



COACHING SPORT

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Nicolás Denilson Perdomo Pinzón

Santiago Rincón López

Asesor:

Juan Carlos Corredor

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

2020

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	1
LOGO.....	3
SLOGAN.....	3
MISIÓN.....	3
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	4
MARCO REFERENCIAL	5
INVESTIGACIÓN.....	6
SEGMENTOS DE MERCADO	8
PROPOSICIONES DE VALOR.....	10
CANALES.....	16
RELACIÓN CON CLIENTES	18
INGRESOS	21
RECURSOS CLAVES	21
ACTIVIDADES CLAVES.....	25
ASOCIACIONES CLAVES.....	26
ESTRUCTURA DE COSTOS.....	27
EVALUACIÓN DEL IMPACTO	28
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	29
BIBLIOGRAFÍA.....	30

INTRODUCCIÓN

Coaching sports es una empresa de entrenamiento complementario según Isidro, Heredia, Pinsach(2007) menciona que “ Administrar un entrenamiento personalizado implica estar al servicio de la persona que paga por el mismo durante la ejecución del programa de ejercicio, el cual se planifica de acuerdo con las necesidades y preferencias específicas del cliente.” (p.24) (que permite a los deportistas fortalecer sus capacidades por medio de la individualización que favorece su rendimiento personal en la modalidad deportiva) con un enfoque en el fútbol, que busca la preparación y desarrollo de los determinantes Gómez y Mendo (2012) proponen

En primer lugar se analizan los factores físicos o fisiológicos, relacionados con la actividad física desarrollada en competición (distancias, velocidades, frecuencia cardiaca...). En otro bloque se presentan los factores psicológicos y contextuales, orientados sobre el ambiente y el contexto en el que vive el jugador de fútbol, influido por los estados emocionales y la personalidad. (p.2)

En la parte física(con su especificidad en las capacidades condicionales enfocadas al deporte), técnico(en el desarrollo, fortalecimiento de habilidades y destrezas en el deporte), cognitivo(en el entrenamiento mental para el análisis, comprensión y toma de decisión del deportista) , psicológico(en el manejo de emociones, reacción al entorno y afrontamiento de situaciones) y teórico(en el componente global del deporte, su desarrollo y formas de comprender internamente el deporte) todos estos como factores en la formación integral del deportista. A partir esto fortalecer las habilidades del deportista y desarrollar destrezas que permitan un crecimiento deportivo diferencial para los objetivos, logros y sueños de cada deportista o atleta entrenado en Coaching Sports.

Coaching Sports surge desde García (2011) citando a la Asociación Española de Psicología y Coaching Deportivo (AEPCODE)

Define al coaching deportivo como una estrategia de intervención psicológica que consiste en una relación continuada entre el coach (p. ej., el entrenador o psicólogo) y el coachee (p. ej. el deportista o entrenador) o un equipo, que posibilita la mejora del rendimiento del coachee o equipo para alcanzar resultados extraordinarios y conseguir una vida más plena y satisfactoria.(P.28)

Coaching cuenta con un énfasis en la búsqueda de estímulos especializados para el deportista en su desarrollo individualizado, favoreciendo sus componentes evolutivos que permiten un mejor desempeño en competencia a nivel grupal o individual según sea la modalidad deportiva. Coaching Sports tiene como referentes las materias cursadas a lo largo del programa Cultura Física, Deporte y Recreación de la Universidad Santo Tomás, como eje principal entrenamiento deportivo, deportes de conjunto, fisiología del ejercicio, programación del ejercicio, iniciación y formación deportiva, entre otras, que permiten las bases y ejes de desarrollo del programa Coaching Sports.

LOGO



Logo elaborado por Coaching Sports (2020)

SLOGAN

BE DIFFERENT BE THE BEST

MISIÓN

Promover un entrenamiento complementario para desarrollar, mejorar y fortalecer las habilidades y destrezas deportivas, así mismo, aportar en la formación integral de los deportistas dando personas, deportistas y profesionales competentes de su deporte, en sus valores y en la obtención de herramientas que favorezcan en los aportes para la sociedad y el país.

VISIÓN

En 2025 años ser un centro deportivo reconocido nacionalmente, aliado con clubes deportivos tanto formativos, como de alta competencia generadores de deportistas íntegros y sobresalientes en sus clubes; con sedes en varios departamentos. Formando deportistas élite en el fútbol, con proyección a nivel nacional e internacional con las alianzas estratégicas formadas.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Coaching Sports en su servicio prestado evidencia una formación integral de los deportistas desde los acompañamientos brindados, se busca que se posea un factor diferencial con el acercamiento hacia los clientes, guías y ayudas constantes para generar una relación más fuerte que permita un compromiso y sentimiento con la institución, así mismo, aportar los conocimientos y acompañamientos para los diferentes espacios de desarrollo del deportista.

