



FEM GOLD

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Bryan Steven Martínez Vásquez

Juan Camilo Calderon Grisales

Laura Daniela Hernández Zamudio

Asesor:

Juan Carlos corredor

Universidad Santo Tomás
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C. 27 de Noviembre 2024

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
NOMBRE	5
LOGOTIPO	5
SLOGAN.....	6
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	9
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	11
MATRIZ DOFA.....	13
CAPÍTULO I: PROPUESTA DE VALOR	16
CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO.....	18
CAPÍTULO III: CANALES	24
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	25
CAPÍTULO V: INGRESOS	26
CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES.....	31
CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES.....	37
CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES.....	42
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS.....	47
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	54
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	59
REFERENCIAS.....	60



INTRODUCCIÓN

En el vibrante corazón de Bogotá, Colombia, nace “Fem Gold”, un club deportivo de fútbol exclusivo para mujeres que busca redefinir el concepto de excelencia y empoderamiento a través del deporte. Este club se manifiesta a partir de la experiencia que han tenido los estudiantes de noveno semestre de Cultura Física, Deporte y Recreación, quienes han trabajado en los equipos Camps FCF, Alfa y Juventud en diferentes categorías, desde la sub-6 hasta la sub-15. No solo han adquirido experiencia laboral, sino que también han participado en diversos torneos, lo cual ha sido fundamental para la creación de este club con un factor diferencial.

Barrera (2016) afirma que “El fútbol es un deporte de un equipo jugado entre dos conjuntos de once jugadores cada equipo y cuatro árbitros, quienes se encargan de que las normas se cumplan correctamente. Es ampliamente considerado el deporte más popular del mundo, con aproximadamente 270 millones de participantes” (p.1). Nuestro nombre, “Fem Gold”, simboliza a las “mujeres de oro”, aquellas que se destacan no solo por sus habilidades deportivas, sino también por su compromiso, pasión y valores humanos.

El fútbol femenino a nivel mundial ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Un ejemplo notable es la Copa Mundial Femenina de la FIFA 2023, que atrajo una audiencia récord y destacó el talento y la dedicación de las jugadoras de todo el mundo (FIFA, 2023). Este auge del fútbol femenino subraya la importancia de iniciativas como “Fem Gold” para seguir promoviendo el deporte entre las mujeres.



Bogotá, una ciudad conocida por su diversidad y dinamismo, ofrece el escenario perfecto para el desarrollo de un club que promueve el respeto, la honestidad, el trabajo en equipo y la responsabilidad. Estos valores fundamentales son la base de nuestra filosofía y guían cada una de nuestras acciones y decisiones. En “Fem Gold”, creemos que el deporte es más que una competencia; es una herramienta poderosa para el crecimiento personal y social.

La creación de “Fem Gold” se inspiró en las materias de nuestra carrera de Cultura Física en la Universidad Santo Tomás. En particular, las asignaturas de Deportes de Conjunto y Programación del Ejercicio fueron cruciales para definir nuestra visión y misión. Estas materias nos proporcionaron el conocimiento y las habilidades necesarias para diseñar programas de entrenamiento efectivos y fomentar un ambiente de colaboración y apoyo entre nuestras atletas. La programación del ejercicio y el entrenamiento deportivo en “Fem Gold” se basa en principios científicos y pedagógicos que aseguran el desarrollo integral de nuestras jugadoras, adaptando los entrenamientos a las necesidades individuales y colectivas para maximizar su rendimiento y bienestar.

Nuestro club se enfoca en proporcionar un ambiente inclusivo y de apoyo, donde cada mujer pueda alcanzar su máximo potencial, tanto dentro como fuera del campo de juego. A través de programas de entrenamiento de alta calidad, talleres de desarrollo personal y participación en competencias, buscamos formar mujeres fuertes, seguras y exitosas.

“Fem Gold” no solo se dedica al desarrollo de habilidades técnicas y tácticas, sino también al crecimiento integral de nuestras atletas. Con nuestro lema “orgullo dorado, ganamos con



el corazón”, nos comprometemos a ser un referente de éxito y valores en el mundo del deporte femenino en Bogotá y más allá.

NOMBRE

La empresa tendrá el nombre de “Fem Gold” debido a que es un club exclusivo para mujeres y sus dos palabras significan “Mujeres de oro”.

LOGOTIPO

Imagen 1



Este logo presenta como imagen principal un balón de fútbol, simbolizando nuestra empresa dedicada al deporte, los colores negro y dorado representan a mujeres que brillan con poder y majestuosidad. Las coronas en el diseño evocan la imagen de mujeres, destacando la fuerza y la nobleza de nuestro equipo.



SLOGAN

La frase que nos identifica es “orgullo dorado, ganamos con el corazón” que combina 2 ideas principales:

1. Orgullo dorado: Hace referencia al nombre de la empresa donde el “dorado” representa excelencia, éxito y de alto nivel.

2. Ganamos con el corazón: Indica que juegan con pasión y compromiso, más allá de las habilidades técnicas o tácticas. Lo que impulsa a la escuela a ganar es su espíritu y fuerza del corazón.

MISIÓN

Es empoderar a las mujeres a través del fútbol, promoviendo el desarrollo integral de nuestras jugadoras mediante programas de entrenamiento de alta calidad, talleres de desarrollo personal y participación en competencias. Nos comprometemos a fomentar un ambiente inclusivo y de apoyo, donde cada mujer pueda alcanzar su máximo potencial, tanto dentro como fuera del campo de juego.

VISIÓN

Ser un referente de excelencia y valores en el deporte femenino en Bogotá y más allá, destacándose por nuestro compromiso con el respeto, la honestidad, el trabajo en equipo y la responsabilidad. Aspiramos a ser un club que inspire a las mujeres a perseguir sus sueños y a contribuir positivamente a la sociedad a través del deporte.



MARCO LEGAL

El marco legal que protege y regula el proyecto deportivo de la escuela de fútbol femenino "Fem Gold" en Colombia se fundamenta en varias leyes y normativas clave que promueven el deporte, la recreación y la educación física. Estas leyes aseguran que las actividades deportivas se realicen en un entorno seguro y regulado, promoviendo el bienestar y el desarrollo integral de las atletas. A continuación, se detallan las leyes más relevantes:

1. Ley 181 de 1995: Esta ley establece las disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física en Colombia. Crea el Sistema Nacional del Deporte, que articula los organismos encargados de promover estas actividades en todo el país. Los objetivos incluyen la integración de la educación física en el sistema educativo, el fomento de la asociación deportiva y la promoción del deporte competitivo y de alto rendimiento.

2. Ley 1967 de 2019: Esta ley transforma el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre (Coldeportes) en el Ministerio del Deporte. El Ministerio del Deporte es responsable de formular, coordinar y evaluar políticas, planes y programas en materia de deporte y recreación. También dirige el Sistema Nacional del Deporte y promueve la educación física en coordinación con el Ministerio de Educación Nacional.



3. Decreto 1228 de 1995: Este decreto reglamenta la Ley 181 de 1995 y establece las normas para la organización y funcionamiento de los clubes deportivos, ligas y federaciones. Define los requisitos para la creación y funcionamiento de estas entidades, asegurando que cumplan con los estándares necesarios para promover el deporte de manera efectiva y segura.

4. Ley 115 de 1994 (Ley General de Educación): Aunque no es una ley específica del deporte, esta ley incluye disposiciones importantes sobre la educación física y su integración en el currículo escolar. Promueve la formación integral de los estudiantes a través de la actividad física y el deporte, lo cual es fundamental para el desarrollo de programas deportivos en instituciones educativas.

5. Ley 1445 de 2011: Esta ley regula el deporte profesional en Colombia y establece medidas para la protección de los derechos de los deportistas, incluyendo aspectos relacionados con la contratación, la seguridad social y las condiciones laborales. Aunque se centra en el deporte profesional, sus principios pueden aplicarse para asegurar condiciones justas y seguras en el deporte amateur y formativo.

Estas leyes y normativas proporcionan una base sólida para el desarrollo y la protección de iniciativas deportivas como "Fem Gold", asegurando que se promuevan valores como la inclusión, la equidad y la participación democrática en el deporte. Además, garantizan que



las actividades deportivas se realicen en un entorno seguro y regulado, promoviendo el bienestar y el desarrollo integral de las atletas.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

El club formativo femenino "Fem Gol" se distingue por cuatro valores fundamentales: respeto, honestidad, trabajo en equipo y responsabilidad. La importancia de implementar estos valores en la formación deportiva para las niñas de 6 a 16 años es de gran importancia para su desarrollo integral. A lo largo de su proceso, estos principios harán que el club sea reconocido por la calidad de las deportistas que lo conforman.

