



RUSH ACADEMY LEGENDS

**TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS**

**Alan Baltazar Cespedes Arenas
Diego Alejandro Cordoba Barrera**

**Asesor:
Juan Carlos Corredor**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
Mayo 2025**



Contenido

INTRODUCCION	Error! Bookmark not defined.
NOMBRE	Error! Bookmark not defined.
LOGOTIPO.....	6
SLOGAN	7
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	8
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	Error! Bookmark not defined.
Competencia actual	11
CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR	16
Diferenciación de 'Rush Academy Legends' frente a la competencia	16
Propuestas innovadoras	19
Impacto en la Comunidad y Formación Integral de los Jugadores	20
Demanda del servicio	20
CAPÍTULO II: SEGMENTO DE MERCADO.....	21
Segmentación geográfica.....	21
Segmentación demográfica.....	22
Segmentación psicográfica	22
Segmentación conductual.....	23
Perfil de los Posibles Clientes	23
Análisis Socioeconómico de la Población Objetivo en Suba	25
Necesidades y Expectativas de los Clientes Potenciales.....	25
CAPÍTULO III: CANALES.....	25
Canal de Percepción	26
Canal de Evaluación	27
Canal de Compra	27
Canal de Entrega.....	27
Canal de Postventa	28
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES.....	28
Atención Personalizada y Gestión del Cliente	29
Implementación de un Sistema CRM:.....	29
Proceso de Onboarding y Seguimiento:.....	29



Fidelización y Creación de Comunidad	30
Programas de Fidelización:	30
Estrategias de Engagement Digital	30
Personalización de la Experiencia:	30
CAPÍTULO V: INGRESOS	32
Venta de activos	33
Documentación y Trámites Necesarios	40
Reconocimiento Deportivo por el IDR	41
CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVE	45
1. Diseño y Ejecución de Programas de Entrenamiento	45
2. Organización de Competencias y Torneos	46
3. Formación Integral de Jugadores y personal	46
4. Centro de negocio y proceso de formación deportiva en Rush Legends Academy	46
CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	48
COSTOS FIJOS	50
COSTOS VARIABLES	51
Punto de equilibrio	53
CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	55
VARIABLES ECONOMICAS	55
INVERSIÓN INICIAL	55
INFLACIÓN	56
TASA DE INTERÉS	56
VALOR PRESENTE NETO (VPN)	57
TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD (TIO)	58
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	59
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	60
LIENZO MODELO CANVA	60
REFERENCIAS	61



Introducción

El fútbol no solo es un deporte, sino una herramienta de transformación social que fomenta el desarrollo físico, mental y emocional de quienes lo practican. Según López (2021), la práctica del fútbol contribuye significativamente a la mejora de la coordinación motriz en niños y jóvenes. En este contexto nace Rush Academy Legends, una academia de fútbol dedicada a la formación de niños y jóvenes en Bogotá, con un enfoque integral que combina el entrenamiento deportivo de alto nivel con el desarrollo de valores esenciales para la vida.

Nuestra academia nace a partir de brindar a los jóvenes un espacio donde puedan potenciar su talento futbolístico, adquirir hábitos saludables y desarrollar habilidades clave para su futuro. Estudios recientes sugieren que los programas de entrenamiento deportivo bien estructurados pueden fortalecer la disciplina, la responsabilidad y la perseverancia en los jugadores (Martínez, 2018). Con un equipo de entrenadores capacitados y un modelo de enseñanza basado en metodologías modernas, buscamos que cada jugador alcance su mejor rendimiento y estado físico en la práctica del deporte. Además, el deporte es, sin duda, una poderosa herramienta que cultiva el trabajo en equipo y la superación personal, ambas cruciales en cualquier aspecto de la vida (García et al., 2018).



En Bogotá y sus alrededores, la oferta de academias deportivas es amplia, pero muchas se enfocan únicamente en el rendimiento competitivo, dejando de lado la formación integral de los jugadores. Rush Academy Legends busca diferenciarse al proporcionar una educación deportiva basada en los desarrollos deportivos que impliquen tanto el campo físico, mental y emocional de nuestros deportistas, asegurando que cada participante reciba una preparación completa, adaptada a sus necesidades y capacidades individuales. Según Pérez (2017), los enfoques que incluyen el bienestar emocional de los jugadores tienen un impacto positivo en su rendimiento y compromiso con el deporte.

Finalmente, considerando la creciente preocupación por el sedentarismo y las enfermedades crónicas en la población infantil y juvenil, iniciativas como la de nuestra academia son fundamentales para promover estilos de vida saludables. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020), la inactividad física es uno de los principales factores de riesgo para el desarrollo de enfermedades crónicas, lo que subraya la importancia de fomentar la actividad deportiva desde edades tempranas.

Nombre

El nombre de **“Rush Academy Legends”** representa una academia de fútbol enfocada en la formación integral de jóvenes atletas. Rush simboliza energía, velocidad y superación, Academy resalta su propósito educativo y Legends refleja la aspiración de



formar jugadores que dejen huella en el deporte y en la vida. Juntos, estos elementos transmiten un enfoque dinámico, disciplinado y orientado al desarrollo de talento y valores.

Por otro lado, cabe destacar que, en la cámara de comercio RUSH ACADEMY LEGENDS no está registrada, lo que se puede garantizar su disponibilidad legal para su debido uso en muestra actividades comerciales.

Logotipo

Figura 1

Logotipo



Este logotipo para Rush Academy Legends utiliza un enfoque minimalista con una paleta de colores en verde y blanco, lo que transmite energía, crecimiento y confianza, valores clave en el fútbol, el diseño presenta un balón de fútbol estilizado como elemento principal, asegurando una conexión clara con el deporte. La tipografía es moderna y en negrita, lo que refuerza el profesionalismo y la identidad de la academia.



Slogan

“Entrena como un campeón, juega como una leyenda” resume el espíritu de Rush Academy Legends, destacando la importancia del esfuerzo y la preparación para alcanzar la grandeza en el fútbol. Inspira a los jugadores a dar lo mejor de sí en cada entrenamiento y partido, con el objetivo de convertirse en verdaderas leyendas del deporte.

Misión

Rush Academy Legends tiene como propósito fundamental la formación integral de los jóvenes a través del fútbol, promoviendo el desarrollo de sus capacidades físicas, técnicas, cognitivas y emocionales mediante programas de entrenamiento de alta calidad, sustentados en metodologías pedagógicas innovadoras y el uso estratégico de tecnologías aplicadas al deporte. La academia se compromete con la transmisión de diversos valores como lo pueden ser: la disciplina, el respeto, el liderazgo y el trabajo en equipo. Garantizamos un entorno educativo inclusivo, que propicia la equidad y el acceso sin distinción de condición socioeconómica, fortaleciendo el desarrollo personal y social de cada deportista.

Visión



Para el año 2030, Rush Academy Legends será reconocida como una institución líder en formación deportiva integral en la ciudad de Bogotá y en el ámbito nacional, destacándose por su excelencia académica, su modelo educativo centrado en la persona, su impacto social y su capacidad para identificar y desarrollar el talento futbolístico de niños y jóvenes. Aspiramos a consolidarnos como referente en inclusión, liderazgo formativo y transformación social, contribuyendo a la construcción de una sociedad más justa a través del deporte, y a la formación de ciudadanos íntegros, críticos y comprometidos con su entorno.

Fundamentación humanista

En Rush Academy Legends, consideramos que el fútbol es un medio poderoso para la formación del ser humano en su totalidad. Desde una perspectiva humanista, el deporte no solo debe centrarse en el desarrollo de habilidades técnicas y tácticas, sino también en la consolidación de valores y principios éticos fundamentales. Según López-Walle et al. (2019), la práctica deportiva fomenta el autoconocimiento, la autodisciplina y el sentido de pertenencia, aspectos esenciales en el crecimiento personal de los jóvenes. Nuestra metodología prioriza el respeto, la solidaridad y el trabajo en equipo, brindando a cada jugador herramientas para afrontar desafíos tanto en el ámbito deportivo como en la vida cotidiana.

Además, el modelo educativo de Rush Academy Legends está basado en la pedagogía del aprendizaje significativo, donde cada sesión de entrenamiento es una oportunidad para reforzar la autoestima y la confianza de los jugadores. Investigaciones de Ramírez-Granizo et al. (2020) destacan que los entornos deportivos saludables y motivacionales reducen los niveles de estrés y ansiedad en niños y adolescentes,



promoviendo su bienestar mental. Por ello, implementamos estrategias de enseñanza en las que el diálogo, la empatía y la motivación intrínseca son pilares fundamentales. De esta manera, el deporte se convierte en una herramienta de inclusión social y desarrollo emocional, permitiendo que los jóvenes crezcan en un ambiente seguro y estimulante.

En el modelo humanista de Rush Academy Legends, los valores que lo sustentan son el respeto, la solidaridad, el trabajo en equipo, el autoconocimiento, la autodisciplina, la empatía, la motivación intrínseca, la equidad, la inclusión y el bienestar integral. Estos principios orientan cada proceso formativo, promoviendo una convivencia armónica, el fortalecimiento de la autoestima, la responsabilidad personal y el acceso igualitario al deporte. Además, reflejan la visión del fútbol como una herramienta educativa y social, que contribuye al desarrollo de personas íntegras, capaces de afrontar los desafíos de la vida con sentido ético y compromiso colectivo.

