



TECSPORT SAS

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

CRISTIAN ALEXANDER MORA MUÑOZ

JUAN NICOLÁS GRIJALBA ACUESTA

MIGUEL ANGEL BERMUDEZ CALDAS

Asesor:

ANA MARYELY AYALA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
NOMBRE: TECSPORT SAS.....	7
LOGOTIPO	7
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	8
MARCO REFERENCIAL	¡Error! Marcador no definido.
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	20
PROPUESTA DE VALOR.....	39
SEGMENTOS DE MERCADO	41
CANALES.....	44
RELACIÓN CON CLIENTES	46
INGRESOS.....	48
RECURSOS CLAVES	53
Recursos Físicos.....	53
Recursos técnicos	54
Recursos Tecnológicos	59
Recursos intelectuales.....	61
Recursos Humanos	61
ASOCIACIONES CLAVES	63
ACTIVIDADES CLAVES	66
ESTRUCTURA DE COSTOS.....	68
PUNTO DE EQUILIBRIO	74
EVALUACIÓN FINANCIERA	75
LIENZO MODELO CANVAS.....	82
REFERENCIAS	83

INTRODUCCIÓN

La idea de este negocio nace de crear una forma innovadora de realizar entrenamientos personalizados para futuras promesas del fútbol en el alto rendimiento, el desarrollo las capacidades físicas para el deportista con un apoyo tecnológico, según Arguello, Y. D. S. (2013) hoy en día, lo que ha aportado el apoyo tecnológico al deporte influye en un gran porcentaje en el crecimiento que presenta el entrenamiento deportivo. Tanto el desarrollo científico como el tecnológico nutre y complementa el deporte, contribuyendo a la consecución de los objetivos propuestos.

Esta idea de negocio se va a dedicar específicamente en el entrenamiento deportivo personalizado para futbolistas de todos los niveles competitivos, además de esto, se brindara un apoyo tecnológico con cada uno de los entrenamientos, donde más adelante se explicara cada uno de estos apoyos tecnológicos para alcanzar un objetivo en cada uno de estos entrenamientos, por otra parte, se realizará un seguimiento completo de cada uno de los jugadores que hagan partes de TECSPORT SAS dentro y fuera de los entrenamientos. La idea es que los entrenamientos se realicen en un área propia de la empresa para una mejor comodidad y manejo de horarios sin problema.

Actualmente en el mercado existen diversas opciones para que el cliente tenga una amplia gama de donde pueda escoger, por eso es importante tener un plus frente a la competencia, ser esa empresa que brinde los servicios completos que en otro lado no lo encuentran. TECSPORT SAS busca impactar en el mercado, generando nuevos mecanismos que le permitan tener un control más específico de cada jugador. Según Badillo, J. J. G., & Serna, J. R. (2002) el control deportivo del jugador, tiene como objetivo brindarle información acerca de su desarrollo deportivo mediante datos estadísticos exactos y siempre en pro de mejorar el rendimiento del jugador.

La experiencia laboral enfocada en este modelo de negocio es muy amplia, ya que se cuenta con experiencia en entrenamientos personalizados de forma independiente a jóvenes deportistas de alto rendimiento y amateurs. Por otra parte, se ha laborado en clubes deportivos de fútbol tales como Inter de Bogotá, Caterpillar, Dinohs, San Cristóbal F.C, entre otros,

como entrenadores encargados de una o más categorías de jóvenes y niños deportistas de alto rendimiento y amateurs.

Existe una gran importancia con las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) ya que estas pueden ayudar a los entrenadores de la empresa a capacitarse frente a la actualidad con la aplicación de tecnologías en entrenamientos personalizados en el fútbol, estas pueden permitir desarrollar nuevas estrategias metodológicas en el entrenamiento deportivo del fútbol, las cuales se convierten en un apoyo para las mismas, en la actualidad, hay una gran cantidad de entrenadores a nivel mundial que ya están utilizando las TIC en sus entrenamientos diarios. Ramírez Rea, S. M. (2015)

Esta idea de negocio lo que busca es generar un impacto innovador hacia los jóvenes deportistas para que desarrollen al máximo las capacidades físicas en el fútbol. La ventaja que tendrá este negocio frente al mercado en general es que se usará la tecnología para realizar los entrenamientos personalizados, para tener un desarrollo óptimo de estas capacidades físicas condicionales ya que hoy en día la tecnología es un avance y un apoyo para el desarrollo de sesiones y sus planificaciones. Stable-Bernal, Y., Medina-Ruiz, G., & Bernal-Jova, A. N. (2019) comentan que el deporte y la cultura física, han tenido un apoyo importante por parte de la ciencia y la tecnología donde han brindado muchos aportes a partir del desarrollo de estas mismas y la influencia que ha ejercido en este sentido, una de las principales contribuciones al deporte es que hay un cambio total en los métodos de dirección del aprendizaje y del entrenamiento deportivo.

