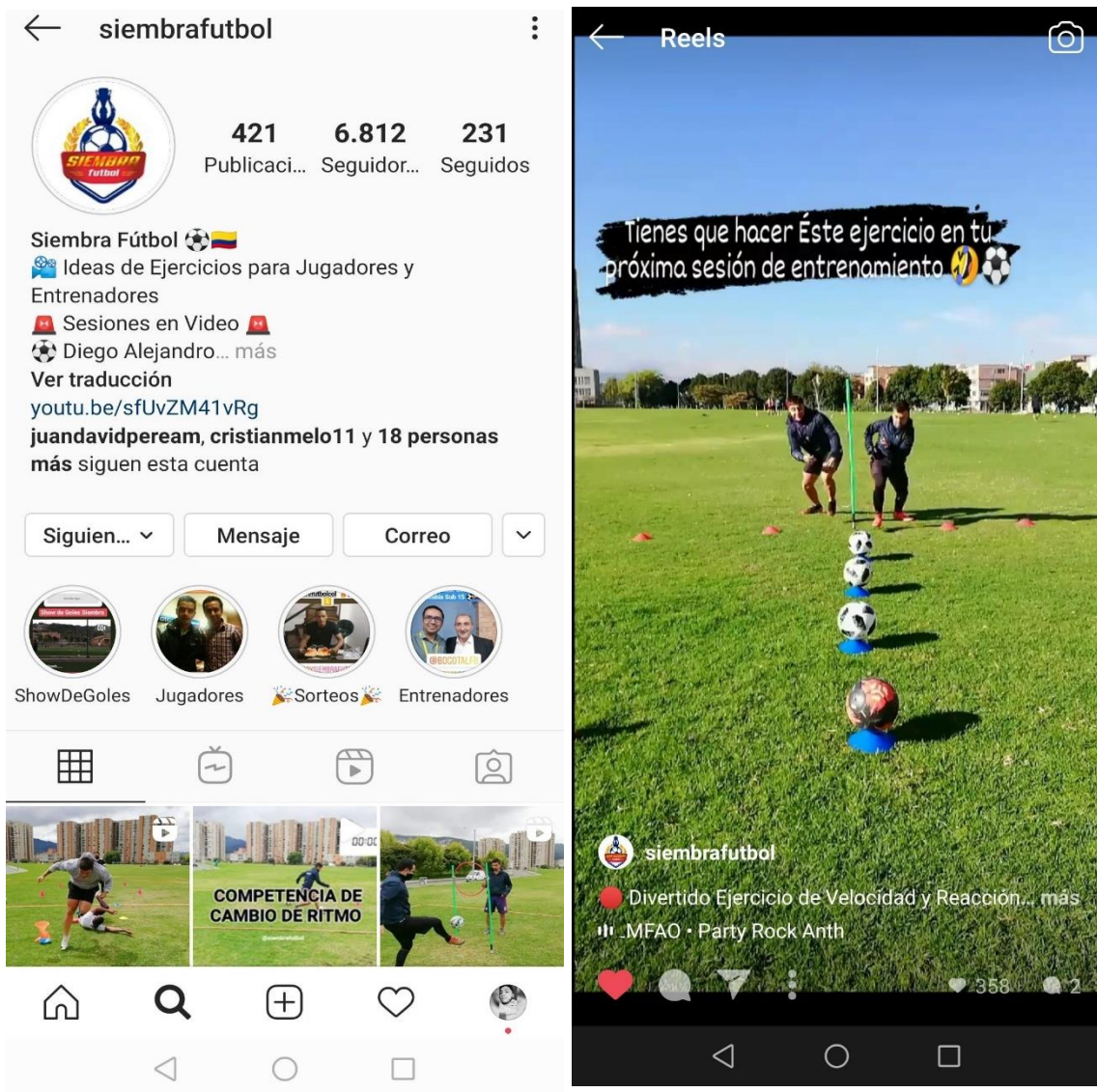


Imagen 9. Siembra fútbol edición de material a publicar

## CAPÍTULO VII: ASOCIACIONES CLAVES

Debemos tener en cuenta que al momento de ejecutar la idea de negocio puede ser apropiado tener una asociación clave ya que freire (2004) nos menciona que se puede tomar como una red de proveedores y asociados que apoyan y colaboran con un mejor funcionamiento de la idea de negocio para poder ponerla en marcha. Es por esto que siembra fútbol busca un socio que quiera implementar esta aplicación como una forma de llevar un control de sus deportistas y entrenadores, para que ellos mismos generen sus propias estrategias a utilizar con sus respectivos métodos de trabajo.

Al ser un proyecto y una aplicación novedosa e innovadora se busca que con el pasar de los años pueda tener un alcance masivo en el mercado esto con el fin de buscar sociedades estratégicas con empresas que tienen un reconocimiento a nivel nacional e internacional que nos ayude a expandirnos, es decir clubes de fútbol con equipos profesionales que quieran llevar un proceso más riguroso en sus categorías de iniciación y formación deportiva.

Podemos llegar a tener una sociedad en donde no hay una competencia directa de los productos que ofrecen las empresas, como por ejemplo, una sociedad de patrocinios tanto digitales como materiales, es decir implementos deportivos que una empresa nos pueda ofrecer para todos los miembros de nuestro proyecto los cuales podamos mostrar todos sus productos por medio de nuestra aplicación, ya sea vendiéndolos o utilizándolos en la grabación de los ejercicios que se mostrarán en la misma, como lo pueden ser Adidas, Nike, Diadora, Reebok, entre otros, o también empresas chicas que buscan crecer con