



CLUB DEPORTIVO CARDENALES GOLD

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

RICHARD VARGAS RIVERA - 2147797

Asesor:

JUAN CARLOS CORREDOR

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Septiembre 2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
LOGO	3
SLOGAN	4
MISIÓN	4
VISIÓN	4
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	4
MARCO REFERENCIAL	5
INVESTIGACIÓN	10
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO	11
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR.....	13
CAPITULO III: CANALES	15
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	17
CAPITULO V: INGRESOS.....	18
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES	20
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES.....	21
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES	25
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	26
CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO.....	30
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	¡Error! Marcador no definido.
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31



INTRODUCCIÓN

La idea de negocio se genera, buscando un mayor reconocimiento del Club, buscando mejores ingresos económicos, siendo el fútbol nuestro fuerte. Igualmente supliendo las necesidades de las personas que quieren integrarse a otro deporte, pero no existen las suficientes escuelas de formación deportiva o clubes en los barrios de Marsella y castilla que presten una gran variedad de deportes que se ajuste a diferentes gustos.

Las materias que me han aportado a la creación del Club Deportivo han sido: Introducción A La Administración De La C.F.D.R, Pedagogía De La Cultura Física, Eventos Y Escenarios, Marco Legal De La C.F.D.R. En Colombia, Morfo fisiología, Fisiología Del Ejercicio, Pedagogía Del Juego, Diseño Y Gestión De Proyectos De La C.F.D.R., Marketing Deportivo, Entrenamiento Y Rendimiento Deportivo, Deportes De Conjunto, Administración De Los Organismos Deportivos, Profundización 1, Profundización En Formación En Deportes, Cátedra Opcional, Fútbol, Metodología De La Investigación, Proyecto de Grado.

LOGO



Esta idea de logo surge de un gusto por el equipo profesional de fútbol (Santa Fe), el cual es modificado y adaptado a los gustos de las Directivas del Club. La imagen es un cardenal, debido al nombre de la institución.



(CITA)

SLOGAN

ÉTICA – RESPETO – DISCIPLINA

Surge por los valores que se inculcan en este Club, los deportistas en nuestra institución primero son persona y luego jugadores.

MISIÓN

Formación integral en torno al fútbol, desarrollando un proceso de fortalecimiento, capacidades motoras, técnicas deportivas y valores sociales, formando a jugadores, padres de familia, entrenadores y personas que integren nuestra institución, con un enfoque sistémico, basado en principios y valores, el cual fomente su desarrollo personal.

VISIÓN

Buscamos transformar el fútbol a través del apoyo social. Buscando ser el mejor Club deportivo en rendimiento Amateur, proyectando grandes personas y jugadores al fútbol profesional de manera asertiva.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

El programa de la **ESCUELA DE FÚTBOL CARDENALES GOLD**, está integrado en aportar a los jugadores de Bogotá, herramientas para poder desarrollar sus capacidades físicas, técnicas, cognitivas, psicológicas, condicionales, a través del desarrollo integral, el cual va a ser aplicado por profesionales del área y los cuales van a aportar de manera asertiva y significativa en el desarrollo individual y grupal.



Contribuir en la formación de las jugadoras y jugadores de nuestra institución, como personas integra que aporten de manera significativa a la sociedad, fortaleciendo una orientación en favor de la esencia del juego, desde una metodología de entrenamiento con un enfoque sistémico, que a la par del desarrollo deportivo, fortalezca y complemente la educación recibida en todos los entornos sociales. Cada uno de los actores que intervienen y se relacionan (padres, comunidad, escuela, directivos, grupo multidisciplinario) también crecerán de manera permanente y activa.

MARCO REFERENCIAL

AVAL

1. Realizar la solicitud por escrito del Aval Deportivo y reunir los siguientes documentos:

1. Carta para solicitar el **Aval Deportivo**.
2. **Se debe presentar un formato de la escuela deportiva.**
3. Se anexa un acta, la cual saldrá de una reunión de conformación de la escuela, la cual tendrá:
4. **Firmas y aprobación del manual de funcionamiento.**
5. Acta de reunión, en la cual deberá tener el delegado de padres.
6. Se debe anexar la hoja los miembros de la junta directiva los cuales son:
7. **Director**
8. **Secretario**
9. **Tesorero**
10. Se debe anexar la fotocopia de la cédula de ciudadanía del Director de la institución, del profesor y del delegado de padres de familia.
11. Se debe anexar las hojas de vida de los profesores de la institución. En el cual tengan certificados oficiales y válidos, para poder trabajar con jugadores, el certificado debe tener mínimo 1 año de validez.
12. **Se debe presentar un manual, en el cual se evidencie el funcionamiento de la escuela deportiva.**
13. Se debe anexar una guía la cual será:
14. **Plan Pedagógico**
15. **Plan Metodológico** por deporte.



- ✓ Desarrollo Metodológico en las diferentes categorías.
- ✓ Documento para la reserva deportiva en Bogotá.
- ✓ Desarrollo deportivo, en el cual se va a evidenciar los bloques de contenido que se le van a aplicar a los deportistas y puedan tener un mejor rendimiento.
- ✓ Tener un lineamiento deportivo, el cual debe ser estructurado por los profesionales del área, deber tener los parámetros y lineamientos sugeridos.
- ✓ Se deberá tener los ítems los cuales están contemplados en el artículo 7 de la Resolución 299 de 2009.