Las materias base que se han visto en el transcurso de la carrera según el pensum que se rige desde el 2013 son; tecnología aplicada a la CFDR, entrenamiento deportivo, psicomotricidad, fisiología del ejercicio, biomecánica, iniciación y formación deportiva, entrenamiento y rendimiento deportivo, evaluación funcional, las materias con enfoque administrativo, las cuales ayudaron a brindar el conocimiento para la creación de una empresa y lo que debe contener esta, además, las profundizaciones y prácticas que se realizaron en los últimos semestres, las cuales se hicieron en el área de deportes en clubes de fútbol y cátedras deportivas

El alto rendimiento se caracteriza por desarrollar al máximo las capacidades de un deportista, normalmente para poder garantizar ese buen desarrollo según Weineck (2004) se debe

realizar una preparación adecuada durante la infancia y la juventud con la culminación del máximo rendimiento en la edad adulta, ya que es un proceso a largo plazo, que se basa en la buena planificación sistemática de la progresión de la carga de entrenamiento que garantice que el deportista pueda cumplir con aquellas expectativas. La preparación física es un papel fundamental que exige el nivel físico de los jugadores, la velocidad, la fuerza y el campo de juego; teniendo en cuenta estas características la rutina de entrenamiento debe ser de acuerdo a las condiciones en las que estas se encuentren, para así obtener resultados más favorables.

Con base en lo anterior hay que resaltar que los entrenamientos deben realizarse de forma personalizada, hay que tener en cuenta varios factores que van desde el objetivo del futbolista hasta donde sus límites le permitan llegar, también es necesario disponer de un profesional con conocimientos suficientes en el ámbito que se quiere trabajar, ya que permite optimizar las aptitudes y mejorar las capacidades del jugador, además de que lo conecta con la realidad de forma clara, real y positiva, para que realmente se pueda satisfacer las necesidades de este. Según Gutiérrez Pulido, B. N., & Pulido Gómez, S. A. (2017) se debe hacer un proceso de diagnóstico, el cual arrojará resultados de cada una de las capacidades físicas del jugador, así mismo con base en estos resultados se realizará un plan de trabajo que se deberá evaluar dependiendo la finalidad del futbolista.

La nutrición de los deportistas de fútbol es otro aspecto importante ya que esto favorece al entrenador durante las sesiones y competencias a lo largo de una temporada, evitando así que las cargas que son exigidas durante los ejercicios y actividades físicas afectan el sistema muscular, alejando así, las lesiones y enfermedades. Según Holway, F., Biondi, B., Camera, K. y Gioia, F. (2011) la ingesta nutricional del futbolista debe ser importante durante sus inicios deportivos ya que al no ser planificada puede afectar el rendimiento durante su formación, dañando así el desempeño durante las sesiones de entrenamientos y encuentros deportivos durante una temporada. En este orden de ideas es importante manejar la alimentación del deportista paso a paso y año por año si se quiere lograr la adaptación y ritmo del alto rendimiento en el fútbol.

Por otro lado, se sabe que la tecnología desde hace bastantes años está siendo un factor fundamental en el progreso y desarrollo de la humanidad, tanto así que muchos aspectos de la vida diaria ya han sido invadidos por la tecnología con el fin de facilitar el empleo de estas.

Por lo que no es novedad que el deporte también esté dentro del campo. Generalmente el uso que se le ha dado es para mejorar muchos aspectos como cualidades adscritas al mismo como la precisión en el registro de marcas, el rendimiento del deportista, la recuperación de lesiones, los materiales deportivos, etc. Según Breuer (2018) tanto se utiliza la tecnología para el deporte, que se ha pasado incluso a aplicarla al propio deportista.