Valores de la empresa

- **Integridad:** La integridad como eje principal en el desarrollo de todos los componentes desde el ser humano como deportista en sus valores, determinantes de rendimiento y formación personal.
- **Responsabilidad:** La responsabilidad como la adquisición de deberes en una forma multilateral con la finalidad de buscar potenciar al máximo a los deportistas.
- **Felicidad:** El deporte, su desarrollo y modo de estilo de vida se desarrolla con felicidad para transmitir sus beneficios, su capacidad de crecimiento y felicidad de cada paso dado hacia el objetivo y los sueños.
- **Sacrificio:** En el compromiso de todos para aportar y beneficiar en el crecimiento del deportista, en su desarrollo diario y acompañamiento en todo su proceso deportivo.

MARCO REFERENCIAL

Ley 181 de 1995: Esta ley permite la conformación del deporte a nivel nacional, aportando la formación de empresas como Coaching Sports que favorezcan la promoción del deporte en el desarrollo de los deportistas, además, de la preparación de futuras promesas del deporte para el país, que generen reconocimiento nacional e internacional por su formación deportiva y logros alcanzados. Con respecto a lo mencionado anteriormente, la ley 181 es la que rige todos los procesos y mecanismos hacia la intervención con niños, jóvenes y/o adultos que se mantienen inmersos en el Plan Nacional del Deporte. Se debe reconocer que sin una ley que rijan la creación de proyectos que, ejecutados con la población, los profesionales del deporte y la actividad física, comienzan a crear programas en busca de un bienestar propio y no a lo que realmente se necesita desde la promoción del deporte y la actividad física como un medio de integración, salud y buenos hábitos en pro de una comunidad en específico (jugadores de fútbol masculino y femenino).

En concordancia con esta ley, se puede llevar a cabo actividades de acondicionamiento físico y/o formación deportiva capaces de cohesionar un grupo de jugadores que se encuentren separados por sus habilidades o talentos en el deporte, implementando acciones que puedan llevar a una armonía total por parte del grupo de jugadores en busca de un rendimiento óptimo en la competencia.

Por otro lado, en el Ministerio de industria y comercio mediante la ley 590 de 2000 dice que fue reformada por la 905 de 2004; donde esta ley aplica para Coaching Sports ya que al estar constituida como una empresa ante el estado (Camara de comercio y RUT). Tendrá como objetivo la promoción de prácticas de actividad física o deporte de alta calidad y estipula que la empresa debe contar con las mejores condiciones al entorno institucional, para inducir a mejores políticas que favorezcan al desarrollo de esta misma y para los clientes. Además de promover el desarrollo regional (empleo).

También, la Cámara de comercio afirma que en la Ley 1780 de 2016 se busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes.

Adicionalmente la Ley 232 de 1995 es de suma importancia para la consolidación de la empresa Coaching Sports ya que, está dicta las normas para el funcionamiento de un establecimiento comercial.

Finalmente, según la Constitución Política en el artículo 333 informa que la actividad económica y la iniciativa privada son libres dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho a todos que supone responsabilidades. Este artículo, garantiza el derecho de producir actividades lucrativas, de esta manera, los miembros del equipo tienen toda la posibilidad de generar ideas de mercado como su ejercicio pleno de ciudadanos.

INVESTIGACIÓN

Bench Marking

- **Club Kanteranos:** El club Kanteranos posee en su sede deportiva un escenario de entrenamiento funcional y deportivo específico del fútbol, esta sede permite el entrenamiento de fuerza en general con una adaptación para los movimientos específicos del fútbol, sin embargo, el escenario es de uso exclusivo del club y sus jugadores, así mismo, sus sesiones son grupales segun categoria generando estímulos generales a la categoría.
- **Arena Box 127:** Arena es un box diseñado para los entrenamientos funcionales en modalidades de crossfit, tabata, emom, entrenamiento funcional, entre otros. Este escenario

permite la adaptación de algunas zonas para el trabajo específico de fuerza en fútbol, así como algunos desplazamientos cortos en el trabajo de fuerza explosiva, no cuenta con escenario sintético ni espacios para trabajo específico o especializado de habilidades técnicas o cognitivas en el fútbol.

- **Club Deportivo Dinhos:** El club adaptó un escenario en el cual había un escenario de gimnasio y un espacio de césped sintético dando los estímulos al club en sus categorías, en planificaciones de gimnasio y/o especificidades del fútbol, de uso del club y personalizados de los entrenadores. Actualmente el club no cuenta con éste escenario.

SEGMENTOS DE MERCADO

Coaching Sports como empresa busca la sustentación teórica con el fin de abarcar cada paso del modelo de negocio, toma como base a Thompson (2005) que define el segmento de mercado como “El proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva”. (p.2)

La empresa consta de múltiples segmentos de mercado, dando un servicio de manera completa, Osterwalder & Pigneur(2011) exponen que “Algunas empresas se dirigen a dos o más segmentos de mercado independientes.”. Desde el argumento teórico se sustenta la búsqueda de un servicio preciso y de exactitud en sus segmentos a impactar.

