

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

**Plan de negocios para la creación de un club de futbol en la ciudad de Floridablanca
Santander**

Henry Andrés Plata Cárdenas, Edinson Salazar Grandes

**Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Cultura Fisca, Deporte y
Recreación**

Director

Nelson Ariel Niño García

Esp. Administración Deportiva

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias de la Salud

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

2017

Contenido

	Pág.
Objetivos.....	7
Objetivo General.....	7
Objetivos específicos	7
Justificación.....	8
1. Módulo de Mercado	12
1.1 Análisis del Sector.	12
1.2 Análisis de Mercado	13
1.3 Análisis de la Competencia.....	14
1.3.1 Nombre: Comfenalco	14
1.3.1.1 Objetivo:	14
1.3.1.2 Clientes:	15
1.3.2. Nombre: Atlético Nacional	15
1.3.2.1 Objetivo:	15
1.3.2.2 Clientes: Niños y Jóvenes:.....	15
1.3.2.3 Valor de la matrícula:	16
1.3.2.4 Mensualidad:	16
\$86.000	16
1.3.3 Nombre: Boca Juniors.....	16
1.3.3.1 Objetivo:	16
1.3.3.2 Clientes:	16
1.3.3.3 Valor de Matricula:.....	16

1.3.3.4 Mensualidad:	16
1.3.3.5 Servicios que ofrecen:	17
2. Estrategias de Mercado.....	17
2.1 Estrategias de Distribución	17
2.2 Estrategias de Precio	18
2.3 Estrategias de Promoción.....	18
2.4 Estrategias de Comunicación.....	19
2.5 Estrategias de Servicio.....	19
2.5.1 Uso de las tics.....	20
2.5.2 Políticas de becas	20
2.5.4 Generación de empleo.....	20
2.6 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	21
2.6.1 Materias primas	21
2.6.2 Inmobiliaria	21
2.6.3 Equipos de oficina.....	21
2.6.4 Publicidad.....	21
2.6.5 Talento humano.....	22
3. Proyección de ventas	22
3.1 Justificación de las ventas	22
3.1.1 Población:.....	22
3.1.2 Muestra:.....	23
3.1.3 Variable: Mixto	23
3.2 Política de Cartera.....	23
4. Módulo de Operación	24

PLAN DE NEGOCIOS	4
4.1 Ficha técnica	24
4.2 Necesidades y Requerimientos	24
4.3 Infraestructura	25
5. Módulo de Organización	27
5.1 Análisis DOFA	27
5.2 Estrategia:	28
5.3 Estructura Organizacional.....	28
5.3.1 Director Deportivo	28
5.3.1.1 Función:	28
5.3.1.2 Perfil Ocupacional:	28
5.3.2 Auxiliar de Campo	28
5.3.2.1 Función:	28
5.3.3 Talento Humano Secundario:	29
5.4 Aspectos Legales	29
5.5 Costos administrativos	34
6. Metas sociales.....	35
6.1 Aportes del plan de negocio al Plan Nacional de Desarrollo.....	35
6.2 Aportes del plan de negocio al Plan Regional de Desarrollo.....	35
6.3 Empleo a generar calificado, mano de obra directa y clasificación por vulnerabilidad	36
6.4 Número de Empleos indirectos	36
6.5 Emprendedores con participación accionaria	36
Referencias	37

Lista De Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Población total censada, por áreas y sexo, según departamento Santander y grupos de edad</i>	13
Tabla 2. <i>Población total censada, por áreas y sexo, según departamentos y municipios</i> ...	13
Tabla 3. <i>Análisis de la competencia</i>	14
Tabla 4. <i>Estrategias de precio</i>	18
Tabla 5. <i>Cotización</i>	22
Tabla 6. <i>Ficha técnica</i>	24
Tabla 7. <i>Plan de compras</i>	25
Tabla 8. <i>Análisis DOFA</i>	27
Tabla 9. <i>Costos administrativos</i>	34
Tabla 10. <i>Ingresos</i>	34

Lista de figuras

	Pág.
<i>Figura 1.</i> Ficha de encuesta.....	23
<i>Figura 2.</i> Fotografías infraestructura.....	26
<i>Figura 3.</i> Módulo organizacional.....	27
<i>Figura 4.</i> Acta de constitución legal, hoja 1.	30
<i>Figura 5.</i> Acta de constitución legal, hoja 2.	31
<i>Figura 6.</i> Acta de constitución legal, hoja 3.	32

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de un club de futbol en la ciudad de Floridablanca

Objetivos específicos

- Implementar el uso de las tics para la ayuda del desarrollo integral del niño.
- Contribuir a la generación de empleo de profesionales en el área de la cultura física deporte y recreación.
- Brindar beneficios para niños de sectores de bajos recursos mediante becas deportivas.
- Planificar el buen uso de los recursos biodegradables dentro de la sede deportiva para contribuir con el medio ambiente.

Justificación

En un mundo globalizado y atrapado por el deporte, grandes gobiernos han decidido invertir y hasta crear políticas que promuevan la práctica del fútbol y el desarrollo de actividades saludables, en CHINA el fútbol es un proyecto de estado y como tal, requiere de la participación de todos los actores que lo componen. Mientras Xi Jinping -amante confeso del balompié- trabaja junto al poder Legislativo desarrollando normativas, como la de instaurar el fútbol como materia obligatoria en los colegios, el sector industrial potencia las ligas profesionales con el fichaje voraz de las estrellas del mundo.

El líder Xi Jinping no ha sido discreto en sus intenciones. Desde 2011 en China es de conocimiento público que su objetivo es ver a la selección masculina de nuevo en un Mundial, que el país pueda ser tomado en cuenta para la organización de dicho torneo y, por qué no, levantar la copa en su momento.