Finalmente, nuestra academia está comprometida con la equidad y la accesibilidad del deporte para todos los sectores de la sociedad. Estudios de Sánchez (2019) subrayan que las iniciativas deportivas con enfoque social generan un impacto positivo en comunidades vulnerables, reduciendo problemáticas como la deserción escolar y el riesgo de exclusión social. En este sentido, Rush Academy Legends desarrolla programas de becas y alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para garantizar que el talento deportivo y el deseo de aprender no estén limitados por factores económicos. Creemos que todos los niños y jóvenes, independientemente de su contexto socioeconómico, merecen la



oportunidad de recibir una formación integral que les permita alcanzar su máximo potencial.

Investigación de mercados

El estudio del mercado es fundamental para la viabilidad y el éxito de cualquier emprendimiento deportivo. Según Kotler y Keller (2016), la investigación de mercados permite conocer las necesidades, preferencias y comportamientos del público objetivo, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas y la optimización de recursos. En el caso de Rush Academy Legends, es esencial comprender la demanda existente por academias de fútbol en Bogotá, las expectativas de los clientes y el panorama competitivo en el sector deportivo infantil y juvenil.

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2021), Bogotá cuenta con más de 1.5 millones de niños y jóvenes entre 5 y 17 años, de los cuales el 45% residen en estratos 2 y 3. Esta población representa una gran oportunidad para el desarrollo de academias deportivas que ofrezcan formación accesible y de calidad. Además, estudios recientes indican que el 72% de los padres considera que la formación deportiva es un complemento esencial para la educación de sus hijos, priorizando academias que inculquen valores y fomenten el bienestar físico y emocional (López, 2021).

Por otro lado, el sedentarismo infantil ha aumentado en la última década. La Organización Mundial de la Salud (2020) estima que el 80% de los adolescentes en el mundo no cumplen con la cantidad mínima recomendada de actividad física, lo que incrementa el riesgo de enfermedades crónicas. Esto refuerza la necesidad de programas



deportivos que motiven a los niños y jóvenes a adoptar estilos de vida más activos y saludables.

En el ámbito competitivo, Bogotá cuenta con una amplia oferta de academias de fútbol, muchas de las cuales se enfocan exclusivamente en el alto rendimiento y la competencia profesional. Sin embargo, existe una creciente demanda por programas de formación integral que incluyan el desarrollo de habilidades técnicas, emocionales y sociales (Gómez & Castro, 2019). En este sentido, Rush Academy Legends se diferencia por su enfoque holístico, combinando el entrenamiento de calidad con estrategias pedagógicas innovadoras y el uso de tecnología para el análisis del rendimiento de los jugadores.

Competencia actual

Fortaleza CEIF (Centro de Entrenamiento Integrado para el Fútbol) es un club deportivo que, desde 2010, ha innovado en los esquemas tradicionales de formación deportiva. Su academia se enfoca en la formación integral de futbolistas, combinando entrenamiento físico, técnico y táctico, junto con el desarrollo de valores y habilidades mentales. Además, cuentan con un proyecto educativo que permite a los deportistas compaginar su formación académica y deportiva.

Servicios:

- **Entrenamientos regulares:** Sesiones programadas varias veces a la semana, adaptadas a diferentes categorías y edades.



- **Participación en torneos:** Oportunidad de competir en ligas locales y nacionales.
- **Programas vacacionales:** Campamentos y academias de verano para entrenamientos intensivos.
- **Entrenamientos personalizados:** Análisis individual y enfoque en el fortalecimiento de habilidades específicas.

Precios:

Para 2025, los costos de matrícula y mensualidades son los siguientes:

- **Matrícula para jugadores antiguos:** \$500.000 COP (pronto pago hasta el 16 de febrero de 2025) o \$550.000 COP (a partir del 1 de febrero de 2025). Incluye membresía, póliza de seguros, acceso a la app y entrada de cortesía a todos los partidos de la Liga BetPlay 2025.
- **Matrícula para jugadores nuevos:** \$660.000 COP (pronto pago hasta el 16 de febrero de 2025) o \$710.000 COP (a partir del 1 de febrero de 2025). Incluye lo anterior más el uniforme completo.
- **Mensualidad para todas las categorías masculinas:** \$330.000 COP. Incluye 3-4 entrenamientos a la semana y participación en competencias.
- **Mensualidad para categorías 2013 y menores:** \$250.000 COP. Incluye 2 entrenamientos los fines de semana y participación en competencias.



El **Club Deportivo La Gaitana**, fundado el 16 de julio de 1983, es una institución emblemática en Bogotá dedicada a la formación y proyección de futbolistas jóvenes. Con más de cuatro décadas de trayectoria, ha sido cuna de talentos destacados como Radamel Falcao García. Actualmente, el club participa en la Liga de Fútbol de Bogotá, el Torneo Nacional de Fútbol y otros campeonatos locales, consolidándose como un referente en el fútbol aficionado de la capital colombiana.

Servicios:

- **Escuela de formación:** Programas dirigidos a niños y jóvenes de diversas edades, enfocados en el desarrollo técnico, táctico y físico.
- **Participación en torneos:** Oportunidad de competir en ligas locales y nacionales, permitiendo a los jugadores medir su progreso y ganar experiencia en competencias oficiales.
- **Eventos y campeonatos:** Organización de torneos como el "Mundial Infantil de Fútbol La Gaitana", que reúne a equipos de diferentes regiones y promueve la integración deportiva.

Sedes:

1. **Club Social y Deportivo Maracaná:** Ubicado en el kilómetro 3.5 de la vía Suba-Cota, frente a la escuela del DAS en la Conejera. Esta sede cuenta con múltiples canchas de fútbol y espacios adecuados para el entrenamiento y la competencia.



2. **Finca Sede Maracaná Tenjo:** Situada en la vía Siberia-Tenjo, kilómetro 4. Este complejo deportivo abarca 10,000 metros cuadrados y dispone de cinco canchas reglamentarias, zona de vestuarios, área de concentración para jugadores, restaurante y amplios parqueaderos.

Precios:

La información específica sobre matrículas y mensualidades no se encuentra disponible en las fuentes consultadas. Se recomienda contactar directamente al club para obtener detalles actualizados sobre costos y planes de pago.

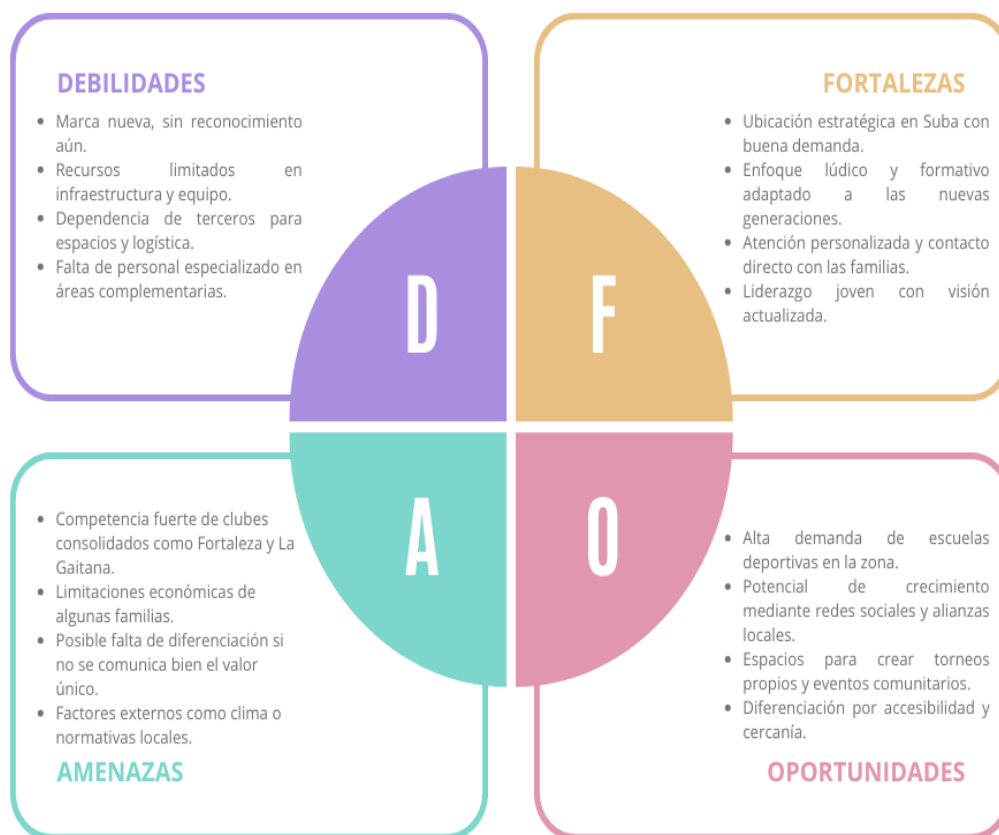
Contacto:

- **Teléfonos:** (601) 685-7561, (601) 685-7560, (311) 447-7450.
- **Dirección:** Kilómetro 3.5 vía Suba-Cota, frente a la escuela del DAS, Bogotá D.C.
- **Redes sociales:** El club mantiene una presencia activa en plataformas como Facebook e Instagram, donde publican información sobre inscripciones, eventos y logros de sus categorías.