Coaching Sports es creada para para las diferentes necesidades de los deportistas y atletas, encaminada a proporcionar una formación complementaria, con una mirada a la potencialización de las diferentes capacidades físicas, psicológicas y específicas del deporte; proyectando a los deportistas a la alta competencia con enfoque en la práctica en fútbol. Además de poder prestar servicios a clubes de formación y alta competencia que generan un valor agregado con la adición del entrenamiento complementario. Donde se enfatizará en generar alianzas estratégicas con clubes, deportistas de alto rendimiento y de proyección.

Segmentación Demográfica

Coaching Sports es creada para principalmente deportistas en edades (5 a 20 años), futbolistas profesionales, deportistas aficionados de sexo (Masculino y femenino) con fines de satisfacer las necesidades que se generan entre los deportistas de alta competencia. Sin dejar de lado

la acogida a otras poblaciones como adultos y adulto mayor con sesiones estructuradas al bienestar, la salud y el óptimo estado físico.

Segmentación Geográfica

Coaching Sports se centrará principalmente en la Zona Norte de Bogotá (suba, colina, mazuren, etc). Pero sin dejar de lado que será un servicio en general, para toda la ciudad centrándonos en los estratos a partir del 3 en adelante. Ya que estos estratos pertenecerán a la zona establecida para el escenario de Coaching Sports.

Segmentación Psicográfica

Deportistas enfocados en su desarrollo íntegro en el deporte practicado, en su compromiso en todos los factores de vida para favorecer el crecimiento constante en su modalidad. Donde se potenciarán sus capacidades al máximo generando deportistas competitivos y de un alto rendimiento. Los cuales practican fútbol, otro que apenas están iniciando y las personas que quieran obtener o mejorar su acondicionamiento físico, salud y bienestar.

Segmentación Conductual

Coaching sports tendrá el propósito de satisfacer las diferentes necesidades de los deportistas y atletas, encaminada a proporcionar una formación complementaria, con una mirada a la potencialización de las diferentes capacidades físicas, psicológicas y específicas del deporte; proyectando a los deportistas a la alta competencia con enfoque en la práctica en fútbol. Además de poder prestar servicios a clubes de formación y alta competencia que generan un valor agregado con la adición del entrenamiento complementario buscando con esto generar unas alianzas fuertes para hacer de Coaching sports una sesión planeada en los entrenamientos de estos equipos.

PROPOSICIONES DE VALOR

Coaching Sports como empresa busca favorecer la optimización de los factores de rendimiento dando un servicio de valor y diferenciado a las demás empresas que ofrecen un servicio similar, dando factores diferenciales para que el cliente opte por la mejor selección con nuestra empresa se abarca el autor Vásquez(2002) que expone

La respuesta estratégica en este punto es la proposición de valor que se ha escogido ofrecer y que será la que fijará el producto-servicio en la mente del cliente y representará los motivos por los cuales está dispuesto a pagar un *premium*. El juego de la estrategia actual es diferenciarse de la competencia, de tal manera que se pueda crear un valor único para el cliente. Proposición de valor son las articulaciones concretas de los beneficios que se propone entregar al cliente por medio de las ofertas de la empresa.(p.3)

El valor agregado de Coaching Sports abarca puntos premium de manera especial en las metodologías implementadas, la tecnología exclusiva de la empresa y el escenario deportivo. Por medio de la proposición de valor se identifica como un servicio especial para deportistas que busquen potenciar sus capacidades deportivas, permitiendo identificar la empresa dando una propuesta de valor que abarque hacia la atracción del cliente por la diferenciación con las otras empresas.

PAQUETES DE COACHING SPORTS:

Diagnóstico del deportista:

CATEGORÍA DE ENTRENAMIENTO	ÍTEMS A TENER EN CUENTA
COACHING AMATEUR	• Edad(5 a 8 años) • Capacidades motrices • Capacidades técnicas • Capacidades físicas • Nivel de competencia en la que participa • Evaluación de test de diagnóstico • Evaluación de rendimiento en competencia • Procesos nutricionales • Acompañamiento psicológico
COACHING AFICIONADO	• Edad(8 a 12 años) • Capacidades motrices • Capacidades técnicas • Capacidades físicas • Nivel de competencia en la que participa • Evaluación de test de diagnóstico • Evaluación de rendimiento en competencia • Procesos nutricionales • Acompañamiento psicológico
COACHING PRO	• Edad(12+) • Hoja de vida del deportista • Capacidades motrices • Capacidades técnicas • Capacidades físicas • Nivel de competencia en la que