El Presidente delegó la misión de potenciar el balompié al Ministerio de Educación, y fue así como consiguió que constara entre las asignaturas obligatorias. Una publicación del Washington Post de febrero de 2015, resalta que parte del plan de potenciación incluye construir hasta 2017 al menos 20.000 escuelas de fútbol que garanticen la producción de una base de 100.000 jugadores con miras al profesionalismo. Dicho artículo ya preveía la llegada de 35 estrellas mundiales al país como una estrategia de captación de adeptos, además de planes de intercambio de estudiantes que practiquen el deporte en países más futbolizados.

La iniciativa de los clubes también ha sido importante. El Guangzhou Evergrande, por citar un ejemplo, llegó a un acuerdo con el Real Madrid de España para que este le cediera su imagen de marca y su metodología de trabajo. El objetivo fue crear la mayor escuela de

fútbol en la república. El proyecto emprendido en 2014 vio sus primeros frutos a mediados de 2015, cuando consiguieron enrolar 2.400 niños y 100 niñas, de entre 7 y 15 años, en la academia. La aspiración es pasar de los 10.000. (Pozo, 2016) es una estrategia del gobierno para aprovechar de cierta forma la sobrepoblación que existe en ese país.

En Colombia el futbol es el deporte de las masas, en cada calle se ven niños jugando con un balón, en cada parque se juegan partidos todos los fines de semana y tradicionalmente el futbol colombiano se juega cada domingo. Envigado futbol club es de los clubes que más invierte en la práctica del futbol para niños, por eso determinaron que la cantera fuera el renglón principal del equipo y definieron que "el 60 % de la nómina saliera de las divisiones menores" (Herrera, 2013), este elenco se convirtió en el modelo a seguir.

Esa política formadora le ha servido al conjunto antioqueño para posicionar su negocio con James Rodríguez (Porto de Portugal), Fredy Guarín (Inter de Italia) y Dorlan Pabón (Betis de España), por citar sólo los que figuran en Europa y que surgieron del proyecto que tiene hoy como director administrativo a Ramón Padierna y de director deportivo a Juan Carlos Sánchez.

Apoyarse en la base también le ha generado ingresos al club. En la última década, cerca de 11 millones de dólares lo han posicionado como el equipo líder en la venta de derechos deportivos.

"No pedimos para no vender, pero tampoco regalamos nuestro producto; además, tenemos socios claves como Nacional y varios clubes de Argentina", cuenta Paniagua (Herrera, 2013). Y, claro, la proyección de futbolistas de calidad que les ha generado imagen y consolidación del trabajo.

Esa explicación toma más fuerza cuando se habla de un club que registra 3.100 jugadores provenientes del semillero Efisae y de convenios con clubes como Ferroválvulas

y Arco Zaragoza. De igual forma se apoya en el programa Cantera de Héroes para detectar los nuevos talentos (con expertos en las principales regiones del país) y los herederos de los que emigraron y están a punto de salir como Mateus Uribe y Johnny Mosquera.

La infraestructura, que incluye técnicos, sicólogos, médicos y nutricionistas, es tan sólida en Envigado que en la Selección Colombia sub17 cuenta con cuatro representantes, en la Sub21 dos y en la Dimayor tiene registrados 32 jugadores juveniles para que intervengan en la Liga y la Copa Postobón (Herrera, 2013).

En Bucaramanga el Instituto de la Juventud, el Deporte y la Recreación de Bucaramanga (INDERBU) es el encargado de planear, programar, ejecutar y controlar las actividades juveniles tendientes a brindar posibilidades de utilización del tiempo libre, así como también las actividades deportivas y recreativas conforme a las necesidades de la comunidad. La liga santandereana de futbol es el ente que regula el futbol de nuestra región, actualmente en el torneo de la liga se participa en las siguientes categorías sub 6, 7, 8, 9 y 10 festivales de futbol y sub 11, 12, 13, 14, 15, 16, juvenil y sub 20 como futbol competitivo (Alcaldía de Bucaramanga INDERBU, 2015)

Las Recomendaciones mundiales sobre la actividad física y la salud, publicadas por la OMS en 2010, se centran en la prevención primaria de las ENT mediante la actividad física. En ellas se proponen diferentes opciones en materia de políticas para alcanzar los niveles recomendados de actividad física en el mundo, como: la formulación y aplicación de directrices nacionales para promover la actividad física y sus beneficios para la salud; la integración de la actividad física en las políticas relativas a otros contextos, con el fin de facilitar y que las políticas y los planes de acción sean coherentes y complementarios; el uso de los medios de comunicación de masas para concientizar acerca de los beneficios de

la actividad física; y, la vigilancia y seguimiento de las medidas para promover la actividad física (Organización Mundial de la Salud, 2017)

Por lo anterior, se creó el club deportivo Sporting Santander, liderado por profesionales en cultura física deporte y recreación, con el objetivo de promover la práctica deportiva en niños con el desarrollo de programas de alta calidad, con precios justos, y con escenarios adecuados para que los niños puedan jugar de forma adecuada el fútbol.

1. Módulo de Mercado

1.1 Análisis del Sector.

El sector de servicios es una actividad que incluye un grupo heterogéneo de subsectores con dinámicas y características muy diferentes y que realmente aún no están debidamente caracterizadas y medidas en el país.