publicidad digital, es decir comerciales cortos que se puedan mostrar en la aplicación de manera miniatura, cabe aclarar que estas empresas son comercializadoras de materiales deportivos, también podemos tener en cuenta cadenas de mercados, esto con el fin de buscar un ingreso sostenible mes a mes con tan solo una propaganda o el logo de esta empresa en alguna parte del inicio de la aplicación de siembra fútbol, esto nos ayudará a llama más la atención de los clientes potenciales y generar más seguridad y credibilidad para dicha aplicación.

Tabla 6. *beneficios para la empresa siembra fútbol y para las asociaciones claves.*

<b>EMPRESA</b>	<b>BENEFICIOS PARA SIEMBRA FÚTBOL</b>	<b>BENEFICIOS PARA LOS SOCIOS CLAVES</b>
MARCAS DE RECONOCIMIENTO MUNDIAL (NIKE, ADIDAS, REEBOK, DIADORA)	Credibilidad y seguridad para el público, material deportivo de alta calidad, ropa deportiva para los miembros de la empresa y distribución de la misma, reconocimiento a nivel comercial sin importar los gremios laborales, ofertas exclusivas para los afiliados a la aplicación, ganar posicionamiento en tiendas, llegar a varios niveles de compras, efectividad, clientes nuevos con oportunidades diferentes.	Los productos se venderán las 24 horas del día y los 7 días a la semana, fidelización de clientes inconscientemente, transmisión de nuevas ofertas y productos, soporte de ventas, segmentación de mercado más efectiva.
EMPRESAS CHICAS		Mayor alcance por menor precio, los productos se venderán las 24 horas del día y los 7 días a la semana, comercializar productos y servicios a compradores de tiendas mayores, soporte de ventas, clientes nuevos, credibilidad, fiabilidad, ganar posicionamiento en mercados similares o diferentes, incrementa rápidamente la visibilidad.

