



NEXT GOAL PERFORMANCE CLUB

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Moreno Villalobos Unamaray Felipe
Verdugo Ramirez Carlos Andres

Asesor:

Florian Velasquez Gonzalo

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
2024

TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	3
<u>NOMBRE</u>	5
<u>LOGOTIPO</u>	5
<u>SLOGAN</u>	6
<u>FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA</u>	6
<u>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	8
<u>CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR</u>	14
<u>CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO</u>	16
<u>CAPITULO III: CANALES</u>	20
<u>CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES</u>	22
<u>CAPITULO V: INGRESOS</u>	23
<u>CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES</u>	31
<u>CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES</u>	34
<u>CAPITULO VIII: ESTRUCTURA DE COSTOS</u>	36
<u>CAPITULO IX: EVALUACIÓN FINANCIERA</u>	39
<u>LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO</u>	46
<u>REFERENCIAS</u>	48



INTRODUCCIÓN

El fútbol, más que un deporte, se ha convertido en un fenómeno social, cultural y económico que atraviesa fronteras y une a millones de personas alrededor del mundo. Desde los partidos de barrio hasta los grandes torneos internacionales, el fútbol ha demostrado su capacidad para inspirar y transformar vidas. Bajo esta mirada, el "Centro de Proyección y Desarrollo Integral para Futbolistas" (CPDIFB) emerge como una institución comprometida con la formación integral de futbolistas. Nuestro enfoque va más allá de los entrenamientos físicos y técnicos tradicionales, enfocándose en proporcionar a los deportistas las herramientas necesarias para desarrollar todas las facetas de su personalidad y habilidades. Nos proponemos como un centro de excelencia dedicado al desarrollo físico, psicológico, emocional y social de los deportistas, con el objetivo de ayudarles a alcanzar su máximo potencial tanto dentro como fuera del campo de juego.

El CPDIFB nace de la visión de crear un espacio donde los futbolistas puedan no solo mejorar sus habilidades y rendimiento en el terreno de juego, sino también trabajar desde el aspecto psicológico, preparando a los deportistas para que puedan enfrentar los retos que la vida y el deporte les presenta. Entendemos que el fútbol actual requiere de atletas que no solo posean habilidades técnicas superiores, sino también una inteligencia emocional y un entendimiento profundo de la dinámica de equipo y de liderazgo. De acuerdo con Weinberg y Gould (2018), el desarrollo psicológico es esencial para el rendimiento óptimo de los atletas, ya que habilidades como la concentración, la motivación y la resiliencia juegan un papel crucial en su éxito (p. 80). Nuestro enfoque integral combina el entrenamiento físico con la preparación psicológica, asegurando así una formación completa y avanzada que abarca todos los aspectos necesarios para un desarrollo deportivo y personal de alta calidad.

Uno de los pilares fundamentales de nuestra institución es la formación integral del deportista. Reconocemos que el éxito en el fútbol no se mide únicamente por las destrezas técnicas o la condición física, sino también por la capacidad de cada jugador para manejar la presión, superar adversidades, trabajar en equipo y mantener una actitud profesional tanto dentro como fuera del campo. Según un estudio de Gledhill, Harwood y Forsdyke (2017), la capacidad de adaptación psicológica y la gestión del estrés son factores clave en el desarrollo de talentos en el deporte, destacando la importancia de un enfoque integral en la formación de jóvenes atletas (p. 145).



Creemos firmemente que la educación y formación de los deportistas debe ser holística, abordando tanto las necesidades físicas como las psicológicas, emocionales y sociales. Esta filosofía se alinea con las investigaciones de Côté y Gilbert (2009), quienes sugieren que un enfoque de desarrollo basado en la persona completa no solo ayuda a mejorar el rendimiento deportivo, sino que también fomenta un entorno positivo para el crecimiento personal y profesional de los atletas (p. 309). No solo queremos brindar las herramientas para un trabajo psicológico que le permita a los deportistas enfrentarse a retos de gran dificultad de una forma eficiente, sino que también buscamos incorporar las herramientas que nos brinda la tecnología para potenciar a los deportistas a su máximo nivel, brindándoles visibilidad y alcance para que de esta forma puedan conectarse con equipos y/o agentes. En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la promoción y visibilidad de los futbolistas. Pegoraro (2010) sugiere que las redes sociales no solo permiten a los atletas controlar su imagen pública, sino que también proporcionan una plataforma para la interacción directa con los fanáticos, lo cual puede aumentar su atractivo para patrocinadores y clubes (p. 501).

Reconociendo esta realidad, buscamos ofrecer a nuestros deportistas capacitación en la creación de contenido digital, estrategias de branding personal y manejo efectivo de sus redes sociales. Estas herramientas no solo les permiten conectar con su audiencia de manera auténtica, sino que también les sirven como una vitrina para mostrar su talento a nivel global.

El CPDIFB no solo se enfoca en los aspectos técnicos y mediáticos, sino que también promueve una filosofía de vida basada en valores como la disciplina, el respeto, la dedicación y el trabajo en equipo. Creemos que la formación de un buen deportista comienza con la formación de una buena persona. Nuestro compromiso es formar no solo futbolistas de alto rendimiento, sino también individuos íntegros y responsables, capaces de convertirse en ejemplos positivos dentro de su comunidad y en embajadores de los valores que defiende nuestra institución. Como mencionan Côté y Gilbert (2009), un enfoque centrado en el desarrollo de la persona completa y en la enseñanza de valores éticos es fundamental para la formación de atletas comprometidos y responsables (p. 309).



MISIÓN

El centro de proyección y desarrollo integral para futbolistas busca potenciar el talento de jóvenes futbolistas mediante un enfoque integral que combina la formación técnica, física y emocional, junto con una estrategia de visibilidad en redes sociales. Nuestro compromiso es crear un entorno donde los atletas no solo desarrollen sus habilidades deportivas, sino que también aprendan a construir su marca personal y a conectar con una audiencia más amplia, a través de contenido digital innovador y una gestión activa de sus perfiles en redes, buscamos abrir oportunidades para que nuestros futbolistas se proyecten y accedan a un futuro exitoso, tanto dentro como fuera del campo.

VISIÓN

Para el 2026 el centro de proyección y desarrollo integral para futbolistas será referente nacional en la formación integral de futbolistas, reconocidos por su excelencia en el deporte y su capacidad para adaptarse a los desafíos del mundo moderno. Aspiramos a crear una comunidad de atletas empoderados, que, a través de la innovación y el uso estratégico de las redes sociales, logren destacar en el ámbito deportivo y personal, contribuyendo al desarrollo del fútbol y sirviendo como modelos a seguir para futuras generaciones.

CENTRO DE PROYECCIÓN Y DESARROLLO INTEGRAL PARA FUTBOLISTAS

LOGOTIPO



Características



El logotipo del centro de proyección y desarrollo integral para futbolistas, tiene como marco fundamental un hexágono, el cual refleja unión, término que en nuestra institución denota trabajo en equipo y enlace de varias habilidades tanto de deportistas como docentes, ya que si estas dos fuerzas se unen será más fácil lograr los objetivos planteados para cada futbolista, en la parte interna del hexágono hay un círculo el cual refleja un balón de fútbol, el cual es la herramienta mediante la cual muchos deportistas cumplen y logran sus objetivos personales y grupales y para finalizar encontramos un tipo de enlace entre puntos el cual desde nuestra postura son las redes sociales, intermediario directo que mediante excelentes estrategias nos ayudarán a cumplir los objetivos generales de nuestro centro de proyección.

Slogan

Persiguiendo los sueños más allá de los límites.

Sabemos que en Colombia ser futbolista profesional va más allá que poseer talento, ya que en la actualidad es un negocio por lo cual creemos en nuestro proyecto el cual sobrepasa cualquier límite que se interponga, beneficiando a demasiados jóvenes interesados en el éxito deportivo.

Buscamos en Colombia ser intermediario directo entre los deportistas y clubes profesionales, ya que vemos la necesidad y anhelo de muchos jóvenes en jugar fútbol profesional, todo esto basado en la formación integral, no solo potenciar sus habilidades técnicas y físicas, sino que también crear personas íntegras a la sociedad capaces de fomentar que los sueños sí se pueden hacer realidad y porque no gracias a nuestro proyecto.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

En el "Centro de Proyección y Desarrollo Integral para Futbolistas" (CPDIFB), la filosofía humanista es el pilar fundamental de nuestra misión y visión. Creemos firmemente en el valor intrínseco de cada individuo, reconociendo a nuestros deportistas no solo como atletas, sino como personas completas con sueños, aspiraciones, desafíos y necesidades que van más allá del ámbito deportivo. Inspirados por los principios del humanismo, nuestro enfoque se centra en promover el bienestar integral de nuestros futbolistas, facilitando su desarrollo tanto en el aspecto deportivo como en el personal, social y emocional.

La fundamentación humanista sostiene que el ser humano es un ser multidimensional, cuyos aspectos físico, mental, emocional y social están interrelacionados y deben ser desarrollados de manera equilibrada (Rogers, 1961). En consonancia con esta perspectiva, en el CPDIFB buscamos diseñar programas de formación que no solo se enfocan en mejorar las habilidades técnicas y el rendimiento físico de nuestros atletas, sino que también promueven su crecimiento personal y su desarrollo emocional.



El enfoque humanista en la educación y el desarrollo deportivo también enfatiza la importancia de la autonomía y la autorrealización. Creemos que cada deportista debe ser capaz de tomar decisiones informadas sobre su carrera y vida personal, basadas en un profundo entendimiento de sí mismo y de sus objetivos. Carl Rogers (1961), uno de los principales exponentes del humanismo, subrayó la necesidad de un entorno que fomente la autoexploración y el autoconocimiento, proporcionando a las personas la libertad de crecer y alcanzar su máximo potencial.