En un esfuerzo por avanzar en la identificación y evolución de la actividad de servicios, el DANE, por medio de la Muestra Trimestral de Servicios – MTS, mide la evolución de las principales variables del sector servicios en el corto plazo, a través de la generación de índices y variaciones de los ingresos nominales por tipo de ingreso y personal ocupado por categoría ocupacional, para el total nacional. En el tercer trimestre de 2016, comparado con igual período del año anterior, los mayores incrementos en los ingresos nominales se observan en: otros servicios de entretenimiento, salud humana privada, actividades administrativas, educación superior privada, restaurantes, bares y servicios de catering. Por lo contrario, actividades como publicidad, actividades profesionales científicas y técnicas, programación, telecomunicaciones y desarrollo de sistemas informáticos se contraen con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Por el lado del empleo se observa que la mayor vinculación en el tercer trimestre de este año con respecto al periodo anterior en el 2015, se presentó en las actividades de producción cinematográfica y de televisión, seguido de otros servicios de entretenimiento, actividades de almacenamiento y en los restaurantes y bares.

Indersantander - Instituto Departamental de Recreación y Deportes de Santander, es un ente departamental creado en 1996, con el objetivo de coordinar el Plan Nacional del Deporte, la Recreación y la Educación Física. (Santander, 2017)

Las escuelas de formación deportiva, son programas de carácter formativo, donde los niños, niñas y jóvenes pueden iniciar el aprendizaje, fundamentación, perfeccionamiento y especialización de uno o varios deportes afianzando su formación integral como personas y deportistas.

La escuela de formación deportiva se ubicara geográficamente entre Floridablanca y Piedecuesta, y se contara con una sede campestre, completamente segura para el bienestar de los niños, niñas y jóvenes, contando con un grupo humano profesional y ético, con procesos metodológicos garantizando el óptimo aprendizaje.

Dentro de la ubicación se encuentran varias escuelas de formación deportiva, como Comfenalco, Racing Sport, Barcelona entre otras, sin embargo cabe destacar que alrededor se encuentran habitantes desde Mesa de Ritoque, Ritoque Condominio, Piedecuesta y las diferentes veredas aledañas.

1.2 Análisis de Mercado

Tabla 1. *Población total censada, por áreas y sexo, según departamento Santander y grupos de edad*

Áreas		Total		Cabecera			Resto		
Años	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
5 a 9	187525	96214	91311	131380	67093	64287	56145	29121	27024
10 a 14	198909	101794	97115	141447	71403	7044	57462	30391	27071

Fuente: Elaboración autores

Tabla 2. *Población total censada, por áreas y sexo, según departamentos y municipios*

Áreas		Total		Cabecera			Resto		
Municipio	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Floridablanca	25247	118161	13431	24168	112662	12902	10787	5499	5288
	2		1	5		3			
Piedecuesta	11691	56719	60195	92351	43725	48626	24563	12994	11569
	4								

Fuente: Elaboración autores

En las tablas anteriores se demuestra la cantidad de niños y niñas que hay en Santander entre los 5 y 14 años ubicados especialmente en los municipios de Floridablanca y Piedecuesta.

1.3 Análisis de la Competencia

Tabla 3. *Análisis de la competencia*

	Inscripción	Mensualidad	Edades	Niños	Niñas	Indumentaria	Instalaciones propias	Personal profesional capacitado
Boca Juniors	265000	600000 (trimestral)	7 años en adelante	si	Si	Uniformes, tula, termo, seguro de accidentes	No	Si
Comfenalco	110000	90000	5 a 15 años	si	si	Uniforme, tula, termo	Si	si
Nacional	290000	90000	5 a 16 años	si	si	Uniforme, balón, termo y morral seguro de accidentes	no	Si

Fuente: Elaboración autores

A continuación se describe lo representado en la tabla anterior (tabla 3).

1.3.1 Nombre: Comfenalco

1.3.1.1 Objetivo:

Basándose en la problemática social, los cotidianos del entorno como el trabajo infantil, la deserción escolar, la promiscuidad sexual, las pandillas, el maltrato infantil y el alto grado de sedentarismo que vive nuestra población infantil y juvenil en los diferentes municipios del Departamento de Santander, Comfenalco Santander viene desarrollando

desde el año 2008 la enseñanza del fútbol como instrumento forjador de paz, habilidades, destrezas y competencias en diferentes regiones de nuestro departamento como un nuevo recurso, lleno de buenas posibilidades para los padres de familia, los niños y las mismas instituciones educativas y gubernamentales. (Comfenalco, 2017)

1.3.1.2 Clientes:

Niños y niñas escolarizados que estudien en instituciones educativas con las que preferiblemente la Caja tiene convenio y con Sisben I o II.

Servicios que ofrece: El entrenador deportivo, la implementación deportiva (balones, petos, aros, conos etc.), uniforme de entrenamiento para cada niño que incluye camiseta, pantaloneta, medias, tula y termo para agua.

1.3.2. Nombre: Atlético Nacional

1.3.2.1 Objetivo:

Somos una entidad deportiva futbolística con significativo reconocimiento a nivel nacional. Nuestro interés es ser protagonistas importantes de los eventos deportivos en los cuales intervengamos, generando esparcimiento y recreación a nuestra afición, contribuyendo así a la transformación cultural del entorno futbolístico.

1.3.2.2 Clientes: Niños y Jóvenes:

Aplica para las edades de 5 a 17 años, es decir para los nacidos entre el año 2000 y 2012.

1.3.2.3 Valor de la matrícula:

\$280.000

1.3.2.4 Mensualidad:

\$86.000

Servicios que ofrecen: Uniforme de competencia (camiseta, pantaloneta, medias), peto, canilleras, termo, balón, morral, carné de afiliación, póliza de accidentes.