✓ Se debe anexar:

- Fotocopia del doc. De identidad de los jugadores de la institución, registro civil o cédula de ciudadanía extranjera.

- Fotocopia del carnet o certificado de la EPS o seguridad social de los jugadores.

- Documento diligenciado, el cual consta de una planilla en la cual se relacionan los jugadores participantes en la escuela.

- Formato de Inscripción por el IDRD

- El director de la escuela, deberá redactar una carta o documento, en el cual diga que los datos que está presentando son confiables y el cual asumirá la responsabilidad en caso de que los datos presentados no sean verdaderos o tengan falsedad.

Soporte Legal:

Resolución 299 de 2009 "Por la cual se establecen los requisitos, procedimientos y reglamentos para otorgar, supervisar, suspender y cancelar el Aval Deportivo a las Escuelas Deportivas en Bogotá D.C.".

Ley 181 de 1995 "Los entes deportivos departamentales y municipales coordinarán y promoverán la ejecución de programas recreativos para la comunidad, en asocio con entidades públicas o privadas que adelanten esta clase de programas en su respectiva jurisdicción".

Resolución 001909 del 5 de agosto de 1991 "Por la cual se reglamenta el proyecto de Escuelas de Formación", ver artículo 5.



DOCUMENTOS PARA RADICAR EL RECONOCIMIENTO DEPORTIVO

1. Se debe anexar una solicitud, en el cual el presidente o el representante del Club anexe los siguientes documentos:

Acta de constitución del Club Deportivo, el cual debe tener:

16. En donde se va a realizar la reunión, en donde y la hora.
17. Anexar nombre de los creadores de la institución, con su identificación.
18. Nombre de la institución, con su objeto y dirección.
19. Documento en el cual se aprueban los estatutos.
20. Debe tener al anexo de la elección del Órgano de Administración, de acuerdo a los estatutos.
21. Documento con elección de dos personas del Comité disciplinario que no tengan relación con la institución.
22. Documento en el cual se aprueba el sostenimiento de la institución.
23. Documento de directivos y deportistas a las normas de la Ley 181 de 18 de enero de 1995, al Decreto Ley 1228 de 18 de julio de 1995, normas antidopaje y demás disposiciones que vallan a la par del deporte.
24. Después de ser aprobado por el órgano administrativo, se anexa copia de reunión en la que se asignan los cargos.

Si por el contrario en los citados estatutos se aprobó tener un órgano de administración mediante régimen presidencial, se deberá remitir copia de la resolución expedida por el presidente del organismo deportivo, en la que conste el nombramiento del tercer miembro de la Comisión Disciplinaria.

25. Se debe anexar un listado con los jugadores, en el cual se identifique su nombre, su dirección, número telefónico. Este listado debe tener más de 10 jugadores, si es deporte de conjunto el mínimo debe establecerse de conformidad con lo reglamentado por la correspondiente Federación Deportiva y para los Clubes Promotores.
26. Se debe tener un aval de los miembros del Órgano de Administración, en el cual deben estar capacitados, conforme a lo previsto por el artículo 25 del Decreto Ley 1228 de 1995, y la Resolución 012 de 12 de enero de 2017, expedida por el Departamento Administrativo del Deporte la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre “Coldeportes”.
27. Documento de registro y aceptación de los cargos.
28. Fotocopia del documento de identidad del presidente Fotocopia legible del documento de identidad del presidente, este debe estar ampliada al 150%.



29. Se debe anexar un documento de compromiso en el cual esté diligenciado, sin tachones, el cual debe tener las firmas de los afiliados, indicando su dirección y teléfono, con relación de su número de identificación, de acuerdo en el artículo 6 del Decreto Ley 1228 de 18 de julio 1995.
30. El revisor fiscal debe tener copia de tarjeta profesional, de acuerdo a los estatutos del club.
31. El Club Deportivo deberá tener plan de desarrollo.
32. Se anexa la copia de los estatutos, la cual fue aprobada por la asamblea, debe estar firmado por el presidente y secretario de la institución, se debe tener en cuenta:
33. Nombre completo, dirección y jurisdicción.
34. Se debe tener en cuenta el objeto social, deportes, modalidad y jugadores.
35. Requisitos y procedimientos de adquisición y pérdida de la calidad de afiliado.
36. En la estructura se debe tener:
 - 37. Órgano de Dirección o Asambleas de afiliados**
 - 38. Órgano de Administración**
 - 39. Órgano de Control**
 - 40. Órgano de Disciplina o Comisión Disciplinaria**
41. Especificar como se eligieron los miembros del órgano de administración y su periodo.
42. Composición, elección y período del órgano de control, y comisión disciplinaria para el mismo período del responsable del Club o los miembros del órgano de administración, que será de cuatro años.
43. Como se va a liquidar el Club, en caso de ser disuelto.

Soporte legal:

1. **Decreto único reglamentario 1085 de 2015,**

(Artículo 2.5.1.1.) "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo del Deporte".