Conocidos son ya los entrenamientos con electroestimulación o la búsqueda de situaciones extremas (como con la utilización de las cámaras hiperbáricas) que permitan mejorar el rendimiento en el futuro. La tecnología en el fútbol ha superado todas las barreras ya que se ha llegado a estudios donde se desarrollan diferentes avances en pro al desarrollo tecnológico deportivo. Según Hoyo Lora, M., Rodríguez, A.A. (2007) en su estudio se realizó una cuantificación de movimientos por medio de un GPS queriendo evaluar las diferentes cargas de trabajo y analizar los cambios y demandas fisiológicas con el objetivo de mejorar patrones de movimiento y demás aspectos del deportista por medio de la tecnología en este caso de un GPS. En conclusión, el uso de la tecnología es importante e indispensable para mejorar todos los aspectos del deportista.

Finalmente, el objetivo es impulsar a los deportistas a alcanzar sus sueños, proyectos y metas deportivas, esta es una de las misiones de la empresa. Para cumplir esto, se propone todo un plan de entrenamiento basado en la asistencia tecnológica, puesto que, para alcanzar el nivel de un jugador profesional, se requiere un adecuado desarrollo táctico, físico y mental del jugador (Brink, Nederhof, Visscher, Schmikli, & Lemmink, 2010).

NOMBRE: TECSPORT SAS

El nombre de la empresa “TECSPORT” surgió de la unión entre la tecnología y deporte, puesto que el fin de la empresa es brindar entrenamientos personalizados por medio de ayudas tecnológicas para que los jugadores desarrollen sus capacidades físicas y mentales con un método más acertado y completo.

Es importante que el nombre cautive, por ello “TECSPORT” es una denominación que llama la atención de las personas para que descubran más del proyecto, hace que se interesen y finalmente logre involucrarse con el objetivo de la empresa.

LOGOTIPO



El logotipo de la empresa se conforma del nombre de la empresa, slogan, un balón que representa el espíritu de la empresa, puesto que este es el servicio que se va ofrecer, y finalmente, una estrella en la parte inferior.

Para la realización del logo, se buscó dejar una imagen representativa de la empresa en las personas, que se sientan identificados por una marca y la sientan como propia. Por ello, la representación que se le da, es la de un escudo, encima un balón de fútbol indicando que va hacia el futuro y, por último, pero no menos importante, la estrella, que refleja las personas que son parte de esta empresa, como socios gold o VIP dentro de esta.

Los colores que conforman el escudo, son los distintivos base de la empresa, estos reflejan lo siguiente:

Verde: Representa crecimiento, salud y tranquilidad. Este color es el principal de la empresa, va afín con el ideal de la empresa en cuanto a la actividad física para la salud, por medio de la tecnificación de ciertas características físicas de los jugadores de fútbol. Además de ello, refleja el crecimiento de la empresa en cuanto a su estructura interna y externa.

Negro: Este color refleja poder, prestigio, valor y da un aspecto de ser una empresa sofisticada. Es el color secundario de la empresa, le da un contraste al color principal, y le agrega el valor de ser importante y resaltado dentro de la competencia.

Blanco: Representa pureza, limpieza, igualdad. En la empresa se tiene como pilar la igualdad de trato con todas las personas que conforman la sociedad, desde los jugadores hasta los coordinadores deportivos y dueños de la empresa, esto refleja una sociedad pura, limpia, sin energías negativas y siempre aportando en pro del crecimiento.

SLOGAN: *“En la vida y en la cancha”*

El slogan de TECSPORT SAS se basa en una breve premisa que hace referencia a todos los clientes que pueda tener la empresa, puesto que uno de los objetivos que tiene esta, es conocer a sus clientes acerca de sus sueños, objetivos y metas que este tenga, con el fin de guiarlo deportivamente de la mejor forma para que pueda cumplir sus expectativas al adquirir el servicio

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

TECSPORT SAS está basado en el enfoque humanista que se inculcó a los profesionales por parte de la Universidad Santo Tomás, el cual es formar personas éticas, morales e íntegras en cualquier ámbito profesional. Resaltando los valores del respeto, honestidad e integridad mediante las sesiones de entrenamiento que se realizarán a cada uno de los deportistas que

pasen por esta institución. Por otra parte, se busca integrar a todo tipo de poblaciones, género, raza y/o etnias que estén interesados en nuestros productos y servicios.