<p>CADENAS DE MERCADO</p>		<p>Los productos se venderán las 24 horas del día y los 7 días a la semana, fidelización de clientes inconscientemente, soporte de ventas, clientes nuevos, transmisión de nuevas ofertas y productos.</p>
-------------------------------	--	--

Otra asociación que se puede llegar a tener es con empresas interesadas en proyectos similares al de siembra fútbol, con el fin de realizar una feria empresarial para dar a conocer de la forma más llamativa y creativa posible cada uno de sus productos exponiendo sus grandes habilidades y conocimientos del tema, con esta feria empresarial buscaremos un posicionamiento dentro de todos los proyectos similares ofreciendo precios asequibles y de la misma manera beneficios para los clientes para poder alcanzar un reconocimiento dentro de la feria y por qué no fuera de ella, dicha feria tendrá una premiación dentro de la misma, buscaremos cumplir con todos los requerimientos que se debe tener para poder obtener el título como mejor proyecto digital-deportivo de la feria empresarial.

### **CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES**

Para Siembra Futbol es fundamental la innovación y la creación de contenido metódico en el fútbol. A Partir de lo anterior Siembra creara todo tipo de contenido en el cual se verán implicados todos los componentes del deporte esto en beneficio de cada uno de los usuarios que tengamos en el proyecto, posterior a esto se aborda el proceso de edición en el cual buscaremos mediante las herramientas tecnológicas lograr generar un producto más visible de entender y llamativo. Finalmente se subirá dicho contenido a la App y redes sociales de nuestra empresa.

***Recursos físicos***

Siembra fútbol utilizará como locación de grabación los parques públicos ubicados en el norte de Bogotá, los cuales cuenten con las características adecuadas para nuestras necesidades, las dimensiones adecuadas para la grabación son de 20 mts x 20 mts algunas de las opciones. (Calle 168 # 8H-70 Barrio: Villas De Aranjuez) - (7-98, Cl. 165 #7-32, servita Bogotá) -(Calle 164 Carrera 16 C Toberín). Así como también tendremos que utilizar implementos deportivos y de producción audiovisual como lo son; platillos, conos, vallas, escalera de coordinación, aros, estacas, bases inestables, cinta demarcadora, aros plegables, lazos, paracaídas, balones, pelotas de tenis, trx, colchonetas, trípode y cámaras.

***Recursos intelectuales***

Siembra fútbol considera importante tener contrato de confidencialidad para todas aquellas personas las cuales hacen parte del proyecto y evidencia cada uno de los procesos metodológicos, estructuración y planificación. Este contrato tendrá en cuenta la confidencialidad de todo proceso llevado a cabo en el proyecto, en caso de que las partes lleguen a rescindir del contrato se le sugiere total discreción con los procesos llevados y las formas de trabajar de la institución. si este contrato no es cumplido a cabalidad la persona se verá responsable a sanciones acordadas en el mismo.

***Recursos humanos***

El personal que hace parte del equipo de siembra fútbol es un personal capacitado y apasionada por el futbol, así como también todas aquellas personas que hacen parte de siembra fútbol serán personas de confianzas y con el visto bueno del equipo de siembra, deben ser personas idóneas las cuales conocen tanto de su área como del deporte, de esta forma buscamos que cada una de estas personas logre impactar el área futbolística desde su campo de estudio.

el área humana estará compuesta por:

**Gerente:** 800,000 Este tendrá la función de atender y gestionar el contacto con los usuarios de la app también una de sus funciones será realizar la gestión de escenarios de grabación como de igual forma organizar y delegar funciones para el equipo de siembra., también se encargará de la parte económica del proyecto

**Coordinador:** 700,000 Este tendrá la función de capacitar orientar y dirigir a los entrenadores en los procesos metodológicos, así como también tendrá la obligación de evaluar el desempeño de cada uno de los entrenadores.

**Entrenadores:**700.000 Estos tendrán la función de crear, planificar y ejecutar las ideas de ejercicios bajo un directriz de evaluación.

**Editor:**700.000 Este tendrá la función de grabar, organizar, editar y publicar el contenido general y específico.

**proveedor mantenimiento app:**1.000.000 este tendrá la función de establecer nuevas actualizaciones, su función principal es tener la app funcionando sin ningún inconveniente

### ***Recursos económicos:***

Siembra fútbol tiene dos opciones para obtener los recursos necesarios para poder iniciar y emprender este proyecto, la primera opción es que los fundadores y creadores aporten capital propio para lograr suministrar el capital necesario para que el proyecto pueda iniciar de la mejor forma

la segunda opción es optar por el concurso de fondo emprender, fondo emprender aporta hasta el 100% de los recursos necesarios para iniciar con emprendimientos innovadores, Siembra futbol hace parte de la categoría innovación y tecnología, en el último concurso se suministramos más de 1.620.000.000 para todos aquellos emprendimientos que tuvieran y aplicaran con los requisitos pedidos por esta organización.