PAQUETE AMATEUR

El plan amateur potencia la iniciación del deportista en el fútbol, favoreciendo el trabajo en sus capacidades motrices bases para la diversificación del deportista para el deporte y su bagaje motriz para la funcionalidad en el día a día, se favorece las capacidades técnicas del deporte con la promoción a la formación de destrezas que permite la diferenciación del deportista en sus habilidades frente al resto de los deportistas. El plan amateur cuenta con las siguientes características:

- >9 sesiones mensuales en un plan mensual/trimestral
- Tecnología moderna en la formulación de entrenamiento individualizados
- Recomendaciones nutricionales generales
- Atención nutricional personalizada
- Tecnología de desempeño personal en las sesiones de entrenamiento
- Pruebas físicas, seguimiento físico y resultados gráficos del desempeño del jugador
- Apoyo en la psicología y coaching deportivo.

PAQUETE AFICIONADO

El plan aficionado proporciona al deportista una profundización en el deporte y el fortalecimiento de las habilidades técnicas, motrices, cognitivas, psicológicas y destrezas específicas del fútbol, permite al deportista la capacidad de potenciar sus capacidades para generar el acercamiento hacia retos y objetivos con proyección hacia el futuro del deportista, dando una base de desarrollo y desempeño para formar y potenciar al deportista

en el rendimiento con su equipo actual . El plan aficionado cuenta con las siguientes características:

- 9 sesiones mensuales en un plan trimestral
- Tecnología moderna en la formulación de entrenamiento individualizados
- Recomendaciones nutricionales generales
- Tecnología de desempeño personal en las sesiones de entrenamiento
- Pruebas físicas, seguimiento físico y resultados gráficos del desempeño del jugador
- Apoyo en la psicología y coaching deportivo
- Departamento de fisioterapia para seguimiento en prevención de lesiones y recuperación post lesión

PAQUETE PRO

El plan Coaching pro abarca la proyección en el desarrollo del deportista en el desarrollo de destrezas, perfeccionamiento de habilidades técnicas y fortalecimiento de capacidades físicas, así mismo, se crea un foco en el trabajo del determinante cognitivo favoreciendo la lectura del juego, la inteligencia de juego y toma de decisiones, esto con el fin de proyectar el jugador al top élite de la categoría en la cual se desempeña, buscando que se vea el margen diferenciador del entrenamiento en Coaching sports, así mismo, la planeación nutricional como paso fundamental en el acompañamiento de las cargas y entrenamientos del jugador, así como más determinantes relevantes para un

perfeccionamiento y destreza a desarrollar. El plan Coaching pro cuenta con las siguientes características:

- 12 sesiones mensuales en un plan semestral
- Tecnología moderna en la formulación de entrenamiento individualizados
- Recomendaciones nutricionales generales
- Atención nutricional personalizada
- Tecnología de desempeño personal en la sesiones de entrenamiento
- Pruebas físicas, seguimiento físico y resultados gráficos del desempeño del jugador
- Apoyo en la psicología y coaching deportivo
- Departamento de fisioterapia para seguimiento en prevención de lesiones y recuperación post lesión

COACHING PRO+

El plan Coaching pro+ abarca un plus diferenciador con la búsqueda de escenarios de proyección para el jugador según sean sus objetivos, favoreciendo espacios élite donde el jugador pueda buscar su desempeño y logre un crecimiento deportivo constante con los retos a afrontar, así mismo, la proyección en el desarrollo del deportista en el desarrollo de destrezas, perfeccionamiento de habilidades técnicas y fortalecimiento de capacidades físicas, así mismo, se crea un foco en el trabajo del determinante cognitivo favoreciendo la lectura del juego, la inteligencia de juego y toma de decisiones, esto con el fin de proyectar el jugador al top élite de la categoría en la cual se desempeña, buscando que se vea el

margen diferenciador del entrenamiento en Coaching sports, así mismo, la planeación nutricional como paso fundamental en el acompañamiento de las cargas y entrenamientos del jugador, así como más determinantes relevantes para un perfeccionamiento y destreza a desarrollar. El plan Coaching pro+ cuenta con las siguientes características:

- Representación deportiva en la búsqueda de clubes, oportunidades y acompañamiento en las decisiones deportivas
- 12 sesiones mensuales en un plan semestral
- Tecnología moderna en la formulación de entrenamiento individualizados
- Atención nutricional personalizada
- Recomendaciones nutricionales generales
- Tecnología de desempeño personal en las sesiones de entrenamiento
- Pruebas físicas, seguimiento físico y resultados gráficos del desempeño del jugador
- Acompañamiento a las competencias y toma de datos
- Apoyo en la psicología y coaching deportivo
- Departamento de fisioterapia para seguimiento en prevención de lesiones y recuperación post lesión

VALOR AGREGADO DE ENTRENAR CON COACHING SPORTS

Novedad: La empresa coaching sports presenta como novedad e innovación el escenario de entrenamiento junto con la metodología y proyectos para cada deportista, favoreciendo un

punto clave como pionero en el compromiso adquirido con cada deportista en su formación, perfeccionamiento y proyección.