Cabe resaltar que, para garantizar la enseñanza y aplicación de dichos fundamentos, TECSPORT SAS tiene como objetivo enmarcar mediante los cronogramas y planificaciones de trabajos de cada uno de los personalizados la importancia de desarrollar los valores que caracterizan al buen deportista, mediante folletos, encuestas, actividades lúdicas y especificar durante las sesiones cada uno de los valores que se quieren dar a enseñar. Por otra parte, motivar a los deportistas mediante premios (becas) que no poseen con los recursos adecuados y garantizar su motivación y entrenamiento potencial dentro del centro tecnológico deportivo, además de apoyarlos con el ingreso a un club que esté asociado con TECSPORT SAS.

CAPÍTULO I DEL NOMBRE, DOMICILIO Y DURACIÓN:

ARTÍCULO 1: NOMBRE: La empresa tendrá el nombre de “**TECSPORT SAS**” la cual será como asociación deportiva llamada “**ASOCIACION DEPORTIVA TECSPORT SAS**”.

ARTÍCULO 2: DOMICILIO Y JURISDICCIÓN: El lugar del centro deportivo estará ubicado en Bogotá D.C., territorio dentro del cual ejercerá su jurisdicción.

ARTÍCULO 3: DURACIÓN: La duración del centro deportivo no está definida ni disputada, tampoco la terminación de este.

CAPÍTULO II DEL OBJETO Y LAS GESTIONES

ARTÍCULO 4.: OBJETIVOS: Son objetivos principales de la asociación deportiva:

- a. Promocionar el aprovechamiento del tiempo libre, el deporte y la recreación
- b. Realizar entrenamientos personalizados a cualquier tipo de población
- c. Hacer parte del Sistema Nacional del Deporte,
- d. buscar proyectos y promoverlos para el desarrollo de la formación deportiva.

CAPÍTULO III DE LOS INTEGRANTES

ARTÍCULO 6: INTEGRACIÓN: El centro deportivo contará principalmente con 3 profesionales de cultura física, deporte y recreación. Quienes serán los representantes y entrenadores principales del centro. Cabe aclarar, que son personas naturales.

ARTÍCULO 7: AFILIADOS CONTRIBUYENTES: Aquellos clientes y personas naturales que deseen apoyar en la parte financiera del centro deportivo,

ARTÍCULO 8: ADMISIÓN DE AFILIADOS: Se necesitan unos requerimientos para que una persona natural llegue a la admisión de afiliados al centro deportivo, para esto el comité ejecutivo solicita lo siguiente:

- Una carta de petición escrita donde se encuentre:
 - Nombres y apellidos.
 - Tipo de documento con su número.
 - Dirección del lugar donde reside.
 - Fecha y lugar de nacimiento.
 - Hoja de vida deportiva.
 - Un certificado médico donde identifique que es una persona aparentemente sana.
 - Una declaración donde conste que la persona que desea afiliarse está de acuerdo a los estatutos del centro deportivo y la cual acepta los términos y condiciones de este.

PARÁGRAFO: Al momento que una persona menor de 18 años desee ser un afiliado, deberá contar con su representante legal para la firma y aceptación de los términos.

ARTÍCULO 9: OBLIGACIONES DE LOS AFILIADOS:

Los Afiliados están obligados a:

- Cumplir con los términos y condiciones estipulados en cada uno de los capítulos de los estatutos.
- Cumplimiento del pago mensual de las cuotas de servicios.

PARÁGRAFO Los Afiliados deportistas están obligados a:

- Cumplir con los horarios establecidos, si no puede llegar a un entrenamiento, avisar con anticipación para el aplazamiento de este.
- Cumplir de forma legal con las normas establecidas en los reglamentos.

ARTÍCULO 10: SUSPENSIÓN DE LA AFILIACIÓN: Las personas afiliadas podrán ser sancionados o suspendidos de sus derechos por las siguientes opciones:

- Si se encuentra en mora con sus pagos de los servicios que presta el centro deportivo.
- Incumplimiento y violación de las normas, estatutos o reglamentos del centro deportivo

ARTÍCULO 11: PÉRDIDA DE LA AFILIACIÓN: La persona puede perder la afiliación por los siguientes motivos:

- Término del contrato.
- Por renuncia justificada y redactada formalmente.
- Por sanción o suspensión de la afiliación.

ARTÍCULO 12: AUTORIDAD COMPETENTE: Salvo el incumplimiento con el pago, en los demás casos el órgano competente para resolver sobre la suspensión o desafiliación es la Comisión Disciplinaria de la asociación.