MANTENIMIENTO DE LA APLICACIÓN	1	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
--------------------------------	---	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Tabla 8. Costos fijos del personal técnico y administrativo suponiendo un año laboral en la empresa siembra fútbol.

CONCEPTOS			VALOR MENSUAL (PESOS)	TIPO DE CONTRATO	VALOR ANUAL (PESOS)
CARGO	SE LES PAGARÁ LOS CONTRATISTAS...	CANTIDAD	PAGO POR HONORARIOS		
GERENTE	Realización de tareas del mes.	1	\$800.000	Prestación de servicios	\$9.600.000
COORDINADOR	Realización de tareas del mes.	1	\$700.000	Prestación de servicios.	\$8.400.000
ENTRENADORES	Realización de tareas del mes + dotación.	3	\$700.000	Prestación de servicios.	\$8.400.000
EDITOR/CAMAROGRAFO	Realización de tareas del mes.	1	\$700.000	Prestación de servicios.	\$8.400.000

PAGO POR PROVEEDOR DE MANTENIMIENTO DE LA APLICACIÓN	Realización de tareas del mes.	1	\$1.000.000	Prestación de servicios.	\$12.000. 000
TOTAL COSTOS FIJOS PERSONAL TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO			\$3.900.000		\$46.800. 000

- **Costos variables:** Los costos variables de la empresa siembra fútbol se evidenciará en la tabla 9 y 10, dando a conocer los costos de diferentes aspectos de la empresa.

Tabla 9. *Costos variables generales de la empresa siembra fútbol.*

CONCEPTO DE COSTOS	CANTIDAD	PRECIO VARIABLE PROMEDIO
PUBLICIDAD	1	\$500.000
MANTENIMIENTO DE MATERIALES	1	\$150.000
MATERIALES	Se evidenciaron en la tabla 4.	\$2.007.200
TOTAL		\$2.657.200

*Tabla 10. Tabla de costos variables relacionada a los materiales que se utilizaran para realizar la ejecución de los ejercicios de la empresa siembra fútbol.*

<b>MATERIAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
PLATILLOS	\$1.000	40	\$40.000
CONOS	\$3.500	10	\$35.000
VALLAS	\$25.000	5	\$125.000
ESCALERA DE COORDINACION	\$23.900	2	\$47.800
AROS	\$2.950	6	\$17.700
ESTACAS	\$12.000	5	\$60.000
BASE INESTABLE	\$39.900	1	\$39.900
CINTA PARA DEMARCAR	\$45.000	1	\$45.000
ARCOS PLEGABLES	\$59.900	2	\$119.800
PARACAÍDAS	\$35.000	1	\$35.000
LAZOS	\$7.200	5	\$36.000

BALÓN #3	\$17.000	4	\$68.000
BALÓN #4	\$17.000	4	\$68.000
BALÓN #5	\$40.000	4	\$160.000
PELOTAS DE TENIS	\$6.000	10	\$60.000
TRX	\$50.000	1	\$50.000
COLCHONETA	\$40.000	1	\$40.000
TRÍPODE	\$80.000	2	\$160.000
CÁMARA	\$400.000	2	\$800.000
TOTAL			\$2.007.200