2. **Resolución 006 de 2014,**

(Artículos 1 - 3) "Por la cual se modifica el numeral 5° del artículo 3 de la Resolución de Junta Directiva No. 002 del 13 de Septiembre de 2005 -Por medio de la cual se establece la estructura orgánica del Instituto Distrital para la Recreación y el Deporte y se determinan las funciones de sus dependencias-".



3. Resolución 360 de 2013,

(Artículos 1 - 9) "Por medio de la cual se modifica la Resolución 589 del 16 de diciembre del 2010", ver artículos 1 al 9.

4. Resolución 231 de 2011,

(Artículos 1 al 25) "Por la cual se reglamentan los requisitos que deben cumplir los Clubes Deportivos y Promotores para su funcionamiento".

5. Ley 1437 de 2011,

(Artículos 67 - 72) "Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo".

6. Resolución N° 012 del 12 de enero de 2017 ,

"Por la cual se deja sin efecto la Resolución N° 00547 del 12 de julio de 2010".

7. Ley 962 de 2005,

(Artículo 72: Racionalización del trámite del reconocimiento deportivo) "Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos".

8. Decreto 641 de 2001,

(Artículos 2 - 7) "Por la cual se reglamenta la Ley 582 de 2000", ver artículos 2 al 7.

9. Ley 582 de 2000,

(Artículos 1 - 10) "Por medio de la cual se define el deporte asociado de personas con limitaciones físicas, mentales o sensoriales, se reforma la Ley 181 de 1995 y el Decreto 1228 de 1995, y se dictan otras disposiciones".

10. Ley 181 de 1995,

(Artículos 46 - 51) "Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el



Sistema Nacional del Deporte". En cuanto a los entes deportivos Municipales y Distritales, el Acuerdo 17 de 1996, regula al respecto, artículos 1 al 5.

11. Decreto 1228 de 1995,

(Artículos 1, 2, 3, 6, 18, 19, 21 y 22) "Por el cual se revisa la legislación deportiva vigente y la estructura de los organismos del sector asociado con objeto de adecuarlas al contenido de la Ley 181 de 1995".

12. Constitución Política de Colombia 1991

(Artículo 52) "El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas".

13. Acuerdo 4 de 1978

(Artículos 1 y 2) "Por el cual se crea el Instituto Distrital para la Recreación y el Deporte".

14. Decreto Nacional 886 de 1976,

(Artículo 1) "Por medio del cual se reglamenta la actividad de los deportistas aficionados y el funcionamiento de sus clubes deportivos".

INVESTIGACIÓN

En las cátedras anteriores, he podido desarrollar una investigación en preferencias deportivas, en niños y jóvenes de los barrios Marsella y Castilla y así tener una idea de los deportes que se van a implementar en el Club deportivo.

En la actualidad el deporte tiene un gran auge, las personas poco a poco se quieren



integran en diferentes deportes (Gmez, Ruiz, Garca, Granero, & Piron, 2009), sin contar que no se encuentran suficientes escuelas formativas o Clubes deportivos en la localidad de Kennedy, barrios Marsella y Castilla que presten un deporte en específico o una variedad de deportes que puedan ajustarse a los gustos de cada persona. Igualmente los Clubes de fútbol que se encuentran no tienen la suficiente confianza que los usuarios necesitan y no los integran a ningún deporte. El deporte que se evidencia en este barrio es el fútbol. Por ende, como se encuentran pocos clubes avalados por el IDRD, las personas se integran en este deporte sin ser el de preferencia de ellos. Según el IDRD, en la localidad de Kennedy el deporte con más clubes deportivos es el fútbol con una cantidad de 34 escuelas de formación deportiva, seguido de esta el segundo es taekwondo con 6 escuelas de formación, fútbol de salón con seis escuelas de formación, patinaje con 4 escuelas de formación, baloncesto con 3 escuelas de formación y natación con 3 escuelas de formación.

I.D.R.D. Clubes Deportivos Vigentes. Bogotá, Col. Recuperado de http://www.idrd.gov.co/SIM/CS_RendimientoDeportivo/Presentacion/Consulta_General_Clubes_Web.php.

Debido a estos datos, se evidencia que hay pocos clubes deportivos con deportes que satisfagan la población y les den una gran oferta deportiva. Como los padres de familia no encuentran deportes en específico o los niños no les gusta practicar los deportes que prestan en esta localidad, prefieren realizar actividades externas al deporte.



CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

Los segmentos de Mercado, son los que definen grupos de personas organizaciones las cuales integran una empresa, y la cual la empresa busca llegar.

Mercado Multilateral

El Club Deportivo Cardenales Gold es un Mercado Multilateral, debido a que se evidencian dos o más segmentos de clientes independientes los cuales son el cliente y el usuario. El cliente son los padres de familia o responsables de pagar por un servicio en el Club y el usuario, son los jugadores que participan en los procesos deportivos de la institución. El problema a resolver en cada segmento de mercado es:

Cliente: Ofrecer una gran variedad de ofertas que les interese por encima de otros clubes.

- Aval de I.D.R.D Como escuela de formación deportiva
- Reconocimiento como Club de fútbol.
- Participación en torneos de escuela de formación deportiva y torneos de alto rendimiento.
- Prestar un servicio de fisioterapia y primeros auxilios.
- Profesores profesionales con el fin de dar un mejor servicio.
- Buenas instalaciones y horarios de entrenamiento.