Figura 2

DOFA





Para validar nuestra propuesta de valor, se realizaron charlas con padres de familia y jóvenes interesados en academias deportivas sobre la incorporación de nuestra academia para tanteear que podríamos implementar. Aproximadamente el 68% de las personas con las que se charló sugirieron que se incorporen valores y metodologías de enseñanza moderna, mientras que el 55% destacó la importancia del uso de tecnología para el seguimiento del desempeño de los jugadores (Rodríguez & Fernández, 2020). Estos hallazgos refuerzan la viabilidad del modelo de Rush Academy Legends, ya que responde a una necesidad real del mercado y se posiciona como una alternativa diferenciada en el sector deportivo.



En síntesis, los resultados obtenidos permiten identificar que las principales necesidades del mercado en el ámbito de las academias deportivas se centran en la formación integral de los jóvenes, el uso de metodologías pedagógicas actualizadas y la incorporación de herramientas tecnológicas que optimicen el seguimiento del rendimiento. Rush Academy Legends se presenta como una solución efectiva a estas demandas, al ofrecer un modelo de negocio que integra valores humanistas, enseñanza significativa y recursos tecnológicos innovadores. De esta manera, no solo se responde a las expectativas de padres y jugadores, sino que se propone una alternativa transformadora y sostenible dentro del sector deportivo formativo.

CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

Diferenciación de 'Rush Academy Legends' frente a la competencia

En el ámbito financiero, la propuesta de valor se refiere a los beneficios concretos que una entidad ofrece a sus clientes, con el fin de atender sus necesidades específicas y destacar frente a otras instituciones (Osterwalder & Pigneur, 2010). La academia se destaca mediante la incorporación de metodologías de entrenamiento avanzadas y el uso de herramientas tecnológicas. Rodríguez y Fernández (2020) argumentan que las academias que aplican metodologías científicas de entrenamiento presentan una mayor tasa de éxito en la formación de jugadores competitivos.



En Bogotá existen diversas academias de fútbol, muchas de las cuales están orientadas exclusivamente al rendimiento competitivo. Sin embargo, esto deja de lado a un gran número de niños y jóvenes que desean desarrollar sus habilidades sin la presión de llegar a ser profesionales. Según Pérez (2017), las academias que incluyen programas de bienestar emocional y desarrollo personal tienen un impacto positivo en el compromiso y la permanencia de los jugadores. A diferencia de otras academias, Rush Academy Legends se enfocará en un modelo integral que combine el desarrollo deportivo con el bienestar psicológico, el aprendizaje de valores y el uso de tecnología para mejorar el rendimiento.

Dentro del modelo de negocio Canvas, la propuesta de valor se clasifica con base en el tipo de beneficio que la organización ofrece a sus clientes, así como en la manera en que resuelve sus necesidades, alivia sus frustraciones o genera beneficios concretos. Estas propuestas pueden estructurarse en varias categorías, dependiendo del enfoque estratégico adoptado.

En primer lugar, se encuentra la categoría de novedad, que se refiere a propuestas que introducen un producto o servicio completamente nuevo, inexistente en el mercado, y que responde a una necesidad aún no satisfecha. También se identifica la mejora del desempeño como una propuesta de valor común, la cual busca optimizar un producto o servicio ya existente en términos de calidad, eficiencia o funcionalidad.



La personalización es otra categoría relevante, especialmente en mercados donde las expectativas del cliente requieren una atención diferenciada. En este caso, el valor se genera al adaptar los servicios a las preferencias, características o comportamientos específicos de cada cliente. Por otro lado, algunas propuestas de valor se centran en realizar una función específica por el cliente, facilitando su vida diaria o sus procesos y permitiéndole delegar ciertas responsabilidades.

El diseño también puede ser un factor clave en la propuesta de valor, particularmente en sectores donde la estética o la usabilidad influyen significativamente en la decisión de compra. Asimismo, algunas organizaciones generan valor mediante el estatus o la marca, ofreciendo productos o servicios que permiten al cliente mejorar su imagen social o sentirse identificado con un grupo de pertenencia.

En términos económicos, existen propuestas que buscan generar valor a través del precio, al ofrecer soluciones más accesibles en comparación con las alternativas del mercado. También se consideran aquellas que permiten una reducción de costos o de riesgos, ya que facilitan al cliente evitar pérdidas, errores o imprevistos, ya sea financieros, operativos o físicos.

Finalmente, otras propuestas se centran en la accesibilidad, haciendo llegar sus servicios a segmentos tradicionalmente excluidos, o en la conveniencia y facilidad de uso, optimizando la experiencia del cliente mediante procesos más simples, rápidos o intuitivos.



Propuestas innovadoras

- **Tecnología de Video análisis:** Implementación de herramientas digitales para evaluar el desempeño de los jugadores (Gómez & Castro, 2019).
- **Uso de tecnología avanzada:** Implementaremos herramientas como el videoanálisis y dispositivos GPS para monitorear el rendimiento de los jugadores. Según Gómez & Castro (2019), la tecnología en el entrenamiento deportivo mejora la toma de decisiones tácticas y técnicas.
- **Metodologías científicas:** Aplicaremos programas de entrenamiento basados en evidencia científica, como lo recomienda Rodríguez & Fernández (2020), quienes sostienen que los enfoques científicos optimizan el desarrollo atlético.
- **Metodologías Avanzadas:** Programas de entrenamiento basados en estudios científicos y mejores prácticas internacionales (López, 2021).
- **Formación Integral:** Desarrollo físico, técnico y emocional de los jugadores con un enfoque educativo y social (Martínez, 2018).
- **Informes de rendimiento:** Seguimiento detallado de cada jugador, se evaluará sus habilidades y se podrá llevar un registro.

El tipo de propuesta es innovadora, las propuestas anteriores se puede desarrollar una formación distinta a las demás escuelas en el sector, ya que la tecnología de video análisis es una herramienta funcional para la corrección de errores, análisis de partidos previos e incluso análisis de partidos del rival a enfrentar, esto sumado a las metodologías



aplicadas por el club, que serán dirigidas por entrenadores con formación, experiencia y capacidad de dirigir el grupo, también implementamos un sistema de seguimiento individual que nos permite evaluar el progreso técnico, físico, táctico y actitudinal de cada jugador. A partir de estas evaluaciones periódicas, generamos informes personalizados que se entregan a los padres o acudientes, fortaleciendo la comunicación y permitiendo tomar decisiones enfocadas en el desarrollo integral del niño o joven.

Por esto que para los entrenadores que trabajen en el club tendrán que poseer la tarjeta de entrenador o el certificado de idoneidad. Teniendo en cuenta los puntos anteriores, se ha optado por que Rush Academy Legends tenga un costo de mensualidad de \$170.000.

Impacto en la Comunidad y Formación Integral de los Jugadores

Además de formar jugadores, 'Rush Academy Legends' busca generar un impacto positivo en la comunidad. Sánchez (2019) menciona que las academias de fútbol que incluyen programas de inclusión social y participación comunitaria logran un mayor reconocimiento y apoyo de la sociedad.

Demanda del servicio

El fútbol es el deporte más practicado en Colombia, con miles de niños y jóvenes buscando espacios adecuados para su desarrollo deportivo. Sin embargo, no todas las academias ofrecen una formación integral que incluya aspectos físicos, técnicos y emocionales. De acuerdo con García, Muñoz y Pérez (2018), muchos padres buscan



academias que no solo entrenen a sus hijos en el aspecto deportivo, sino que también promuevan valores como la disciplina, la perseverancia y el trabajo en equipo.

Además, el crecimiento del sedentarismo en niños y adolescentes hace que los padres valoren cada vez más actividades deportivas organizadas. Según la OMS (2020), el 80% de los adolescentes en el mundo no cumple con la cantidad mínima recomendada de actividad física, lo que incrementa el riesgo de enfermedades crónicas. Esto representa una oportunidad para Rush Academy Legends, ya que su enfoque no solo se basa en el alto rendimiento, sino también en la promoción de un estilo de vida saludable.

CAPÍTULO II: SEGMENTO DE MERCADO

En el sector financiero, el segmento de mercado se refiere a los distintos grupos de clientes que una entidad identifica y selecciona según sus características, necesidades y comportamientos, con el fin de ofrecer productos o servicios financieros más adecuados (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Segmentación geográfica

En la figura 3 se puede observar la segmentación geográfica donde se busca prestar el servicio de la escuela de fútbol “Rush Academy Legends”, en el Parque Fontanar del Rio, el cual es un centro de felicidad manejado por el IDRD.

Figura 3

Mapa parque Fontanar del Rio, Suba





Mapa zona Noroccidente de Bogotá, (2025), Google Maps

Segmentación demográfica

El público objetivo son niños y jóvenes entre 5 y 17 años, con interés en desarrollar sus habilidades futbolísticas en un entorno estructurado y formativo. Además, se consideran adultos jóvenes que desean mejorar su técnica a nivel recreativo.

Según el DANE (2021), el 45% de la población de Suba pertenece a los estratos 2 y 3, lo que implica que *Rush Academy Legends* debe ofrecer precios accesibles, paquetes de pago flexibles y opciones de becas deportivas.