La educación integral es vista como un componente clave para el desarrollo del futbolista. Reconocemos que el éxito deportivo no debe estar reñido con la educación académica y el desarrollo de habilidades para la vida. Por ello, promovemos programas de formación que incluyen el fortalecimiento de habilidades de comunicación, resolución de conflictos, liderazgo y trabajo en equipo. Como lo destaca la teoría humanista de Maslow (1943), la autorrealización es un proceso continuo de crecimiento y desarrollo personal, y no simplemente la consecución de un objetivo específico.

En línea con nuestra fundamentación humanista, en el CPDIFB damos una gran importancia al bienestar emocional y a la salud mental de nuestros deportistas. Entendemos que el rendimiento deportivo óptimo solo se puede lograr cuando los atletas se sienten emocionalmente equilibrados y psicológicamente seguros. Según estudios realizados por Gledhill, Harwood y Forsdyke (2017), la promoción de un entorno de apoyo que valore la salud mental y emocional de los atletas es fundamental para su desarrollo y bienestar general (p. 145).

La teoría humanista también destaca la importancia de las relaciones interpersonales positivas y de un entorno de apoyo para el crecimiento y el desarrollo personal (Rogers, 1961). En el CPDIFB, nos esforzamos por crear un ambiente donde cada deportista se sienta valorado, respetado y comprendido. Fomentamos una cultura de inclusión y respeto mutuo, donde los entrenadores, el personal de apoyo y los atletas trabajan juntos como una familia unida por un objetivo común: el desarrollo integral y el éxito de cada miembro del equipo.

Marco normativo



Para la creación del centro deportivo estamos regidos por la ley 1258 de 2008 que rige a nivel nacional cualquier sociedad por acciones simplificada, mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado o inscrito en el registro mercantil de la cámara de comercio del lugar en que la sociedad establece su domicilio principal. Este tipo de sociedad se rige por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima y, en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el código de comercio. Así mismo, las sociedades por acciones simplificadas estarán sujetas a la inspección, vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades.

Hablando ya un poco sobre la ideología del centro deportivo, este se rige por las leyes y disposiciones pactadas por el ministerio del deporte, el cual vela por la seguridad de todos los deportistas ya que dentro de sus funciones según la ley 1967 del 11 de julio de 2019 esta: formular, coordinar la ejecución y evaluar las políticas, planes, programas y proyectos en materia del deporte, la recreación, la actividad física, y el aprovechamiento del tiempo libre, planificar, promover e impulsar el deporte competitivo, los deportes autóctonos, de baja difusión, extremos, alternativos y de alto rendimiento y recreativos. Fomentar la generación y creación de espacios que faciliten la actividad física, el aprovechamiento del tiempo libre, la recreación y el deporte en espacios públicos acondicionados, en coordinación con las entidades locales. Apoyar y promover las manifestaciones del deporte y la recreación que generen conciencia, inclusión, cohesión social e identidad nacional.

Por lo anterior es fundamental que el centro de proyección y desarrollo integral de futbolistas se mantenga actualizado sobre el marco normativo vigente y se asegure de cumplir con todas las regulaciones para operar de manera legal y segura.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- *Objetivos de la Investigación de Mercado*

La investigación de mercado tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado y comprensivo sobre el potencial del mercado para el CPDIFB en Bogotá. Los objetivos específicos incluyen:

Identificar y comprender las necesidades y preferencias de jóvenes y adolescentes futbolistas y sus familias en Bogotá.

Evaluar la demanda potencial para un centro de desarrollo integral para futbolistas en la ciudad.



Determinar el perfil demográfico y socioeconómico de los clientes potenciales.

Analizar la competencia existente en el mercado de formación de futbolistas en Bogotá.

Identificar posibles ubicaciones estratégicas para establecer el centro.

Explorar oportunidades de colaboración con clubes de fútbol, colegios, universidades y patrocinadores locales.

Proponer estrategias de marketing para promover el CPDIFB.

- *Metodología de Investigación*

Métodos Cualitativos

Entrevistas en profundidad: Se realizarán entrevistas con entrenadores de fútbol, directores de escuelas de fútbol, padres de jóvenes futbolistas, y expertos en deporte en Bogotá. Estas entrevistas buscarán comprender las expectativas, necesidades y percepciones en torno a la formación integral para futbolistas y proyección de los mismos.

Grupos focales: Se organizarán grupos focales con jóvenes futbolistas (tanto hombres como mujeres) y sus padres para discutir sus experiencias con programas de entrenamiento actuales, sus expectativas respecto a la formación integral, y los factores que influyen en su elección de un centro de formación deportiva.

Métodos Cuantitativos

Encuestas en línea y presenciales: Se distribuirán encuestas a jóvenes futbolistas, padres de familia y entrenadores en diversas localidades de Bogotá. Las encuestas recogerán datos sobre la demanda de servicios de formación integral, la capacidad de pago, y las características deseadas en un centro de entrenamiento.



Análisis de datos secundarios: Se revisarán estudios e informes existentes sobre el mercado deportivo en Bogotá, estadísticas demográficas, y datos sobre la participación en actividades deportivas de la ciudad. Fuentes como el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) y el IDR (Instituto Distrital de Recreación y Deporte) serán claves para este análisis.

- *Análisis de la Competencia*

Competidores Directos

Escuelas de fútbol locales: Bogotá cuenta con numerosas academias de fútbol que ofrecen entrenamientos especializados. Ejemplos incluyen la Escuela de Fútbol de Millonarios, la Academia de Fútbol de Santa Fe, y otras academias locales independientes.

Centros de alto rendimiento: Existen instituciones como el Centro de Alto Rendimiento de Bogotá que ofrecen instalaciones y programas para el desarrollo de deportistas de élite.

Competidores Indirectos

Clubes de colegios y universidades: Muchas instituciones educativas en Bogotá tienen equipos de fútbol y ofrecen programas de entrenamiento para sus estudiantes.

Programas deportivos del IDR: El Instituto Distrital de Recreación y Deporte organiza actividades deportivas y de formación en diferentes localidades de la ciudad, proporcionando acceso a entrenamientos y competiciones.



- *Matriz Dofa*

Fortaleza C.E.I.F

Debilidades: Fortaleza C.E.I.F tiene un excelente manejo de redes sociales, su principal estrategia son los memes por los cuales se han viralizado y han alcanzado números importantes en vistas, gracias a esta estrategia visitan y reconocen el club, vemos como debilidad que se centran más que todo en entretenimiento pero dejan de lado la exhibición del rendimiento de sus jugadores, por lo cual atacaremos de manera directa dicha debilidad y nos centraremos en mostrar las habilidades y destrezas de nuestros deportistas, mediante estrategias de crecimiento y visualización del perfil de nuestro deportista.

Oportunidades: Visualizamos en el centro de proyección no un medio de entretenimiento, sino un intermediario el cual le brinde a nuestro grupo de deportistas exhibición de sus habilidades y destrezas mediante estrategias de crecimiento y visualización del perfil de nuestro deportista, ya que nos aseguramos de que el público objetivo en los videos sean clubes y agentes deportivos.

Fortalezas: Creación personalizada de contenido de valor e innovador para cada futbolista. Entrenamiento personalizado en habilidades técnicas, físicas, emocionales y sociales. Posicionamiento de redes sociales personales mediante estrategias de marketing claras y con objetivos alcanzables

Amenazas: En la actualidad pocos competidores le apuestan a las redes sociales, ya que no ven la importancia de dichas herramientas, por lo cual será difícil cambiar la perspectiva iniciando de 0, pero poco a poco sabemos que estas herramientas tendrán mucha más fuerza e implementarán nuestras estrategias para crecimiento general y personal.



Centro de alto rendimiento

Debilidades: El centro de alto rendimiento tiene poca creación de contenido en redes sociales, lo cual hace que los deportistas mantengan poca visibilidad y reconocimiento. No hay un enfoque a nivel psicológico ni emocional en el deportista, su principal enfoque es el rendimiento físico.

Oportunidades: Visualización en masa del contenido orgánico y con estrategias claras para el crecimiento en las redes sociales personales de nuestros futbolistas y así asegurar posibles fichajes en clubes profesionales

Fortalezas: Creación personalizada de contenido de valor e innovador para cada futbolista. Entrenamiento personalizado en habilidades técnicas, físicas, emocionales y sociales. Posicionamiento de redes sociales personales mediante estrategias de marketing claras y con objetivos alcanzables.

Amenazas: No se cuenta con experiencia certificada en alto rendimiento como si lo tiene el centro de alto rendimiento que es pilar en Colombia, cuentan con escenarios y equipos tecnológicos especializados y enfocados al rendimiento deportivo por lo cual es un competidor directo.

Academia Millonarios F.C



Debilidades: Dentro de su enfoque está el proceso colectivo sobre el individual, ya que su propósito principal es el reconocimiento del club sobre el individual de cada deportista. No son fuertes en el acompañamiento personalizado sobre el proceso psicológico y emocional de cada futbolista.

No realizan contenido de valor para las redes sociales, sobre el rendimiento de cada futbolista.

Fortalezas: Creación personalizada de contenido de valor e innovador para cada futbolista. Entrenamiento personalizado en habilidades técnicas, físicas, emocionales y sociales. Posicionamiento de redes sociales personales mediante estrategias de marketing claras y con objetivos alcanzables

Oportunidades: Vemos como propuesta de valor la inclusión de contenido en redes sociales personalizado y novedoso.

Fortalecimiento emocional y psicológico en cada deportista.

Amenazas: La escuela cuenta con su equipo profesional la cual puede facilitar el proceso para iniciar el proceso profesional

Infraestructura y reconocimiento muy bien planificado y elaborado.



Es de vital importancia reconocer las debilidades de nuestros competidores para determinar estrategias que nos ayuden a ser punto referente como centro de proyección y formación, si atacamos y potencializamos dichas debilidades podemos brindarle al cliente una mejor atención y mejor servicio diferencial, por lo que se quiere resaltar como centro.

Ya entrando un poco más en contexto, una de las principales debilidades que presentan nuestros competidores va relacionado con el tema de marketing personalizado, ya que su principal propósito es el reconocimiento de su marca o club, dejando de lado la búsqueda de proyección del futbolista. Gracias a esto el centro de proyección y formación integral para futbolistas tiene como principal objetivo el reconocimiento del jugador mediante estrategias de promoción que resalten las habilidades y destrezas de nuestros deportistas, resaltando nuestros valores como institución y generando contenido que sea productivo para la sociedad.