Personalización: En la búsqueda de brindar un servicio exclusivo y con alta calidad, se genera una relación personalizada con cada usuario, para la planimetría exacta para el deportista a entrenar adaptando sus capacidades para fortalecerlas y potenciarlas, de esta manera el deportista tendrá un desarrollo correspondiente a su perfil deportivo, generando una evolución constante en todas sus capacidades.

Desempeño (Rendimiento): En el rendimiento se opta notablemente por la mejora en todas las dimensiones del deportista, teniendo como eje central la evolución completa del deportista para verse beneficiado y reflejado en la competencia, en sus estímulos grupales con el equipo que se desempeña y su constante crecimiento en el deporte.

Diseño: El escenario dispuesto por Coaching sports junto con los materiales e implementos de trabajo lo valoran desde un diseño exclusivo, aumentando la calidad en los estímulos para cada deportista, de esta manera favorecer el desarrollo constante de cada uno, dando herramientas y tareas con la complejidad adecuada, generando una motivación extrínseca al deportista al desarrollarse en este escenario.

CANALES

Coaching Sports busca generar los canales de comunicación y contacto con los clientes, para esto abarca la perspectiva de Osterwalder(2014) que lo define como los canales con los que las empresas establecen contacto con los clientes, (canales de

comunicación, distribución y venta). Son medios para dar conocer las propuestas de valor, ayudando a los clientes a evaluar las propuestas que se les ofrece y permitiéndoles comprar.(P.7)

- En este sentido la empresa genera los canales desde un proceso estructurado para los clientes en el paso a paso para favorecer la relación con ellos, un constante contacto y retroalimentación para generar cada vez un mejor servicio en la búsqueda de ser reconocidos por la óptima calidad brindada por Coaching Sports.
- **Información:** La información de la empresa será por medio de canales de Redes sociales(Fb, Ig, Pagina web, Twitter), Publicidad con jugadores profesionales, publicidad física y el voz a voz en la recomendación del servicio.
- **Evaluación:** A la mitad y al finalizar y/o renovar se establece como prioridad una evaluación de calidad por medio de items específicos en los escenarios, materiales, metodología, adaptación del entrenamiento, principios de individualización, así como todos los componentes para generar una evolución constante en el servicio.
- **Compra:** La compra es realizada una vez se presente el programa, se aplique las adaptaciones a la planimetría en general y se firme el contrato con el deportista para el plan a tomar. Esta compra puede darse en el establecimiento físico o en la reunión pactada con el cliente generando los pasos mencionados anteriormente.
- **Entrega:** El servicio es prestado en el escenario deportivo de Coaching Sports, favoreciendo un lugar específico y adaptado para los entrenamientos de los deportistas, así como el valor diferencial de poseer un escenario especializado para el entrenamiento personal.

- **Post-venta:** Se realiza una fidelización con el cliente en el avanzar de planes para mejorar sus beneficios, así mismo, de favorecer productos o servicios adicionales como incentivo y unión con el cliente, de esta manera buscar la renovación y/o recomendación por parte del cliente.

Canales propios de Coaching Sports

- **Directos:** El canal directo de Coaching Sports es un equipo especializado para la publicidad física y virtual, así mismo, el marketing digital y las campañas por medio de las redes sociales dando a conocer el servicio brindado y las facilidades para poder generar la compra rápida y segura en Coaching Sports.
- **Indirectos:** El escenario de Coaching Sports cuenta con una planta física propia permitiendo el acercamiento de usuarios constante para dar la atención al cliente requerida y favoreciendo un punto clave en la difusión de información para dar a conocer la empresa en la zona donde se encuentra ubicada.

RELACIÓN CON CLIENTES

Para Coaching sports la relación con el cliente es uno de los pilares centrales ya que como lo menciona Pereira, M. (2009). “La relación con el cliente es uno de los pilares de muchas empresas en la actualidad. No sólo porque mejoramos su fidelidad con nuestra marca, sino que conseguimos aumentar el engagement (relaciones sólidas y duraderas) con él. Lo que quiere decir que nos recomendará, algo que muchas compañías ansían cada día. Una recomendación de un cliente satisfecho vale mucho más que cualquier anuncio en Internet” (p.29)

Además, debemos tener en cuenta que, si a cada usuario, se le ofrece un gran servicio al cliente, estos proporcionará a Coaching Sports tener un control de inconformidades o inconvenientes que puedan ocurrir y generar así una pronta solución a determinado problema. Esto permitirá tener una relación con el cliente de conformidad, ya que este se sentirá escuchado y esto llevará a tener un crecimiento óptimo, más completo y coherente.