Segmentación psicográfica

El perfil del cliente ideal no solo está determinado por su edad y ubicación, sino también por sus valores y aspiraciones. Los padres que buscan academias de fútbol para sus hijos suelen valorar aspectos como la disciplina, el compromiso y el trabajo en equipo. De acuerdo con García et al. (2018), la formación en valores es un factor determinante en la elección de una academia deportiva.



Segmentación conductual

La segmentación conductual se ha consolidado como una estrategia clave en el diseño de propuestas de valor más efectivas dentro del marketing deportivo, ya que permite comprender y clasificar a los consumidores según su relación real con el producto o servicio, considerando aspectos como la frecuencia de uso, los beneficios buscados o el nivel de lealtad hacia la marca. En el contexto de una escuela de formación como Rush Legends Academy, este tipo de segmentación facilita la identificación de distintos perfiles de usuarios, desde alumnos frecuentes, ocasionales o nuevos, hasta aquellos que asisten motivados por la formación profesional, la recreación o la socialización, lo que permite adaptar la oferta a sus expectativas y necesidades. Asimismo, al considerar variables como las actitudes hacia el entrenamiento o la participación en eventos específicos como clínicas vacacionales o torneos, se abre la posibilidad de implementar estrategias más eficaces de fidelización, comunicación y personalización. De esta forma, comprender los comportamientos reales de los usuarios no solo mejora la retención y la experiencia del cliente, sino que también contribuye al posicionamiento y crecimiento sostenido de la academia. En este sentido, Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021) destacan que comprender el comportamiento del consumidor es fundamental para diseñar ofertas pertinentes y generar ventajas competitivas sostenibles en mercados altamente dinámicos.

Perfil de los Posibles Clientes

El público objetivo de 'Rush Academy Legends' abarca niños y jóvenes entre 5 y 17 años, así como adultos interesados en mejorar sus habilidades deportivas. García et al. (2018) explican que los padres de familia buscan academias de fútbol que no solo desarrollen las habilidades deportivas de sus hijos, sino que también inculquen valores y



fomenten el trabajo en equipo. El perfil de los clientes de Rush Legends Academy puede describirse de forma segmentada y multilateral, integrando diversas dimensiones que permiten comprender con mayor profundidad sus características y necesidades. En el aspecto demográfico, el público objetivo está conformado por niños y adolescentes nacidos entre 2008 y 2016, cuyas edades oscilan entre los 9 y 17 años en el año 2025, ubicados en categorías formativas que van desde Sub-9 hasta Sub-17. En general, pertenecen a familias de clase media o media-alta de Bogotá, con capacidad económica y disposición para invertir en la formación deportiva de sus hijos.

Desde una perspectiva conductual, es posible identificar varios patrones de interacción con la academia. Por un lado, hay usuarios frecuentes que asisten de forma constante a entrenamientos y torneos, mostrando un alto nivel de compromiso; por otro, están los usuarios ocasionales, que participan de forma irregular debido a otras responsabilidades escolares o familiares, y también se encuentran los usuarios nuevos, quienes aún se encuentran en proceso de adaptación y decisión sobre su permanencia. Además, los beneficios buscados varían: algunos niños se orientan hacia el desarrollo profesional en el fútbol, mientras que otros encuentran en la academia un espacio de recreación o socialización, lo que exige enfoques diferenciados por parte del equipo técnico y administrativo.



Análisis Socioeconómico de la Población Objetivo en Suba

Suba es una de las localidades con mayor diversidad socioeconómica en Bogotá. Un informe del DANE (2021) indica que el 45% de la población de Suba pertenece a los estratos 2 y 3, lo que resalta la necesidad de academias accesibles con altos estándares de calidad. Esto sugiere que 'Rush Academy Legends' debe ofrecer planes de pago flexibles y becas deportivas.

Necesidades y Expectativas de los Clientes Potenciales

Los clientes esperan academias con entrenadores capacitados y metodologías modernas. Pérez (2017) señala que las familias valoran la implementación de tecnologías en el entrenamiento, como el video análisis, ya que permite un seguimiento detallado del progreso de los jugadores. Además, buscan entornos seguros y programas que fomenten valores como la disciplina y el liderazgo.

CAPÍTULO III: CANALES

Los canales de distribución y comunicación juegan un papel fundamental en la interacción entre una empresa y su público objetivo. Según Kotler y Keller (2016), los canales son los medios a través de los cuales una organización entrega valor a sus clientes, ya sea a través de puntos de contacto físicos o digitales. Estos canales no solo permiten la comercialización de productos y servicios, sino que también facilitan la creación de relaciones a largo plazo con los consumidores. En el contexto deportivo, la correcta



implementación de canales de distribución y comunicación es clave para maximizar el alcance y fidelización de los jugadores y sus familias (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Para garantizar una comunicación efectiva y un acceso adecuado a nuestros servicios, Rush Academy Legends implementará una estrategia multicanal que integre plataformas digitales, espacios físicos y alianzas estratégicas. Según Kotler y Keller (2016), la diversificación de canales permite optimizar la captación de clientes y mejorar la experiencia del usuario, fortaleciendo la relación con el público objetivo.

Fases de canal

Canal de Percepción

El canal de percepción tiene como objetivo aumentar la visibilidad y el reconocimiento de nuestra marca, así como generar interés en nuestros programas de formación deportiva. Utilizaremos redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok) y nuestra página web como los principales canales de información. A través de videos promocionales, publicaciones visuales e interactivas sobre nuestros entrenamientos y metodología, daremos a conocer los beneficios de formar parte de Rush Academy Legends. En nuestras redes sociales, reforzaremos nuestra imagen corporativa, presentando el logo, el eslogan "Entrena como un campeón, juega como una leyenda", y contenido relacionado con el desarrollo integral de nuestros jugadores. Este canal cumple con la función de dar a conocer nuestros servicios y crear una primera impresión positiva en los clientes potenciales.



Canal de Evaluación

El canal de evaluación permite a los clientes potenciales analizar la propuesta de valor de nuestra academia antes de inscribir a sus hijos. A través de nuestra página web, los usuarios podrán acceder a un enlace para leer reseñas sobre experiencias previas. Además, crearemos encuestas de satisfacción y habilitaremos enlaces para que los clientes califiquen nuestras actividades en plataformas como Google My Business y redes sociales. Estos comentarios y valoraciones ayudarán a los padres a evaluar la calidad de nuestra metodología de enseñanza y brindarles la confianza necesaria para tomar decisiones informadas. Este canal cumple con la función de facilitar la evaluación de nuestros servicios.

Canal de Compra

El canal de compra debe ser fácil de usar y seguro. Los clientes podrán reservar y pagar por las inscripciones a los programas deportivos de Rush Academy Legends a través de nuestra página web o plataformas de pago móvil (como PayPal, PSE, tarjetas de crédito/débito). Ofreceremos la opción de pago en línea en la web y también la posibilidad de reservar cupos por vía telefónica para aquellos que prefieran no hacer transacciones en línea. Este canal tiene como función facilitar el proceso de inscripción, permitiendo que los clientes adquieran nuestros servicios de manera rápida y eficiente.

Canal de Entrega

El canal de entrega es el medio a través del cual materializamos nuestra propuesta de valor: el entrenamiento deportivo de calidad. Nuestras sesiones se realizarán en escenarios deportivos adecuados y seguros en la localidad de Suba, Bogotá, con horarios



flexibles que permitan la participación de niños y jóvenes en distintos turnos. Los clientes recibirán información detallada sobre los horarios y ubicaciones de los entrenamientos a través de nuestra página web y redes sociales, garantizando así una comunicación clara y precisa.

Canal de Postventa

El canal de postventa es fundamental para mantener la relación con el cliente después de la inscripción y participación en nuestros programas. Al finalizar cada mes de entrenamiento, ofreceremos reportes personalizados del progreso de los jugadores, acompañados de fotos y videos de sus sesiones, lo cual les permitirá revivir la experiencia vivida y compartirla en sus redes sociales. Además, proporcionaremos un servicio de atención al cliente donde los padres podrán hacer consultas, expresar sugerencias y recibir asesoramiento sobre el desarrollo de sus hijos en la academia. Este canal cumple con la función de garantizar la satisfacción de los clientes y fortalecer su compromiso con la academia, lo cual es crucial para fomentar la lealtad a largo plazo.

Según Chaffey y Ellis-Chadwick (2019), la combinación de canales físicos y digitales es clave para mejorar la experiencia del usuario y aumentar la fidelización. Por ello, nuestra estrategia se enfocará en brindar accesibilidad, personalización y eficiencia en la comunicación con nuestros clientes.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Para una institución financiera, la conexión con sus clientes engloba las estrategias diseñadas para captar, fidelizar y apoyar a sus usuarios, buscando establecer un vínculo



sólido y a largo plazo que fomente la confianza y el beneficio recíproco. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Estrategias de Relación con Clientes

La gestión de la relación con clientes es un pilar para la sostenibilidad y el crecimiento de la academia. Las siguientes estrategias son recomendables:

Atención Personalizada y Gestión del Cliente:

Implementación de un Sistema CRM:

Utilizar herramientas digitales para almacenar y analizar la información de los clientes facilita la personalización de la comunicación. Esto permite realizar seguimientos individualizados, conocer el historial de cada estudiante y ofrecer recomendaciones o servicios adaptados a sus necesidades.

Proceso de Onboarding y Seguimiento:

Desde la inscripción hasta la participación en actividades y eventos, se debe garantizar un acompañamiento continuo. Esto puede incluir asesorías periódicas, encuestas de satisfacción y el envío de información relevante para cada etapa del cliente.