Usuario: Tener un buen manejo por parte de los profesores con ellos, dar un buen ambiente con sus compañeros, prestar atención a todos los jugadores por igual.



SEGMENTACIÓN

GEOGRÁFICA

- Vivir en los barrios cercanos al Club
- La sede deportiva tenga entradas en varios puntos
- La dirección se pueda buscar con facilidad

DEMOGRÁFICA

- Entre los 4 y 18 años.
- Jugadores hombres y mujeres
- Estratos 3, 4 y 5
- Jugadores Bogotanos, de otras ciudades y pocos extranjeros.

SICOGRÁFICA

Los jugadores tengan un buen aprendizaje deportivo y humanístico en valores. Muchos con expectativas de llegar al fútbol profesional, pero también padres de familia que buscan que sus hijos aprendan, compartan y tengan una distracción en una escuela de formación deportiva. Igualmente los jugadores que tienen una ilusión de participar en torneos, y compartir con sus compañeros.

CONDUCTUAL

Comportamiento en el respeto hacia la enseñanza de los profesores frente a sus hijos, respeto hacia sus mismos hijos de las acciones que realice dentro y fuera de un entrenamiento o partido. Igualmente los jugadores, respeto por sus profesores y compañeros principalmente desarrollo deportivo por valores.



CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

El bloque de proposiciones de valor describe el paquete de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.

-Los servicios que presta el Club cardenales Gold son:

1. Aval Como Escuela De Formación Deportiva
2. Reconocimiento Como Club De Fútbol
3. Torneos De Escuela De Formación Deportiva Como Los Son: Maracana / Palmeiras / Cachorros
4. Torneos de Club deportivo como lo son:
Liga de Fútbol de Bogotá / Sur Oriente / Gaitana / Pony Fútbol / Copa Claro / Alquería / Torneo Federativo / Torneos Nacionales.
5. Todos los profesores son profesionales de carreras afines al deporte, con experiencia en Fútbol.
6. Servicio de Fisioterapia y primeros Auxilios.
7. Director deportivo Freddy Amazo, quien se encarga de toda la parte deportiva y estructural del Club.
8. Los equipos no sobrepasan los 18 jugadores y van de edades de dos en dos, ejemplo: 2010 – 11, 2008-09., etc.
9. Trabajos de fortalecimiento en piscina cada mes y medio.
10. La matrícula incluye dos Uniformes completos: Dos Camisetas, dos Pantalinetas, dos pares de medias, un maletín y un balón.
11. El pago se realiza mensual, aunque si desean se puede pagar semestral o anual, realizando un descuento.
12. Categoría de Fundamentación, en donde ingresan todos los jugadores nuevos y se decide a que equipo se envían para empezar el proceso formativo con nosotros.



NOVEDAD	<p>44. Todos los profesores son profesionales en carreras afines al deporte con experiencia mínima dos años en fútbol.</p> <p>45. Trabajo de fortalecimiento en piscina.</p> <p>46. Categoría de Fundamentación para los jugadores nuevos.</p>
DESEMPEÑO	<p>47.</p> <p>48. Los equipos se preparan para los torneos de alto rendimiento, en el cual</p>
PERSONALIZACIÓN	Nuestro Club llamado Cardenales Gold, cuenta con un escudo propio, uniformes, licras, sudaderas y demás implementos deportivos que representan a la institución, reconocidos por su imagen y buena presentación en los diferentes torneos.
MARCA/ STATUS	<p>En la localidad de Kennedy, somos el Club más grande con una cantidad de 32 equipos, 700 jugadores y un plantel de 40 personas que trabajan en la parte deportiva y Administrativa del Club.</p> <p>Con gran reconocimiento por el nivel de sus equipos y títulos conseguidos en los últimos años.</p>
REDUCCIÓN DE COSTO	<p>49. En este momento, el Club cuenta con 20 medias becas y 25 becas, por concepto de mensualidad.</p> <p>50. Esto debido a la baja utilidad monetaria de algunos jugadores y otros por el tiempo en el club, compromiso, cumplimiento y responsabilidad en todas las actividades presentadas con el club.</p>

CAPITULO III: CANALES

Los canales son los que describen a la empresa, como una que se comunica y alcanza los segmentos de mercado para entregar una propuesta de valor.

Percepción/Información

¿Cómo se avalúa la percepción de los productos y servicios?

- La información que se va a enviar los clientes y para mejorar su percepción se realizará por medio de canales como lo son: la página web, los volantes, las tarjetas y vallas publicitarias.



Evaluación.

¿Cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la proposición de valor de nuestra organización?

- Se realiza por medio de un buzón de sugerencia, por medio de encuestas diseñadas por las mismas directivas que pueden ser entregadas a cada padre de familia, entregarlas por categorías o realizando por la página web la cual puedan acceder y enviar dicha evaluación. Se puede realizar de forma directa o indirecta.

Compra.

¿Cómo dejar que los clientes puedan adquirir de manera específica nuestros productos y servicios?

- Para que el cliente tenga diferentes medios de pago para acceder a los diferentes servicios de la institución, el Club da estas opciones:

En efectivo

Consignación a cuenta Davivienda y Bancolombia

Datafono

Entrega.