Moncada et al (2011) describen el respeto como:

Es establecer hasta donde llegan mis posibilidades de hacer o no hacer, y dónde comienzan las posibilidades de los 12 demás. El respeto es la base de toda convivencia en sociedad.

Las leyes y reglamentos establecen las reglas básicas de lo que debemos respetar. (p.11).

Para Raul (2013) la Honestidad en el deporte "se basa en la premisa de que el actor no debe mentir, ni engañar en el transcurso de la competición deportiva".

En el ámbito deportivo se resalta:

La idea del éxito en el trabajo en equipo, y la importancia que la comunicación tiene para el logro de objetivos conjuntos. El permanecer unidos cuando situaciones complicadas o "anudadas" surgen durante la pretemporada, para trabajarlas conjuntamente, y en todas sus aristas (técnicas, tácticas, psicológica, contextual, física).(Lucero, 2016, p.53).



Barffusión et al (2012) afirman que “ser responsable es tomar conciencia de los deberes y obligaciones a realizar como sujeto y como ciudadano, es prever las consecuencias de dicha realización u omisión. Y asumirlas. Es responder con razones, lo que se hace o no se hace. (p.5).

El conjunto de estos valores no solo mejoran el rendimiento deportivo de las niñas, sino que también contribuyen a su desarrollo personal y social. se puede decir que el respeto, la honestidad, el trabajo en equipo y la responsabilidad forman mejores jugadoras y mejores personas, preparadas para enfrentar los desafíos dentro y fuera del campo de juego. La integración de estos valores en la formación deportiva crea un entorno positivo y enriquecedor, donde cada niña puede crecer y alcanzar su máximo potencial, tanto como atleta como ser humano.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según Vargas (2017) la investigación de mercados es fundamental para identificar y resolver problemas en el mercado. Esta herramienta es crucial en el comercio exterior, ya que permite a las empresas desarrollar estrategias efectivas y tomar decisiones informadas sobre la distribución de sus productos y servicios a los clientes (p. 10).

En la investigación descubrió que la Liga de Fútbol de Bogotá cuenta con diversas selecciones femeninas (sub-13, sub-15 y sub-19). Estas selecciones representan a Bogotá a nivel nacional, consolidándose como uno de los mejores clubes deportivos de la ciudad. Además, se identificaron otros clubes con características similares a “Fem Gol”, como:

1. CLUB DEPORTIVO GOL STAR

- **Descripción:** Gol Star es uno de los clubes de fútbol femenino más reconocidos en Bogotá. Ofrecen programas de formación para diferentes edades y niveles de habilidad, desde principiantes hasta jugadoras avanzadas.
- **Servicios:** Entrenamientos técnicos y tácticos, participación en torneos locales y nacionales, y programas de desarrollo personal.
- **Precios:** Las tarifas varían según el nivel y la frecuencia de los entrenamientos, pero una membresía mensual puede costar alrededor de COP 200,000.



2. CLUB DEPORTIVO FUTURE SOCCER

- **Descripción:** Future Soccer se enfoca en el desarrollo integral de las jugadoras, combinando entrenamientos de fútbol con actividades de desarrollo personal y académico.
- **Servicios:** Entrenamientos personalizados, clínicas de fútbol, y programas de becas para jugadoras talentosas.
- **Precios:** Similar a Gol Star, las tarifas dependen del programa elegido, con una membresía mensual promedio de COP 180,000.



Imagen 2

MATRIZ DOFA



Nota. El análisis DOFA presentado en este trabajo es de autoridad propia, basado en la investigación y el desarrollo del proyecto "Fem Gold".



ANÁLISIS DE LAS FALENCIAS

- **Tasa Interna de Oportunidad (TIO) Alta:** La TIO del 39% puede ser un desafío, ya que representa una ganancia mínima esperada alta, lo que podría dificultar la obtención de financiamiento o la atracción de inversores.
- **Recursos Financieros Limitados:** La necesidad de un margen para imprevistos y el factor diferencial específico de "Fem Gold" pueden requerir una gestión financiera rigurosa y eficiente.
- **Infraestructura y Equipamiento:** La falta de instalaciones deportivas propias o adecuadas puede limitar la capacidad de ofrecer entrenamientos de alta calidad y atraer a nuevas jugadoras.
- **Visibilidad y Reconocimiento:** Al ser un club nuevo, "Fem Gold" puede enfrentar dificultades para establecerse y ganar reconocimiento en un mercado competitivo.
- **Retención de Talento:** La competencia con clubes bien establecidos puede dificultar la retención de jugadoras talentosas que podrían ser atraídas por mejores ofertas o instalaciones.

PROPUESTA REFERENTE A LAS NECESIDADES DEL PÚBLICO

- **Programas Personalizados:** Ofrecer programas de entrenamiento personalizados que combinan el desarrollo deportivo con talleres de empoderamiento y liderazgo, adaptados a las necesidades individuales de las jugadoras.
- **Eventos y Competencias:** Organizar eventos y competencias regulares para aumentar la visibilidad del club y atraer a nuevas jugadoras y patrocinadores.



- **Alianzas Estratégicas:** Establecer alianzas con entidades privadas y públicas para obtener apoyo financiero y logístico, y mejorar las instalaciones y recursos disponibles.
- **Marketing y Promoción:** Implementar estrategias de marketing y promoción para aumentar el reconocimiento del club, utilizando redes sociales, medios locales y campañas publicitarias.
- **Programas de Retención:** Desarrollar programas de retención de talento que incluyan incentivos, oportunidades de desarrollo profesional y un ambiente de apoyo y colaboración.

MODELO DE NEGOCIOS

- **Segmento de Clientes:** Mujeres y niñas de 6 a 16 años interesadas en el fútbol y en el desarrollo personal a través del deporte.
- **Propuesta de Valor:** Ofrecer un ambiente inclusivo y de apoyo donde las jugadoras puedan alcanzar su máximo potencial, tanto dentro como fuera del campo de juego, a través de programas de entrenamiento de alta calidad y talleres de desarrollo personal.
- **Canales:** Utilizar redes sociales, sitio web, eventos locales y alianzas con escuelas y comunidades para llegar a las jugadoras y sus familias.
- **Relación con los Clientes:** Fomentar una relación cercana y de apoyo con las jugadoras y sus familias, ofreciendo comunicación constante, retroalimentación y eventos comunitarios.
- **Fuentes de Ingresos:** Cuotas de membresía, patrocinadores, eventos y competencias, venta de merchandising y subvenciones.



- **Recursos Clave:** Entrenadores profesionales, instalaciones deportivas, equipo de marketing y promoción, alianzas estratégicas.
- **Actividades Clave:** Entrenamientos, talleres de desarrollo personal, organización de eventos y competencias, marketing y promoción.
- **Socios Clave:** Entidades privadas y públicas, patrocinadores, escuelas y comunidades locales.
- **Estructura de Costos:** Sueldos de entrenadores, mantenimiento de instalaciones, marketing y promoción, organización de eventos y competencias.

CAPÍTULO I: PROPUESTA DE VALOR

Minodo (2024) describe la propuesta de valor (PV) como una declaración que resalta los beneficios específicos que un grupo de clientes valora, lo cual influye en su elección de un producto o servicio sobre otros disponibles en el mercado.

En Fem Gol, se ofrece un entrenamiento deportivo integral que abarca desde la formación básica y la iniciación deportiva hasta el perfeccionamiento, todo adaptado a las necesidades individuales de cada persona. El club organiza un macrociclo anual para cada categoría y, mensualmente, diseña planes específicos que responden a estas necesidades. Con precios competitivos, se ofrecen actividades predeportivas que implementan estrategias de otros deportes para estimular diversas habilidades físicas. Además, se realizan salidas de entrenamiento una vez al mes diferentes al fútbol, como subir Monserrate, nadar o entrenar en salas de musculación, entre otras. Como club, se planea implementar actividades



adicionales como establecer convenios con colegios para descubrir nuevos talentos y atraer más usuarios. También se organizan campamentos deportivos interclubes con el objetivo de mejorar el rendimiento de los deportistas, contando con características como:

Propuesta De Valor: Funcional: Talleres exclusivos de empoderamiento para aquellas jugadoras que deseen mejorar su autoestima, habilidades de liderazgo y pensamiento estratégico.