Entonces la asistencia personal es una relación con los clientes vital de constante contacto y atención de cada uno de ellos, en el manejo de los programas de entrenamiento y acompañamiento de su vida cotidiana para generar un estímulo de atención y plus para el sentimiento de cuidado y constante apoyo donde se tendrá un acompañamiento desde una clase personalizada exclusiva para 1 o 2 personas, hasta clases grupales con 5 - 8 personas. Lo que permitirá tener un mejor control del rendimiento de cada deportista. Generando la posibilidad a deportistas, atletas, personas no entrenadas, y generar vínculos con equipos de fútbol aficionado como profesional y así ofrecerles diferentes alternativas de entrenamiento a cada sesión ejecutada que permita dar variedad a sus entrenamientos cotidianos e innovación, además de ofrecerle un espacio adecuado para la potencialización de capacidades específicas y cumplimiento de sus objetivos o metas propuestas.

Para establecer una gran relación con los clientes se deben generar diferentes estrategias que permitan que ese vínculo de relación con los clientes cada día sea más fuerte, para esto se abarcaran 3 aspectos diferentes: Fidelización, Recompra, Nuevos clientes. Los cuales buscaremos potenciar al máximo mediante estrategias como se mencionaba anteriormente el constante acompañamiento a cada deportista, la asistencia, unas tarjetas de inscripción las cuales tienen como finalidad proporcionar al usuario un

distintivo que hace parte de la familia Coaching Sports y además está llevara en la parte de atrás un registro de personas referenciadas por esta persona la cual manejar la metodología de 5 personas en donde 3 de esas 5 tendrán unos bonos, al referencia 1 persona se proporcionará un descuento del 10% en el siguiente plan que el cliente seleccione, el otro bono es al referir a una 3ra persona la cual generará un descuento del 30% en el próximo plan que vaya a pagar el clientes y por último en la 5 persona se generará un descuento del 50% en el paquetes COACHING PRO+, del 30% en los paquetes COACHING PRO y COACHING AFICIONADO, y para el paquete AMATEUR se proporcionará totalmente GRATIS. Esto permitirá tener una relación con los clientes incentivadora, y generará una fidelización ya que una vez referida las 5 personas se les proporcionará otra tarjeta. Los descuentos nos permitirán generar una recompra al igual que las experiencias y opiniones de los clientes que han referenciado. Y por último generamos nuevos clientes, ya que cabe resaltar que con estas tarjeta los clientes invitan a nuevos usuarios y los nuevos usuarios harán parte de la mitad del plan pagado por el cliente que los recomendó, pero esta recomendación será únicamente válida siempre y cuando el nuevo cliente asista con su referido a cada sesión del plan al que este pertenece.

INGRESOS

Los ingresos en Coaching Sports se manejan desde un manejo y control financiero por medio de la organización de rubros y destinaciones de dinero, se abarca a (Herrera, 2015) afirma que las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas. Se deben determinar las fuentes de ingresos, tanto operacionales, como no operacionales.

Coaching Sports ofrece tres tipos de fuentes de ingresos con el fin de promover la actividad económica y constante flujo de ingresos para así generar un crecimiento potencial de la empresa.

- **Cuota por uso:** Coaching Sports maneja el uso de escenario por diferentes deportistas y/o entrenadores favoreciendo un espacio ideal para el entrenamiento personal o complementario, dando como objetivo un uso constante con un pago por uso del escenario.
- **Suscripción:** Coaching Sports ofrece planes de suscripción y entrenamientos para los jugadores de cada paquete promovido, dando como eje fundamental la suscripción y constante renovación de los planes de entrenamiento.
- **Préstamo/Alquiler:** Convenio con equipos para generar espacios de entrenamiento en el sitio, de manera guiada por parte de Coaching Sports.
- **Venta de servicio:** monto equivalente a sesión, ciclo o temporada de entrenamiento.

RECURSOS CLAVES

Los recursos claves son aquellos elementos que son de vital importancia en la empresa y con los cuales deben ser bien manejados ya que le permitirán a la empresa tener un mejor crecimiento, desarrollo y progreso. En el manejo de los recursos claves en Coaching Sports se abarcan los diferentes ítems propuestos como puntos fundamentales en el desarrollo y progreso de la empresa, Osterwalder (2011)

Debes identificar los activos y recursos clave que necesitaremos como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial. Los recursos clave es el cómo vas a hacer tu propuesta de valor y con qué medios vas a contar: humanos, tecnológicos, físicos (locales, vehículos, naves, puntos de venta, etc.). (p.5)

Es primordial tener en cuenta que los recursos claves que tendrá Coaching sports se dividirán en humanos, físicos, e intelectuales, ya que son tres aspectos indispensables para que la empresa pueda generar un buen manejo, control y desarrollo en el servicio deportivo.

HUMANOS: Administrador, entrenadores, nutricionista y fisioterapeuta.