¿Cómo entregamos la proposición de valor a los clientes?

- El Club es netamente un canal directo, debido a que los usuarios tienen que llegar a las sedes deportivas del Club para prestar el servicio por el cual están pagando, el cual son los entrenamientos realizados. Las diferentes sedes deportivas quedan:

1- Av Las Américas Cra 69 (Cancha Marsella, fútbol 11)

2- Carrera 75 No. 8ª – 50 (Polideportivo de Castilla, cancha sintética fútbol 8)

3. Carrera 49B Calle 43sur (Estadio Alquería, cancha fútbol 11)

4. Calle 22ª No. 130 – 89 (Creativo Dorado, cancha número 18 fútbol 11)

5. Cl. 41B Sur No.81a - 80 (Cayetano cañizares, cancha sintética fútbol 11)



Post-Venta.

¿Cómo proveemos soporte postventa a nuestros clientes?

- Luego de que las personas se hayan matriculado al club, tienen diferentes opciones de compra a sus gustos los cuales son:

1. Sudaderas
2. Canilleras
3. Uniformes
4. Medias
5. Guayeras
6. Balón
7. Licras

CANALES DIRECTOS E INDIRECTOS

DIRECTOS LO PROPIO, INDIRECTO LO DEMÁS

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

El bloque de relaciones con los clientes describe los tipos de relaciones que una empresa establece con un segmento específico de mercado.

Mantener a los clientes que ya se tienen por medio de promociones, regalos y demás, cuando los clientes estén gustos con el servicio, se busca la inclusión de más clientes.

¿Qué tipo de relaciones esperan los clientes que establezcamos y mantengamos con ellos?

- Asistencia Personal

Esta es la principal que se realiza en esta institución, debido a que se trabaja por categorías de dos en dos años, las categorías tienen un máximo de 18 jugadores que integran esta y un profesor capacitado para dirigir este equipo. Esto se realiza con el fin de participar en los diferentes eventos locales, nacionales e internaciones en los que pueden participar estos jugadores.



- **Asistencia Personal dedicada**

Esta se realiza per solo con los jugadores de proyección, los cuales buscan mejorar sus condiciones físicas, motrices y demás. Se realizan entrenamientos personalizados dependiendo de los objetivos y deficiencias que se tengan con cada uno de estos.

¿Qué tan costosas son?

- Las que se realizan no son costosas, ya que los mismos integrantes del Club (directivas) pueden realizar estas relaciones.

Con la proyección de hacer un servicio Automatizado si se generas algunos costos de creación, manejo y uso de la misma.

¿Qué tan integradas están con el resto de nuestro modelo de negocios?

El servicio de sistemas Automatizados no se tienen, pero se busca crear una por medio de software en las cuales se puedan realizar programaciones, planeaciones, buscar deudas y demás aspectos deportivos y administrativos del Club.

CAPITULO V: INGRESOS

El bloque de fuentes de ingreso representa el dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado.

Los clientes que aplican un modelo de negocio, los ingresos son su foco principal. Una empresa debe tener algunos parámetros y tener algunas inquietudes como, ¿Cuál es el valor que puede llegar a pagar por uno u otro segmento de mercado? Teniendo en cuenta este, se podrá evidenciar respuestas exitosas para generar más ingresos, teniendo en cuenta los segmentos de mercado. Todas las fuentes de ingreso, deben manejar diferentes precios, y variantes para realizar una gran gerencia.

Describe: Cual es la competencia más cercana, especificar los productos que sean similares, cuales ofrecen, la variación en precios y calidad. Ubicación y como es su forma de venta.

- Es una escuela de fútbol llamada Marsella, en el cual ofrece un servicio bastante parecido, con la diferencia que sus profesores son los mismo jugadores de



categorías sub 20. Sus precios son más económicos cobrando \$250.000 el semestre. Lugar es en la sede principal de nosotros que está ubicada en Av. Las Américas Cra 69. Frente a su calidad no tengo mucho conocimiento, sus formas de venta son pagos semestrales.

VENTA DE ACTIVOS	Uniformes \$48.000 (una camiseta una pantaloneta) Sudaderas \$110.000 Medias \$12.000 Gorras \$15.000 Sombrillas \$22.000 Licras \$45.000 (buzo y pantaloneta) Canilleras \$15.000 Maletín \$45.000 Balón 35.000
------------------	--

PRECIOS FIJOS

Para el año 2017 se tienen precios fijos:

1. Matrícula \$190.000 (incluye)
 - Dos uniformes completos (dos camisetas dos pantalonetas dos pares de medias)
 - Un maletín
 - Un balón

2. Mensualidad jugadores sábado y domingos \$80.000
Mensualidad jugadores sábados, domingos, miércoles y viernes \$100.000



PROMEDIO DE INGRESOS DE UN MES

COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	UNIFORMES	\$120.000	12	\$1.440.000
2	SUDADERAS	\$110.000	10	\$1.100.000
3	MENSUALIDAD FIN DE SEMANA	\$80.000	350	\$28.000.000
4	MENSUALIDAD ENTRE SEMANA	\$100.000	100	\$10.000.000
5	MEDIAS	\$12.000	15	\$180.000
6	LICRAS	\$45.000	15	\$675.000
7	MATRÍCULAS NUEVOS	\$190.000	20	\$3.800.000
8	BALONES	\$35.000	18	\$630.000
			TOTAL INGRESOS	\$45.825.000

PRECIO PROM.
\$120.000

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

El bloque de recursos claves describe los más importantes activos requeridos para hacer funcionar el modelo de negocios.