Tipo de Propuesta de Valor:

Funcional:

Formación específica y única para cada categoría en base a objetivos que requieren su edad y características. Los entrenadores visualizan semanalmente el progreso en los entrenamientos para que, a lo largo de su formación, los deportistas logren entrar a los grandes clubes. Fem Gol estructura sus entrenamientos en base a un macrociclo que abarca todos los aspectos planificados para el club, incluyendo el desarrollo técnico, táctico y físico. Las cargas de trabajo se ajustan mensualmente de manera personalizada para optimizar el rendimiento individual de cada jugadora. Como complemento, el club ofrece un plan de clases especializadas según la posición de juego, con un proceso similar de seguimiento y mejora continua. Fem Gol cuenta con entrenadores profesionales formados en el área, que tienen experiencia en el deporte. Esto reduce el riesgo de lesiones por falta de conocimiento. Además, se utilizarán herramientas adicionales como el cuestionario de wellness, lo cual permite tener beneficios en cuanto a la competencia debido al personal



calificado y entrenamientos estructurados. Las jugadoras disfrutarán de numerosos beneficios al participar en el fútbol. Mejorarán su estado físico general, aumentando su capacidad para correr largas distancias, su flexibilidad y habilidades coordinativas. Además, incrementarán su masa muscular gracias a entrenamientos específicos que incluirán ejercicios con peso adicional. También desarrollarán su capacidad mental, permitiéndoles tomar decisiones más acertadas durante los partidos y mejorar su visión del juego, ayudándoles a pensar y reaccionar más rápidamente en el campo. En resumen, el fútbol no solo fortalecerá su cuerpo, sino también su mente, preparándolas para enfrentar cualquier desafío tanto dentro como fuera del campo.

CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

“La segmentación de mercado es una estrategia que sirve para agrupar a los usuarios con base en comportamientos, características y perfiles homogéneos, para ofrecer productos o servicios que cumplan esas particularidades”. (Universidad de Guadalajara, 2020, P.2).

La mejor opción de segmentación de mercado para Fem Gol es la “**Segmentación Demográfica**” esta elección se justifica por varias razones:

Claridad y Enfoque: Permite identificar claramente al grupo objetivo, que en este caso son niñas y adolescentes mujeres de entre 6 y 16 años. Esta claridad facilita la creación de estrategias de marketing y comunicación más efectivas.



Adaptación de Programas: Facilita la adaptación de los programas de entrenamiento y actividades a las necesidades específicas de diferentes grupos etarios y niveles educativos, asegurando que cada participante reciba el apoyo adecuado para su desarrollo.

Acceso a Recursos: Al conocer el nivel socioeconómico de las participantes (estratos dos y tres), es posible ajustar las tarifas y buscar subvenciones o apoyos que faciliten el acceso al programa, garantizando la inclusión y participación de todas las interesadas.

Relevancia del Contexto Local: Ayuda a comprender mejor el contexto local, como la diversidad cultural y social en áreas como Kennedy y el parque Timiza, lo cual es fundamental para construir una comunidad inclusiva y próspera.

El parque Timiza es un punto de referencia importante en la comunidad, ofreciendo instalaciones deportivas y recreativas que facilitan la práctica del fútbol y otras actividades físicas. La proximidad a este parque permite a las jugadoras acceder fácilmente a los entrenamientos y eventos del club, fomentando una mayor participación y compromiso. La localidad de Kennedy, una de las más grandes y pobladas de Bogotá, ofrece una rica mezcla cultural y social. Al incluir tanto a jóvenes de nacionalidad colombiana como a extranjeras, “Fem Gol” promueve la integración y el intercambio cultural, enriqueciendo la experiencia de todas las participantes. Esta diversidad también refleja el carácter inclusivo del club, que busca ser un espacio donde todas las niñas y adolescentes, independientemente de su origen, puedan desarrollarse y prosperar. Además, la ubicación estratégica en Kennedy facilita la colaboración con escuelas, organizaciones comunitarias y otras entidades locales, creando una red de apoyo que beneficia tanto a las jugadoras como



a la comunidad en general. Esta conexión con el entorno local es fundamental para el éxito y la sostenibilidad del club, ya que permite una mayor visibilidad y reconocimiento en la zona.

Geográfica: Jóvenes y niñas que residen en las cercanías del parque Timiza o en la localidad de Kennedy, específicamente en la dirección Cl. 40h Sur #72r. Esta área es conocida por su diversidad y dinamismo, lo que la convierte en un lugar ideal para el desarrollo de un club deportivo inclusivo y accesible.

El parque Timiza es un punto de referencia importante en la comunidad, ofreciendo instalaciones deportivas y recreativas que facilitan la práctica del fútbol y otras actividades físicas. La proximidad a este parque permite a las jugadoras acceder fácilmente a los entrenamientos y eventos del club, fomentando una mayor participación y compromiso.

La localidad de Kennedy, una de las más grandes y pobladas de Bogotá, ofrece una rica mezcla cultural y social. Al incluir tanto a jóvenes de nacionalidad colombiana como a extranjeras, “Fem Gold” promueve la integración y el intercambio cultural, enriqueciendo la experiencia de todas las participantes. Esta diversidad también refleja el carácter inclusivo del club, que busca ser un espacio donde todas las niñas y adolescentes, independientemente de su origen, puedan desarrollarse y prosperar.

Además, la ubicación estratégica en Kennedy facilita la colaboración con escuelas, organizaciones comunitarias y otras entidades locales, creando una red de apoyo que



Psicográfica: En el ámbito psicográfico, “Fem Gold” se dirige a niñas y adolescentes que tienen una pasión por el fútbol y un fuerte deseo de mejorar sus habilidades en este deporte. Estas jóvenes no solo buscan desarrollar sus capacidades técnicas y tácticas en el fútbol, sino que también están interesadas en mejorar sus habilidades de trabajo en equipo, empatía y disciplina. Son chicas que valoran el crecimiento personal y social a través del deporte y están motivadas por la oportunidad de formar parte de un equipo que comparte sus intereses y valores.

Conductual: Desde una perspectiva conductual, las chicas que forman parte de “Fem Gold” suelen llevar un estilo de vida saludable y participan regularmente en actividades físicas. Están motivadas por el deseo de aprender y aplicar prácticas que promuevan una vida sana. Estas jóvenes buscan activamente oportunidades para desarrollar y mantener hábitos saludables, tanto físicos como mentales. Además, están interesadas en programas que les permitan crecer no solo como deportistas, sino también como individuos, fomentando una mentalidad de mejora continua y superación personal.



PERFIL DEL CONSUMIDOR

Nuestro mercado estará cuidadosamente segmentado para atender mejor a nuestros usuarios. Clasificaremos a los miembros en diferentes categorías basadas en su edad, lo que nos permitirá ofrecer servicios y experiencias más personalizadas. Utilizaremos plataformas multilaterales para gestionar estas categorías de manera eficiente. En las categorías destinadas a los más jóvenes, la dinámica será particular: la madre será la principal cliente, encargada de tomar decisiones y gestionar la cuenta, mientras que la hija será la usuaria directa de los servicios ofrecidos. Este enfoque nos permitirá satisfacer las necesidades y expectativas tanto de los padres como de los niños, asegurando una experiencia integral y satisfactoria para ambos.

En Bogotá D.C, más específicamente en la localidad de Kennedy se identificó la población infantil. según la alcaldía mayor de bogotá, Distrito capital (2019) “Kennedy es la segunda localidad que alberga el mayor número de personas en la ciudad, gracias a esto tiene la segunda mayor población en edad escolar de Bogotá, con aproximadamente 233.979 niños entre los 3 y 16 años” (p.6). Teniendo en cuenta estos datos Fem Gold como club recibirá un máximo de 22 jugadoras por categoría con el fin de ofrecer un servicio de calidad, las categorías con las que se contarán son 2018, 2016, 2014, 2012, 2010, 2008.



CAPÍTULO III: CANALES

Mendoza y Elías (2015) indican que estos elementos son esenciales para dar a conocer un bien o servicio al mercado o al cliente.

FEM GOL MANEJA LOS SIGUIENTES TIPOS DE CANALES:

Canal directo:

Página Web Oficial: Fem Gold contará con un sitio web oficial con su logotipo distintivo. Esta página centralizará toda la información relevante sobre los servicios, noticias, eventos y todo lo relacionado con la comunidad.

FASES DE LOS CANALES

- **Percepción:** La página web ofrecerá servicios, información, inscripciones, venta de uniformes y horarios de entrenamiento de manera directa.
- **Evaluación:** Formulario de sugerencias en la página web para recibir feedback.
- **Compra o Medios de Pago:** Consignaciones por Daviplata, Nequi, Bancolombia y pagos en efectivo en la sede del club.
- **Entrega:** El servicio se ofrecerá en el parque Timiza de Kennedy con horarios de entrenamiento específicos y requisitos de vestimenta adecuada.
- **Posventa Adicionales:** Venta de implementos adicionales como chaquetas, uniformes, sudaderas, lycras, canilleras, paquetes de bandas de resistencia y bloqueador.



CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

“La relación con clientes en la administración deportiva se refiere a la gestión y mantenimiento de interacciones positivas y duraderas con los aficionados, socios y patrocinadores del club. Esta relación es crucial para fidelizar a los clientes existentes y atraer nuevos seguidores, asegurando así el crecimiento y la sostenibilidad del club” (Mahmoud, 2017).

El tipo de relación con los clientes en “Fem Gold” se basa en la comunidad y la fidelización. El objetivo es construir una comunidad sólida y leal, ofreciendo beneficios tangibles y un enfoque personalizado que fomenta la fidelización y el crecimiento continuo del club. Para atraer nuevos clientes, se distribuirán volantes en los sectores cercanos, invitando a una convocatoria gratuita para todas las categorías femeninas durante un fin de semana de cada mes. Además, se ofrecerá una primera clase de cortesía, donde las jugadoras podrán experimentar el entrenamiento, interactuar con otras jugadoras y conocer a los entrenadores.

Para fidelizar a las clientas, se fomenta la adherencia al deporte mediante el conocimiento de las posiciones, fundamentos básicos del fútbol y encuentros amistosos cada fin de semana. Las usuarias recomendarán la escuela, ayudando a que más mujeres se unan a Fem Gold lo cual le daremos un beneficio para las jugadoras que traigan a una amiga o conocida que esté interesada en estar en la escuela se les descontará un porcentaje de la mensualidad y en un uniforme, también se aplica un descuento si hay dos o más hermanas inscritas.



Para estimular las ventas, se ofrecerán descuentos del 10% en los artículos de posventa del club, como lo en el uniforme en licras o canilleras. Además, durante los entrenamientos, se pedirá a las jugadoras que traigan una fruta o un bocadillo para fomentar los hábitos de nutrición e hidratación.

El entrenador para llevar la asistencia lo va hacer al final de cada clase tomando nombres y apellidos de cada jugadora y lo va reportar en un grupo que se tendrá en general para la asistencia, cada grupo va estar conformado de 22 niñas es decir cada entrenador máximo sólo podrá tener 22 niñas.

CAPÍTULO V: INGRESOS

En 2010, **CENSEA** Consultorio contable y financiero indica que los recursos:

Que obtiene la empresa al explotar su objeto social, ya sea que estos se realicen a crédito o de contado. Están representados por las ventas de mercancías o la prestación de servicios con el ánimo de obtener una ganancia. (p.3)

COMPETENCIA ACTUAL

Además de “Fem Gold”, se identificaron otros clubes con características similares en Bogotá:



Club Deportivo Gol Star:

- o Descripción: Gol Star es uno de los clubes de fútbol femenino más reconocidos en Bogotá. Ofrecen programas de formación para diferentes edades y niveles de habilidad, desde principiantes hasta jugadoras avanzadas.
- o Servicios: Entrenamientos técnicos y tácticos, participación en torneos locales y nacionales, y programas de desarrollo personal.
- o Precios: Las tarifas varían según el nivel y la frecuencia de los entrenamientos, pero una membresía mensual puede costar alrededor de COP 200,000.

Club Deportivo Future Soccer:

- o Descripción: Future Soccer se enfoca en el desarrollo integral de las jugadoras, combinando entrenamientos de fútbol con actividades de desarrollo personal y académico.
- o Servicios: Entrenamientos personalizados, clínicas de fútbol, y programas de becas para jugadoras talentosas.
- o Precios: Similar a Gol Star, las tarifas dependen del programa elegido, con una membresía mensual promedio de COP 180,000.



VENTA DE ACTIVOS

“Fem Gold” ofrecerá uniformes del club que servirán como identificación y promoverán una identidad cohesiva. Los uniformes deberán adquirirse en el mes de inscripción al club, con un costo de COP \$60,000. Este valor se determinó mediante un proceso en dos fases: primero, se realizó un análisis de la competencia y posteriormente, se llevó a cabo un análisis de costos.

PRIMAS DE SUSCRIPCIÓN

Se ofrecerá una matrícula que los clientes pagarán al inscribirse, permitiéndoles asistir a los entrenamientos durante un mes.

INGRESOS RECURRENTE

Los ingresos recurrentes provendrán de las cuotas mensuales que los clientes deberán pagar regularmente mes a mes.

PRECIOS FIJOS

Se maneja un precio fijo de mensualidad de COP 90,000 para todos los meses.

TABLA 1

Plan de ventas

DESCRIPCIÓN	Precio	PLAN DE VENTAS											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Mensualidad	\$90.000	47	47	47	53	59	65	65	69	75	80	90	80
Uniformes	\$60.000	47	0	0	6	6	6	0	4	6	5	10	0
Total servicios		94	47	47	59	65	71	65	73	81	85	100	80
Ingresos del primer año	\$150.000	\$7.050.000	\$4.230.000	\$4.230.000	\$5.130.000	\$5.670.000	\$6.210.000	\$5.850.000	\$6.450.000	\$7.110.000	\$7.500.000	\$8.700.000	\$7.200.000



Nota. El plan de ventas comienza en diciembre de 2024 con pre-suscripciones y continúa en enero del 2025 con las suscripciones, alcanzando un total de 47 deportistas al iniciar el año. Durante el primer trimestre, se proyecta mantener las suscripciones gracias a las actividades de marketing y al éxito inicial y posicionamiento del club. Se proyecta un incremento trimestral en las suscripciones, con un aumento de 18 deportistas de marzo a junio, representando un incremento del 38,2% respecto a enero.

En esta etapa, se buscará mantener a los clientes actuales y continuar con diversas estrategias para aumentar los suscriptores. De junio a septiembre, se proyecta un incremento de 10 deportistas, lo que representa un aumento del 59,6% respecto a enero.

Para noviembre, el mes con más suscripciones vendidas, se espera alcanzar 90 deportistas debido a la alta demanda de la temporada de fin de año escolar, con campañas especiales para finalizar el año con un alto número de suscriptores.

Las fuentes de ingreso incluyen el servicio de suscripción, con un costo de COP \$90,000, y la venta de uniformes a COP \$60,000. Esto permitirá generar un ingreso de COP \$7,050,000 en el primer mes del año y COP \$7,200,000 en diciembre.

TABLA 2

Ingresos Promedio Mensual 2025

PROMEDIO DE INGRESOS DE UN MES			
Producto/Servicio	Precio	Ventas	Ingresos
Mensualidad futbol	\$90.000	65	\$5.827.500
Uniformes	\$60.000	8	\$450.000
	Total ingresos		\$6.277.500



Nota. Podemos observar que el promedio de ventas del servicio es de 61 deportistas y para la venta de uniformes es de 6,66, para así tener un promedio de ingresos al mes de COP 6.277.500.

Tabla 3

Total de ingresos año 2025

Total de ingresos primer año			
Producto/Servicio	Precio	Ventas	Ingresos
Mensualidad futbol	\$90.000	777	\$69.930.000
Uniformes	\$60.000	90	\$5.400.000
	Total ingresos		\$75.330.000

Nota. Los ingresos proyectados para todo el año 2025 es de 737 mensualidades vendidas y para los uniformes un total de 80, para así tener un ingreso total de COP \$75.330.000

Tabla 4

Tabla de egresos año 2025

PLAN DE COSTOS													
DESCRIPCIÓN	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Costos fijos	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$1.584.417	\$19.013.004
Costos Variables	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$1.860.000	\$22.320.000
Egresos primer año	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$3.444.417	\$41.333.004

Nota. El total de egresos proyectados para 2025 está dividido en dos categorías: costos fijos y costos variables. Los costos fijos, que incluyen el arriendo de cancha, depreciación de activos, salario del administrador y presupuesto para marketing, ascienden a un total mensual de COP \$1.584.417. Por otro lado, los costos variables, que comprenden la



documentación, sueldos de los entrenadores y dotación de uniformes, generan un gasto mensual de COP \$1.860.000. Para el fin del año, se estiman gastos fijos de COP \$19.013.004 y costos variables de COP \$22.320.000, sumando así un total de COP \$41.333.004 en egresos para 2025.

CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Para Itaú (2024) “Son los agentes con los que necesitas trabajar para desarrollar el negocio: inversores, proveedores, alianzas comerciales, o una autorización por parte de algún órgano de la Administración Pública.”