Además la mayoría de competidores no se centran de manera personalizada en trabajar aspectos relevantes para el futbolista como el psicológico y emocional, que desde nuestra perspectiva tienen un valor muy relevante en la proyección como deportista de alto rendimiento. Trabajaremos estos dos aspectos por medio de acompañamientos personalizados enfocados a las debilidades que visualicemos en nuestros deportistas todo esto evaluado mediante pruebas o test psicológicos y emocionales, esto con el fin de darle prontas y efectivas soluciones a los inconvenientes de nuestros usuarios, dichos deportistas tendrán un acompañamiento por parte de nuestros profesionales en donde se sientan seguros y realicen estrategias para que nuestros deportistas sientan un apoyo diferencial al experimentado en otras instituciones y su rendimiento aumente y logren ser futuras estrellas.

CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

El centro de proyección y formación integral es consciente de la necesidad de los futbolistas empíricos, amateur, niños y jóvenes de acceder a un centro de entrenamiento personalizado en donde se le brinden todas las habilidades y competencias requeridas para llegar a ser futbolista profesional, es por eso que creemos firmemente en nuestros valores y objetivos corporativos que brindaran a nuestra sociedad el logro de sus sueños y metas deportivos.

Todo esto se da gracias a nuestro enfoque diferencial en donde vemos al futbolista desde varios enfoques no solo el rendimiento físico y técnico, sino también el emocional y psicológico que para nuestra razón social el trabajo en conjunto de estos tres elementos cumplirá sus objetivos personales y el nuestro como proyecto.



Basados en lo anteriormente mencionado creemos en que nuestros objetivos serán alcanzables mediante el trabajo en conjunto entre el deportista y nosotros, entendemos que cada deportista es único y enfrenta retos distintos. Por eso, nuestra labor es acompañarlos en cada paso del camino, brindando las herramientas y el apoyo necesario para que alcancen su máximo potencial. La sinergia entre el deportista y nuestro equipo es esencial para convertir los sueños en logros tangibles.

TIPO DE PROPUESTA DE VALOR

En el CPDIFB, la propuesta de valor se alinea con al ofrecer un servicio a la comunidad, de esta forma se brindará una solución de problemas y necesidades en una comunidad, a partir de esto creemos en la formación integral de los futbolistas. Nuestro enfoque no solo se centra en mejorar las habilidades físicas y técnicas, sino que también abarca el crecimiento personal, emocional y psicológico del deportista. Nuestro objetivo es que cada atleta alcance su máximo potencial, tanto dentro como fuera del campo, para que no solo se conviertan en jugadores talentosos, sino en personas con valores, liderazgo y resiliencia.

Reconocemos la importancia de la visibilidad y la proyección para los jóvenes talentos en el fútbol. Por ello, desarrollaremos estrategias de contenido de alta calidad que destacan las habilidades y el rendimiento de nuestros deportistas. Para ello haremos uso de las redes sociales y plataformas digitales para crear una presencia en línea poderosa que capte la atención de agentes, clubes y cazatalentos. Esta estrategia de promoción no solo facilita la visualización de los deportistas, sino que también incrementa sus oportunidades de ser contratados y firmar con equipos.

Se ofrecerá una asesoría personalizada a cada uno de nuestros deportistas, brindando un enfoque individualizado en su desarrollo. A través de charlas motivacionales, asistencia psicológica, sesiones de coaching y entrenamientos especializados (físicos, técnicos y tácticos), de esta forma adaptaremos nuestros programas a las necesidades y metas específicas de cada atleta. Entendemos que el éxito en el deporte va más allá de las habilidades técnicas.

Por eso, ofrecemos programas de fortalecimiento psicológico y emocional, tanto para los deportistas como para los formadores y entrenadores de clubes asociados. A través de conferencias y talleres, abordamos temas como la gestión del estrés, la motivación, el trabajo en equipo y la superación de obstáculos. Este enfoque integral no solo mejora el desempeño de los atletas, sino que también fomenta un ambiente de aprendizaje positivo y un clima emocional saludable.



El CPDIFB no solo se enfoca en el desarrollo de futbolistas individuales, sino que también ofrece apoyo a clubes deportivos enfocados en el fútbol. Proveemos conferencias y talleres de formación en el fortalecimiento psicológico y emocional, dirigidos a mejorar el bienestar y la cohesión del equipo. Este acompañamiento se traduce en un fortalecimiento integral, que beneficia tanto a los deportistas como a sus entrenadores, elevando los estándares de formación y desempeño dentro de los clubes.

Nuestra propuesta de valor incluye la creación de una red de alianzas con clubes de fútbol locales, academias, universidades y patrocinadores. Estas alianzas no solo ofrecen oportunidades de entrenamiento y exhibición para nuestros deportistas, sino que también facilitan el acceso a recursos y eventos exclusivos que potencian su desarrollo y exposición. La conexión con una amplia red de contactos en la industria del fútbol aumenta significativamente las oportunidades de los jóvenes talentos para avanzar en sus carreras profesionales.

CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

El fútbol en Colombia se ha convertido en un fenómeno cultural que trasciende generaciones, une comunidades y forja identidades. En este contexto, el presente capítulo se enfoca en la segmentación del mercado objetivo para el centro de proyección y formación integral de futbolistas, analizando los perfiles demográficos, socioeconómicos y el comportamiento del consumidor de manera detallada.

Entender qué motivaciones impulsan a sus familias a invertir en su formación es clave para diseñar iniciativas que no sólo respondan a las demandas del mercado, sino que también contribuyan al crecimiento integral de los jóvenes. La identificación de estos segmentos permitirá adaptar los programas a las necesidades específicas de cada grupo, creando un impacto positivo tanto en el desarrollo de habilidades deportivas como en la formación personal de los participantes.

La inclusión de diversas variables demográficas, como la edad, el género y la ubicación geográfica, proporciona un panorama más claro de las características y preferencias del mercado. Por otro lado, el análisis socioeconómico revela las dinámicas familiares que influyen en la toma de decisiones respecto a la formación futbolística.

Este capítulo no solo servirá como un marco teórico para entender el mercado, sino que también establecerá la base para el desarrollo de estrategias de marketing efectivas y la implementación de programas que respondan a las necesidades y aspiraciones de los jóvenes futbolistas colombianos. Con este enfoque, se busca no solo captar la atención de los jóvenes y sus familias, sino también fomentar un entorno inclusivo y accesible que impulse el talento y la pasión por el fútbol en todas sus dimensiones.



Perfil Psicográfico

Por medio del análisis de este perfil buscamos examinar los estilos de vida, los valores, las actitudes, la proyección a futuro y/o aspiraciones que tengan los jóvenes, de esta forma se entenderá de una forma más profunda el objetivo de ingresar al centro y realizar una inversión en la formación de los deportistas. Para ello se van a aplicar encuestas al momento de iniciar el proceso de inscripción en donde se van a determinar los siguientes aspectos:

Estilo de vida, motivación y aspiraciones: Los jóvenes deportistas priorizados deberán caracterizarse por mantener un estilo de vida orientado al alto rendimiento deportivo, los cuales deberán estar familiarizados en dedicar su mayor parte del tiempo en sus entrenamientos y crecimiento como deportistas, es vital que busquen explotar al máximo sus habilidades y características constantemente y se vean motivados a sobresalir en el deporte. A su vez los jóvenes y a su vez, sus familias deben estar enfocados en crecer y alcanzar el alto rendimiento en el deporte

Valores: Para nosotros la formación en valores es determinante y vital, pues son un pilar clave en la formación de un deportista íntegro, por ello es de carácter no negociable que los deportistas muestran una formación clara en aspectos como el trabajo en equipo, la educación integral y la superación personal.

Perfil Geográfico

Ubicación geográfica: Bogotá es la sede principal del CPDIFB, con proyección de ubicación en la zona de Engativa o Suba, de esta misma forma se realizará el análisis geográfico se centrará en los barrios y localidades aledañas con alta densidad de población y tradición futbolística. Suba, Engativá y Fontibón son algunas de las áreas más propensas a tener un alto interés en programas de desarrollo deportivo, dado que cuentan con una infraestructura adecuada, colegios que fomentan el deporte y una cultura futbolística consolidada.

Expansión regional: Además de Bogotá, el CPDIFB planea expandir su alcance a otras ciudades principales colombianas con un fuerte arraigo futbolístico, sienten estas Medellín, Cali y Barranquilla. Estas ciudades también cuentan con una infraestructura adecuada y una base de jóvenes talentos que buscan oportunidades para desarrollarse y proyectarse en el fútbol profesional.

Accesibilidad: La proximidad a centros deportivos, escuelas y vías de transporte público será clave para atraer a los jóvenes y sus familias. Se busca que el CPDIFB tenga instalaciones de fácil acceso, lo que facilitará la participación de los jóvenes en las actividades programadas y permitirá a las familias integrar los entrenamientos en su rutina diaria sin grandes complicaciones logísticas.



Perfil Demográfico

Grupo de edad: El grupo demográfico clave está compuesto por jóvenes de entre 12 y 18 años, siendo este un rango de edad crucial en el desarrollo futbolístico pues es el periodo en el que los jóvenes pueden perfeccionar sus habilidades y llega a haber más compromiso en su formación tanto física como mental.

Género: Si bien se sabe que el fútbol ha sido mayoritariamente practicado por hombres, el fútbol femenino lleva un gran auge en Colombia. El aumento de la popularidad del fútbol femenino, impulsado por el éxito de la selección femenina y el establecimiento de ligas profesionales para mujeres, representa una gran oportunidad de mercado. Se espera que tanto niños como niñas formen parte del público objetivo.