CAPÍTULO IV DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL

ARTÍCULO 13: La asociación tendrá la siguiente estructura funcional:

- La asamblea de afiliados, quienes contarán con los servicios y serán los representantes de los clientes.
- La parte administrativa, donde se encuentra el comité ejecutivo.
- El control reglamentario, donde los encargados serán el revisor fiscal y el suplente.
- La comisión disciplinaria, donde se encargará toda la parte del cumplimiento de normas y reglamentos de la empresa.

CAPÍTULO V DEL COMITÉ EJECUTIVO

ARTÍCULO 14 ADMINISTRACIÓN: El comité ejecutivo será el encargado de la parte administrativa, el cual contará con tres (3) integrantes, elegidos por la asamblea.

ARTÍCULO 15 PERÍODO: El contrato y periodo que se establecerá a los miembros del comité ejecutivo será de cuatro (4) años. Estos periodos serán contados a partir del 1 de ENERO de 2021.

ARTÍCULO 16 REQUISITOS: Las personas interesadas al puesto del comité ejecutivo, tendrán que cumplir los siguientes requisitos.

- Pertenecer al club como afiliados
- Ser mayores de edad
- Tener un conocimiento del estatuto del centro deportivo, las disposiciones que rigen la organización y la disciplina deportiva

ARTÍCULO 17 ELECCIÓN: La persona postulada deberá tener a su favor por lo menos más de la mitad de los votos por parte de la asamblea.

ARTÍCULO 18 CARGOS: El comité ejecutivo se dividirá en los siguientes cargos:

- Presidente, quien a la misma vez será el representante legal de la empresa
- El tesorero del club, encargado de la parte financiera
- Un secretario

PARÁGRAFO Si en algún momento los miembros del Comité ejecutivo deciden redistribuir los cargos, lo pueden hacer entre sí, para mejorar el funcionamiento y administración de la empresa.

ARTÍCULO 19 REUNIONES DEL COMITÉ EJECUTIVO: Por lo menos una vez al mes el comité ejecutivo deberá reunirse para reportar novedades de la empresa y extraordinarias cuando lo exija el presidente, sus miembros o el revisor fiscal. Las reuniones se deberán programar con debida anticipación.

ARTÍCULO 20 QUÓRUM: El Comité Ejecutivo podrá exponer y argumentar cuando estén presentes por lo menos dos (2) de sus miembros. Siempre los actos y decisiones se aprobarán por medio de la mayoría de votos, las cuales se publicarán por escrito.

ARTÍCULO 22 FUNCIONES: El comité ejecutivo tendrá las siguientes obligaciones:

- Convocar las reuniones de la asamblea con previo aviso.
- Tener su propio reglamento y actualizar las reformas estatutarias.

- Poner al tanto a la comisión disciplinaria sobre los hechos o actos que considere merecedores de una sanción.
- Notificar a las autoridades competentes los documentos necesarios para la supervisión de la empresa.
- Actualizar los informes estatutarios, los proyectos de programas, presupuestos y notificarlos a la consideración de la asamblea.
- Designar nuevos miembros pertenecientes a la asamblea y tramitar las cartas de renuncia si las hay.
- Elegir un tercer miembro de la comisión disciplinaria.

CAPÍTULO VII DE LAS FUNCIONES DE LOS CARGOS

ARTÍCULO 24 DEL PRESIDENTE: Como representante de la asociación, el presidente tendrá las siguientes funciones:

- a. Dirigir las reuniones de la Asamblea y del Comité Ejecutivo,
- b. Llevar la Representación Legal de la Asociación,
- c. Presentar a la Asamblea el informe anual de actividades generales de la asociación y los demás que ésta le solicite,
- d. Suscribir las actas, contratos, resoluciones y demás actos que le señalen el estatuto, los reglamentos, la Asamblea o el Comité Ejecutivo,
- e. Organizar los gastos entrantes y salientes, y firmar con el Tesorero los giros sobre los fondos de la asociación, dentro de los límites fijados por la Asamblea,
- f. Preparar, con los demás miembros del Comité Ejecutivo, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos que debe presentar a la Asamblea
- g. Representar a la asociación, por sí o por delegación, en los actos públicos y privados, y
- h. Demás funciones que asigne la asamblea siempre y cuando sean propias de su cargo.