- **Imprevistos:**

Imprevistos = Total costos fijos + Total costos variables x 10%

$$= \$3.900.000 + \$2.657.000 \times 10\%$$

$$= \$6.557.000 \times 10\%$$

$$= \$655.700$$

- **Valor Ganancias:**

Ganancias = Total costos fijos + Total costos variables + Imprevistos x 30%

$$= \$3.900.000 + \$2.657.000 + \$655.700 \times 30\%$$

$$= \$7.212.700 \times 30\%$$

$$= \$2.163.810$$

- **Gran total de gastos:**

Gran total de gastos = Total costos fijos + Total costos variables + Imprevistos + Ganancias

$$= \$3.900.000 + \$2.657.000 + \$655.700 + \$2.163.810$$

$$= \$9.376.510$$

- **Punto de equilibrio:**

Se realizará un método financiero en el cual se evidenciará los porcentajes de pérdidas o utilidad que presente la empresa, este método tiene un beneficio el cual busca llegar al punto medio es decir no gana dinero, pero de igual forma no pierde, como nos lo expresa Manzo, Villao, Núñez y Serrano (2017) identificando que el punto de equilibrio es el que permite saber la cantidad de productos que se deben vender en una empresa para cubrir los costos generados. Es por esto que para identificar nuestro punto de equilibrio para la empresa siembra fútbol tendremos en cuenta la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Gran total de gastos}}{\text{Número justo de inscripciones}}$$

$$= \frac{\$9.376.510}{316}$$

Gracias a esta fórmula podemos evidenciar que con un total de 312 personas que adquieran nuestra aplicación llegaremos a nuestro punto de equilibrio, teniendo en cuenta que si este número es mucho mayor la empresa empieza a generar una estabilidad económica favorable, debemos tener en cuenta que este punto de equilibrio se realizó con el paquete premium de mensualidad en donde cada persona paga por adquirir dicha aplicación un total de \$30.000, si llegamos a realizar nuestro punto de equilibrio con los demás paquetes el número de persona puede llegar a disminuir pero las ganancias no generan ningún descenso en la misma, dado el caso puede llegar un número racional en donde la misma cantidad de personas adquieran el segundo, tercero o cuarto paquete evidenciando un aumento de nuestros ingresos.

## CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA Y DE IMPACTO

### **Evaluación de Impacto**

- *Impacto Social*

La empresa Siembra Fútbol identificará los diversos inconvenientes que se pueden presentar a la hora de planificar una sesión, bien sea de carácter individual o colectivo y brindar distintas herramientas creativas para el conocimiento de los entrenadores y jugadores que se encuentran en el ámbito de la formación deportiva y la especialización en el deporte. Puede pasar que haya algunos vacíos teóricos a la hora de potenciar las capacidades de cada jugador, ya que si bien sabemos cada uno tiene una velocidad de aprendizaje diferente. El ideal de nuestros ejercicios es que pueden ser muy adaptables para todos y que la inclusión sea algo esencial en los mismos, por ello partimos desde el principio de la creatividad.

El ideal es generar una gran satisfacción en nuestros usuarios, bien sean entrenadores, padres o jugadores; que los jugadores sientan ese cambio y esa evolución en su proceso y los entrenadores vean un complemento importante para sus planeaciones.

- **Impacto Económico (tablas 10, 11 y 12)**

*Tabla 11. Ingresos y Egresos económicos Siembra Fútbol*

<b>Ingresos</b>	<b>Egresos</b>
Inflación 3,86%	Inflación 3,86%
Crecimiento en ventas: 20%	Crecimiento en ventas: 20%

- **Impacto ambiental (valores aproximados)**

El ideal de generar una aplicación de carácter digital es precisamente pensando en la situación actual del mundo con respecto a la pandemia. Nuestro producto ofrece una gran variedad de herramientas que pueden utilizar, ver y conocer los diferentes jugadores y entrenadores que hagan para de la etapa de la formación deportiva desde la comodidad de su hogar, bien sea para aplicarlos de manera virtual o presencial, posteriormente. No hay que recibir o dar elementos de manera directa. También se buscará realizar los ejercicios con elementos reciclables para mantener el cuidado de la naturaleza para promover de esta manera:

- Generar la disminución de materia prima para mantener en buen estado los recursos naturales.
- Disminución del dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), para combatir el cambio climático y la afección de la capa de ozono.