Familia: Las familias de clase media y media-alta son el mercado potencial primario, ya que tienen la capacidad de invertir en programas de desarrollo deportivo de calidad para sus hijos. Sin embargo, también se explorarán oportunidades para ofrecer becas o programas subsidiados para jóvenes talentos de familias con menos recursos, promoviendo así la inclusión y diversidad.

Perfil Conductual

Foco en la Disciplina y el Rendimiento: Se atraerá a jóvenes que valoren la disciplina como un aspecto esencial para alcanzar sus objetivos futbolísticos. Estos deportistas estarán dispuestos a comprometerse con un régimen de entrenamiento estricto y orientado a resultados. La formación se enfocará en ayudar a los jugadores a adoptar un enfoque profesional desde una edad temprana, capacitándolos para manejar la presión y las expectativas.

Búsqueda de Visibilidad y Oportunidades Profesionales: El deseo de los jóvenes de destacarse en el ámbito deportivo va de la mano con la necesidad de ser visibles en un entorno altamente competitivo. El comportamiento de este grupo estará marcado por la búsqueda de oportunidades para ser vistos por scouts, agentes y clubes de fútbol.

Desarrollo personal y psicológico: Se espera que estos futuros jugadores no solo busquen mejorar en lo deportivo, sino también en aspectos personales y emocionales. Muchos jóvenes que aspiren a ingresar al CPDIFB tendrán el deseo de fortalecer psicológicamente, conscientes de que el éxito en el fútbol depende no solo de las habilidades físicas, sino también de la resiliencia mental.



Enfoque en el crecimiento integral: Las familias de estos jóvenes buscarán un enfoque que no solo se centre en los resultados deportivos, sino también en la formación de valores y habilidades interpersonales. Se anticipa que estos futuros deportistas serán conscientes de la importancia de representar algo más allá de sí mismos: querrán ser modelos a seguir dentro y fuera del campo.

Expectativas de desarrollo a largo plazo: Los futuros jóvenes futbolistas, junto con sus familias, tendrán expectativas altas de desarrollo sostenido. Se espera ver progresos significativos tanto en el corto como en el largo plazo, buscando programas que les permitan crecer de manera constante en sus habilidades y obtener retroalimentación clara y personalizada

CAPÍTULO III: CANALES

El principal canal de contacto será directo, pues de esta forma el centro gestiona gran parte de la relación con los deportistas y sus familias de forma personalizada. De esta forma los usuarios podrán interactuar con el personal del centro en cada momento de su formación, para ello se va a contar con diferentes fases.

Fases de canal

Educación

Conocimiento y capacitación: En esta fase, el centro realizará presentaciones directas a través de eventos deportivos, jornadas de puertas abiertas y actividades de demostración en escuelas y barrios clave de Bogotá. También se implementarán campañas promocionales en redes sociales y anuncios digitales, enfocados en llegar directamente al público objetivo.

Analizar y evaluar

Evaluación y asesoramiento: Una vez contactados los interesados, se organizarán entrevistas o consultas iniciales donde se evaluarán las necesidades de los deportistas y sus familias. Se les informará sobre los programas disponibles y se ofrecerán recomendaciones personalizadas sobre el tipo de entrenamiento adecuado para cada uno.

Venta



Adquisición y matriculación: El proceso de inscripción se gestionará de manera directa, permitiendo a las familias realizar la matrícula en el centro, bien sea presencialmente o a través de una plataforma en línea personalizada del CPDIFB. Se ofrecerán facilidades de pago y opciones de financiamiento en esta etapa.

Atencion y post-venta

Entrega del servicio: Esta fase es fundamental, ya que aquí el centro proporcionará directamente el servicio contratado, es decir, los programas de entrenamiento físico, psicológico y técnico. Además, el CPDIFB gestionará la creación y difusión de contenido audiovisual para la promoción de los jugadores en redes sociales y plataformas de scouting.

Soporte post-servicio: Al finalizar los ciclos de formación, el CPDIFB mantendrá un contacto cercano con los miembros que hayan pasado por nuestras instalaciones, ofreciéndoles apoyo y asesoramiento en su transición hacia clubes deportivos o selecciones. También se ofrecerá acceso a servicios de actualización o entrenamientos adicionales según sea necesario.

Para comunicarse con su audiencia, el CPDIFB emplea principalmente las redes sociales y el sitio web. Las redes sociales, como Instagram, Facebook, YouTube y TikTok, son esenciales para la promoción de los programas y servicios del centro. A través de estas plataformas, el CPDIFB comparte contenido relevante, como actualizaciones sobre los programas, consejos de entrenamiento y logros de los deportistas. Estas redes también facilitan la interacción directa con los clientes, permitiendo responder preguntas y recibir retroalimentación. El sitio web del CPDIFB es otro canal crucial, proporcionando información detallada sobre los programas, opciones de inscripción en línea y contenido educativo. Además, el sitio web incluye un blog y una sección de noticias para mantener a los visitantes informados sobre las últimas novedades y eventos.

El marketing de contenidos juega un papel importante en la estrategia del CPDIFB. La creación de artículos, videos tutoriales y boletines informativos permite atraer y mantener el interés de los clientes potenciales. Estos recursos se comparten a través del sitio web y redes sociales para maximizar su alcance y eficacia. La publicidad digital también es utilizada para aumentar la visibilidad del CPDIFB. Campañas de publicidad pagada en redes sociales y motores de búsqueda ayudan a captar la atención de nuevos clientes y promover los programas del centro.



En cuanto a la distribución de los servicios, el CPDIFB cuenta con instalaciones físicas equipadas para ofrecer entrenamientos y programas de formación. Las instalaciones incluyen espacios para entrenamientos físicos, técnicos y tácticos, así como áreas para asesoría y coaching. Además, el CPDIFB organiza eventos y talleres que permiten a los deportistas experimentar una formación intensiva y participativa. Estos eventos también sirven para promover el centro y atraer nuevos clientes.

El CPDIFB también establece alianzas con clubes deportivos, escuelas y universidades para ampliar su alcance. Estas colaboraciones permiten ofrecer programas especializados y complementar la oferta educativa con formación deportiva. Las asociaciones con patrocinadores y medios de comunicación ayudan a incrementar la visibilidad del CPDIFB y apoyar sus actividades.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

El "Centro de Proyección y Desarrollo Integral para Futbolistas" (CPDIFB) está comprometido en construir y mantener relaciones efectivas y duraderas con sus clientes mediante estrategias bien definidas que buscan no solo atraer nuevos clientes, sino también fidelizar a los actuales y asegurar su satisfacción a largo plazo.

Para atraer nuevos clientes, el CPDIFB emplea una estrategia integral de marketing digital. Esto incluye campañas publicitarias en redes sociales y motores de búsqueda, donde se promocionan los programas y servicios del centro. La creación de contenido valioso y educativo, como artículos, videos y guías sobre el desarrollo futbolístico, también juega un papel crucial en captar el interés de jóvenes futbolistas y sus familias. Además, se organizan eventos y talleres abiertos, permitiendo que los interesados experimenten de primera mano los servicios del CPDIFB. Ofrecemos promociones especiales, como descuentos por inscripción anticipada y programas de referidos, para incentivar la inscripción y aumentar nuestra base de clientes.

Atención personalizada



Una vez que los clientes se han unido al CPDIFB, el enfoque se desplaza hacia ofrecer una experiencia excepcional. La atención personalizada es fundamental para nosotros; cada cliente recibe un servicio adaptado a sus necesidades específicas, ya sea en el ámbito del entrenamiento o en el desarrollo personal. La comunicación constante es clave para mantener a nuestros clientes informados y comprometidos. Utilizamos correos electrónicos, boletines informativos y actualizaciones regulares sobre el progreso en los programas para asegurar que los clientes estén al tanto de todos los aspectos relevantes. Para premiar la lealtad, implementamos programas de fidelización que ofrecen beneficios adicionales a nuestros clientes recurrentes, y realizamos encuestas de satisfacción para recoger feedback valioso que nos permita mejorar continuamente nuestros servicios.

En términos de comunicación, el CPDIFB asegura múltiples canales de atención. Ofrecemos soporte a través de chat en vivo en nuestro sitio web, correo electrónico y redes sociales para responder a consultas y resolver problemas de manera rápida y eficiente. La atención presencial también está disponible en nuestras instalaciones, donde nuestro personal capacitado puede asistir a los clientes en persona, proporcionar información detallada y resolver cualquier inquietud. Además, contamos con un sistema estructurado para la gestión de quejas y reclamaciones, garantizando una resolución rápida y efectiva de cualquier problema que pueda surgir.

Para fomentar relaciones a largo plazo, el CPDIFB realiza seguimientos regulares con nuestros clientes para evaluar el progreso de los deportistas y ajustar los programas según sea necesario. Esta atención continua permite que los programas se adapten a las necesidades cambiantes y los objetivos individuales de cada cliente. Introducimos regularmente nuevas ofertas y servicios en respuesta a las demandas del mercado y el feedback de nuestros clientes, asegurando que siempre estemos a la vanguardia en el desarrollo futbolístico.

Además, fomentamos una comunidad activa mediante la organización de eventos sociales y la creación de grupos en redes sociales donde los clientes pueden interactuar, compartir experiencias y apoyarse mutuamente. Destacamos historias de éxito y testimonios de nuestros clientes para reforzar la reputación del CPDIFB y construir una comunidad sólida y comprometida.

CAPÍTULO V: INGRESOS



El Centro de Proyección y Desarrollo Integral para Futbolistas (CPDIFB) tiene como objetivo generar un flujo constante de ingresos a través de servicios diseñados para atender las necesidades tanto de los futbolistas como de los clubes que buscan talento emergente. Este flujo se generará a partir del ingreso a la sede y los entrenamientos personalizados para los futbolistas, los cuales no solo estarán enfocados en mejorar sus habilidades técnicas y físicas, sino también en el fortalecimiento de su mentalidad y condición psicológica, permitiendo que cada atleta alcance su máximo potencial.