ARTÍCULO 25 El Presidente, deberá evitar el uso de palabras descorteses en debates, o temas que desvíen el objetivo general de las reuniones.

ARTÍCULO 26 DEL TESORERO: El Tesorero es el encargado de la distribución y manejo de bienes y fondos de la asociación, este tendrá las siguientes funciones:

- a. Velar porque los Afiliados o terceros paguen cumplidamente sus compromisos económicos para con la asociación,
- b. Informar al Comité Ejecutivo, con la periodicidad reglamentaria o cuando se le solicite, sobre el estado financiero de la asociación,
- c. Elaborar y suscribir los informes de cuentas y estados financieros que debe presentar a la Asamblea.
- d. Velar porque se lleven permanentemente actualizados los libros de contabilidad e inventarios.
- e. Preparar, con los demás miembros del Comité Ejecutivo, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos que debe presentar a la Asamblea,
- f. Prestar las fianzas y seguros exigidos para el ejercicio de la Tesorería, con cargo a los fondos de la asociación, y
- g. Las demás funciones que asigne la Asamblea, el Comité Ejecutivo o el presidente.

ARTÍCULO 27 DEL SECRETARIO: El Secretario es el encargado de la dirección administrativa de la asociación y además de ello, tendrá las siguientes funciones:

- a. Reemplazar al presidente en sus ausencias temporales o definitivas, en este último caso podrá ser confirmado como presidente o se elegirá uno nuevo.
- b. Responder por la correspondencia y la conservación de los archivos,
- c. Llevar las actas de la Asamblea y del Comité Ejecutivo,
- d. Llevar el registro de Afiliados y expedir los carnés correspondientes,
- e. Velar por el oportuno cumplimiento de las labores de los empleados de la asociación, si los hubiere,
- f. Comunicar y publicar los acuerdos, resoluciones, programaciones, boletines y, en general, divulgar las actividades de la asociación,

- g. Diligenciar los asuntos de carácter oficioso, y
- h. Las demás funciones que asigne la Asamblea, el Comité Ejecutivo o el presidente.

ARTÍCULO 28 La responsabilidad conjunta del Comité Ejecutivo no cesa ni disminuye en los casos en los cuales se deleguen funciones.

CAPÍTULO VIII DEL REVISOR FISCAL Y SU SUPLENTE

ARTÍCULO 29 Calidad Y Origen: El Inspector Fiscal es el delegado de los Afiliados ante el Comité Ejecutivo. Es predilecto en la misma Asamblea en que se eligen los miembros del Comité Ejecutivo, contiguo a su supletorio, para una etapa de cuatro años, contados a partir de la fecha señalada en el apartado 36.

ARTÍCULO 30 ELECCIÓN: Para el nombramiento del Revisor Fiscal y su supletorio, asimismo se procederá como se dispone en los artículos 36, 37 38 y 39 de este Estatuto.

ARTÍCULO 31 INHABILIDADES: No podrán ser elegidos ni realizar la función de Revisor Fiscal, los parientes de los miembros del Comité Ejecutivo dentro del cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil.

ARTÍCULO 32 FUNCIONES: En el proceder de su cargo, el Revisor Fiscal cumplirá, entre otras, las siguientes funciones:

- a. Velar porque los Afiliados, el Comité Ejecutivo, la Comisión Disciplinaria, las Comisiones y los empleados, si los hubiere, se ajusten a las normas legales, estatutarias y reglamentarias,
- b. Velar porque la contabilidad, actas, tesorería, correspondencia y ejecución presupuestal estén permanentemente actualizados,
- c. Visar las órdenes de pago sobre los Fondos de la Asociación,
- d. Respaldar con su firma, cuando los encuentre correctos, los informes de cuentas y estados financieros,
- e. Asistir a las reuniones de la Asamblea y del Comité Ejecutivo, e informarles sobre la gestión administrativa y manejo de las cuentas,

f. Convocar la Asamblea Extraordinaria en los casos previstos en los artículos 24 y 44 por la ocurrencia de irregularidades o vacancia de dos o más miembros del Comité Ejecutivo.

ARTÍCULO 33 Fallo DEL Revisor Fiscal: Cuando el Inspector Fiscal renuncie o deje de asistir a cinco reuniones consecutivas o siete no consecutivas del Comité Ejecutivo, en el término de un año, sin justa causa, el Comité Ejecutivo citará al Suplente para que ejerza el cargo. En el evento de falta absoluta del Revisor Fiscal y su Suplente, el Comité Ejecutivo convocará la Asamblea para que elija los reemplazos para el resto del período.