Fidelización y Creación de Comunidad

Programas de Fidelización:

Ofrecer descuentos, promociones, recompensas o acceso exclusivo a eventos para clientes recurrentes genera un sentido de pertenencia y motiva la recomendación boca a boca.

Estrategias de Engagement Digital

El uso intensivo de redes sociales para interactuar con los clientes (por ejemplo, a través de encuestas, concursos, transmisiones en vivo y foros de discusión) permite construir una comunidad en torno a la academia. La retroalimentación constante ayuda a ajustar la oferta de servicios y a reforzar la imagen de marca.

Personalización de la Experiencia:

La implementación de sesiones donde se busca adaptar a las condiciones de cada individuo, así como el seguimiento del progreso individual, son acciones que incrementan la satisfacción y la fidelización.

Chaffey y Ellis-Chadwick (2019) destacan la importancia de emplear canales digitales y analítica de datos para personalizar la comunicación, lo que se traduce en relaciones de largo plazo y en la mejora de la experiencia del cliente.

En el ámbito deportivo, Greenwell et al. (2019) evidencian que la interacción constante y la personalización de la experiencia son factores clave para la retención de clientes, ya que fomentan el compromiso y la lealtad en un entorno altamente competitivo.



De esta manera los clientes sentirán una confianza y seguridad que nace del acercamiento que hay entre el club y ellos, acompañado de los diferentes canales que se tendrán activos para resolver cualquier tipo de inquietud, por lo tanto, cuando el cliente se siente cómodo y bien recibido se obtendrá su fidelización que se reforzará con los demás ítems que tenemos para ofrecerle a ellos y a los deportistas.

Relación con los clientes en Rush Legends Academy

1. Asistencia personal

En Rush Legends Academy, ofrecemos asistencia personal a los padres y jugadores a través de nuestros entrenadores y equipo administrativo. Por ejemplo, los padres pueden recibir orientación directa sobre el progreso de sus hijos, horarios de entrenamiento o inscripciones. Esta atención personalizada facilita resolver dudas y crear confianza desde el primer contacto.

2. Asistencia dedicada

Para los jugadores más avanzados o con necesidades específicas, asignamos un entrenador dedicado que supervisa de manera constante su desarrollo técnico, físico y táctico. Este entrenador actúa como mentor exclusivo, ofreciendo seguimiento individualizado y planes de mejora personalizados, garantizando así un crecimiento óptimo para cada jugador.

3. Comunidades

Rush Legends Academy fomenta la creación de una comunidad sólida entre jugadores, padres y entrenadores. Organizamos grupos de comunicación digital (como



WhatsApp o redes sociales) y eventos presenciales, donde se comparte información, experiencias y motivación. Esta comunidad genera un ambiente de apoyo mutuo y pertenencia que fortalece el compromiso con la academia y el desarrollo de los jóvenes talentos.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Los ingresos representan los recursos económicos que una entidad o individuo obtiene a través de diversas actividades, como la venta de bienes o la prestación de servicios. Según Horngren, Datar y Rajan (2021), los ingresos se reconocen cuando se cumplen ciertos criterios contables, como la transferencia del control del bien o servicio al cliente. En este sentido, la contabilidad juega un papel fundamental en la medición y reconocimiento de los ingresos, asegurando que reflejen la realidad económica de la empresa y sean útiles para la toma de decisiones financieras.

Desde una perspectiva económica, los ingresos también pueden entenderse como la capacidad de generación de valor dentro de un mercado determinado. Según Ross, Westerfield y Jaffe (2022), los ingresos de una empresa están directamente relacionados con su estrategia de precios, volumen de ventas y demanda del consumidor. Es decir, factores como la elasticidad de la demanda y la competitividad del mercado influyen en la cantidad de ingresos que una empresa puede generar. Además, estos autores destacan que una gestión eficiente de los ingresos es clave para la rentabilidad y sostenibilidad financiera de cualquier organización.



Venta de activos

Rush Legends Academy el club proporcionará indumentarias que serán utilizados como un medio de caracterización para los deportistas y fortalecerán el sentido de pertenencia e identidad. La compra del uniforme será obligatoria desde la matrícula, esto tendrá un valor de \$100.000 pesos. Este precio se estableció a partir del análisis de la competencia y un estudio de costos de producción.

Primas de Suscripción

Los nuevos deportistas deberán pagar una matrícula inicial al inscribirse, lo que les dará acceso a los entrenamientos durante el primer mes.

Ingresos Recurrentes

Estarán basados en el pago mensual de los deportistas, quienes abonarán una cuota fija cada mes para continuar su proceso de formación en el club.

Precios Fijos

El valor fijo de **\$170.000** por mensualidad, este valor surge con el objetivo de ofrecer una opción accesible y competitiva en el mercado de academias deportivas, sin comprometer la calidad del servicio. Este valor fue definido a partir de un análisis de precios en academias similares de la localidad, buscando un equilibrio entre la sostenibilidad financiera del proyecto y la capacidad de pago de las familias interesadas. Además, mantener una tarifa constante durante el año brinda estabilidad económica a los



usuarios, facilita la planificación familiar y fortalece la confianza en la academia como una institución comprometida con la inclusión y la transparencia.

Tabla 1

Plan de ventas

Plan de ventas						
Descripción	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Mensualidad	\$170.000	22	34	39	42	48
Uniformes	\$100.000	22	12	5	3	6
Total		44	46	44	45	54
Ingresos 1 año	\$270.000	\$5.940.000	\$6.980.000	\$7.130.000	\$7.440.000	\$8.760.000
Plan de ventas						
Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
50	56	63	65	72	73	78
2	6	7	2	7	1	5
52	62	70	67	79	74	83
\$8.700.000	\$10.120.000	\$11.410.000	11.250.000	\$12.940.000	\$12.510.000	\$13.760.000

Las inscripciones definitivas se abrirán en enero de 2025, momento en el que aspiramos a tener 22 deportistas. Se espera una expansión constante a lo largo del primer trimestre, con la proyección de alcanzar 39 suscripciones en marzo, como resultado directo de nuestras efectivas estrategias de marketing y el fortalecimiento del posicionamiento de nuestro club. Para los siguientes 3 meses esperamos un aumento de 18 deportistas, alcanzando 50 suscriptores en junio, lo que significa un aumento del 127% comparando al



mes de enero. Durante esta etapa, se implementarán estrategias para retener a los clientes actuales y seguir aumentando el número de suscriptores. De junio a septiembre, el crecimiento será más estable, con un aumento de 13 deportistas, alcanzando 63 suscriptores en septiembre.

Para noviembre, el mes con el mayor número de suscripciones, proyectamos alcanzar 73 deportistas

Los ingresos se generan a través de un servicio de suscripción de \$170.000 y la adquisición de uniformes, valorada en \$100.000.

Tabla 2

Ingresos promedio año 2025

Promedio de ingresos de un mes			
Producto/Servicio	Precio	Ventas	Ingresos
Mensualidad	\$170.000	54	\$9.180.000
Uniformes	\$100.000	7	\$700.000
Total ingresos			\$9.880.000

Nota: El promedio de suscripciones mensuales en Rush Legends Academy es de 53,5 deportistas, mientras que la venta de uniformes mantiene un promedio de 6,5 unidades



por mes. Esto genera un ingreso mensual promedio de COP \$9,880,000,00 reflejando una estabilidad en la demanda de los servicios y productos del club.

CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones clave son alianzas estratégicas que una empresa establece para optimizar su modelo de negocio, minimizar riesgos y acceder a recursos esenciales (Osterwalder & Pigneur, 2010).

1. HS aptitud deportiva

- Descripción: HS aptitud deportiva, marca nacional de artículos y uniformes deportivos personalizados
 - Beneficios HS: Mayor visibilidad de la marca a través de la escuela
 - Beneficios Rush Academy: Acceso a productos deportivos de alta calidad a precios accesibles
 - Modelo: Relaciones de comprador-suplidor y Adquisición de recursos y actividades particulares



2. Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD)

- Descripción: Alquiler de instalaciones deportivas para entrenamientos



- Beneficios IDR: Generación de ingresos por el alquiler de sus instalaciones y promoción de espacios
- Beneficios Rush Academy: Acceso a escenarios deportivos
- Modelo: Relaciones de comprador-suplidor y Adquisición de recursos y actividades particulares.



3. JR7 Training

- Descripción: Agencia de entrenadores
- Beneficios JR7: Exhibición de la marca, alianzas deportivas
- Beneficios Rush Academy: Entrenadores capacitados, entrenamientos deportivos y personalizados, eventos deportivos
- Modelo: Relaciones de comprador-suplidor y Adquisición de recursos y actividades particulares.



4. Redes sociales



- Descripción: Uso de redes sociales como herramienta para promocionar y publicitar el club.
- Beneficios para las plataformas: Generación de ingresos a través de publicidad.
- Beneficios para Rush Academy: Aumento de visibilidad y alcance, permitiendo atraer más interés y demanda sin requerir una audiencia previa establecida.
- Modelo: Asociación basada en la optimización del tráfico y el aprovechamiento de economías de escala.



CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES

Los recursos clave en una academia de fútbol son aquellos elementos esenciales que permiten el desarrollo y sostenibilidad del proyecto, incluyendo el talento humano, la infraestructura, el material deportivo y las estrategias de marketing. Según Porter (2021), la correcta gestión de estos recursos influye directamente en la ventaja competitiva y el posicionamiento en el mercado. En este sentido, contar con entrenadores capacitados,



espacios adecuados para la práctica deportiva y una adecuada planificación financiera son factores determinantes para el éxito del club.

Tabla 3

Recursos Físicos y técnicos

Recurso	Cantidad	Valor unitario	Total
Cancha	1 mes	\$120.000	\$960.000
Balones	50	\$120.000	\$6.000.000
Aros	20	\$2.500	\$50.000
Platillos	500	\$4.000	\$2.000.000
Estacas	20	\$40.000	\$800.000
Conos	20	\$4.500	\$90.000
Vallas	10	\$40.000	\$400.000
Peto	60	\$15.000	\$900.000



Cintas	10	\$35.000	\$350.000
Arcos	8	\$400.000	\$3.200.000
Tulas	10	\$90.000	\$900.000
<hr/>			
Total			\$16.100.000
<hr/>			

Hemos detallado en la tabla los implementos físicos y técnicos clave para iniciar la formación deportiva del club, junto con su cantidad y costo unitario. El valor total de esta inversión es de COP \$16.100.000.

Recursos intelectuales

Para el adecuado funcionamiento y reconocimiento legal de Rush Legends Academy, es imprescindible gestionar una serie de documentos y registros que permitan su formalización y operación conforme a la normativa vigente.

Documentación y Trámites Necesarios

El proceso de registro y legalización del club requiere los siguientes pasos:

- Inscripción del club ante las entidades correspondientes.



- Comprobación de disponibilidad del nombre en el RUES.
- Registro bajo la categoría de persona natural.
- Asignación del código CIIU 9312, correspondiente a clubes deportivos.
- Elaboración y aprobación de los estatutos del club.
- Solicitud de preinscripción en el RUT (NIT).
- Registro en el RUNT, según requisitos establecidos.
- Apertura de una cuenta bancaria vinculada al RUT-DIAN.
- Presentación del RUT ante la Cámara de Comercio para su validación.

Reconocimiento Deportivo por el IDR

Para obtener el reconocimiento oficial, se debe presentar ante la oficina jurídica del IDR:



- Acta de constitución del club deportivo según la Resolución 922 de 2021.
- Acta del órgano de administración con la designación de cargos y la comisión disciplinaria.
- Certificación de los directivos, cumpliendo los requisitos del Decreto Ley 1228 de 1995.
- Documento de identidad del presidente del club (fotocopia legible).
- Formulario Único de Reconocimiento Deportivo (FURD) correctamente diligenciado.
- Tarjetas profesionales de revisores fiscales, si aplica.
- Plan de desarrollo deportivo del club.
- Copia de los estatutos aprobados por la asamblea

Tabla 4

Recursos talento humano



Costo nomina

Activo	Salario	Cantidad	Contrato	Costo mensual
Entrenador 2008-2010	\$650.000	1	Mensual	\$650.000
Entrenador 2011-2013	\$650.000	1	Mensual	\$650.000
Entrenador 2014-2016	\$650.000	1	Mensual	\$650.000
Administrador	\$1.600.000	1	Mensual	\$1.600.000
Contador	850.000	1	Mensual	850.000
Total costo nomina				\$4.400.000

El club contará con cinco puestos de trabajo fijos. Tres entrenadores supervisarán los grupos deportivos, cada uno asignado a una categoría de edad (2008-2010, 2011-2013 y 2014-2016). Un administrador manejará las operaciones, desde los pagos y el alquiler de canchas hasta la venta de equipos. Para marketing, se destinará un presupuesto mensual de



\$850.000 para publicidad, aunque no habrá personal específico. Los salarios mensuales totales ascienden a \$4.400.000.

Tabla 5

Recursos totales

Recursos económicos	Total
Físico y tecnico	\$16.100.000
Intelectual	\$100.000
Humanos	\$4.400.000
Total	\$20.600.000
Imprevistos (15%)	\$3.090.000
Total	\$23.690.000

Nota: Los recursos económicos destinados al funcionamiento de la academia ascienden a COP \$20.600.000, distribuidos en recursos físicos, intelectuales y humanos. Además, se ha contemplado un 15% adicional para imprevistos, lo que equivale a COP



\$3.090.000. Con esta reserva, el presupuesto total proyectado para la operación del club es de COP \$23.690.000.

CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave en la creación de empresas son acciones esenciales que una organización debe realizar para que su modelo de negocio funcione eficazmente (Osterwalder & Pigneur, 2011). El tipo de actividad es solución de problemas.

1. Diseño y Ejecución de sesiones de Entrenamiento

Planificación: Elaborar sesiones adaptadas a partir de la edad de los deportistas, de esta manera aprovechando las capacidades o fases sensibles.

Informes: Aplicar mediciones periódicas para analizar el progreso individual y colectivo, ajustando las metodologías de entrenamiento según sea necesario.

Entrenamiento: Se enfoca en los fundamentos como el dominio de la pelota, ejecución de pases y efectividad en remate, complementado con estrategias de posicionamiento y toma de decisiones en el juego.



2. Programación competitiva

Partidos amistosos: Organizar partidos contra otros equipos para fomentar la competencia y el desarrollo deportivo.

Torneos oficiales: Participar en campeonatos locales para ofrecer experiencia competitiva a los jugadores y dar más exposición a la academia.

3. Formación Integral de Jugadores y personal

Talleres de Crecimiento Personal: Impartir capacitaciones en liderazgo, trabajo en equipo y manejo de la presión para potenciar el desarrollo integral de las jugadoras.

Capacitación Continua del Cuerpo Técnico: Ofrecer espacios de formación y actualización para entrenadores y personal administrativo, asegurando metodologías innovadoras y una gestión eficiente en *Rush Academy Legends*.

4. Centro de negocio y proceso de formación deportiva en Rush Legends Academy

Rush Legends Academy se enfoca en la formación integral del joven futbolista, estructurando su desarrollo en tres etapas fundamentales: Iniciación, Fundamentación y Profesionalización. Este proceso está diseñado para responder a las necesidades específicas de maduración física, técnica, táctica y psicológica del jugador, garantizando un crecimiento sólido y continuo desde sus primeros pasos en el fútbol hasta su preparación para niveles competitivos avanzados.



5. Proceso de formación del deportista:

Fundamentación (9 a 13 años)

En esta fase, el jugador fortalece sus habilidades técnicas y comienza a comprender mejor el juego. Se consolidan técnicas específicas como el control, pase, tiro y dribbling, además de introducir conceptos tácticos básicos. También se desarrolla la condición física general y se fomenta la mentalidad deportiva y el trabajo en equipo.

Profesionalización (14 años en adelante)

Esta etapa está destinada a jugadores que buscan un desarrollo avanzado y competitivo. Incluye entrenamientos especializados que abordan técnica avanzada, táctica profunda, preparación física específica y trabajo psicológico para la gestión de la presión y el liderazgo. El objetivo es preparar a los jugadores para competir a altos niveles y maximizar su rendimiento.

Entrenamientos según la etapa:

Entrenamiento de Fundamentación:

Entrenamientos más estructurados que combinan técnica con pequeños partidos para aplicar lo aprendido. Se trabajan las habilidades básicas de forma repetida, se introduce el trabajo táctico y se promueve el sentido de equipo.

6. Entrenamiento de Profesionalización:



Sesiones intensas y especializadas que incluyen trabajo técnico individual, análisis táctico avanzado, preparación física específica y entrenamiento psicológico. Se utilizan análisis de video y simulaciones para preparar a los jugadores para el alto rendimiento.

Evaluación de las fases sensibles:

Para maximizar el desarrollo del deportista, Rush Legends Academy aprovecha las fases sensibles, que son momentos clave en el crecimiento neuromuscular, técnico y psicológico.

- Durante la fase de Fundamentación es fundamental consolidar las técnicas y comenzar a entender la táctica básica. Se aprovecha la madurez creciente para entrenar habilidades específicas y mejorar la condición física general.
- En la fase de Profesionalización se especializa al jugador en aspectos técnicos, tácticos, físicos y mentales, preparándolo para la competencia avanzada. Aquí la madurez permite trabajar elementos complejos como la gestión de la presión y el liderazgo

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos en una empresa comprende la identificación y gestión de los gastos asociados a la producción y operación, lo cual es esencial para la toma de decisiones estratégicas y la sostenibilidad financiera (Marín Lopera et al., 2022).



Tabla 6*Depreciación de activos*

Activo	Cantidad	Precio	Total
Balones	50	\$55.000	\$2.700.000
Aros	50	\$5 .000	\$250.000
Platillos	200	\$4.000	\$800.000
Estacas	20	\$20.000	\$400.000
Conos	20	\$4.500	\$90.000
Vallas	10	\$10.000	\$100.000
Petos	60	\$4.000	\$250.000
Cintas	10	\$15.000	\$150.000
Arcos	8	\$200.000	\$1.600.000
Tulas	10	\$20.000	\$200.000
Total			\$6.580.000



Nota. Los activos esenciales para el funcionamiento de la empresa han sido detallados junto con su cantidad, precio unitario y tiempo estimado de depreciación. En total, estos activos suman COP \$6.580.000, con una vida útil que varía entre 12 y 60 meses.