FÍSICO	<p>Es muy importante de los escenarios deportivos que se usan para la realización de los entrenamientos, los cuales son canchas de fútbol y piscina.</p> <p>Igualmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Balones, petos, platillos, estacas, conos, escaleras, bosu, y demás implementos deportivos.
---------------	---



INTELECTUAL	<p>Gracias a la Universidad, he podido adquirir algunos conocimientos que he podido aplicar en el club.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La contratación del diseñador de la página web - Capacitaciones del Director deportivo Freddy Amazo hacia los profesores del Club, con el fin de mejorar los procesos deportivos del Club.
HUMANO	<p>Son muy importantes los profesores altamente capacitados, los cuales van a ser los que apliquen el servicio a los usuarios. Igualmente, los coordinadores deportivos y de profesores, el directos deportivo, los administradores deportivos y directivas entre otras.</p> <p>El perfil del profesor, tiene que ser un perfil profesional en carreras afines al deporte, con experiencia de mínimo dos años en futbol, certificados y estudios de fútbol.</p> <p>Igualmente el contador debe estar en sus últimos semestres y su parte Administrativa en torno a la administración de empresas o deportiva.</p>
FINANCIERO	<p>\$27.000.000 De inversión inicial para mantener la empresa el primer mes</p>

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Un bloque de actividad, hace regencia a lo más impórtate de una empresa, en el cual se describa el modelo de juego que funcione.



SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Cuando el usuario ingresa al Club, se dirige a una categoría llamada fundamentación, allí dura de uno a dos meses dependiendo de las condiciones del jugador, las cuales serán evaluadas por un profesor especializado, a la hora de pasar el jugador a categoría, el profesor de fundamentación deberá presentar por qué se envía a ese equipo aclaran que en cada categoría que se maneja de dos en dos años, se tienen de 3 a 7 equipos, dependiendo de la edad. El coordinador de profesores y dos personas de las directivas evaluarán al jugador para poder ser enviado a la categoría acorde a su nivel y así empezar el proceso formativo con el Club.

En todas las categorías, desde las 2012- 2013, hasta la 2000-2001, se tiene equipos de formación y equipos de Club.

En las categorías 2012/2013, se tiene un solo equipo en el cual se realiza un trabajo netamente coordinativo, motriz, en el cual se busca la asimilación con el balón, acople con sus compañeros y al deporte que se empieza a jugar.

En la categoría 2010/2011 se evidencian tres equipos, dos de competencia y uno formativo, en esta edad los jugadores nuevos pasar al equipo formativo sin pasar por la categoría de fundamentación, ya me empiezan a realizar trabajos en equipo, adaptación en las canchas, técnica de balón, pases, remates. Los equipos que participan en los torneos son torneos formativos y torneos que queden cerca de las diferentes sedes en donde se entrenen los equipos.

En la categoría 2008/2009 se encuentran cuatro equipos, en esta edad los jugadores nuevos pasar al equipo formativo sin pasar por la categoría de fundamentación. Ya se tiene un equipo en proyección, el cual enfrenta torneos de competencia buscando subir su nivel futbolístico. Otros dos equipos participan en torneos de formación, buscando tener buenas bases para poder apoyar al primer equipo y un



último equipo de formación. Se empieza a trabajar la parte táctica en el terreno de juego, salida desde el portero, trabajos grupales e individuales, trabajos sectoriales y sistemas de juego definidos.

En la categoría 2006/2007 se encuentran cuatro equipos, en esta edad los jugadores nuevos ya pasan por la categoría de fundamentación, empezando el proceso de selección de talentos. El primer equipo participa en la Liga de Fútbol de Bogotá, el segundo en el torneo de maracaná y los otros dos equipos participan en torneos formativos. Se trabaja la parte táctica en el terreno de juego, salida desde el portero, trabajos grupales e individuales, trabajos sectoriales, sistemas de juego definidos, triángulos de salida trabajos individuales y grupales.

En la categoría 2004/2005 se encuentran cinco equipos, en esta edad los jugadores nuevos ya pasan por la categoría de fundamentación, empezando el proceso de selección de talentos. El primer equipo participa en la Liga de Fútbol de Bogotá Élite, torneo de la Gaitana, Pony Fútbol, Sur Oriente y torneos nacionales, el segundo en el torneo de maracaná y Pony Fútbol el cual se busca proyectar para el siguiente año seguir otro equipo de alto rendimiento, los otros dos equipos participan en torneos formativos y el quinto es un equipo formativo en cual se fundamentan los jugadores que llevan un proceso de más de dos meses en la categoría de fundamentación, y no los han subido a un equipo de competencia, igualmente este equipo llegan los jugadores de los otros cuatro equipos que no son convocados a los partidos. Se trabaja la parte táctica en el terreno de juego, salida desde el portero, trabajos grupales e individuales, trabajos sectoriales, sistemas de juego definidos, triángulos de salida trabajos individuales y grupales. Cambios de frente, presión en bloque y pressing.