1. Tienda de Ropa Deportiva: Sportline

- Descripción: Sportline, una destacada tienda deportiva en Colombia, será la encargada de suministrar ropa y accesorios deportivos.
- Beneficios para Sportline: Incremento en las ventas y mayor visibilidad de sus productos.



- Beneficios para “Fem Gold”: Acceso a una amplia variedad de productos deportivos de alta calidad a precios competitivos.
- Modelo: Relaciones de comprador-suplidor y Adquisición de recursos y actividades particulares.



2. Clubes Femeninos: Future Soccer Fem, Gol Star, Fortaleza, Funsodeportes Femenino.

- Descripción: Colaboración con clubes femeninos afiliados a la liga de fútbol de Bogotá.
- Beneficios para los Clubes: Participación en partidos amistosos y mejor conocimiento de la competencia.
- Beneficios para “Fem Gold”: Mejora en la preparación de las jugadoras a través de partidos amistosos, aumentando su rendimiento y experiencia en situaciones de juego real.
- Modelo: Competencia y optimización y economía de escala.



3. Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD)

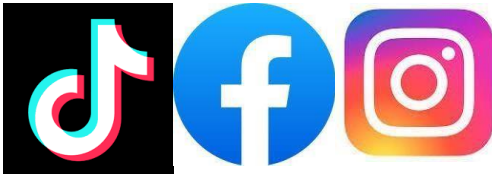
- Descripción: Alquiler de instalaciones deportivas para entrenamientos y partidos.
- Beneficios para el IDRD: Generación de ingresos por el alquiler de sus instalaciones.
- Beneficios para “Fem Gold”: Acceso a escenarios deportivos en óptimas condiciones, con horarios específicos y algunos días de uso gratuito.
- Modelo: Relaciones de comprador-suplidor y Adquisición de recursos y actividades particulares.



4. Redes Sociales: Instagram, Facebook y TikTok

- Descripción: Utilización de plataformas de redes sociales para la promoción y publicidad del club.
- Beneficios para las Redes Sociales: Ingresos por publicidad.
- Beneficios para “Fem Gold”: Mayor visibilidad y alcance, atrayendo más atención y demanda sin necesidad de una base inicial de seguidores.
- Modelo: Asociación de tráfico y optimización y economía de escala.





5. Empresa de Transporte: Transrubio SAS

- Descripción: Transrubio SAS, una empresa de transporte especializada en Bogotá, proporcionará servicios de transporte para el club.
- Beneficios para Transrubio SAS: Ingresos por el servicio de transporte.
- Beneficios para “Fem Gold”: Transporte seguro y eficiente para las deportistas, asegurando su puntualidad y comodidad en los traslados a partidos y torneos.
- Modelo: Alianza entre empresas no competidoras y reducción de riesgo e incertidumbre.



6. Empresa de Seguros: La empresa de Equidad Seguros será nuestra aliada para la póliza del club.

- Descripción: Provisión de seguros para las deportistas.
- Beneficios para Protección de Riesgos: Venta de pólizas de seguro.



- Beneficios para “Fem Gold”: Garantía de seguridad y calidad en el servicio, protegiendo a las deportistas durante todos los campeonatos afiliados a la liga de fútbol de Bogotá.
- Modelo: Alianza entre empresas no competidoras y reducción de riesgo e incertidumbre.



Una aseguradora cooperativa con sentido social

TABLA 5

Asociaciones claves



Nombre de la Empresa	¿Qué gana esa empresa?	¿Qué ganamos nosotros?
Sportline	Incremento en ventas y visibilidad de productos.	Acceso a productos deportivos de alta calidad.
IDRD	Generación de ingresos por el alquiler de instalaciones.	Escenarios deportivos en óptimas condiciones.
Clubes Deportivos	Participación en partidos amistosos.	Mejora en la preparación de las jugadoras.
Transrubio SAS	Ingresos por el servicio de transporte.	Transporte seguro y eficiente.



Equidad	Venta de pólizas de seguro.	Seguridad y calidad del
Seguros		servicio.

Nota. Las asociaciones clave son esenciales para el éxito y funcionamiento de “Fem Gold”. Estas alianzas no sólo complementan los recursos necesarios, sino que también aportan un valor añadido tanto para el club como para sus socios.

CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES

Según Corredor (2023) los recursos claves son “ los elementos más importantes requeridos para hacer funcionar el modelo de negocio. Los recursos clave pueden ser propios o alquilados por la empresa o adquiridos de socios estratégicos.”

En la tabla #6 se mencionan los tipos de recursos que seleccionamos, los cuales son recursos físicos.

TABLA 6

Recursos Físicos



RECURSOS FÍSICOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Cancha deportiva	1 Mes	120.000	1.100.000
Balones de fútbol	15	90.000	1.350.000
Aros	20	3.000	60.000
Platillos	40	2.000	80.000
Conos	30	5.000	150.000
Estacas	10	8.000	80.000
Vayas	10	11.000	110.000
Petos	22	11.000	242.000
Citas de demarcación	4	30.000	120.000
Arcos	6	35.000	210.000
Papelería	1.000	20.000	265.000
		TOTAL	\$3.767.000



Nota. Los implementos físicos que nuestra empresa requiere para iniciar nuestra formación deportiva del club, en la tabla podemos evidenciar la cantidad necesaria y el valor por unidad dando un total de COP\$3.767.000.

TABLA 7

Recursos intelectuales

Recursos intelectuales	Documentación
Registro de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> ● Verificación del nombre en el RUES ● Registro como persona natural ● Clasificación según actividad económica CIU 9312 (actividades de clubes deportivos) ● Creación de estatutos ● Pre inscripción en el Rut (NIT) ● Inscripción Runt ● Cuenta bancaria (Rut-Dian) ● Presentar el Rut ante la cámara de comercio
Aval del IDRD para reconocimiento Deportivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Tras la presentación de esta documentación, el tiempo de respuesta es de 40 días hábiles.



- Petición para obtener el reconocimiento deportivo dirigida a la oficina asesora jurídica del IDRD.
- Acta original o copia de la asamblea de constitución del club deportivo (según el artículo 3, numeral 1, resolución 922 de 2021 del IDRD).
- Acta original o copia de la reunión del órgano de administración del club deportivo, donde se asignan los cargos y se nombra al tercer miembro de la comisión disciplinaria.
- Certificación de los miembros del órgano de administración, cumpliendo con los requisitos de formación establecidos en el artículo 25 del decreto ley 1228 de 1995 y demás normativas vigentes.
- Fotocopia legible del documento de identidad del presidente del club deportivo.
- Formulario único de reconocimiento deportivo (Furd) completado sin modificaciones, en la versión vigente proporcionada por el IDRD, sin tachaduras ni enmendaduras.
- Copias de las tarjetas profesionales de los revisores fiscales. Si los estatutos del club establecen un órgano de control a través de revisoría fiscal, se debe presentar la tarjeta profesional de contadores públicos y el certificado de vigencia de la matrícula profesional.
- Plan de desarrollo deportivo del club, original o copia.
- Estatuto aprobado por la asamblea, original o copia (según el artículo 3, numeral 8, resolución 922 de 2021 del IDRD).



Nota. Para obtener el reconocimiento deportivo, es esencial cumplir con todos los requisitos documentales y normativos establecidos. La documentación debe ser presentada de manera completa y sin modificaciones, siguiendo las directrices del IDR. D.

TABLA 8

Recursos Humanos

Cargo	Perfil	Salario Mensual
Entrenador categoría 2010-2008	Entrenador deportivo o carrera a fines	\$640.000
Entrenador Categoría 2012-2014	Entrenador deportivo o carrera a fines	\$640.000
Entrenador Categoría 2016-2018	Entrenador deportivo o carrera a fines	\$640.000
Administrador	Profesional en carrera a fin	\$700.000
Marketing	N/A	\$700.000
	Total	COP \$3.320.000



Nota. La empresa contará con cuatro cargos fijos y un presupuesto destinado para publicidad. Los tres entrenadores se encargarán de la formación deportiva de las niñas en las siguientes categorías: 2008 y 2010, 2012 y 2014, y 2016 y 2018. El administrador gestionará el alquiler de pistas, el pago de mensualidades y la venta de uniformes y artículos deportivos. Para el área de marketing, aunque no se cuenta con una persona fija, se destinarán COP \$700.000 mensuales para publicidad, teniendo así un total de COP \$3.320.000 mensuales.