COSTOS FIJOS

Los costos fijos son aquellos gastos que no cambian con el nivel de producción o ventas, como el alquiler y los salarios administrativos (Mankiw, 2020).

Tabla 7

Costos fijos

Costos fijos			
Centro de costos	Precio	Cantidad	Mensual
Arriendo cancha	\$120.000	1	\$120.000
Depreciación	\$397.708	1	\$397.708
Administrativo	\$1.600.000	1	\$1.600.000
Contador	\$850.000	1	\$850.000
Total			\$2.967.708



Para garantizar su funcionamiento, el club incurre en costos fijos mensuales de \$2.967.708. Este monto comprende el arriendo de la cancha, el salario del administrador, la depreciación de los activos y la inversión en marketing.

COSTOS VARIABLES

Los costos variables son aquellos que cambian en proporción directa al nivel de producción o ventas, aumentando o disminuyendo según la cantidad de bienes o servicios generados (Garrison et al., 2021).

Tabla 8

Costos variables

Costos variables			
Centro de costos	Precio	Cantidad	Mensual
Papelería	\$20.000	1	\$20.000
Entrenadores	\$650.000	3	\$1.950.000



Dotación	\$200.000	3	\$600.000
Total			\$2.570.000

Mensualmente, el club incurre en \$2.570.000 en costos variables. Estos incluyen papelería, los salarios de los tres entrenadores y la uniformes para el equipo técnico. Es importante notar que estos gastos pueden ajustarse en función de la operación y el desarrollo del club.

Tabla 9

Costo variable unitario Mensual

Costo variable unitario mensual	
Promedio mensual costo variable	\$ 2.570.000
Promedio jugadores	54
Total	\$47.592



Hemos determinado que el costo variable unitario mensual es de COP \$47.592,59. Este se calcula dividiendo el costo variable mensual promedio por el número promedio de 54 jugadores. Este dato es crucial para una gestión financiera más precisa y una planificación de recursos optimizada dentro del club.

Tabla 10*Tabla de egresos año 2026*

Plan de egresos						
Descripción	Costos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	M
Costos fijos	\$2.967.708	1	1	1	1	1
Costos	\$42.131	44	46	44	45	5
Unitario						
Total	\$3.009.839	\$4.821.478	\$4.905.741	\$4.821.478	\$4.863.610	\$
Plan de ventas						
Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	D
	1	1	1	1	1	1
	62	70	67	79	74	8
1.158.528	\$5.579.839	\$5.916.888	\$5.790.495	\$6.296.069	\$6.085.413	\$

Punto de equilibrio

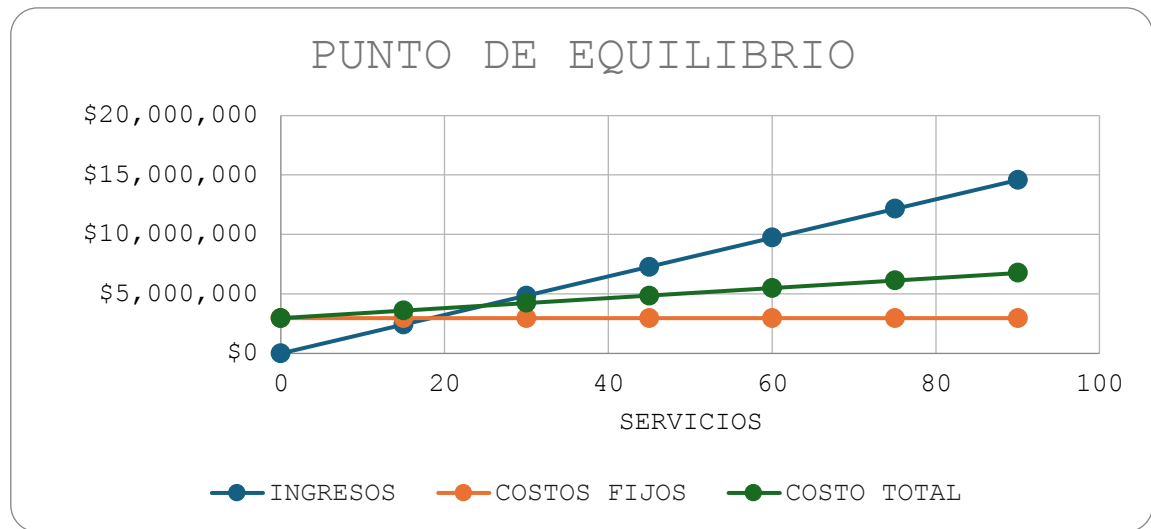
El punto de equilibrio en la creación de empresas es el nivel de ventas en el cual los ingresos totales igualan los costos totales, es decir, donde la empresa no genera ni pérdidas



ni ganancias. Este concepto es fundamental para evaluar la viabilidad financiera de un negocio y determinar cuántas unidades de un producto o servicio deben venderse para cubrir los costos fijos y variables (Gitman et al., 2019).

Figura 4

Punto de equilibrio del Rush Academy legends



Rush Academy Legends alcanza su punto de equilibrio con la inscripción de 25 jugadores mensuales. Esto significa un equilibrio financiero de \$3.872.151 al mes.

Figura 5

Punto de equilibrio en ventas

PE=	\$2.967.708	
	\$161.967	\$42.131
PE=	24,76	Personas



Nota: Como se observa en la figura, el punto de equilibrio en ventas es de 25 suscripciones. Este punto se determinó restando el costo variable unitario (COP \$42.131) del valor unitario (COP \$170.000) y dividiendo los costos fijos totales (COP \$2.967.708) por el resultado de dicha resta.

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es un proceso que permite determinar la rentabilidad de un proyecto de inversión mediante la comparación de costos y beneficios de diferentes alternativas, facilitando la toma de decisiones estratégicas en la gestión empresarial (Baca Urbina, 2013).

VARIABLES ECONOMICAS

INVERSIÓN INICIAL

Rush Legends Academy contará con una inversión inicial de COP \$14.541.250, que corresponde a la suma de los costos fijos, costos variables y la depreciación de activos. Además, se ha incluido un 10% adicional destinado a cubrir posibles imprevistos, garantizando así la estabilidad financiera del proyecto en sus primeras etapas.



INFLACIÓN

Para obtener un dato más preciso, se utilizó como referencia el porcentaje de inflación proyectado para 2025, que oscila entre el 3,9% y el 4,05%, según estimaciones de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) y Camacol. Estas cifras reflejan la expectativa de una reducción en la inflación, acercándose al rango meta del Banco de la República, que es del 3%, pero se va manejar la proyección final del año 2024 que fue con un cierre de 5,2%.

TASA DE INTERÉS

En el análisis financiero realizado se consideró una inflación del 14% anual, proyectando un crecimiento en los ingresos del 19% y un crecimiento en los egresos del 16%. Bajo estos supuestos, se estructuró el flujo de ingresos, egresos y el flujo de efectivo neto para un horizonte de tres años. Esta información permite evaluar la viabilidad económica del proyecto y su comportamiento financiero en el tiempo.

Durante el primer año, los ingresos fueron de \$118.560.000, aumentando a \$160.838.496 en el segundo año y alcanzando los \$218.193.504 en el tercero. Este comportamiento refleja el crecimiento sostenido del 19% anual en las ventas. Por su parte, los egresos pasaron de \$65.477.496 en el primer año a \$86.587.441 en el segundo y a \$114.503.232 en el tercero, evidenciando un crecimiento del 16% anual. Como resultado de



la diferencia entre ingresos y egresos, el flujo de efectivo neto fue de \$53.082.504 en el primer año, \$74.251.055 en el segundo y \$103.690.272 en el tercero.

El análisis muestra que los ingresos crecen a una tasa superior a la de los egresos, lo cual genera un flujo de efectivo neto positivo y en aumento a lo largo del período evaluado. Esto indica que el proyecto no solo es financieramente viable, sino que además genera excedentes crecientes año tras año. En total, se obtiene un flujo de efectivo neto acumulado de \$231.023.831 al final del tercer año, lo cual demuestra una buena gestión de ingresos y costos, incluso considerando el impacto de la inflación. Esta tendencia positiva fortalece la sostenibilidad económica del proyecto y respalda su implementación.

Figura 7

Flujos

Flujo de Ingresos		Flujo de Egresos		Flujo de Efectivo Neto	
	A		B		A-B
Año	Valor	Año	Valor	Año	Valor
1	\$ 118.560.000	1	\$ 66.452.496	1	\$ 52.107.504
2	\$ 160.838.496	2	\$ 87.876.781	2	\$ 72.961.715
3	\$ 218.193.504	3	\$ 116.208.255	3	\$ 101.985.249
Total	\$ 497.592.000	Total	\$ 270.537.532	Total	\$ 227.054.468

VALOR PRESENTE NETO (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) se calcula sumando los flujos de ingresos y restando los flujos de egresos durante los próximos tres años, obteniendo así el flujo efectivo neto de



cada año. Para el 2025, el flujo neto proyectado es de COP \$52.107.504, en 2026 asciende a COP \$72.961.715, y en 2027 alcanza COP \$101.985.249, Sumando los flujos de ingresos y egresos proyectados para los próximos tres años y aplicando el porcentaje de la Tasa Interna de Oportunidad (TIO), se descuenta la inversión inicial de COP \$14.541.250. De esta manera, se obtiene el valor presente de los flujos de caja futuros. Para "Rush Legends Academy", el Valor Presente Neto (VPN) es el resultado de este cálculo, reflejando la viabilidad financiera del proyecto.