PARÁGRAFO: El apartado 21 del Decreto Ley 1228 de 1995 exige Revisoría Fiscal para las Federaciones Deportivas, Ligas, Asociaciones Deportivas y los Clubes Profesionales, es decir que a los clubes deportivos la legislación no les exige revisores fiscales; sin embargo, si el club cuenta dentro de sus afiliados con Contadores Públicos conforme podrían cambiar la denominación de fiscal por la de Revisor Fiscal.

CAPÍTULO IX DE LA DISCIPLINA DEPORTIVA

ARTÍCULO 34 COMISIÓN DISCIPLINARIA: El Cuerpo Disciplinario es el órgano de la Asociación encargado de calificar y corregir las conductas que atenten o violen la conducta, los principios, el decoro, la disciplina o las reglas de juego o competición que rigen la acción deportiva.

ARTÍCULO 35 INTEGRACIÓN: La Delegación Disciplinaria estará integrada por tres miembros: dos elegidos por la Asamblea y uno por el Comité Ejecutivo, para el mismo tiempo de cuatro años, determinado en el apartado 36. No podrán ser miembros de la Comisión Disciplinaria quienes sean afiliados al Club. Sus miembros deberán ser personas de reconocida capacidad moral. ARTÍCULO 36 SANCIONES: Las conductas que dan parte a sanciones, los tipos de sanciones y en ordinario el procedimiento para imponerlas, la capacidad, los términos, etc., son los consagrados en el Estatuto 49 de 1993 y en el Código Disciplinario respectivo. Las determinaciones de la Comisión Disciplinaria se denominan “FALLOS”.

CAPÍTULO X DEL RÉGIMEN ECONÓMICO

ARTÍCULO 37 PATRIMONIO: Este artículo está constituido por los bienes muebles e inmuebles, valores, títulos, trofeo, certificados entre otros elementos que se identifican como reconocimiento, de todo lo cual se elabora en un inventario detallado y numerado que corresponde.

ARTÍCULO 38 DE LOS COSTOS: los fondos del Club provienen de:

- a. El valor de las cuotas de inscripción que deben ser canceladas por parte del cliente en el momento de presentar su petición.
- b. Mediante el valor de las cuotas ordinarias de sostenimiento.
- c. El valor de ayudas externas, aportes o donaciones provenientes de personas jurídicas, públicas y privadas.
- d. Los excedentes que provienen de la administración, de eventos, y competencias que se puedan ofrecer por parte del club.
- e. El producto de contrato o convenios que se realizan con terceros y que este acorde al objetivo y requerimientos del club.

ARTÍCULO 39 MANEJO: La administración del patrimonio del club como tal estará a cargo del Comité ejecutivo. El recaudo y manejo de los fondos del club estarán supervisados por parte de tesorería. Los fondos del club estarán encargados por instituciones financieras. Los giros se firmarán por el representante legal y el tesorero, además de la revisión fiscal. El comité ejecutivo estará a cargo del manejo de los ingresos y los egresos.

ARTÍCULO 40 INDIVISIBILIDAD DE LOS BIENES: El patrimonio del Club es indivisible a ninguno de los afiliados. Los fondos son destinados exclusivamente a atender a ciertas actividades sociales y deportivas.

Los excedentes que son adquiridos de dichas actividades y eventos son destinados al incremento del acervo patrimonial del Club.

ARTÍCULO 41 CUOTAS: La asamblea es el único órgano constituido del club con facultad para fijar el valor y formas de pago de las cuotas de admisiones y sostenimiento, ordinarias a cargo de los afiliados.

CAPÍTULO XII DEL ESTATUTO Y LOS REGLAMENTOS

ARTÍCULO 42 DEFINICIÓN DE ESTATUTO: Se entiende por estatuto, el conjunto de normas que una vez que se adaptan por la asamblea, se adquiere fuerza de ley para el gobierno y funcionamiento de la asociación.

PARÁGRAFO 1: El estatuto sólo podrá ser reformado mediante el voto afirmativo por lo menos de terceras partes de los afiliados reunidos en dicha asamblea extraordinaria.