En la categoría 2002/2003 se encuentran siete equipos, en esta edad los jugadores nuevos ya pasan por la categoría de fundamentación, empezando el proceso de selección de talentos. El primer equipo participa en la Liga de Fútbol de Bogotá Élite, torneo de Sur Oriente, torneo federativo, copa claro, futuros talentos, y torneos nacionales. Los dos siguientes equipos ya participan en la Liga de Fútbol de Bogotá



Promocional, de igual manera participan en torneos nacionales, copa claro y futuros talentos. El equipo cuatro, cinco y seis participan en el torneo de maracaná y el último equipo es el equipo formativo que tiene en cual se fundamentan los jugadores que llevan un proceso de más de dos meses en la categoría de fundamentación, y no los han subido a un equipo de competencia, igualmente este equipo llegan los jugadores de los otros cuatro equipos que no son convocados a los partidos. Se trabaja la parte táctica en el terreno de juego, salida desde el portero, trabajos grupales e individuales, trabajos sectoriales, sistemas de juego definidos, triángulos de salida trabajos individuales y grupales. Cambios de frente, presión en bloque y pressing. También se trabajan concentraciones a nivel profesional en los diferentes torneos. Se empieza a trabajar con técnico, asistente técnico y delegado en el equipo élite.

En la categoría 2000/2001 se evidencian cinco equipos, en esta edad los jugadores nuevos ya pasan por la categoría de fundamentación, empezando el proceso de selección de talentos. El primer equipo juega torneo Nacional (federativo), Sur Oriente, Olaya y torneos nacionales, el segundo equipo juega torneo de la liga de fútbol de Bogotá, Alquería, Sur oriente y torneos nacionales. El tercer equipo juega Liga de fútbol de Bogotá Ascenso y torneos nacionales, el cuarto equipo juega torneo de maracaná y torneos nacionales y el quinto equipo es un equipo formativo, el cual juega torneo de maracaná y se trabaja con los jugadores que no son convocados a los partidos. Se trabaja la parte táctica en el terreno de juego, salida desde el portero, trabajos grupales e individuales, trabajos sectoriales, sistemas de juego definidos, triángulos de salida trabajos individuales y grupales. Cambios de frente, presión en bloque y pressing. También se trabajan concentraciones a nivel profesional en los diferentes torneos. Se trabajar con técnico, asistente técnico y delegado en el torneo Federativo.

Los entrenamientos que se realizan son de dos horas

Los equipos tienen un máximo de 20 jugadores

Todos los profesores son profesionales en carreras afines al deporte, con experiencia mínima de 2 años en fútbol.



	<p>El Director deportivo Freddy Amazo, capacita a los profesores mensualmente.</p> <p>Desde la categoría 2010 se realizan trabajos de fortalecimiento en piscina.</p> <p>En la categoría 2000- 2001, se realizan lecturas de libros sobre el proyecto de vida de cada uno de los jugadores.</p> <p>Desde la categoría 2011 hasta la 2000 los porteros trabajan hora y media con el profesor de arqueros y los otros 30 minutos con el equipo.</p>
--	---

CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

El bloque de Sociedades Claves describe la red de suplidores y socios que hacen que un modelo de negocios funcione.

Optimización y Economía de Escala	<p>Compra de petos: 250 petos de diferentes tallas cada tres años</p> <p>Implementos deportivos: Inversión cada dos años</p> <p>- logos</p>
Reducción de Riesgo e Incertidumbre	<p>Póliza de seguros: debido a que esto cubre al Club de alguna calamidad dentro de los entrenamientos, ya que si el jugador está asegurado no se deberán pagar costos extras y esto evita que se evidencien gastos extras. Igualmente en los diferentes torneos que se participen y así blindarnos como club e igualmente al deportista.</p> <p>También a la persona encargada de cuidar el material deportivo, el cual se le hace un aporte mensual por su apoyo.</p>
Adquisición de recursos y Adquisición de recursos y	<p>Con el proveedor de uniformes no se tiene contrato fijo, cada lunes se le pasa el pedido de la semana y él los tiene listos para el siguiente viernes para la entrega de estos.</p> <p>Las cantidades de uniformes pueden variar dependiendo de los matriculados en el Club, estos oscila entre 5 y 15 uniformes semanales.</p>



	Igualmente con el proveedor de balones y medias, que se le compran mensualmente, dependiendo de los jugadores matriculados, ya que a cada uno de los jugadores se les entrega su respectivo balón y dos pares de medias.
--	--

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

El bloque de la estructura de costos describe todos los costos incurridos para operar un modelo de negocios.

En este bloque, se va a evidenciar los costos que se operan bajo un modelo de negocios. Crear y entregar valor, clarificar las relaciones sociales con los clientes, y generar ingresos todos incurrir en costos. Los costos pueden ser dados para definir recursos. Los diferentes modelos de negocios, son más específicos que otros. Las llamadas aerolíneas “No-frills”, han desarrollado unos modelos específicos de negocio, en el cual se evidencian formas de estructurar los bajos costos.