TABLA 9

Recursos económicos	Total
Físicos	COP \$3.767.000
Intelectuales	COP \$100.000
Recursos Humano	COP \$3.320.000
Total	COP \$7.096.000
Imprevistos 15%	COP \$1.064.400
Total	COP\$ 8.160.400

Nota. Los recursos económicos suman un total COP \$7.096.000, considerando los recursos físicos, intelectuales y humanos. Mensualmente, se reserva el 15%, es decir, COP



\$1.064.400, para cualquier tipo de imprevisto. Así, el presupuesto total para el funcionamiento del primer es COP \$8.160.400.

CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Alonso, (2024) indica que “Las actividades clave no son sólo los productos o servicios que desarrolla tu empresa, sino todas aquellas tareas imprescindibles y básicas para que todo funcione.”

1. Desarrollo de Programas de Entrenamiento:

Diseño de Rutinas: Crear rutinas de entrenamiento personalizadas para cada categoría de edad, asegurando que se adapten a las necesidades y habilidades de las jugadoras.

Evaluación de Rendimiento: Implementar evaluaciones periódicas para medir el progreso de las jugadoras y ajustar los programas de entrenamiento en consecuencia.

Entrenamiento Técnico y Táctico: Focalizar en el desarrollo de habilidades técnicas (control del balón, pases, tiros) y tácticas (posicionamiento, estrategias de juego).



2. Gestión de Competencias y Torneos:

Organización de Partidos Amistosos: Programar partidos amistosos con otros clubes para fomentar la competencia y el espíritu deportivo.

Participación en Torneos Locales y Nacionales: Inscribir al club en torneos relevantes para aumentar la visibilidad y experiencia competitiva de las jugadoras.

Desarrollo Personal y Profesional:

Talleres de Desarrollo Personal: Ofrecer talleres sobre liderazgo, trabajo en equipo y manejo del estrés para fortalecer las habilidades personales de las jugadoras.

Capacitación Continua del Personal: Proveer oportunidades de formación y desarrollo profesional para entrenadores y personal administrativo.

4. Marketing y Promoción:



Campañas Publicitarias: Desarrollar campañas de marketing para atraer nuevas jugadoras y patrocinadores.

Presencia en Redes Sociales: Mantener una presencia activa en redes sociales para interactuar con la comunidad y promover las actividades del club.

5. Gestión Administrativa:

Manejo de Finanzas: Supervisar el presupuesto del club, incluyendo ingresos, gastos y reservas para imprevistos.

Gestión de Recursos Humanos: Coordinar la contratación, formación y evaluación del personal del club.

Solución de Problemas

1. Identificación de Problemas:

Monitoreo Continuo: Implementar un sistema de monitoreo continuo para identificar problemas en las operaciones del club, ya sea en el entrenamiento, administración o relaciones con los clientes.

Feedback de Jugadoras y Padres: Recoger regularmente feedback de las jugadoras y sus padres para detectar áreas de mejora.



2. Análisis y Diagnóstico:

Análisis de Causas: Realizar un análisis detallado para identificar las causas raíz de los problemas detectados.

Evaluación de Impacto: Evaluar el impacto de los problemas en el funcionamiento del club y en el bienestar de las jugadoras.

3. Implementación de Soluciones:

Desarrollo de Estrategias: Desarrollar estrategias específicas para abordar los problemas identificados, asegurando que sean prácticas y efectivas.

Asignación de Recursos: Asignar los recursos necesarios (humanos, financieros, materiales) para implementar las soluciones.

4. Seguimiento y Evaluación:



Revisión Periódica: Realizar revisiones periódicas para evaluar la efectividad de las soluciones implementadas y hacer ajustes si es necesario.

Documentación de Lecciones Aprendidas: Documentar las lecciones aprendidas de cada problema y solución para mejorar continuamente los procesos del club.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

En 2023, Bled define la estructura de costos como:

Una herramienta que te permitirá detallar y organizar los gastos y costos asociados con la producción y la operación de tu negocio. Con esta herramienta podrás comprender y controlar los gastos relacionados con la fabricación de productos o la prestación de servicios. (p.1)

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Según Zuluaga y Mora (2022), nos indica que “La depreciación es un mecanismo contable que permite estimar la pérdida de valor de un activo debido a su uso y vida útil” (p.1)

La amortización no aplica.



Tabla 10*Depreciación de activos*

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS						
ACTIVO	PRECIO DE COMPRA	CANTIDAD	TOTAL	MESES A DEPRECIAR	COSTO MENSUAL	DIARIO
Balones	\$90.000	15	\$1.350.000	36	\$37.500	\$1.250
Aros	\$3.000	20	\$60.000	48	\$1.250	\$42
Platillos	\$2.000	40	\$80.000	48	\$1.667	\$56
Conos	\$5.000	30	\$150.000	48	\$3.125	\$104
Estacas	\$8.000	10	\$80.000	36	\$2.222	\$74
Vayas	\$11.000	10	\$110.000	36	\$3.056	\$102
Petos	\$11.000	22	\$242.000	18	\$13.444	\$448
Citas de demarcación	\$30.000	4	\$120.000	48	\$2.500	\$83
Arcos	\$35.000	6	\$210.000	48	\$4.375	\$146
Total			\$2.212.000	Total.Depre	\$64.417	\$2.147

Nota. Los activos indispensables para la empresa están detallados con su valor unitario y la cantidad necesaria, sumando un total de COP \$2.212.000. Estos activos tienen un límite de uso entre 18 y 48 meses, representando un costo mensual de COP \$64.417 y un costo diario de COP \$2.147.

COSTOS FIJOS

Para Lozano (2023), “Los costos fijos son aquellos gastos que no varían con la producción o venta de bienes o servicios” (p.13)



TABLA 11*Costos Fijos*

COSTOS FIJOS				
CENTRO DE COSTOS	PRECIO	CANTIDAD	COSTOS MENSUALES	COSTOS ANUALES
ARRIENDO CANCHA	\$120.000	1	\$120.000	\$1.440.000
DEPRECIACIÓN	\$64.417	1	\$69.000	\$828.000
ADMINISTRADOR	\$700.000	1	\$700.000	\$8.400.000
MARKETING	\$700.000	1	\$700.000	\$8.400.000
TOTAL COSTOS FIJOS			\$1.584.417	\$19.013.004

Nota. Los costos fijos que se establecieron son el arriendo de la cancha, Administrador, depreciación de activos y la inversión a marketing, todos estos dan un costo mensual de \$1.584.417 y de \$19.013.004 anuales.

COSTOS VARIABLES

Analizando los costos variables para Reyes, (2012) “Son aquellos costos que tienden a aumentar o disminuir en total, en proporción con los cambios en los niveles de actividad”

(P.8).



TABLA 12*Costos variables*

COSTOS VARIABLES				
Centro de costos	PRECIO	CANTIDAD	COSTOS MENSUALES	COSTOS ANUALES
Papelería	\$30.000	1	\$30.000	\$360.000
Entrenadores	\$600.000	3	\$1.800.000	\$21.600.000
Dotación de uniformes	\$10.000	3	\$30.000	\$360.000
TOTAL COSTOS FIJOS			\$1.860.000	\$22.320.000

Nota. Dentro de los Costos variables se establece la papelería, una parte de la nómina que

son 3 entrenadores y la dotación de uniformes para entrenadores para un total de

\$22.320.000 aproximados en el año.



TABLA 13*Costo variable unitario Mensual*

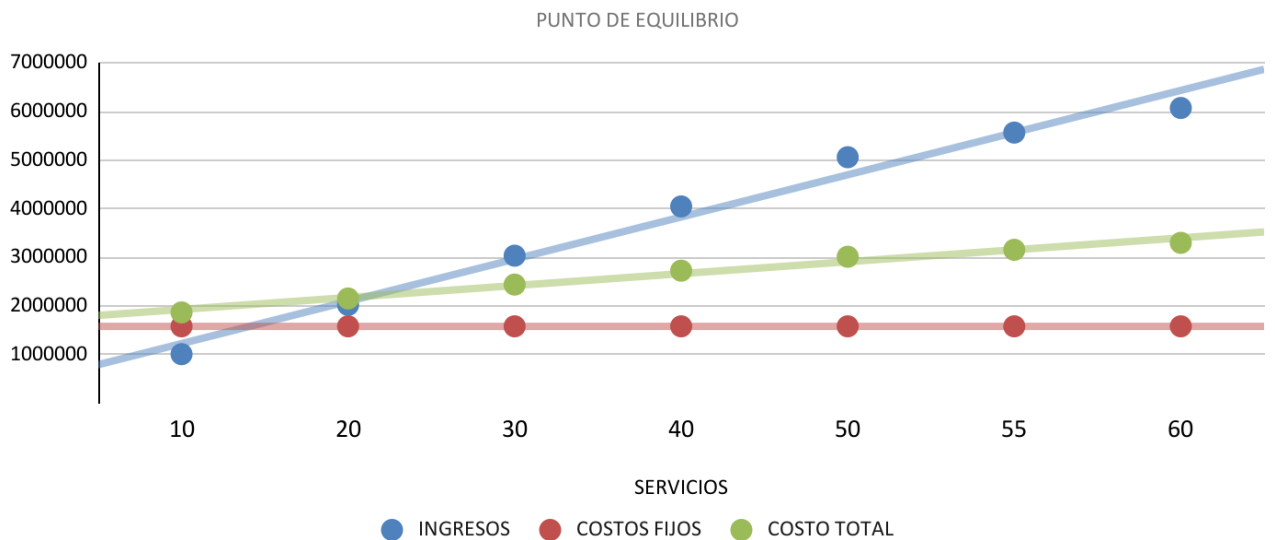
Costo variable unitario	\$28.615
--------------------------------	----------