1.3.3 Nombre: Boca Juniors**1.3.3.1 Objetivo:**

Lograr desarrollar nuestros talentos, con la posibilidad de pruebas en canteras oficiales del Club en Buenos Aires, Argentina.

1.3.3.2 Clientes:

Desde 5 años en adelante.

1.3.3.3 Valor de Matricula:

\$ 265.000

1.3.3.4 Mensualidad:

\$ 546.000

1.3.3.5 Servicios que ofrecen:

Uniforme de entrenamiento, Tarjeta de Beneficios, Seguro de accidentes, tula, termo

2. Estrategias de Mercado

El *club deportivo* es una asociación privada creada por la voluntad de varias personas que tiene por objeto, tanto la promoción o practica de una o varias modalidades deportivas, o la participación de actividades y competencias deportivas.

Sporting Santander quiere cumplir cada uno de sus objetivos en beneficio de niños y niñas del área metropolitana, a partir del reconocimiento departamental del club a través de la publicidad mostrando a cada uno de los posibles clientes la calidad y el servicio que se tiene y la comodidad de los precios, teniendo en cuenta el estrato económico de los niños y niñas, y dando la oportunidad de recibir una beca deportiva, sumado a ello destacando la infraestructura con la que se cuenta y las posibilidades de crecer a nivel personal y profesional, con personal de calidad humana.

2.1 Estrategias de Distribución

El club deportivo contara con servicios para clientes en distintas condiciones económicas por ello será a través de una macro publicidad que se podrá dar a conocer cada uno de los servicios por ofrecer.

Actualmente como medio de información tenemos las redes sociales que nos permiten comunicar, la información de una manera más clara y creativa, así que se acudirá a un proceso donde la publicidad, fotografía y el diseño, trabajaran de la mano con las imágenes

vistas en la infraestructura del club deportivo. Se hará uso de cuentas en Facebook, Youtube, Instagram, y medios físicos como volantes.

El presupuesto se dará de acuerdo a las cotizaciones realizadas en pro de un desarrollo sostenible del plan de negocios.

2.2 Estrategias de Precio

Se tendrá en cuenta los diferentes precios de nuestra competencia actual, para brindar un servicio más accesible de la siguiente manera.

Tabla 4. *Estrategias de precio*

Estrato	Valor de Matricula	Valor de Mensualidad	Incluye
Niños y niñas con habilidades y talentos que no puedan subsidiar su estadía.	\$25.000	\$0	Uniforme, Seguro de Accidentes.
3	\$130.000	\$75.000	Uniforme, Seguro de Accidentes, Tula, Termo, Balon
4	\$130.000	\$75.000	Uniforme, Seguro de Accidentes, Tula, Termo, Balon
5	\$130.000	\$75.000	Uniforme, Seguro de Accidentes. Tula, Termo, Balón
6	\$130.000	\$75.000	Uniforme, Seguro de Accidentes. Tula, Termo, Balón.

Fuente: Elaboración autores

2.3 Estrategias de Promoción

Sitios de redes sociales como Facebook y Google+ ofrecen a las compañías una forma de promocionar sus productos y servicios en un ambiente más relajado. Esto es marketing directo en su mayor expresión.

Se usara un programa de incentivo de referencia, como forma de estímulo y apreciación a los clientes que recomienden el club deportivo, usando descuentos o incentivos deportivos para sus hijos.

Realizando eventos de apadrinamiento para niños y jóvenes que deseen ganar la beca deportiva.

2.4 Estrategias de Comunicación

Es conveniente definir varios puntos precisos que respondan a los objetivos primordiales y minimicen los gastos. Se realizara un logotipo que identifique a Sporting Santander para lograr un posicionamiento comercial en conjunto con un lema publicitario.

Se apoyara en una agencia de publicidad de la ciudad que conozca del campo deportivo y realice la campaña publicitaria a través de redes sociales y de manera impresa.

2.5 Estrategias de Servicio

Una buena actitud de servicio, una buena actitud personal, el director general y deportivo tienen la responsabilidad tener un buen carácter para transmitir a sus empleados y ayudarles a afrontar situaciones laborales que pueden afectar al equipo de trabajo.

El personal: Sera elegido teniendo en cuenta sus habilidades sociales y sus competencias en cada uno de sus campos y sus roles a desarrollar.

Los procesos: De acuerdo al campo laboral siempre hay un conducto regular que seguir en materia de quejas, reclamos y sugerencias para ello es importante que se garantice que el cliente conozca cada uno de sus derechos dentro del establecimiento.

Interacciones: Es importante estar en completa comunicación con el cliente en diferentes formas para que él se sienta cómodo y que hace parte del Club deportivo, a

través de email informativos, mensajes de texto, y la invitación a participar en los diferentes eventos promovidos por el Club.

2.5.1 Uso de las tics

A través de la página web del club, los padres de familia podrán interactuar y seguir paso a paso el desempeño de sus hijos (fotos, videos), también se podrán encontrar documentos que hablen sobre la importancia de la práctica del deporte, hábitos de vida saludable, trabajo en grupo y otros temas que ayuden a crecer a los niños de forma integral.

2.5.2 Políticas de becas

Niños que por su gran desempeño deportivo se diferencien de los demás y carezcan de recursos económicos:

- Talento deportivo
- Estratos 1 y 2
- SISBEN I Y II

2.5.3 Contribución al medio ambiente

Es política para el club mantener siempre el escenario libre de residuos sólidos y a través de charlas y campañas de limpieza recalcar el buen uso de los residuos biodegradables y la importancia que cada niño lleve su hidratación en termos reutilizables.