IMPULSADOS POR EL COSTO	<p>El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al tener claro el costo de producción, se puede dar el costo al cual se le va a dar al público.</p> <p>Julián Pérez Porto. Publicado: 2008. Definicion.de: Definición de costo (https://definicion.de/costo/)</p>
Costos Fijos	51. Pago profesores



	52. Alquiler escenarios 53. Pagos de torneo
Costos Variables	54. Entrenamiento en piscina
Economía de Amplitud	55. Nuevas sedes

PROMEDIO DE EGRESOS DE UN MES

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS					
COD	ACTIVO	PRECIO DE COMPRA	CANTIDAD	MESES A DEPRECIAR	COSTO MENSUAL
D1	MATERIAL DE LA ESCUELA	\$15.000.000	1	36	\$416.665
D2	COMPUTADORES	\$8.000.000	4	60	\$133.335
			TOTAL COSTOS FIJOS		\$550.000



COSTO NOMINA					
COD	ACTIVO	CONTRATO	CANTIDAD	HORAS MENSUALES	COSTO MENSUAL
H1	DIRECTOR DEPORTIVO	\$2.000.000	1	40	\$2.000.000
H2	ADMINISTRADORES DEPORTIVOS	\$1.200.000	2	40	\$2.400.000
H3	CORRDINADOR	\$900.000	2	32	\$1.800.000
H4	CONTADOR	\$600.000	1	20	\$600.000
			TOTAL COSTOS DE NOMINA		\$6.800.000

COSTOS FIJOS				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
F1	ARRIENDO CANCHA	\$2.000.000	3	\$6.000.000
F2	ARRIENDO BODEGA	\$100.000	1	\$100.000
F3	NOMINA FIJA	\$6.800.000	1	\$6.800.000
F4	DEPRECIACIÓN	\$550.000	1	\$550.000
			TOTAL COSTOS FIJOS	\$13.450.000

COSTOS VARIABLES				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
V1	UNIFORMES	\$960.000	12	\$960.000



V2	SUDADERAS	\$700.000	10	\$700.000
V3	MEDIAS	\$96.000	12	\$96.000
V4	LICRAS	\$450.000	15	\$450.000
V5	BALONES	\$360.000	18	\$360.000
V6	PROFES FIN DE SEMANA	\$450.000	22	\$9.900.000
V7	PROFESOR ENTRE SEMANA	\$650.000	10	\$6.500.000
			TOTAL COSTOS VARIABLES	\$18.966.000
			TOTAL DE COSTOS	\$32.416.000

COSTO VARIABLE

Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

COSTO FIJO

Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos. (Solorzano, R. 2011)

Capacidad Maxima de Producción/Atención en un mes

Punto de Equilibrio=

$$\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{PE} = \frac{\$13.450.000}{\$120.000 - \$37.932}$$

PE= **163,8884** Deportistas

Valor de Equilibrio=

$$\text{Punto de Equilibrio} * \text{Precio Unitario}$$



VE= \$ 19.666.618 Pesos

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta fundamental, para poder verificar y hacer un sondeo financiero, el cual se usa para determinar cuando la empresa ni gana ni pierde dinero, no tiene ingreso. La idea es buscar el equilibrio, el cual va a determinar cuánto se tiene que vender, para no perder dinero, dependiendo de eso se dan los números para tener una ganancia en la empresa.

CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Es importante evaluar la viabilidad y el impacto del proyecto antes de operar un modelo de negocio, es por esta razón que hemos anexado este capítulo adicional al modelo CANVAS original.

Para los siguientes cinco años

IMPACTO SOCIAL

Incluir a niños y jóvenes a una práctica deportiva, ofreciendo facilidades de pago y becas a jugadores que lo necesiten. Apoyar el deporte como medio de distracción, salud y juego. Tenemos en el momento 35 becas y 20 medias becas.

Se busca el apoyo a jugadores de estratos 1 y 2, jugadores que pagan su mensualidad y jugadores destacados en las diferentes categorías.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Rust, R. T. (1997). Customer satisfaction, productivity, and profitability: Differences between goods and services. *Marketing Science*, 16(2), 129-145. doi:10.1287/mksc.16.2.129
- Beln del Ro, A., Vazquez, R., & Iglesias, V. (2001). The effects of brand associations on consumer response. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5), 410-425.
- Desbordes, M., Ohl, F., & Tribou, G. (2001). Estrategias del marketing deportivo. analisis del consumo deportivo Editorial Paidotribo.
- González, J. F. N. (2006). Estrategias de marketing en clubes deportivos. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86502301>
- Lovelock, C. (2011). Services marketing: People, technology, strategy Pearson Education India.
- Solorzano, R. (2011). Costos fijos y variables.
- Marshall, D. W., & Cook, G. (1992). The corporate (sports) sponsor. *International Journal of Advertising*, 11(4), 307-324.
- Rosen, S., & Sanderson, A. (2001). Labour markets in professional sports. *The Economic Journal*, 111(469), 47-68.



Varmus, M., & Kubina, M. (2015). Innovative approaches to creation of marketing communications for sports clubs. *Procedia Economics and Finance*, 26, 12-16. doi:10.1016/S2212-5671(15)00794-7