- **Impacto tecnológico**

Cuervo y Céspedes en el año 2016 afirman que la evolución de la ciencia del deporte, la innovación y su nivel tecnológico son productos sociales, la ciencia y la tecnología del deporte influyen significativamente en el desarrollo humano.

En ese sentido, la empresa Siembra Fútbol realizará un aporte importante y aprovechará en gran medida las TIC (Tecnología de la información y la comunicación) ya que nuestro producto principal es de carácter digital y todo nuestro contenido se encuentra proyectado en todas nuestras redes sociales, generando una gran comunicación y acogida con nuestros seguidores y usuarios. La tecnología juega el papel más importante dentro de nuestra empresa.

- ***Impacto económico***

Pedroza y Salvador en el 2003 afirman que al practicar un deporte o el hecho de asistir a un espectáculo deportivo el hombre satisface una necesidad. En ese sentido se origina una demanda, a la cual se ha tratado de responder. Las federaciones, las entidades deportivas y las instituciones públicas se han encargado de ofrecer la práctica deportiva.

Siembra Fútbol entiende que el deporte ha abierto a la economía nuevos y rentables mercados, distintas oportunidades de empleo, etc. hasta hace poco tiempo desconocidos. El impacto que se pretende generar radica en un gran aporte a la economía Colombia a través de nuestra aplicación y nuestras redes, generando que cada vez sean más las personas que se vinculen, enriqueciendo de esta manera al fútbol formativo en Colombia y por ende al deporte en general.

- ***Tasa Interna de Retorno (TIR)***

Teniendo en cuenta lo que menciona Puga (2017) la TIR (tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero (VAN = 0).

Para el presente proyecto de la empresa Siembra Fútbol habrá que invertir \$15'500.000 pesos y lo que se espera es que tras esa inversión se recibirá \$9'000.000 de pesos el primer mes y \$9'030.000 pesos el segundo mes.

Por lo que los flujos de caja serían  $-15'000.000/9'000.000/9'030.000$

Para calcular la TIR primero debemos igualar el VAN a cero (igualando el total de los flujos de caja a cero):

$$\text{VAN} = -15'500.000 + (9'000.000/1+r) + (9'030.000/(1+r)^2) = 0 \text{ pesos}$$

$$-15'500.000(1+r)^2 + 9'000.000(1+r) + 9'030.000 = 0.$$

La «r» es la incógnita a resolver. Es decir, la TIR. Esta ecuación la podemos resolver y resulta que la r es igual a 0,11, es decir una rentabilidad o tasa interna de retorno del 11%.

- **Valor presente neto (VPN)**

Se realizará una inversión la cual será de \$15'500.000 pesos y se espera que tras esta inversión se recibirá \$9'000.000 de pesos el primer mes, \$9'030.000 pesos el segundo mes y \$9'060.000 el tercer mes. Teniendo en cuenta que la tasa de descuento es del 11% anual, se presenta el valor presente neto o VAN de la inversión.

$$\text{VAN} = -15'500.000 + [9'000.000/1+0,11] + [9'030.000/ (1+0,11)^2] + [9'060.000/ (1+0,11)^3] = 6'561.651$$

- **Retorno de la inversión (RI)**

Ingresos esperados:

Mes 1: \$9'000.000

Mes 2: \$9'030.000

$[(\text{Valor obtenido de beneficio} - \text{valor total de la inversión}) / \text{Valor de la inversión}] * 100$

$$[(18'030.000 - 15'500.000) / 15'500.000] * 100$$

$$= [0,1632258064516] * 100$$

$$= 16,322$$

➤ El RI entonces será del 16 % en los dos primeros meses.

- *Evaluación financiera*

- Teniendo en cuenta el análisis de la estructura de costos y lo que se evidencia en nuestro pronóstico de ventas (Tabla 4), la empresa Siembra fútbol llegará a su punto de equilibrio en el 6to mes del año 2021, debido a que una vez lleguemos a dicho mes se espera que una totalidad de 312 usuarios adquieran nuestro producto (aplicación digital); lo que a su vez generará una estabilidad económica favorable en nuestra empresa.