2.5.4 Generación de empleo

A través del club se generaran empleos para estudiantes y profesionales en cultura física, deporte y recreación de la Universidad Santo Tomas como directores de las diferentes categorías del club

2.6 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo

2.6.1 Materias primas

Se denominan materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se transformarán en bienes de consumo.

2.6.2 Inmobiliaria

Sociedad o empresa que se dedica a construir, vender, alquilar y administrar viviendas.

2.6.3 Equipos de oficina

Trata del conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina.

2.6.4 Publicidad

La Publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad. La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que es fundamental para el comercio en general.

2.6.5 Talento humano

La administración del Talento Humano consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas ,capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

Tabla 5. *Cotización.*

Proveedor	Producto	Precio	Calidad	Pago	Pago total al año
Colegio Virrey Solís Sede Deportiva	Arrendamiento de canchas y piscinas	\$1.095.000 IVA incluido	Excelente	De contado mes a mes , pago por facturas-	\$12.045.000
La tienda deportivo	Petos,balones,petos,platillos	\$ 1.500.000	Excelente	Pau unico	\$1.500.000
Syshangman	Equipos de computo y impresora	\$ 1.700.000	Excelente	Pago único	\$1.700.000
Salmah	Publicidad, volantes y publicaciones en Facebook. Instagram.	\$ 150.000	Excelente	Pago de Contado	\$150.000
Personal	Talento Humano	\$1.520.000		Mes de tirilla de pago	\$16.720.000

Fuente: Elaboración autores

3. Proyección de ventas

3.1 Justificación de las ventas

3.1.1 Población:

Ciudad de Bucaramanga.

3.1.2 Muestra:

Clientes

3.1.3 Variable: Mixto

Ficha técnica de encuesta:

1. ¿Dónde conociste por primera vez nuestro Club deportivo?

- Publicidad

- Internet

- Recomendación de un amigo/Familia.

- Volante

2. ¿Cómo evaluarías nuestro personal?

Muy amable

Amable

Neutral

Desagradable

3. ¿Disfrutas de los servicios de nuestros entrenadores?

Si _____ No _____ ¿Porque? _____

Escriba su nombre: _____

4. ¿Qué piensas de nuestro equipamiento deportivo?

_ Buena Calidad

_ No eficiente

_ Eficiente

_ Viejo

5. ¿Cómo evaluarías nuestros precios?

6. ¿Cuál es tu grado de satisfacción general de nuestros servicios?

_ 100 %

_ 25%

_ 75 %

_ 0%

_ 50 %

Figura 1. Ficha de encuesta

3.2 Política de Cartera

La contabilidad de una empresa se maneja de muchas formas lo cual se debe tener en cuenta manejar un buen grupo encargado de estar en constante permanencia de cobro a sus

clientes claro sin tornarse un poco acosadores si no en un ambiente de tiempo acordado por la empresa con sus clientes.

4. Módulo de Operación

4.1 Ficha técnica

Tabla 6. *Ficha técnica*

FICHA TECNICA	
Artículo 20, Decreto 2474 de 2008 reglamentario de la Ley 1150 de 2007	
a) Denominación del Bien	Club Deportivo
b) Denominación técnica del bien o servicio.	El club deportivo es una asociación privada creada por la voluntad de varias personas que tiene por objeto, tanto la promoción o practica de una o varias modalidades deportivas, o la participación de actividades y competencias deportivas. No existe una única categoría y una uniforme regulación de los clubes deportivos, diferenciándose varias modalidades de clubes: los clubes deportivos elementales, los clubes deportivos básicos y las sociedades anónimas deportivas.
Unidad de Medida	Personal Encargados de brindar servicio a los clientes desde cada uno de las áreas pertinentes, involucrando la honestidad, el buen servicio, y el criterio general del establecimiento Equipos Materia Prima, e infraestructura general (balones, plásticos, móviles, conos, ligas, uniformes, entre otros)
Descripción General	Sporting Santander quiere cumplir cada uno de sus objetivos en beneficio de niños y niñas del área metropolitana, a partir del reconocimiento departamental del club a través de la publicidad mostrando a cada uno de los posibles clientes la calidad y el servicio que se tiene y la comodidad de los precios, teniendo en cuenta el estrato económico de los niños y niñas, y dando la oportunidad de recibir una beca deportiva, sumado a ello destacando la infraestructura con la que se cuenta y las posibilidades de crecer a nivel personal y profesional, con personal de calidad humana.
Especificaciones	Lograr los objetivos propuestos Cumplir con la oferta deportiva Adquirir fiabilidad en el proceso

4.2 Necesidades y Requerimientos

Desde las necesidades y requerimientos se hará un panel de empleados donde mensualmente se mostraran las necesidades del establecimiento desde cada mirada y cada área que participa en que se desenvuelva el proyecto activamente.

Tabla 7. *Plan de compras*

	Valor Unitario	Valor Total (Anual)
Costo de las materias Primas	\$ 250.000	\$3.000.000
Costo de los insumos	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Costo de Transporte	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Costos adicionales.	\$ 1.000.000	\$12.000.000

Fuente: Elaboración autores

4.3 Infraestructura

Se propicia un ambiente campestre, donde la interacción con la naturaleza nos permita el desarrollo óptimo de cada uno de los programas, brindando seguridad, tranquilidad y confianza al momento de realizarlas.

- Una cancha de futbol 11 vs 11
- Una cancha de futbol 7 vs 7
- Una cancha multideportiva (baloncesto, micro futbol, voleibol)
- Una piscina semi olímpica de 25 mts x 14 mts – 140 cms de profundidad
- Una piscina de 14 mts x 7 mts – 105 cms de profundidad
- Un salón social de 12 mts x 30 mts
- Kiosco – cafetería
- Baterías de baño
- Ambiente campestre



Figura 2. Fotografías infraestructura

5. Módulo de Organización



Figura 3. Módulo organizacional.