La creación de contenido digital está enfocada en la visibilidad de los jugadores a través de redes sociales. En la actualidad, la visibilidad en plataformas como Instagram, YouTube y TikTok ha adquirido un papel crucial en la proyección de los deportistas hacia clubes profesionales, agentes y reclutadores. En este sentido, el CPDIFB no solo entrenará a los futbolistas en el campo, sino que también trabajará en la creación y promoción de contenido audiovisual que resalte sus habilidades, características y progresos. Este tipo de estrategia, que une el rendimiento deportivo con la promoción en redes sociales, será un factor clave para atraer más clientes interesados en mejorar su visibilidad y oportunidades en el mercado profesional.

Adicionalmente se ofrecerán conferencias, talleres y entrenamientos especializados para los miembros, el CPDIFB les proporcionará herramientas para mejorar tanto en la gestión de sus futbolistas como en el fortalecimiento emocional de los mismos. El desarrollo integral de los jugadores no solo beneficia a los deportistas, sino también a las organizaciones que los contratan, ya que les ofrece una mayor estabilidad emocional y un mejor rendimiento en la cancha, lo cual se traduce en mejores resultados deportivos.

El modelo de ingresos está basado en la prestación de servicios especializados a deportistas, teniendo como énfasis la formación integral para mejorar tanto su rendimiento físico como mental. Con este enfoque se busca generar ingresos a través de diferentes productos y servicios ofrecidos a lo largo de un año. De esta forma el centro ofrecerá múltiples servicios especializados, asesorías psicológicas, fisioterapéuticas y de proyección en redes sociales. Cada uno de los servicios están enfocados y diseñados para maximizar el rendimiento del deportista y su proyección a futuro.

La proyección de ingresos se basa en la cantidad estimada de productos y servicios vendidos por mes, de esta forma para el primer año se proyectó una cantidad de ventas mensuales (Pago mensual por acceso a la sede y acceso a servicios complementarios) por un valor unitario de \$350.000 COP por cada servicio, esta cantidad se ajustó teniendo en cuenta los valores mensuales de gimnasios y clubes deportivos .



Tabla 1 Ingresos proyectados

Mes	Cantidad	Valor unitario	Total (COP)
Enero	200	\$350.000	\$70.000.000
Febrero	220	\$350.000	\$77.000.000
Marzo	240	\$350.000	\$84.000.000
Abril	260	\$350.000	\$91.000.000
Mayo	280	\$350.000	\$98.000.000
Junio	260	\$350.000	\$91.000.000
Julio	300	\$350.000	\$105.000.000
Agosto	280	\$350.000	\$98.000.000
Septiembre	270	\$350.000	\$94.500.000
Octubre	260	\$350.000	\$91.000.000
Noviembre	290	\$350.000	\$101.500.000
Diciembre	310	\$350.000	\$108.500.000



El total de ingresos proyectados para el primer año es de \$1.109.500.000 COP. La cifra refleja los servicios ofrecidos, incluyendo entrenamientos, asesorías y contenidos audiovisuales, de esta forma cada mes se ha proyectado un incremento progresivo en las ventas teniendo en cuenta la demanda esperada y la capacidad de las instalaciones para recibir nuevos clientes.

El centro de proyección y formación integral para futbolistas es consciente de la necesidad del profesional en cualquier área de tener un salario acorde para su calidad de vida respecto a su disciplina y esmero durante su carrera, por lo cual nuestro propósito es mantener profesionales íntegros en nuestra institución y brindarle un salario acorde a sus necesidades, es por esto que en nómina y arriendo se pagará 54.300.000.

Dentro de nuestros costos variables hay diferencias significativas ya que para unos meses se pagarán 1.900.000 y para otros 11.900.000, dentro de estos valores van incluidos servicios públicos, software de edición y en algunos casos implementos deportivos, esto debido a que se busca innovar y tener siempre los mejores implementos deportivos, ya que encontramos que día a día siempre hay innovación en dichos objetos y queremos estar todo el tiempo en la vanguardia de implementar lo mejor para la búsqueda de mayor rendimiento para nuestros deportistas. Es por esto que realizaremos la inversión cada 3 meses de implementos deportivos calculado sobre 10.000.000 millones de pesos, por esto se ve la variación de costos variables en los meses.

Tabla 2 Flujo de efectivo

Flujo de efectivo	Ingresos	Egresos	Saldo
Enero	70.000.000	66.200.000	3.800.000
Febrero	77.000.000	56.200.000	20.800.000
Marzo	84.000.000	56.200.000	27.800.000
Abril	91.000.000	66.200.000	24.800.000
Mayo	98.000.000	56.200.000	41.800.000
Junio	91.000.000	56.200.000	34.800.000
Julio	105.000.000	66.200.000	38.800.000
Agosto	98.000.000	56.200.000	41.800.000
Septiembre	94.500.000	56.200.000	38.300.000
Octubre	91.000.000	66.200.000	24.800.000
Noviembre	101.500.000	56.200.000	45.300.000
Diciembre	108.500.000	56.200.000	52.300.000



Como bien se sabe para cualquier proyecto es de vital importancia reconocer la utilidad del periodo laborado, es por eso que mediante un análisis detallado se identifica para todos los meses un margen de ganancia considerable para mantener el proyecto, se obtuvieron durante doce meses ingresos de \$1.109.500.000 COP contra egresos de \$714.400.000 COP, teniendo como utilidad de operación \$395.100.000.

El porcentaje de utilidad calculado según el valor de la utilidad de operación es de 35%, porcentaje calculado sobre el valor de servicios total ofrecidos en un año, lo cual significa para el proyecto tiene un muy buen porcentaje de utilidad y mínimo riesgo de pérdidas o deserción del proyecto. Como plan de prevención financiero mensualmente se ahorrará 10% de utilidad para meses en los que hayan menos usuarios y los servicios no se ofrezcan como lo esperado. Ya que enero es de los meses más complicados como se muestra en la tabla 5 y debemos estar preparados para cualquier contingencia.

Tabla 3 Egresos

Mes	Nombre del egreso	Valor	Total
------------	--------------------------	--------------	--------------



Enero	Nómina y arriendo	54.300.000	66.200.000
	Servicios públicos y otros	11.900.000	
Febrero	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	
Marzo	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	
Abril	Nómina y arriendo	54.300.000	66.200.000
	Servicios públicos y otros	11.900.000	
Mayo	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	
Junio	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	
Julio	Nómina y arriendo	54.300.000	66.200.000
	Servicios públicos y otros	11.900.000	
Agosto	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	
Septiembre	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	
Octubre	Nómina y arriendo	54.300.000	66.200.000
	Servicios públicos y otros	11.900.000	
Noviembre	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	
Diciembre	Nómina y arriendo	54.300.000	56.200.000
	Servicios públicos y otros	1.900.000	



Buscamos garantizar el funcionamiento del centro y lograr alcanzar los objetivos planteados, para ello es prioritario contar con los recursos adecuados, para ello se identificaron aspectos claves que abarcan desde el talento humano hasta la infraestructura física y tecnológica que posicionarán el proyecto en un sector competitivo del deporte. A continuación, se explicará mediante una tabla detallada la asignación de recursos necesarios para el correcto funcionamiento del CPDIFB, en donde cada elemento se ha seleccionado para garantizar el correcto funcionamiento de las instalaciones, así como garantizar las exigencias de los futuros clientes.

Los recursos técnicos comprenden los profesionales encargados de la formación directa de los deportistas, como entrenadores, psicólogos y fisioterapeutas, ellos juegan un papel fundamental en el desarrollo de las habilidades físicas y mentales necesarias para que los atletas puedan destacarse en el ámbito deportivo, a su vez la oferta de salarios competitivos busca atraer y retener talento especializado en un mercado laboral exigente. Por otro lado, los recursos físicos incluyen el alquiler del espacio necesario para llevar a cabo los entrenamientos y en un futuro se plantea la construcción de instalaciones como canchas y piscinas que permitirán una formación completa y adecuada.

Finalmente, se incluyen los recursos tecnológicos y de implementación de entrenamientos, que son cruciales para asegurar que los programas ofrecidos cuenten con herramientas adecuadas y de alta calidad, de esta misma forma se busca garantizar que la proyección en redes sociales de nuestros deportistas tengan el mayor alcance y efectividad, por otro lado la adquisición de equipos de entrenamiento como pesas y máquinas busca garantizar que el CPDIFB esté equipado para brindar un entrenamiento completo y eficiente, adaptado a las necesidades de cada deportista.

En este proyecto, se han considerado tanto los costos fijos, que incluyen los salarios de entrenadores, fisioterapeutas, psicólogos, nutricionistas, y el personal administrativo, así como los costos variables, que varían según la cantidad de servicios ofrecidos. Además, se ha realizado una inversión en tecnología y en los implementos necesarios para la ejecución de los entrenamientos. A continuación, se detalla la tabla de puntos de equilibrio, que incluye los recursos técnicos, físicos, tecnológicos y de talento humano, con sus respectivos costos fijos y variables, y sus valores unitarios y totales.



Tabla 4 Recursos

Recursos	Elementos	Cantidad	Valor unitario	Total (COP)
Técnicos	Entrenadores	5	\$4.000.000	\$20.000.000
	Psicólogos	2	\$3.200.000	\$6.400.000
	Fisioterapeutas	2	\$3.200.000	\$6.400.000
Físicos	Alquiler Bodega / Local	1	\$10.000.000	\$10.000.000
	Servicios públicos	1	\$900.000	\$900.000
Tecnológicos	Software de edición	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Implementos	Pesas, maquinas, balones, etc.,	-	\$10.000.000	\$10.000.000
	Creadores de medios audiovisuales	1	\$2.500.000	\$5.000.000
Talento humano	Nutricionistas	2	\$2.000.000	\$4.000.000
	Personal administrativo	3	\$1.500.000	\$4.500.000



CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVE

Las asociaciones clave juegan un papel crucial para garantizar tanto el éxito en la ejecución del proyecto como la calidad de los servicios ofrecidos. Estas asociaciones no solo permiten optimizar los recursos y expandir el alcance del centro, sino que también fomentan el acceso a tecnologías avanzadas, el apoyo en la difusión mediática y la especialización en áreas clave del entrenamiento deportivo. Para el CPDIFB una de las asociaciones más importantes son las empresas proveedoras de tecnología deportiva y equipamiento especializado, tales como Sport Fitness y Evolución Fitness, estas empresas proveen los implementos necesarios para el desarrollo óptimo de los entrenamientos físicos, técnicos y tácticos. Buscamos garantizar la última tecnología en maquinaria y equipos con el objetivo de que los deportistas tengan acceso a entrenamientos de alto rendimiento, lo que a su vez incrementa su atractivo ante los clubes deportivos y posibles ojeadores que estén interesados en su talento. (RTR Sports, 2023) Por otro lado, las constantes actualizaciones y rigurosas verificaciones de estándares de calidad y tecnología deportiva permiten al centro diferenciarse de sus competidores y contar con un valor agregado constante que lo convierta en un referente en el sector.