VPN=\$98.683.650

Esto significa que, con los flujos de caja proyectados y una tasa de descuento del 37%, la inversión inicial se recupera completamente en el primer año, obteniendo un Valor Presente Neto (VPN) de aproximadamente COP \$98.683.650

TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD (TIO)

Para Rush Academy Legends, la Tasa Interna de Oportunidad (TIO) en 2025 se determina considerando las tasas de interés actuales para préstamos de libre inversión en Colombia.

1. Promedio de tasas bancarias: Actualmente, las tasas de interés de libre inversión oscilan entre 25% y 30%, con un promedio estimado del 29%.



2. Margen adicional: Se añade un 10% extra por factores imprevistos y el diferencial específico de la academia.

Así, la TIO estimada para Rush Academy Legends en 2025 sería del 39%, representando la rentabilidad mínima esperada para inversiones en la academia, lo que significa que cualquier inversión realizada en la academia debería generar, como mínimo, una rentabilidad del 39% anual para considerarse viable y competitiva frente a otras alternativas del mercado. En otras palabras, este porcentaje representa el rendimiento mínimo que los inversionistas esperarían obtener para justificar su participación en el proyecto, y sirve como referencia clave para evaluar la rentabilidad real de la academia frente a otras opciones de inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) para RUSH ACADEM es de 575,38% en tres años, lo que indica que anualmente será de aproximadamente 91,79%, Esta rentabilidad supera ampliamente la Tasa Interna de Oportunidad (TIO) del 39%, generando una ganancia adicional de 52,79 puntos porcentuales anuales. Esto indica que el proyecto no solo es rentable, sino que permite recuperar la inversión en un periodo estimado de 8 meses, haciendo que sea financieramente viable y atractivo para potenciales inversionistas.

Figura 8



TIR

PRIMER año
129,99%

Esto significa que la inversión genera un retorno anual del 129,99%, lo cual es superior a la TIO de 39%.

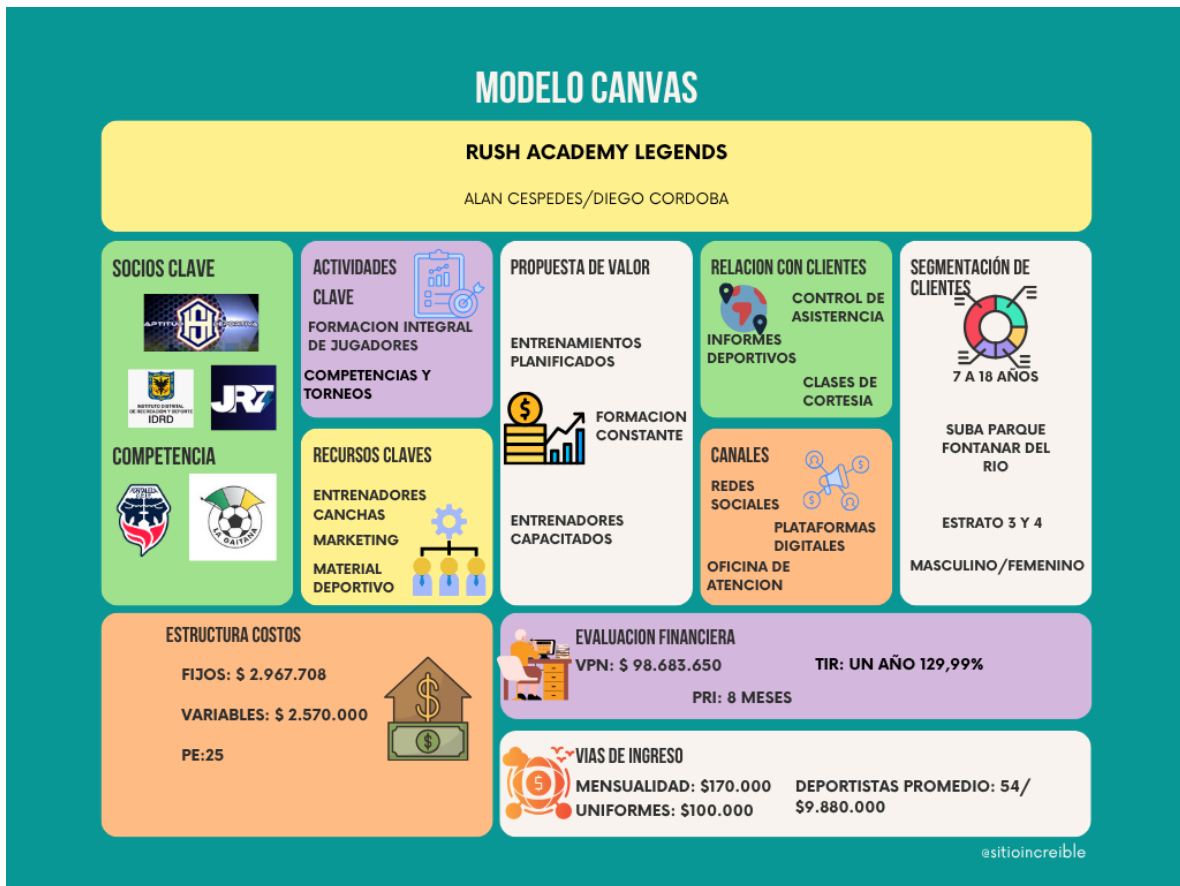
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

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 “Rush Academy legends”, el PRI es:

PRI = 8 meses

LIENZO MODELO CANVA





REFERENCIAS

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. McGraw-Hill.

Banco de la República. (2025). *Junta Directiva de enero de 2025*. Recuperado de

<https://www.banrep.gov.co>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.

DANE. (2021). *Informe socioeconómico de la localidad de Suba*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.



- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2025). *Información técnica del Índice de Precios al Consumidor (IPC)*.
- García, J., Muñoz, L., & Pérez, R. (2018). Factores clave en la elección de academias de fútbol en Bogotá. *Revista de Educación Física y Deporte*, 20(2), 64-78.
- García-Hermoso, A., Ramírez-Vélez, R., & Saavedra, J. M. (2019). Exercise, health outcomes, and paediatric obesity: A systematic review. *International Journal of Obesity*, 43(2), 213-225. <https://doi.org/10.1038/s41366-018-0275-6>
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2021). *Contabilidad de costos*. McGraw-Hill.
- Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2019). *Principles of Managerial Finance*. Pearson.
- Gómez, P., & Castro, M. (2019). *Tecnología aplicada al entrenamiento futbolístico: Un enfoque metodológico*. Editorial Deportiva.
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2019). Digital engagement strategies in sports organizations: Enhancing customer retention. *Journal of Sport Management*, 33(2), 123–135.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2021). *Cost accounting: A managerial emphasis*. Pearson
- IDRD. (2022). *Estado actual de las escuelas de formación deportiva en Bogotá*. Instituto Distrital de Recreación y Deporte.



- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. Deusto.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- López, C., & Martínez, A. (2020). *Gestión y administración en academias deportivas: Claves para el éxito*. Universidad Nacional de Colombia.
- López, J. (2021). *Nuevas tendencias en la preparación física del fútbol juvenil*. Editorial Deportes y Ciencias.
- López-Walle, J. M., Sáenz-López, P., Vázquez-López, J., & Tristán, J. (2019). Psychological well-being and physical activity in youth football players: A longitudinal study. *Journal of Sports Sciences*, 37(15), 1726-1734.
<https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1575923>
- Mankiw, N. G. (2020). *Principios de economía*. Cengage Learning.
- Martínez, D. (2018). El impacto del deporte en la formación de valores en jóvenes futbolistas. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(1), 33-48.
- Marín Lopera, L. D., Gómez Hurtado, S., Zapata Castrillón, J. A., & Atehortúa Castrillón, T. (2022). Estructura de un modelo de costos: estudio de caso de una empresa manufacturera colombiana. *Revista Colombiana de Contabilidad - ASFACOP*, 10(19), 1-27.
- Ministerio del Deporte. (2021). *Análisis de la infraestructura deportiva en Bogotá*.



Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020). *Physical activity and young people*.

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Editorial Deusto.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

Pardo, S., & Ramírez, T. (2019). *Estrategias de entrenamiento moderno en fútbol formativo*. Universidad Pedagógica Nacional.

Pérez, H. (2017). *La tecnología como herramienta de seguimiento y evaluación en el fútbol juvenil*. Universidad de Antioquia.

Ramírez-Granizo, I. A., Zurita-Ortega, F., Ubago-Jiménez, J. L., González-Valero, G., & Puertas-Molero, P. (2020). Sport and physical activity as means of mental health intervention: Research trends. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 898. <https://doi.org/10.3390/ijerph17030898>

Rodríguez, M., & Fernández, G. (2020). *Metodologías de entrenamiento basadas en la ciencia del deporte*. Editorial Futbolística.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2022). *Corporate finance*. McGraw-Hill.

Porter, M. E. (2021). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*.



Sánchez, R. (2019). El fútbol como motor de integración social en comunidades urbanas.

Revista Latinoamericana de Deporte, 15(3), 87-95.