5.1 Análisis DOFA

Tabla 8. Análisis DOFA

Club Deportivo Sporting Santander	Debilidades	Fortalezas
	Conocimiento en administración y mercadeo La inversión económica	Contar con una infraestructura organizada. Tener un personal Capacitado El servicio de becas deportivas
Oportunidades	Lograr posesionarse y cumplir un proyecto de vida Alcanzar estrategias de mercadeo y ventas para mejorar la experiencia en el campo laboral	Mejoramiento de la infraestructura Contribuir con la oferta laboral de egresados de la U. Santo tomas Recibir el apoyo políticos
Amenazas	La competitividad de los clubes con más trayectoria y tiempo Presupuesto	

Fuente: Elaboración autores

5.2 Estrategia:

Implementar metas claras con un objetivo realizable que permita tener un orden específico de lo que se va a hacer teniendo en cuenta cada una de las debilidades y amenazas que enfrenta el proyecto y mejorarlo de mano a las fortalezas y oportunidad.

5.3 Estructura Organizacional

5.3.1 Director Deportivo

5.3.1.1 Función:

Es responsable de gestionar el capital humano, es decir los deportistas y sus entrenadores, que forma parte de un club deportivo.

5.3.1.2 Perfil Ocupacional:

El director deportivo debe ser una persona con una experiencia contrastada en el fútbol y es entonces cuando debe ayudar a los miembros de la directiva a la hora de analizar de la toma de decisiones, pues ellos carecen de tal experiencia.

5.3.2 Auxiliar de Campo

5.3.2.1 Función:

Apoya al instructor en los diferentes procesos metodológicos y pedagógicos, Perfil Ocupacional.

5.3.3 Talento Humano Secundario:

- Personal encargado del transporte del Club Deportivo (Conductor)
- Personal encargado del kiosko o restaurante.
- Personal encargado del Aseo General

5.4 Aspectos Legales

La figura jurídica que se adopto es la creación de una Corporación, ya que las personas jurídicas que no se distribuyen las utilidades o excedentes obtenidos, puesto que su deseo no es el enriquecimiento personal, sino que por el contrario se persigue un fin social o comunitario. Los rendimientos obtenidos en una entidad sin ánimo de lucro son reinvertidos en el mejoramiento de los procesos y actividades que fortalecen la realización de su objetivo misional.

Las entidades sin ánimo de lucro (ESAL), en este caso en concreto de la Corporación, ya que nuestro objetivo misional responde al deseo de contribuir al desarrollo integral de la sociedad mediante el apoyo a áreas o sectores menos favorecidos.

La principal fuente de ingresos de esta Corporación, son por lo general los dineros recibidos de parte de personas naturales, jurídicas por medio de la figura legal de donaciones o ayudas.

Finalmente es importante tener en cuenta que la constitución de una CORPORACION sólo puede hacerse en cabeza de una persona jurídica o una agrupación de personas naturales.

PROCESO DE FORMACION DE LA CORPORACION

Por acta de constitucion junto con los estatutos: los asociados pueden realizar una reunion donde se decide crear o reconstituir la ~~Real~~. Se elaborara un acta de constitucion, que debe contener los estatutos que van a regir el ente, o los mismos pueden adjuntarse en documento anexo indicando que hacen parte integral del acta. El acta debe estar firmada por las personas que actuaron como presidente y secretario de la reunion, ambas firmas deben ser reconocidas ante Notario, o con presentacion personal ante juez o ante el secretario de la Camara de Comercio al momento de radicar el documento.

• Por documento privado: Los constituyentes o sus apoderados, anexando el poder correspondiente, pueden optar por crear la entidad mediante documento privado, que debe contener los estatutos, los mismos pueden adjuntarse en documento anexo indicando que hacen parte integral del documento, con los requisitos que mas adelante se sealan. Este documento debe ser firmado y reconocido ante notario, o realizar la diligencia de presentacion personal ante juez o ante el secretario de la Camara de Comercio, al momento de radicar los documentos por todos los constituyentes, o sus apoderados.

• Por escritura publica: se puede constituir por escritura publica ante una Notaria, a ella deben comparecer todos los asociados o fundadores, en forma personal o mediante apoderado, anexando el poder correspondiente, a suscribir el instrumento publico que debe contener los estatutos con los requisitos que mas adelante sealan. La entidad sin animo de lucro utilizara esta formalidad de manera obligatoria unicamente siempre que se aporte a su patrimonio un bien inmueble.

Adjuntamos modelo de entrega de la Primera Acta de Conformación de la Corporación

ACTA DE CONSTITUCION, APROBACIÓN DE ESTATUTOS, ELECCION DE DIGNATARIOS Y ORGANOS DE FISCALIZACION

FUNDACION, CORPORACION, O ASOCIACION

En la ciudad de Floridablanca, siendo las _____ del día _____ del dos mil _____, se reunieron en la sede (direccion) _____ de la entidad, los señores (nombres y apellidos) _____, previa convocatoria efectuada por (indicar la persona u organo que realizo la convocatoria (ej. Representante legal, Junta Directiva, Consejo Directivo, etc.) y el medio a través del cual se convocó (aviso, cartelera, fax,

Figura 4. Acta de constitución legal, hoja 1.

1. Voluntad manifiesta de constituir la entidad
2. Aprobación del contenido de los estatutos
3. Elección de dignatarios del órgano directivo
4. Elección del órgano fiscalizador

Aprobado el anterior orden del día, los asociados procedieron a desarrollarlo de la siguiente manera

1. Los miembros fundadores arriba indicados manifiestan voluntariamente libre de todo apremio que en la fecha constituimos una entidad privada de naturaleza jurídica sin ánimo de lucro.