Las alianzas con proveedores de software para la edición y producción de contenido audiovisual son fundamentales, desde este aspecto se trabajará de la mano con Adobe y DaVinci, de esta forma se garantiza uno de los pilares estratégicos, el cual es la creación de contenido visual de alta calidad, que permita al deportista ganar visibilidad en las redes sociales y ser visto por agentes de clubes a nivel local e internacional. Estos socios aportan las herramientas y plataformas necesarias para editar, gestionar y publicar contenido que sea tanto atractivo como profesional, facilitando el proceso de viralización y exposición mediática. Los especialistas en medicina deportiva, psicología y nutrición son un aspecto vital, por esta razón su colaboración es esencial para ofrecer un enfoque holístico en el desarrollo de los futbolistas. La salud física y mental es primordial en el rendimiento deportivo, por lo que la presencia de fisioterapeutas y médicos especializados permite tratar y prevenir lesiones, además de asegurar que los deportistas mantengan una condición óptima para el entrenamiento. De igual forma, los psicólogos deportivos tienen un papel importante en el fortalecimiento emocional de los atletas pues brindan herramientas y ayudas para que los deportistas puedan enfrentar de forma óptima las presiones competitivas, mejorar su concentración y desarrollar una mentalidad que les permitan alcanzar sus objetivos sin perder su enfoque por los diferentes aspectos externos. Los nutricionistas, por su parte, garantizan que los deportistas tengan una dieta balanceada que apoye su rendimiento físico, lo cual es crucial para obtener resultados óptimos en el campo de juego.



Sin lugar a duda el aspecto financiero es vital en este proyecto, por lo que las asociaciones con instituciones bancarias y entidades de financiamiento también resultan esenciales. Inicialmente se busca trabajar con el Banco Caja Social por sus programas de apoyo a jóvenes emprendedores. Esta alianza facilita el acceso a créditos y líneas de financiamiento que permiten cubrir las necesidades iniciales del proyecto, como la adquisición de equipo, el acondicionamiento del local y los gastos operativos. Se busca mantener una relación cercana con el fin de facilitar la expansión del proyecto en el futuro, al abrir la posibilidad de obtener financiamiento adicional para la construcción de nuevas instalaciones o la implementación de mejoras tecnológicas. (GlobalData, 2023). Por otro lado, buscamos generar alianzas con entidades educativas y formativas, como universidades como la Universidad Santo Tomas, Manuela Beltrán, INNCA, Universidad de Antioquia y Javeriana. Estas instituciones pueden colaborar en el desarrollo de programas de formación continua, tanto para los atletas como para el personal técnico y administrativo del centro.

En términos de difusión y visibilidad, una alianza clave para el CPDIFB son los acuerdos con medios de comunicación y plataformas digitales. La difusión de las actividades y logros del centro en medios locales y nacionales es fundamental para atraer tanto a nuevos deportistas como a posibles patrocinadores o inversionistas interesados en apoyar el proyecto. Además, las redes sociales juegan un papel crucial en la viralización de los logros de los futbolistas, por lo que contar con el apoyo de influencers, periodistas deportivos y gestores de contenido puede potenciar la imagen pública del centro. Por último, las asociaciones con clubes deportivos, tanto locales como internacionales, representan una de las alianzas más estratégicas para el CPDIFB. Establecer relaciones con clubes permite a los futbolistas del centro tener mayores oportunidades de ser observados y fichados por equipos de mayor nivel. A través de acuerdos de colaboración, los clubes pueden beneficiarse del talento formado en el CPDIFB, mientras que el centro se posiciona como una cantera de jugadores de alto rendimiento. Estas asociaciones también abren las puertas para la organización de eventos conjuntos, como torneos, sesiones de entrenamiento y pruebas de talento, lo que genera más oportunidades para los futbolistas y mejora la visibilidad del centro.

Tabla 5 Ganancias por asociación

Empresa/Entidad	Sus ganancias	Nuestras ganancias
<i>Sport Fitness</i>	Promoción de su marca en un centro de alto rendimiento, acceso a nuevos mercados y clientes potenciales.	Equipamiento de última tecnología para brindar entrenamiento de alta calidad.



<i>Evolution Fitness</i>	Mayor visibilidad en la industria del deporte, oportunidades de co-branding y expansión de su red de clientes.	Equipos especializados que optimizan los entrenamientos y aumentan el atractivo del centro.
<i>Adobe</i>	Expansión de su presencia en el sector deportivo, oportunidad de ser referente en la creación de contenido visual.	Acceso a software líder en producción y edición de contenido audiovisual.
<i>Davinci</i>	Posicionamiento en el sector deportivo, permitiéndoles fortalecer su imagen como software de edición avanzado.	Herramientas para crear material audiovisual de calidad.
<i>Banco Caja Social</i>	Promoción de programas a jóvenes emprendedores y acceso a un público emergente.	Financiación para adquirir equipos, acondicionar el local y cubrir necesidades operativas.
<i>Universidades (Santo Tomas, Javeriana, INNCA, etc.)</i>	Fomento del desarrollo educativo y deportivo, vinculación con un proyecto que apoya el crecimiento juvenil.	Colaboración en programas de formación continua para atletas y personal técnico.
<i>Medios de comunicación</i>	Exposición a un nuevo público objetivo interesado en deportes y oportunidades de generar contenido exclusivo.	Mayor visibilidad mediática para atraer deportistas, patrocinadores e inversionistas.
<i>Clubes deportivos</i>	Acceso a talento formado y potenciales jugadores de alto rendimiento.	Oportunidades para que los deportistas del centro sean observados y fichados por clubes nacionales e internacionales.



CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVE

Para garantizar el éxito del CPDIFB debemos asegurar una serie de actividades clave que se llevarán a cabo de manera constante para garantizar la calidad de los servicios ofrecidos, la satisfacción de los deportistas y el cumplimiento de los objetivos estratégicos del centro. De esta forma, una de las actividades clave más importantes es el entrenamiento físico, técnico y táctico de los deportistas, este proceso requiere un enfoque especializado, con sesiones programadas que abordan aspectos fundamentales del fútbol moderno. Según Jaramillo et al. (2014) el entrenamiento en el fútbol moderno debe basarse en principios científicos que desarrollen las capacidades físicas, técnicas y tácticas de los jugadores. Este enfoque integral mejora su rendimiento general y se adapta a las necesidades individuales y colectivas de los deportistas. Los entrenadores juegan un papel crucial aquí, ya que son los responsables de planificar y dirigir los entrenamientos en función de las necesidades individuales y colectivas de los jugadores. Estas actividades de entrenamiento no solo buscan mejorar el rendimiento físico de los deportistas, sino también desarrollar su capacidad técnica, su inteligencia táctica en el campo y su resistencia física, todo ello con el objetivo de que estén preparados para enfrentar pruebas en clubes de alto nivel. Los entrenadores también deben ajustar los programas de entrenamiento en función de las características de cada deportista, personalizando las rutinas según su posición, sus fortalezas y las áreas que necesitan más trabajo.

Otro pilar dentro de las actividades clave es el seguimiento psicológico y emocional de los jugadores. El fútbol de élite exige una fortaleza mental considerable, ya que los jugadores deben manejar la presión competitiva y las demandas del entorno (Roffé y Riviera, 2024), es por esta razón que el CPDIFB se encarga de ofrecer apoyo psicológico constante para que los jugadores puedan manejar el estrés, mejorar su concentración, trabajar su confianza en el campo y aprender a llevar situaciones externas que son un reto mental para los deportistas. De esta forma se garantizará el bienestar mental de los futbolistas, ayudándolos a desarrollar una mentalidad fuerte, resiliente y capaz de enfrentar los desafíos que se presentan tanto en los entrenamientos como en las competencias. Los psicólogos deportivos del centro trabajan en sesiones individuales y grupales, abordando temas como la gestión del fracaso, la preparación ante situaciones de alta competencia y el establecimiento de objetivos personales y profesionales. En línea con el enfoque integral del CPDIFB, otra actividad clave es el acompañamiento nutricional. El rendimiento de un futbolista no solo depende de su entrenamiento, sino también de su alimentación, la cual debe estar cuidadosamente diseñada para satisfacer las demandas energéticas y nutricionales que exige su nivel de esfuerzo físico.



Los nutricionistas se encargarán de diseñar planes de alimentación personalizados y enfocados para cada deportista, teniendo en cuenta sus necesidades específicas, su metabolismo y sus objetivos de rendimiento. Dentro de este aspecto se encuentran destacados el conteo diario de nutrientes, suplementos, y hábitos alimenticios adecuados, adicionalmente se llevará a cabo un monitoreo de manera continua para garantizar que los futbolistas mantengan un estado físico óptimo.