CARGO	PERFIL	FUNCIÓN	SALARIO
Socios(3)	● Profesional de Cultura física ● Experiencia en entrenamientos personalizados y manejo de grupos preferiblemente en el fútbol ● Dirigente y liderazgo en proyectos y aportes ● Compromiso completo en los diferentes procesos de la empresa	● Dirigir, guiar, proponer y controlar los procesos deportivos y administrativos en el cumplimiento de metas de la empresa	
Entrenadores(3)	● Profesionales de Cultura física y carreras afines ● Experiencia deportiva y/o académica en el fútbol ● Experiencia en entrenamientos personalizados y manejo de grupos preferiblemente en el fútbol	● Planificar sesiones de entrenamiento a los deportistas de Coaching Sports ● Seguimiento a los deportistas en sus procesos deportivos ● Dirigir los entrenamientos con los deportistas de Coaching Sports ● Garantizar un excelente servicio antes, durante y después de su sesión de entrenamiento	
Nutricionista (1)	● Profesional en nutrición con	● Organizar, planificar y direccionar los	

INTELLECTUAL: Certificaciones, licencias, capacitaciones.

Coaching Sports en la búsqueda por el progreso y constante evolución generará capacitaciones hacia el entrenamiento individualizado, con el fin de favorecer los procesos de entrenamiento y brindar herramientas a los trabajadores, dicha capacitación se harán con profesionales en el área del deporte y/o con énfasis en la individualización de los deportistas, se promueve las capacitaciones presenciales o virtuales como obligación para el personal con una frecuencia de por lo menos 2 al año, buscando una constante evolución en la empresa y el crecimiento potencial de todos los procesos llevados por cada entrenador y miembro de Coaching Sports.

ECONÓMICO: Inversión inicial

Coaching Sports en su creación, procedimientos y formación como empresa cuenta con 3 socios fundadores, dando operación y dirección a la empresa, es toma como referencia a Ramírez (2019) que permite gestionar y clasificar los rubros necesarios para este primer aporte

Inversión inicial: Se entiende como inversión inicial el desembolso de la persona o empresa que se requiere al comenzar un proyecto, sin tomar en cuenta los egresos futuros. En este aspecto se deben considerar los costos de los activos fijos que se quieren adquirir, el capital de trabajo, el valor de salvamento y la depreciación. (p.13)

- **LOCAL**

Alquiler inicial (depósito, dos meses de puesta en marcha) \$6.000.000

Adecuación (pintura, iluminación, espejos, etc.) \$1.500.000

- **EQUIPAMIENTO**

Aparatos

Colchonetas y accesorios \$3.500.000

Oficina y administración

MARKETING \$1.000.000

REGISTROS Y OTROS \$800.000

NÓMINA INICIAL 3'000.000

Total: \$16.000.000(/3 Socios c/u 33% de la empresa)

ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves son aquellos aspectos fundamentales que buscan o tiene el objetivo de satisfacer las necesidades de una población específica y así en este caso brindarles un excelente servicio en donde se resalte al cliente como meta principal de la empresa, lo cual permite conocer los puntos de vista de los usuarios y lo cual permita mejorar las experiencias y ofrecer un gran servicio a los nuevos y antiguos clientes. Partiendo de esto Coaching Sports se ubica en el aspecto de:

Solución de problemas: Coaching sports es una empresa que busca promover una excelente preparación de la alta competencia lo cual le permita a los deportistas potencia sus diferentes cualidades y habilidades, con el fin de ofrecer al cliente complementar su entrenamiento o actividad cotidiana en su equipo con los aspectos individuales.

Así mismo se primará pro el diagnóstico del deportista previamente al ingreso, facilitará su clasificación, su proceso en la individualización y su caracterización, esto con el fin de favorecer una organización general del desarrollo y del paso a paso en su crecimiento en Coaching Sports. Así mismo, se generan encuestas con las cuales se buscará mirar fortalezas , debilidades y posibles sugerencias para hacer la empresa más fuerte y completa, teniendo en cuenta la evaluación a cada deportista y/o asistente a Coaching Sports.

Se generará publicidad mediante voz a voz en relación con un programa de referidos en el manejo de beneficios de regalos de accesorios o descuentos en la renovación de planes, además se buscará generar relaciones con escuelas de formación deportivas cercanas ofreciendo sesiones de prueba, para que estos conozcan las metodologías; además de invitar a las personas con las cuales se mantienen relaciones de clases particulares.

ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones claves son alianzas que permitan en un principio hacer crecer la empresa y lograr mantenerla a flote y para ellos es primordial satisfacer las necesidades y objetivos de la otra parte, pues se corre el riesgo de destruir una buena relación y tener mayores complicaciones en el largo plazo. Una negociación en la cual solamente un lado gana es una negociación fracasada. Para las dos partes. Una de las Alianzas estratégicas que busca conseguir Coaching Sports es con Clubes de fútbol, deportistas profesionales, deportistas aficionados. A los cuales se pretende generar beneficios tanto para ellos como par coaching sports en la que ellos podrán participar de sesiones que les permitan potenciar su parte individual es decir brindarles herramientas que para su profesión traerán beneficios y por otra parte nosotros conseguimos unos clientes constantes, al igual que la promoción y publicidad de coaching sports.