*Tabla 12. Flujo de caja y Evaluación financiera Siembra Fútbol*

	Periodo					VPN
	1	2	3	4	5	
<b>Ingresos</b>	\$9'000.00 0	\$9'030.00 0	\$9'060.00 0	\$9'150.00 0	\$9'210.00 0	\$18'054.725
<b>Egresos</b>	\$8.376.51 0	\$6.557.20 0	\$3.550.00 0	\$4.550.00 0	\$3.550.00 0	\$5'022.352
<b>Saldo</b>	\$623.490	\$2'472.80 0	\$5'510.00 0	\$4'600.00 0	\$5'660.00 0	\$2'423.359

*Tabla 13. Criterios de Evaluación financiera Empresa Siembra Fútbol*

<b>TIR</b>	11%
<b>VPN</b>	\$6'561.651
<b>RI</b>	16%
<b>B/C</b>	3,59

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

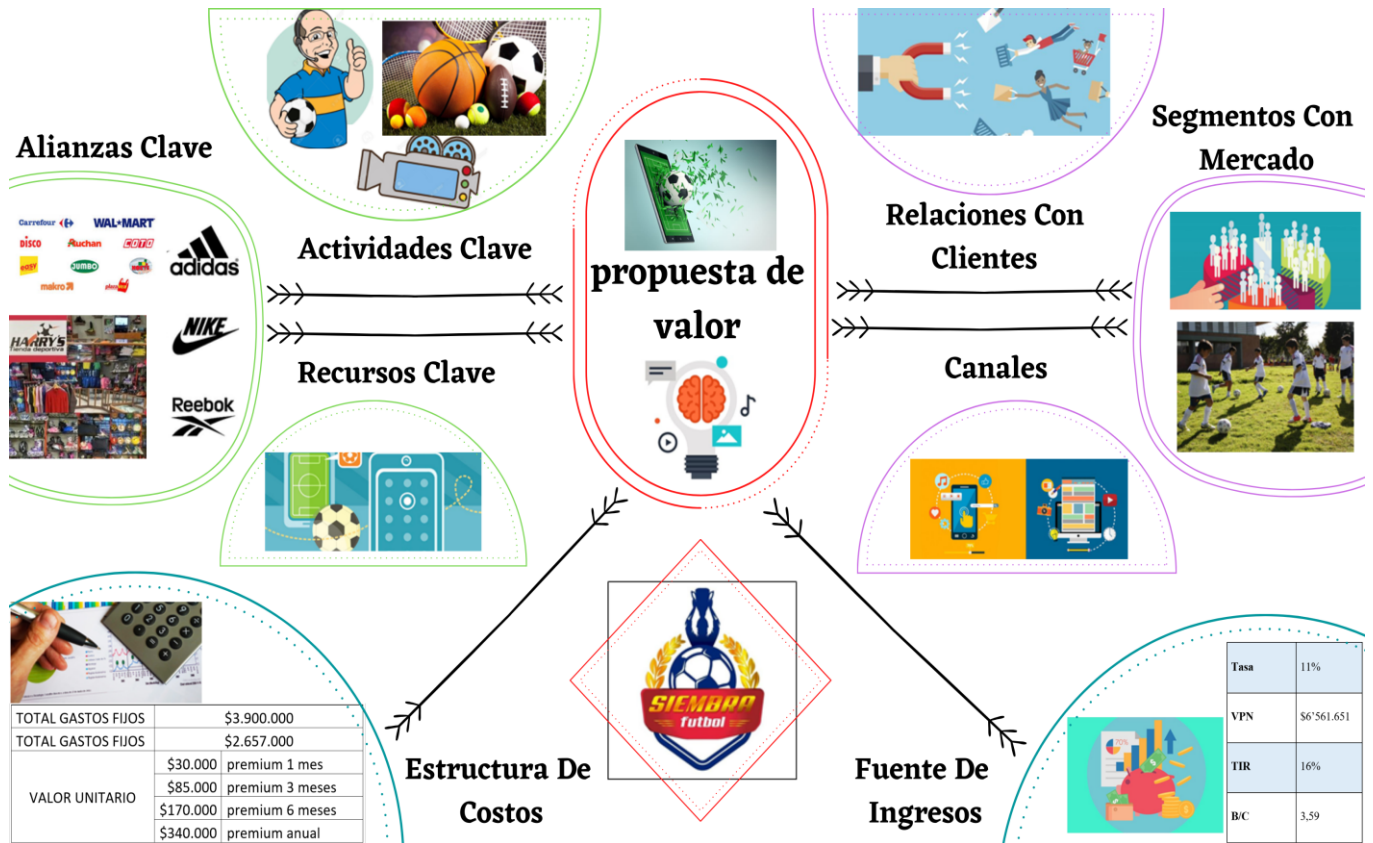


Imagen 10. Lienzo del modelo de negocios de la empresa siembra futbol.

## REFERENCIAS

- Céspedes Cepero, R. & Cao Cuervo, M. (2016). La ciencia y la tecnología en la formación de valores en los deportes de combate. *Boletín virtual, Abril* – (5)4, ISSN 2266 – 1536.
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender, negocios verdes*. Argentina. Penguin Random House.
- Guadarrama Tavira, E., & Rosales Estrada, E. M. (2015). *Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica*.
- Mazón Arévalo, L., Villao Burgos, D., Núñez, W. & Serrano Luyo, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba–Ecuador. *Revista de estrategias del desarrollo empresarial*, 14-24.
- Martínez Fernández, G. (2018). *Los canales dentro del marketing y su importancia dentro del negocio*.
- Orrego, L. M., Velázquez, J.I. & amp; Uribe, L. (2010). *Caracterización psicosocial del futbolista perteneciente a la categoría primera “A” del fútbol profesional colombiano. Revista de la facultad de psicología universidad cooperativa de Colombia*, 6 (10)
- Panzarelli, A., Casals, J. P. (2008). *Nicho de mercado. Dermatología Venezolana*, 46(1).