Otro componente crucial es la producción y difusión de contenido audiovisual. En un entorno deportivo donde la visibilidad es esencial para atraer la atención de clubes, agentes y scouts, el CPDIFB ha incorporado como actividad estratégica la creación de contenido digital que muestre las habilidades y el progreso de los jugadores. La producción de videos de entrenamientos, highlights de partidos y resúmenes de las pruebas realizadas por los deportistas es clave para aumentar su exposición en redes sociales y plataformas especializadas en deportes. Estas producciones no solo sirven como una carta de presentación para los jugadores, sino que también posicionan al CPDIFB como un referente en la generación de contenido deportivo de calidad. En el CPDIFB entendemos que los contactos en muchas ocasiones juegan un papel determinante en el futuro de los jóvenes, es por esta razón que nos encargaremos de establecer relaciones con clubes deportivos, agentes de futbolistas y personas influyentes en el medio para garantizar el posicionamiento de nuestros deportistas en lo más alto del sector. El CPDIFB no solo forma a los deportistas, sino que también se encarga de conectarlos con posibles oportunidades profesionales. Para esto, es necesario mantener una red activa de contactos con clubes tanto a nivel local como internacional, y estar al tanto de las fechas de pruebas, fichajes y eventos donde los jugadores puedan ser evaluados. Finalmente, una actividad clave crucial es la evaluación continua del rendimiento de los deportistas. El CPDIFB realiza un seguimiento riguroso del progreso de cada jugador, midiendo su evolución en aspectos físicos, técnicos, tácticos y mentales. Esta evaluación constante permite ajustar los programas de entrenamiento y asegurarse de que cada deportista esté alcanzando su máximo potencial. Los informes de rendimiento se comparten con los jugadores, y en algunos casos con sus representantes o clubes interesados, lo que proporciona una visión clara del progreso y las áreas de mejora. Este proceso es esencial para que los deportistas puedan alcanzar sus objetivos de manera efectiva y para que el centro pueda mantener su estándar de calidad en la formación de futbolistas.

CAPÍTULO VIII: ESTRUCTURA DE COSTOS



Dentro de la estructura de costos se encuentran los costos fijos, aquellos que no varían significativamente a lo largo del tiempo, independientemente del nivel de actividad o del número de deportistas que se encuentren inscritos en el CPDIFB. Uno de los principales componentes de estos costos fijos es el alquiler de las instalaciones. En nuestro caso, se ha establecido un costo mensual de \$8.000.000 millones de pesos, lo que representa un compromiso económico importante pero necesario para garantizar un espacio adecuado para el entrenamiento de los jugadores. El arriendo cubre tanto las áreas dedicadas a entrenamientos físicos y técnicos, como los espacios donde se realizan las evaluaciones psicológicas y nutricionales, así como las oficinas administrativas y áreas comunes. Otro de los principales costos fijos es el salario del personal. En el CPDIFB, el talento humano es uno de los activos más valiosos, ya que los entrenadores, psicólogos, fisioterapeutas, nutricionistas y personal administrativo son esenciales para el correcto funcionamiento de la institución. Hemos establecido un esquema salarial que contempla el pago de \$4.000.000 millones de pesos mensuales para cada uno de los cinco entrenadores, \$3.000.000 millones de pesos para cada uno de los dos psicólogos y dos fisioterapeutas, \$2.000.000 millones de pesos para cada nutricionista, y \$1.500.000 millones de pesos para cada miembro del personal administrativo. Estos salarios reflejan la necesidad de contar con profesionales altamente capacitados que puedan ofrecer un servicio de calidad y acompañar a los deportistas en su desarrollo integral. Además, aunque estos salarios representan un costo importante, son fundamentales para la operatividad del centro y la satisfacción de los deportistas que asisten.

Dentro de los costos fijos también se incluye el software especializado que se utiliza para gestionar la información de los deportistas, llevar un seguimiento de su progreso y analizar datos clave sobre su rendimiento. El costo del software se ha establecido en \$1.000.000 millón de pesos, lo que permite contar con herramientas tecnológicas avanzadas para la planificación y monitoreo de los entrenamientos, además de la gestión administrativa del centro. Por otro lado, los costos variables son aquellos que dependen directamente del volumen de actividad y la cantidad de deportistas que participan en el CPDIFB. En esta categoría encontramos los costos relacionados con los implementos de entrenamiento, que son fundamentales para garantizar que los jugadores dispongan de todo el equipo necesario para realizar sus ejercicios y rutinas físicas de manera óptima. Se ha destinado un presupuesto de \$10.000.000 millones de pesos para la compra de pesas, máquinas, balones, conos y otros equipos indispensables en los entrenamientos. Estos implementos son renovados y ajustados de acuerdo con las necesidades del centro y el desgaste natural que sufren por el uso constante. Otro costo variable relevante es el consumo de servicios públicos, como la electricidad, el agua y el internet, necesarios para el funcionamiento tanto de las instalaciones físicas como de los sistemas tecnológicos. Estos costos pueden fluctuar dependiendo del número de deportistas que utilicen el centro, de la cantidad de horas de funcionamiento y del tipo de actividades realizadas.



En el ámbito de la producción de contenido audiovisual, también se incurren en costos variables, ya que la creación de vídeos de alta calidad y la promoción en redes sociales requieren de equipo técnico, software de edición y, en algunos casos, la contratación de especialistas para tareas específicas. Estos costos están directamente relacionados con el nivel de actividad del centro, ya que, a mayor número de deportistas, mayor será la demanda por la creación de contenido personalizado que promueva su visibilidad ante agentes y clubes deportivos. A nivel de operatividad diaria, es importante considerar también los costos de mantenimiento de las instalaciones y equipos. Las áreas de entrenamiento, el gimnasio, y los equipos utilizados por los deportistas requieren un mantenimiento regular para asegurar su buen funcionamiento y prevenir daños que puedan interrumpir las actividades.

Además, el CPDIFB también contempla en su estructura de costos los gastos relacionados con la publicidad y el marketing, particularmente para promover los servicios del centro y atraer nuevos deportistas. Estas campañas se planifican estratégicamente para alcanzar a las audiencias adecuadas, principalmente jóvenes interesados en el fútbol y sus familias, así como agentes deportivos que puedan estar interesados en los talentos formados en el centro. El costo de estas actividades promocionales varía dependiendo de la plataforma utilizada (redes sociales, publicidad en línea, eventos deportivos) y la frecuencia con la que se desarrollen las campañas. Los costos asociados a la gestión legal y contable, que son necesarios para asegurar que el CPDIFB cumpla con todas las normativas vigentes y mantenga una administración financiera sólida. Aunque estos costos no son elevados en comparación con otros gastos operativos, son esenciales para el funcionamiento formal del centro y para evitar cualquier problema legal o fiscal que pueda surgir a lo largo del tiempo.

Tabla 6 Costos fijos y variables

Recursos	Elementos	Costos fijos	Costos variables	Total (COP)
-----------------	------------------	---------------------	-------------------------	--------------------



	Entrenadores	\$20.000.00	-	\$20.000.000
Técnicos	Psicólogos	0	-	\$6.400.000
	Fisioterapeutas	\$6.400.000	-	\$6.400.000
		\$6.400.000		
Físicos	Alquiler Bodega / Local		-	\$8.000.000
	Servicios públicos	\$8.000.000	\$900.000	\$900.000
Tecnológicos	Software de edición		\$1.000.000	\$1.000.000
		-		
Implementos	Pesas, maquinas, balones, etc.,		\$10.000.000	\$10.000.000
		-		
Talento humano	Creadores de medios audiovisuales	\$5.000.000	-	\$5.000.000
	Nutricionistas		-	
	Personal administrativo	\$4.000.000		\$4.000.000
		\$4.500.000		\$4.500.000



CAPÍTULO IX: EVALUACIÓN FINANCIERA

Es importante para cualquier empresa o proyecto reconocer el punto de equilibrio en ventas, ya que este nos permite tener una visual clara de cuánto valor en ventas debemos generar para siempre mantener los costos y operación de la empresa, es por esto que nos encargamos de realizar el punto de equilibrio en ventas mediante variables trascendentales para su medición como: costos fijos, costos variables, costos variables unitarios, ventas totales y cantidad de usuarios. Para determinar el costo variable unitario mes a mes, dividimos los costos variables entre la cantidad de usuarios que adquirieron nuestros servicios al mes. Decidimos realizar dicha medición organizando estas variables en la tabla 6, en donde nuestro punto de equilibrio lo determinamos inicialmente dividiendo el costo de valor unitario entre el costo de servicio unitario, para la determinación del costo del valor unitario cogemos los costos variables y lo dividimos con la cantidad de usuarios que tomaron nuestros servicios y el costo del servicio unitario es de \$350.000 para todos los casos, estos cálculos nos arrojaron datos estadísticos muy importantes para su respectiva interpretación como:

Para mantener un equilibrio a nivel financiero de la empresa y poder mantener una estabilidad económica debemos tener un promedio de ventas de nuestros servicios de \$53.315.482, resultado que se saca mediante la suma del punto de equilibrio de valor que se debe tener mensual en ventas, dividido los doce meses, en algunos meses dicho valor varía de manera aumentada ya que en algunos meses los gastos variables son fluctuantes.

Meses como enero, abril, julio y octubre debemos tener estrategias muy fuertes y alcanzables en marketing ya que son los meses en donde nuestros gastos variables son mayores y debemos mantener mayores ingresos para mantener nuestro punto de equilibrio y nuestro proyecto siempre mantenga una buena utilidad, ya para meses como febrero, marzo, mayo, junio, agosto, septiembre, noviembre y diciembre donde nuestro punto de equilibrio no es tan alto, debemos mantener si la utilidad es muy buena un porcentaje de ahorro para posibles planes de contingencia.