Adquisición de recursos y actividades claves: Permite un espacio diferente y especializado en la individualización del deportista para optimizar sus procesos de aprendizaje y de desarrollo en sus habilidades deportivas.

Frente a todo lo anterior esto De Paiva, J. (2007), afirma que: “Esto que estoy diciendo no es solamente en el sentido de mantener la ética en los negocios. Es una cuestión de beneficios de largo plazo para la empresa, construcción de buenas relaciones profesionales y reducción del riesgo. Aquél pequeño porcentaje adicional que lograste apretando un proveedor hasta el límite probablemente será cobrado con interés cuando necesites su ayuda.”

ESTRUCTURA DE COSTOS

Coaching Sports abarca la estructura de costos, en el manejo de la franja de costos con un desglose de la importancia de cada clasificación de costo y/o beneficio, es importante según Angelica (S.F) los siguientes conceptos

Costos fijos: Los costos que se mantiene iguales a pesar del volumen de productos o servicios producidos. **Costos variables** Los costos varían proporcionalmente con el volumen de bienes y servicios producidos.

Costos variables: Los costos varían proporcionalmente con el volumen de bienes y servicios producidos.

Depreciación de activos: La reducción de valor de los productos en un tiempo estimado (p.38)

Dichos rubros son el pilar para poder fundamentar la división de cada rubro, destinación de la parte financiera en cada ítem obtenido por la empresa Coaching Sports.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO

IMPACTO SOCIAL: Brindarle a cada deportista una experiencia cómoda y además fortalecer aspectos que muchas veces en los clubes deportivos no se tienen en cuenta.

Evaluar las habilidades: Además de ofrecer empleo a más personas que trabajen con personas particularmente ofreciéndoles los materiales adecuados para la realización de sus sesiones planificadas.

Empleo:

ECONÓMICO: Mediante cada alianza con los clubes deportivos generar lazos en las que ellos adquieran el servicio como parte de sus entrenamientos planificados y que se le ofrece a los jugadores que hacen parte del club y así por medio de los clientes generar lazos estables para mantener ingresos constante e ir invirtiendo en materiales propios hasta llegar a tener un centro deportivo completo y propio.

Rentabilidad

VPN: \$125.279.897,41

TIR: 268,67%

RI: \$83.153.779 / 4 Meses

TECNOLÓGICO: Ofrecer a cada cliente una experiencia única mediante nuevas metodologías por medio de tecnologías que ofrecen mejores resultados y datos más confiables lo cual generará en los clientes una adherencia al servicio. Por otro lado el manejo de páginas web y redes sociales para ofrecer mejores asesorías.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



BIBLIOGRAFÍA

Angelica, D. S. L. Modelo de negocios canvas.

De Paiva José Luis Henrique. (2007, marzo 20). *La importancia del gana gana en la negociación*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-del-gana-gana-en-la-negociacion/>

García-Naveira, A. (2013). Aproximación al empleo profesional del coaching en el deporte. *Informació Psicològica*, (101), 26-39.

Gómez, A. R., & Mendo, A. H. (2016). Revisión de indicadores de rendimiento en fútbol. *Revista iberoamericana de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 1(1), 1-14.

Herrera, D. C. F. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 118-142.

Isidro, F., Heredia, J. R., Pinsach, P., & Costa, M. R. (2007). *MANUAL DEL ENTRENADOR PERSONAL. del fitness al wellness (color)* (Vol. 93). Editorial Paidotribo.

Osterwalder, A. (2011). Modelo Canvas. *Barcelona: Deusto SA Ediciones*.

Osterwalder, A. (2014). Canvas de modelo de negocios (lienzo de modelo de negocios) bmc (business model canvas). Recuperado a partir de http://www.innovacion.cr/sites/default/files/article/adjuntos/herramientas_practicas_para_innovacion_1.0_canvas_de_modelo_de_negocio.docx.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. *Barcelona: Deusto*, 10-51.

Pereira, M. (2009). *Retener y contrasegmentar como tácticas de marketing*. Recuperado el 20 de mayo de 2008 desde: <http://www.infobrand.com.ar/notas/12506-Miguel-Pereira--retener-y-contrasegmentar-como-tacticas-de-marketing>

Ramírez Pineda, D. V. (2019). Metodología para la preparación, presentación y evaluación del presupuesto de inversión.

Thompson, I. (2005). La segmentación del mercado. *Promonegocios. net*.

Vásquez Castro, O. (2002). La idónea implementación estratégica es condición necesaria para aspirar al éxito de la empresa. *Estudios Gerenciales*, 18(85), 41-66.