2. Sometidos a consideración de todos los presentes los estatutos de los cuales hemos tenido conocimiento de cada uno de sus artículos, y sabedores de los derechos y obligaciones que de ellos se desprenden y que nos van a regir dentro del ejercicio del derecho fundamental de asociación, les impartimos aprobación expresa, comprometiendonos desde este acto a cumplirlos, respetarlos y obedecerlos, y ante todo de responder por las obligaciones que frente al Estado y la Sociedad implican los efectos de su constitución. El estatuto aprobado hace parte integral de la presente acta.

Fueron elegidos conforme al artículo..... de los estatutos los siguientes dignatarios:
(conforme a los estatutos y cargos que corresponda proveer la Asamblea General)

a) _____ c.c. _____

b) _____ c-c. _____

4. De la misma manera se procede a nombrar al Revisor Fiscal, o el Fiscal (según sea el caso del organismo de control seleccionado) sin que el primero, pueda hacer parte del órgano directivo.

Periodo _____

Cargo _____

Estatutos _____

Figura 5. Acta de constitución legal, hoja 2.

comunicaciones escritas a cada asociado),, precisando los dias habiles o comunes de antelacion se cito a la reunion. Si la reunion se hace por derecho propio se debe indicar que se encontraban presentes todos los asociados.

_____ C.C. _____
 _____ C.C. _____
 _____ C.C. _____
 etc.

Con el objeto de manifestar la voluntad expresa de constituir la entidad sin animo de lucro denominada _____ Asociacion, _____ Corporacion o _____ Fundacion:

Para tal fin y reunidos en Asamblea de Constitucion se procedio a designar como Presidente y Secretario de la misma a los señores: _____ y _____

Identificados con cedula de ciudadanía numeros: _____ y _____ respectivamente, quienes tomaron posesion de sus cargos jurando cumplir fielmente con los deberes del mismo.

VERIFICACION DEL QUORUM.

El secretario de la reunión hizo el llamado a lista de los asistentes y se pudo constatar la presencia de un número de _____ personas, por lo tanto hay quórum válido para constituir esta clase de entidad.

Seguidamente, el secretario de la reunión puso en consideración de los asistentes fundadores el siguiente orden del día:

Nombre principal _____
 Nombre suplente _____
 (Si lo hubiere)

Los elegidos manifiestan la aceptación de los cargos.

No siendo más el objeto de la presente reunion, se suscribe esta acta por todos los que en ella intervinieron, agotado el orden del dia el Presidente decreto un receso para la elaboracion del acta, de tal forma que una vez leida fue aprobada por unanimidad dando por terminada la reunion a las (A.M/ P.M.) de la fecha indicada. Se solicitan por parte de los asociados o ~~corporados~~, al representante legal y al ~~secretario~~ elegidos, que procedan a registrar o presentar.

Figura 6. Acta de constitución legal, hoja 3.

El Sistema Nacional de Deporte fue creado mediante la Ley 181 de 1995, también conocida como la Ley del Deporte y que enuncia que el Sistema es el conjunto de organismos articulados entre sí, para permitir el acceso de la comunidad al deporte, a la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, la educación extraescolar y la educación física, teniendo como objetivo generar y brindar a la comunidad oportunidades de participación en procesos de iniciación, formación, fomento y práctica del deporte, la recreación, y el aprovechamiento del tiempo libre, como contribución al desarrollo integral del individuo y a la creación de una cultura física para el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

Hacen parte del Sistema Nacional de Deporte, el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre, como ente rector, los entes departamentales, municipales y distritales que ejerzan las funciones de fomento, desarrollo y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre; los organismos privados, las entidades mixtas, así como todas aquellas entidades públicas y privadas de otros sectores sociales y económicos en los aspectos que se relacionen directamente con estas actividades.

El artículo 52 de la Constitución Política de Colombia reconoce el derecho que tienen todos los colombianos a la recreación, el deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.

Este principio es desarrollado en la Ley del Deporte, Ley 181 de 1995, que clasifica al deporte como un derecho social y un factor básico en la formación integral de la persona. De acuerdo con el capítulo 4 de la mencionada Ley, el fomento, desarrollo y práctica de las actividades deportivas y de recreación está regida por los siguientes principios:

- Universalidad
- Participación comunitaria

- Participación ciudadana
- Integración funcional
- Democratización
- Ética deportiva

5.5 Costos administrativos

Tabla 9. *Costos administrativos*

Proveedor	Producto	Precio	Calidad	Pago	Pago total al año
Colegio Virrey Solís Sede Deportiva	Arrendamiento de canchas y piscinas	\$1.095.000 IVA incluido	Excelente	De contado mes a mes, pago por facturas	\$12.045.000
La tienda deportivo	Petos, balones, platillos	\$1.500.000	Excelente	Pago único	\$1.500.000
Syshangman	Equipos de computo y impresora	\$1.700.000	Excelente	Pago único	\$1.700.000
Salmah	Publicidad, volantes y publicaciones en Facebook. Instagram.	\$ 150.000	Excelente	Pago de Contado	\$150.000
Personal	Talento Humano	\$1.520.000		Mes de tirilla de pago	\$16.720.000

Tabla 10. *Ingresos*

Categorías	Cantidad de niños	Valor por mes	Valor por año
5-7	10	750000	8250000
8-10	10	750000	8250000
11-13	10	750000	8250000
14-15	10	750000	8250000
Total	40	Total	33000000

Fuente: Elaboración autores

6. Metas sociales

6.1 Aportes del plan de negocio al Plan Nacional de Desarrollo

Este plan de negocio contribuirá al plan nacional de desarrollo de Colombia en varios aspectos como en la movilidad social mejorando las condiciones de salud de la población especialmente en los niños y jóvenes donde se le recalcará en hábitos de vida saludable mediante el deporte. También este plan de negocio contribuirá a la generación y creación de nuevos empleos para la población especialmente santandereana y preparada para las condiciones que demande dicha labor y así poder tener un desarrollo también en el aspecto de movilidad social del plan nacional de desarrollo de Colombia.