- Pedroza, R. & Salvador, J. A. (2003). *El impacto del deporte en las economías. Revista asturiana de economía*, p. 61-84.
- Puga Muñoz, M. (2017). VAN y TIR. *Universidad de Arturo Prat: Departamento de auditoría y sistemas de información, Fundamentos básicos de finanzas*, p. 1-4. Recuperado de: [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir\\_1563977885.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf)

Zárraga Cano, L., Molina Morejón, V. M., & Sandoval, E. C. (2013). Estudio de caso: análisis de la aplicación de la segmentación de mercado como estrategia para las pequeñas empresas (Case Study: Analysis of Implementation of Market Segmentation as a Strategy for Small Business). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(5), 109-119.

## ANEXOS

The screenshot displays a Turnitin feedback studio interface. The main document area shows the following text:

**NOMBRE DE LA EMPRESA**  
*Siembra Fútbol*

**TRABAJO DE GRADO**  
CREACIÓN DE EMPRESAS

**Responsables:**  
Cristian Giovanni Melo Cristancho  
Edwin Santiago Naranjo Azcarate  
Jhon Enrique Ortega Baquero

The right sidebar, titled "Resumen del partido", shows a progress of 8% and a list of sources:

Rank	Source	Percentage
1	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	1%
2	Sometido a Universida... Trabajo de estudiante	1%
3	www.mpuga.com Fuente de Internet	1%
4	Sometido a la Universi... Trabajo de estudiante	1%
5	azepdf.com Fuente de Internet	1%
6	Sometido a la Universi... Trabajo de estudiante	<1%
7	Activar Windows Fuente de Internet	<1%

At the bottom, the status bar indicates: "Página: 1 de 47", "Número de palabras: 8481", "Informe de solo texto", "Alta resolución", and the system clock shows "9:36 p. m. 17/11/2020".