Nota. El costo unitario mensual para la empresa es de \$28,615 este fue hallado al dividir el costo variable promedio mensual por el promedio de deportistas que son 62.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Según Peña (2019), El punto de equilibrio “es el nivel en los cuales los ingresos son cuantitativamente igual a los costos y los gastos, por lo que no existe utilidad lograda en el mismo, punto donde se comienzan a obtener utilidades y desaparecen las pérdidas o viceversa”(P.3).



FIGURA 1*Punto de equilibrio del club Fem Gold*

Nota. El punto de equilibrio para (Fem Gold) se alcanza con 22 ventas mensuales, es decir 22 deportistas, logrando un equilibrio mensual de COP \$2.208.619. Este punto se alcanza cuando la línea de ingresos cruza y supera levemente la línea de costos totales. Para determinar el punto de equilibrio, se resta el valor unitario del costo variable unitario y se divide el total de los costos por el resultado obtenido.



FIGURA 2*Punto de equilibrio en ventas*

Punto de Equilibrio=	Costos Fijos Totales			
	Precio Unitario - Costo Variable Unita			
PE=	\$1.584.417			
	\$101.250	\$28.615		
PE=	21,81	Personas		22 Personas

Nota. Como se observa en la figura, el punto de equilibrio en ventas es de 22 suscripciones.

Este punto se determinó restando el costo variable unitario (COP \$28,615) del valor unitario (COP \$101,250) y dividiendo los costos fijos totales (COP \$1,584,417) por el resultado de dicha resta.



FIGURA 3*Punto de equilibrio en Valor*

Valor de Equilibrio=		Punto de Equilibrio * Precio Unitario		
PE=	21,8	\$101.250		
VE=	\$ 2.208.619	Pesos		
SERVICIOS	INGRESOS	COSTOS FIJOS	OSTOS VARIABLE	COSTO TOTAL
0	\$0	\$1.584.417	\$0	\$1.584.417
10	\$1.012.500	\$1.584.417	\$286.154	\$1.870.571
20	\$2.025.000	\$1.584.417	\$572.308	\$2.156.725
30	\$3.037.500	\$1.584.417	\$858.462	\$2.442.879
40	\$4.050.000	\$1.584.417	\$1.144.615	\$2.729.032
50	\$5.062.500	\$1.584.417	\$1.430.769	\$3.015.186
55	\$5.568.750	\$1.584.417	\$1.573.846	\$3.158.263
60	\$6.075.000	\$1.584.417	\$1.716.923	\$3.301.340

Nota. El punto de equilibrio del valor se obtiene multiplicando el punto de equilibrio mensual de 22 suscripciones por el valor unitario mensual \$101.250. dando así un valor de equilibrio de \$2.208.619

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Según Nava (2009), "el análisis financiero es fundamental para evaluar la situación y el desempeño económico y financiero real de una empresa, detectar dificultades y aplicar correctivos adecuados para solventarlas"



INVERSIÓN INICIAL

Fem Gold tendrá una inversión inicial de COP \$8.483.626 que es la suma de costos fijos, costos variables y la depreciación de activos, más un 15% de valor agregado para imprevistos.

INFLACIÓN

Para obtener un dato más preciso, se utilizó como referencia el porcentaje de inflación del 2023, que es del 9,28%, según el Departamento Nacional de Planeación.

TASA DE INTERÉS

Se toma 9,28% de inflación del 2023 más 5% , para un 14,28% de crecimiento en ventas anuales y crecimiento de egresos un 11,28%, para así tener el flujo de ingresos, flujo de egresos y el efectivo neto de los tres primeros años.

Para determinar el flujo de ingresos, se tomó el ingreso mensual y se multiplicó por 12, obteniendo así el ingreso del primer año. Para el segundo año, se añadió el crecimiento en ventas y el incremento de egresos, y se aplicó el mismo procedimiento para el tercer año, resultando en un total de COP \$286.893.006.



El flujo de egresos se calculó de manera similar: se multiplicó el ingreso mensual por 12 para obtener el valor del primer año. Para el segundo año, se usó como referencia el ingreso del primer año, añadiendo la inflación y el crecimiento de egresos. Este mismo método se aplicó al tercer año, alcanzando un total de COP \$152.720.855. El flujo de efectivo neto se obtiene restando los flujos de ingresos y de egresos de cada año, resultando en un flujo efectivo neto total de COP \$134.172.151 para los tres años.

FIGURA 4

Flujo de ingresos, egresos y efectivo neto

Flujo de Ingresos		Flujo de Egresos		Flujo de Efectivo Neto	
Año	Valor	Año	Valor	Año	Valor
1	\$ 75.330.000	1	\$ 41.333.004	1	\$ 33.996.996
2	\$ 94.076.009	2	\$ 50.263.737	2	\$ 43.812.272
3	\$ 117.486.997	3	\$ 61.124.114	3	\$ 56.362.883
Total	\$ 286.893.006	Total	\$ 152.720.855	Total	\$ 134.172.151

VALOR PRESENTE NETO (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) se calcula sumando los flujos de ingresos de los próximos tres años y los flujos de egresos del mismo período, obteniendo así el flujo efectivo neto de cada año: 2025 (COP \$33.996.996), 2026 (COP \$43.812.272) y 2027 (COP \$56.362.883), más el porcentaje del Tio, descontando la inversión inicial de COP \$8.484.626. De esta manera, se obtienen los flujos de caja futuros al valor presente. Para “Fem Gold”, el VPN es:



$$\text{VPN} = \text{COP } \$59.636.555$$

Esto indica que, con los flujos de caja proyectados en el primer y la tasa de descuento utilizada, la inversión inicial se recupera completamente en el primer año.

TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD (TIO)

Para Fem Gold la tasa interna de oportunidad (TIO) es del 39%, que representa la ganancia mínima esperada. Este porcentaje se determina mediante una investigación sobre las tasas de interés que los bancos ofrecen para préstamos de libre inversión anual. Promediando las tasas de diferentes bancos, se obtiene un resultado del 29%. A esta tasa, se le agrega un 10% adicional, considerando dos factores: el margen para imprevistos y el factor diferencial específico de "Fem Gold".

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) para Fem Gold es de 423,55% en tres años, lo que indica que anualmente va ser de 141,18% indicando un 102,18% más de ganancias por encima de la Tio (39%), con esto identificamos que la Tir es viable en cuanto la recuperación de gastos invertidos y las ganancias recuperadas en un periodo de 3 meses.

$$\text{TIR} = 423,55\% \text{ Tres años}$$

$$\text{TIR} = 141,18\% \text{ Un año}$$



Esto significa que la inversión genera un retorno anual del 141,18%, lo cual es superior a la TIO de 39%.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial a partir de los flujos de caja netos. Para “Fem Gold”, el PRI es:

$$\text{PRI} = 3 \text{ \textbackslash, Meses}$$

FIGURA 5

Valor VPN, TIO, TIR y PRI

		TIR			VNA=VPN=	\$59.636.555		
Formulación de Datos VPN		-\$ 8.484.626		PRI		TERCER año		PRIMER año
f1=	\$ 33.996.996	\$ 33.996.996	año1	\$ 33.996.996	TIR=	423,55%		141,18%
f2=	\$ 43.812.272	\$ 43.812.272	año2	\$ 77.809.268				
f3=	\$ 56.362.883	\$ 56.362.883	año3	\$ 134.172.151	PRI=	\$ 33.996.996	Inv0 ≥ PRI	
n=	3 años		Inv0=	\$ 8.484.626		\$ 2.833.083	(Inv0 ≥ PRI)/#meses	
TiO=	39%				PRI=	2,994838309	MESES	3 Meses
Inv0=	\$ 8.484.626							

Esto significa que la inversión inicial se recupera en el noveno mes del primer año.