Otro aspecto que cabe resaltar de este plan de negocio y que influye en el plan nacional de desarrollo y no menos importante que los otros aspectos es de una Colombia en paz ya que aparte de que los niños aprendan más sobre el deporte (futbol) también serán enseñados a convivir en una Colombia en paz a través de los diferentes valores que se manejarán en los entrenamientos y ya que el futbol es una herramienta muy fácil por el cual se pueden llegar a enseñar valores.

6.2 Aportes del plan de negocio al Plan Regional de Desarrollo

Unas de las razones principales del plan regional de desarrollo en Santander en el aspecto de deportes y recreación es la fomentación y promoción de la actividad deportiva en la población estudiantil santandereana y esto se logra mediante la creación de nuevas escuelas deportivas, que es donde este plan de negocio entra a aportar en el plan regional de desarrollo y posteriormente poder obtener reconocimientos a nivel regional y nacional y así

tener un avance en logros importantes para la región siendo esto también parte fundamental para el desarrollo del plan regional de Santander.

6.3 Empleo a generar calificado, mano de obra directa y clasificación por vulnerabilidad

Inicialmente para la formación de este club deportivo se considera la contratación directa de siete personas mayores de 18 años en adelante siempre y cuando sean profesionales y capacitadas para el desarrollo de sus cargos respectivos los cuales son un director general, un director deportivo, un instructor por área, un contador, un jefe de prensa, un auxiliar de Campo y una secretaria.

6.4 Número de Empleos indirectos

La cantidad de empleos indirectos en este plan de negocio puede ser de una persona aproximadamente ya que dentro del portafolio de servicio se ofrece el servicio de transporte puerta a puerta es decir, se recoge al niño en la puerta de la casa y se deja en la puerta de las instalaciones del club, servicio que es muy importante para la confiabilidad de los padres y la seguridad de los niños.

6.5 Emprendedores con participación accionaria

El club deportivo constara con la participación accionaria de dos socios el cual cada socio le corresponde el 50% de la sociedad.

Referencias

- Asociacion Nacional de Empresarios. (01 de 01 de 2016). *Asociacion Nacional de Empresarios*. Obtenido de asociacion nacional de empresarios: <http://www.andi.com.co/SitEco/Documents/ANDI-Balance%202016-Perspectivas%202017.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogota. (01 de 12 de 2012). *Cámara de Comercio de Bogota*. Obtenido de Camara de Comercio de Bogota: • <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Fundaciones-Asociaciones-y-Corporaciones>
- Coldeportes. (2009). Lineamiento de Política 3. Posicionamiento y Liderazgo Deportivo. en i. c. Coldeportes, *Plan Decenal del Deporte, la Recreacion, la Educacion Fisica y la Actividad Fisica, Para el Desarrollo Humano, la Convivencia y la Paz 2009-2019* (págs. 63-68). bogota: abc ltda.
- Coldeportes. (23 de 12 de 2013). *Coldeportes*. Obtenido de coldeportes: http://www.coldeportes.gov.co/coldeportes/sistema_nacional_deporte_631
- Comfenalco. (2017). Academia de Futbol.
- Departamento Nacional de Planeacion. (22 de 02 de 2016). *Departamento Nacional de Planeacion*. Obtenido de departamento nacional de planeacion: <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Que-es-el-Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>
- Herrera, J. (07 de 04 de 2013). *El País*. Obtenido de El País: <http://www.elpais.com.co/deportes/en-colombia-cuatro-clubes-fabrican-talentos-para-el-futbol.html>

Legis. (27 de 01 de 1999). *Legis*. Obtenido de Legis:

•http://legal.legis.com.co/document/jurcol/jurcol_759920418f25f034e0430a010151f034/sentencia-c-32-de-enero-27-de-1999-sentencia-c-32-de-enero-27-de-1999?text=fomento%20deporte&type=q&hit=1

Liga Santandereana de Futbol. (26 de 04 de 2017). *Liga Sanatandereana de Futbol*.

Obtenido de Liga Santandereana de Futbol: •
<http://www.ligasantandereanadefutbol.co/lisanfutbol/index.php/torneo-municipal/estadisticas-por-categoria>

Núñez, P. (21 de 03 de 2015). *Ciudaris*. Obtenido de Ciudaris:

<http://www.ciudaris.com/blog/que-es-una-inmobiliaria/>

Organizacion Mundial de la Salud. (01 de 02 de 2017). *Organizacion Mundial de la Salud*.

Obtenido de Organizacion Mundial de la Salud:
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs385/es/>

Pezo, B. H. (07 de 02 de 2016). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo:

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/futbol-internacional/25/el-futbol-chino-un-proyecto-de-estado>

Planeacion, D. N. (2017). *Todos por un nuevo pais*.

Santander, I. D. (2017). Deportes en Santander.

Secretaría de Hacienda de Santander. (23 de 04 de 2012). *Plan de Desarrollo*

Departamental. Obtenido de Plan de Desarrollo Departamental:
<http://santander.gov.co/plan/files/plan.pdf>