Si revisamos nuestro flujo de efectivo ese valor siempre es superado en todos nuestros meses, demostrando que el proyecto es viable y siempre mantuvimos una utilidad considerable



Tabla 7 Punto de equilibrio en ventas

Mes	Cantidad	Ingresos		Egresos			PE
		Valor U	Valor total	Costos fijos	Costos variables	Costo V Unitario	Ventas
1	200	\$350.000	\$ 70.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 59.500,00	\$ 65.421.686,75
2	220	\$350.000	\$ 77.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 8.636,36	\$ 55.673.768,31
3	240	\$350.000	\$ 84.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 7.916,67	\$ 55.556.638,25
4	260	\$350.000	\$ 91.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 45.769,23	\$ 62.469.026,55
5	280	\$350.000	\$ 98.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.785,71	\$ 55.373.569,20
6	260	\$350.000	\$ 91.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 7.307,69	\$ 55.457.912,46
7	300	\$350.000	\$ 105.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 39.666,67	\$ 61.240.601,50
8	280	\$350.000	\$ 98.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.785,71	\$ 55.373.569,20
9	270	\$350.000	\$ 94.500.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 7.037,04	\$ 55.414.146,87
10	260	\$350.000	\$ 91.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 45.769,23	\$ 62.469.026,55
11	290	\$350.000	\$ 101.500.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.551,72	\$ 55.335.843,37



12	310	\$350.000	\$ 108.500.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.129,03	\$ 55.267.823,64
----	-----	-----------	-------------------	------------------	-----------------	-------------	------------------

El punto de equilibrio es de total relevancia ya que nos determina qué cantidad de servicios debemos ofrecer para encontrar estabilidad entre ingresos y costos operacionales, es por esto que lo determinamos mediante variables determinantes como: costos fijos, ventas totales, costos variables, valor de servicio y costos variables unitarios, los cuales son de importancia y sacamos las siguientes conclusiones:

Para el punto de equilibrio en volumen de servicios que debemos ofrecer debe estar en un promedio de 157.74, valor determinado por el valor que nos da mes a mes el punto de equilibrio en volumen mensual, estos valores se suman y se dividen en la cantidad de meses. En enero debemos tener principal atención ya que es el mes en donde más servicios debemos ofrecer, esto debido a que es el mes en donde los costos variables son altos y los ingresos no son los esperados.

Como conclusión debemos como mínimo ofrecer 157.74 y máximo 186,92 servicios para mantener siempre un punto de equilibrio mensual, si dejamos de mantener ese margen debemos activar otras estrategias oportunas y efectivas para siempre ofrecer los servicios necesarios para mantener el centro de proyección y formación integral para futbolistas.

Tabla 8 punto de equilibrio en volumen

Ingresos	Egresos	PE
----------	---------	----



Mes	Cantidad	Valor U	Valor total	Costos fijos	Costos variables	Costo V Unitario	Volumen
1	200	\$350.00 0	\$ 70.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 59.500,00	186,92
2	220	\$350.00 0	\$ 77.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 8.636,36	159,07
3	240	\$350.00 0	\$ 84.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 7.916,67	158,73
4	260	\$350.00 0	\$ 91.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 45.769,23	178,48
5	280	\$350.00 0	\$ 98.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.785,71	158,21
6	260	\$350.00 0	\$ 91.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 7.307,69	158,45
7	300	\$350.00 0	\$ 105.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 39.666,67	174,97
8	280	\$350.00 0	\$ 98.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.785,71	158,21
9	270	\$350.00 0	\$ 94.500.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 7.037,04	158,33



10	260	\$350.00 0	\$ 91.000.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 11.900.000,00	\$ 45.769,23	178,48
11	290	\$350.00 0	\$ 101.500.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.551,72	158,10
12	310	\$350.00 0	\$ 108.500.000,00	\$ 54.300.000,00	\$ 1.900.000,00	\$ 6.129,03	157,91



Punto de equilibrio en unidades

Se debe reconocer la importancia del punto de equilibrio en unidades ya que este nos arroja las unidades o servicios que debemos ofrecer para mantener un equilibrio entre ingresos y gastos o costos operacionales, para esto tenemos variables importantes como: inversión total inicial/ valor del servicio, en donde empezamos a despejar variables determinadas de la siguiente manera: $\$ 66.200.000/\$ 350.000= 189.14$ servicios mensuales, es decir que debemos mantener desde nuestra inversión mensual un mínimo de servicios de 189.14 para mantener el proyecto.

Tasa interna de retorno

Para determinar la tasa interna de retorno debemos mantener historial de varios años, o flujos de caja múltiples por lo cual determinamos que la tasa interna de retorno se basará en el rendimiento sobre la inversión, cálculo importante para evaluar qué tan rentable es la inversión, la se determinará mediante las siguientes variables: flujo de caja anual e inversión inicial. En donde empezaremos restando el flujo de efectivo anual entre la inversión inicial y dividiéndolo en la inversión inicial , lo cual nos dará un porcentaje para su respectiva interpretación.

Flujo de efectivo: \$ 395.100.000

Inversión inicial: \$ 66.200.000

TIR O RENDIMIENTO= $\$395.100.000-\$66.200.000/\$66.200.000$

TIR O RENDIMIENTO= $\$328.900.000/\$66.200.000$

TIR O RENDIMIENTO= $4.96*100\%$

TIR O RENDIMIENTO= 496%

Considerando que la inversión fue de \$66.200.000 y el flujo de caja de \$395.100.00, tuvimos un rendimiento de 4.96 que expresados en porcentaje nos da un retorno de inversión del 496%, es decir que generamos casi más de cinco veces lo que invertimos.



Valor presente neto

Al ser un proyecto de alta rentabilidad por nuestro público objetivo y ciudad de alta demanda, tenemos un riesgo de proyecto aproximado del 15%, valor importante para el cálculo ya que se aplicará mensualmente un descuento del 1.25% en el flujo de efectivo de cada mes.

Tabla 9 Valor presente neto mensual

Meses	Flujo de efectivo	Tasa de descuento	Saldo
Enero	3.800.000	1.25%	3.745.000
Febrero	20.800.000	1.25%	20.458.587
Marzo	27.800.000	1.25%	27.075.334
Abril	24.800.000	1.25%	24.280,353
Mayo	41.800.000	1.25%	41.062.164
Junio	34.800.000	1.25%	34.169.280
Julio	38.800.000	1.25%	38.006.754
Agosto	41.800.000	1.25%	41.062.164
Septiembre	38.300.000	1.25%	37.170.460
Octubre	24.800.000	1.25%	24.062.784
Noviembre	45.300.000	1.25%	44.037.684
Diciembre	52.300.000	1.25%	51.124.099



Como conclusión el VPN del proyecto con una tasa de descuento del 15% es aproximadamente 269,916,800. Esto sugiere que, a esta tasa, el proyecto sigue siendo una inversión viable y tiene muy buena utilidad por lo cual esta variable es importante para reconocer que el proyecto genera utilidad sobre los costos operacionales y posibles tasas de descuentos.

Uni



LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO



PORCENTAJE TURNITIN

Sección 1
Sección 2
Sección 3
Sección 4
Sección 5

Titulo	Fecha de inicio	Fecha Esperada	Fecha de publicación	Puntos disponibles
- Revisión voluntaria de documentos en Turnitin # 1 - Sección 5	19 ene 2024 - 21:22	26 dic 2025 - 21:22	18 feb 2024 - 21:22	100

Resumen:

Si desea adelantar una revisión de coincidencias con la herramienta Turnitin, de los documentos que se encuentra elaborando, puede cargar a través de esta actividad un archivo para su verificación.

Esta actividad le permite revisar hasta 5 archivos. En caso de requerir la revisión de documentos adicionales, puede hacer uso de los otros enlaces de revisión voluntaria de documentos en Turnitin.

Los documentos que publique en esta actividad no se utilizan como base permanente de revisión de coincidencias.

Puede publicar un documento y a partir de los resultados de coincidencias, hacer las mejoras pertinentes para luego publicarlo nuevamente en este espacio y hacer nueva revisión. En esta actividad, el servicio Turnitin está configurado para descartar las versiones anteriores en la revisión de coincidencias.

Refrescar Envíos

	Titulo del Envío	Identificador del trabajo de Turnitin	Enviado	Similitud	Calificación	Calificación General	
Ver Recibo Digital	Entrega final	2494014652	22/10/2024 16:40	7% <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #444; display: inline-block;"></div>	N/A	--	Entregar Trabajo --

feedback studio
UNAMARAY FELIPE MORENO VILLALOBOS | Entrega final
?

CENTRO DE PROYECCIÓN Y DESARROLLO INTEGRAL PARA FUTBOLISTAS

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:
Moreno Villalobos Unamaray Felipe
Verdugo Ramirez Carlos Andres

Asesor:
Florian Velasquez Gonzalo

Match Overview

7%

1	Submitted to Universid... Student Paper	1%
2	www.funcionpublica.g... Internet Source	1%
3	www.courseshero.com Internet Source	<1%
4	Submitted to Universid... Student Paper	<1%
5	issuu.com Internet Source	<1%
6	uvadoc.uva.es Internet Source	<1%
7	tabasco.gob.mx Internet Source	<1%
8	www.semanticscholar... Internet Source	<1%
9	www.tandfonline.com Internet Source	<1%
10	apuestasfree.com Internet Source	<1%
11	Submitted to UNIACC Student Paper	<1%
12	docplayer.es Internet Source	<1%



REFERENCIAS

1. Côté, J., & Gilbert, W. (2009). An integrative definition of coaching effectiveness and expertise. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 4(3), 307-323.
<https://doi.org/10.1260/174795409789623892>
2. Gledhill, A., Harwood, C., & Forsdyke, D. (2017). Psychosocial factors associated with talent development in football: A systematic review. *Psychology of Sport and Exercise*, 31*, 93-112. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2017.04.002>
3. Pegoraro, A. (2010). Look who's talking—Athletes on Twitter: A case study. *International Journal of Sport Communication*, 3(4), 501-514.
<https://doi.org/10.1123/ijsc.3.4.501>
4. Weinberg, R. S., & Gould, D. (2018). *Foundations of Sport and Exercise Psychology*. Human Kinetics.
5. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
6. Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin.
7. GlobalData. (2023). *Strategic partnerships in sport*. Recuperado de <https://www.globaldata.com>
8. RT Sports. (2023). *Advantages and disadvantages of sports sponsorship*. Recuperado de <https://www.rtrsports.com>
9. Roffé, M., & Rivera, S. (2024). *Entrenamiento mental en el fútbol moderno*. Fútbol de Libro.
10. Jaramillo, C. A., Vásquez, L. R., Silva, G., Orozco, F., & Ramos, J. (2014). *Fútbol moderno & método integral*. Autores Editores.