Resumen de los Cálculos

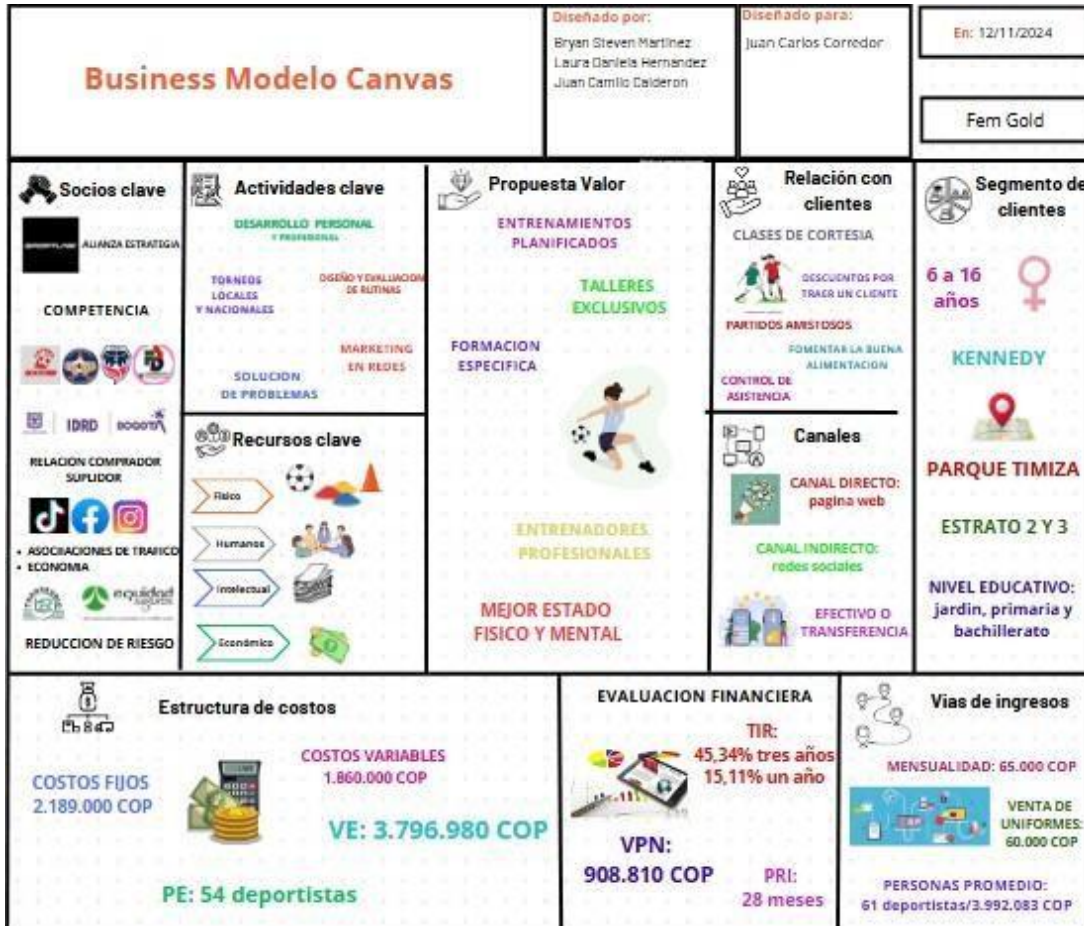
- Valor Presente Neto (VPN): COP \$59.636.55
- Tasa Interna de Oportunidad (TIO): 39%
- Tasa Interna de Retorno (TIR): 423,55% en tres años
- Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI): 3 meses



LIENZO DE MODELO CANVA

FIGURA 6

Lienzo Canva (fem gold)



REFERENCIAS

Alcaldía mayor de Bogotá, distrito capital. (2019). Ficha de Estadística Básica de Inversión Local EBI-L, 1-70.

http://www.kennedy.gov.co/sites/kennedy.gov.co/files/planeacion/ficha_ebi_1360.pdf

Alonso, M. (2024). Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué sirve y cómo hacerlo con ejemplos?.

Asana. <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>

Barrera, F; y Garcia, A. (2016). Mejorar las capacidades condicionales de los jugadores del club deportivo puma's categoría sub16, a través de trabajos de fuerza y velocidad. *Revista digital: Actividad Física y Deporte (Bogotá)*, 2 (2), 33-46.

<https://revistas.udca.edu.co/index.php/rdafd/article/view/343>

Barffusón, R; y Figueroa, L. (2012). Responsabilidad Y Compromiso Social: Desafíos Educativos En Una Sociedad Global-Local, *Académicos de la universidad veracruzana*, 1-12. <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/97849>

Beld. (2023). Estructura de costos y gastos de una empresa. Plantilla descargable. Beld.

<https://bold.co/academia/educacion-financiera/estructura-de-costos-y-gastos-de-una-empresa-plantilla-descargable>

Corredor, J. (2023). Emprendimiento e innovación en la facultad de cultura física, deporte y recreación, *Ediciones Usta*, 7-66.

<https://ediciones.usta.edu.co/index.php/publicaciones/ciencias-medicas-y-de->



[salud/emprendimiento-e-innovaci%C3%B3n-en-la-facultad-de-cultura-f%C3%ADsica,-deporte-y-recreaci%C3%B3n-detail](#)

FIFA. (2023). *Copa Mundial Femenina de la FIFA Australia/Nueva Zelanda 2023™*.
<https://www.fifa.com/es/tournaments/womens/womensworldcup/australia-new-zealand2023>

Francisco, S. (2013). Ética del deporte: La propuesta sustancialista de Lumpkin, Stoll y Beller, desde el procedimentalismo ético, *Universidad de Valencia (España)*, 1(29), 33-57.
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732013000200002>

Moncada, G; Murcia, D; y Naranjo, N. (2011). Deporte Formativo Como Herramienta De Construcción Y Afianzamiento Del Valor Del Respeto En Los Jugadores De La Categoría Iniciación De Las Escuelas De Formación Deportiva. *Universidad libre de colombia*, 1-51.
<https://hdl.handle.net/10901/5991>

Lucero, M. (2016). Psicología del Deporte: Intervención Grupal a un Centro Integral de Tenis de Alto Rendimiento, *Universidad Siglo 21*, 1-116.
https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/12093/TFG_Maria_Pia_Lucero.pdf?sequence=1

Lozano, G. (2023), El punto de equilibrio y su importancia en la rentabilidad empresarial. *Universidad técnica de Machala*, 1-22.
https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/20880/1/E-13157_COELLO%20LOZANO%20KEVIN%20GEOVANNY.pdf



Minondo, A. (2024), Propuesta de Valor, *UNED*, 1-11.

<file:///C:/Users/ivond/Downloads/Documento.pdf>

Mahmoud, M. (2017). El fútbol femenino en los clubes deportivos de la ciudad de Barcelona: un análisis de su gestión [Tesis doctoral, Universitat de Barcelona]. Dialnet. [El fútbol femenino en los clubes deportivos de la ciudad de Barcelona: un análisis de su gestión - Dialnet \(unirioja.es\)](#)

Nava, R; y Marbelys, A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606-628.

<https://www.redalyc.org/pdf/290/29012059009.pdf>

Peña, M. (2019), Cálculo del punto de equilibrio, herramienta para la toma de decisiones. *Revista observatorio de la economía latinoamericana*, 1-9.

https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/toma-decisiones-bandec.html#google_vi

Reyes, Y. (2012). Clasificación de costos. *Universidad pontificia catolica de valparaiso*, 1-16.

<https://www.pucv.cl/uuaa/site/docs/20181123/20181123195708/apuntedocenteclasificaciondecostosyr.pdf>

Universidad Icesi. (2010). *Términos básicos de contabilidad*. Centro de Estudios en Economía y Finanzas.

<https://www.icesi.edu.co/centros/images/Centros/Censea/archivos/TERMINOS-BASICOS-CONTABILIDAD.pdf>

Universidad de Guadalajara, (2020). Segmentación de mercado, *Universidad de Guadalajara*, 1-13.



http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3432/1/Segmentaci%C3%B3n_mercado.PDF

Vargas, A. (2017). Investigación de mercados, *Fundación universitaria arandina*, 1(1), 1-74.

<https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Zuluaga, A; y Mora, V. (2022). La depreciación y su influencia en la información financiera. *Revista gora*, 1(14), 1-8.

<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/agora/article/view/1286>