PARÁGRAFO 2: Cuando las reformas obedecen a disposiciones de carácter legal, el comité ejecutivo quedará expresamente para vincularlas en el texto correspondiente, citando las normas legales respectivas.

PARÁGRAFO 3: El estatuto y sus reformas se registraron en el Instituto Distrital para la Recreación y el Deporte, I.D.R.D., para el reconocimiento deportivo. En la Secretaría de Educación y posteriormente en la Secretaría de Cultura y Recreación y Deporte.

ARTÍCULO 43 REGLAMENTO ESTATUTARIOS: Se entiende por reglamentos estatutarios las normas adoptadas por la asamblea para dar claridad y aplicación al estatuto.

ARTÍCULO 44 REGLAMENTOS INTERNOS: Son las normas dictadas por el comité ejecutivo para el funcionamiento de las comisiones permanentes, para la realización de eventos deportivos y sociales. cabe resaltar que estos reglamentos pueden ser reformados.

CAPÍTULO XIII DE LA DISOLUCION Y LIQUIDACION

ARTÍCULO 71 DISOLUCIÓN: El club podrá ser disuelto por las siguientes causas:

- a. Por decisión de la asamblea, mediante el voto afirmativo dado por lo menos dos terceros afiliados.
- b. Por incumplimiento del objetivo social.
- c. Por no contar con la cantidad de socios afiliados
- d. Por cancelación de la personería jurídica

ARTÍCULO 25 LIQUIDACIÓN: Cuando la disolución obedezca a decisión de la Asamblea, dicho cuerpo nombrará un liquidador. por otra parte, el liquidador será designado por el instituto distrital para la Recreación y el Deporte I.D.R.D. Además, la liquidación será ajustada a los procedimientos legales. Los activos del Club que resulten pasarán a un Club Deportivo de la jurisdicción que cumpla con objetivos similares.

Los presentes estatutos seran aprobados en la reunión de Asamblea celebrada en la ciudad de Bogotá el día 1 de enero del año 2021

Nombre y Firma del presidente de la reunión

Juan Nicolas Grijalba Cuesta

C.C. No. 1015477777

Nombre y Firma del secretario de la reunión

Cristian Mora

C.C. No. 1069078779

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La encuesta se realizó por medio de la plataforma de Google Formularios, la cual se encuentra en el siguiente link, con sus respectivas preguntas y su debido consentimiento informado:

Formato y Consentimiento



Sección 1 de 3

FORMULARIO TECSPORT SAS.

Este formulario tiene como fin identificar el tipo de población que puede estar interesada en el producto que se esta ofreciendo, por ende, este formulario es únicamente para practicantes de fútbol. Con base en eso, se realizara un estudio de mercadeo con el cual se espera presentar mejores productos y beneficios.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

Consentimiento Informado:

Consentimiento informado



Por favor, lea cuidadosamente esta información sobre el estudio de investigación de mercado titulado "TECSPORT SAS".

Siéntase en completa libertad de preguntar al personal del estudio todo aquello que no entienda.

Una vez haya comprendido la información, se le preguntará si desea participar del estudio. En caso afirmativo, deberá seleccionar la respuesta afirmativa en el google formulario.

DESCRIPCIÓN GENERAL

TECSPORT SAS Es una empresa dedicada a realizar entrenamientos personalizados para futuras promesas del fútbol, en el alto rendimiento., ademas del desarrollo de las capacidades físicas, psicológicas y nutricionales.

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Conocer el interés de aquellos deportistas que desean adquirir nuestros servicios.

¿EN QUÉ CONSISTE SU PARTICIPACIÓN?

Su participación es determinante para poder conocer su percepción subjetiva respecto a la temática principal de la investigación. Para esto, usted será participe de una encuesta virtual, en la cual, se realizarán preguntas asociadas a datos personales, características y relación a la tecnología deportivas y todo aquellos que incluye datos de interés a nuestra investigación. La encuesta no tomará más de 5 minutos, y usted como entrevistado, tiene la libertad de acceder a la encuesta.

RIESGOS Y BENEFICIOS

RIESGOS Y BENEFICIOS

Según la resolución número 8430 de 1993 del Ministerio de Salud de Colombia, el riesgo de esta investigación es clasificado como "investigación de riesgo mínimo". Entendiéndose como una investigación en la que se obtendrán datos mediante la encuesta, sin realizar una intervención en la que se modifiquen intencionadamente variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participan en el estudio.

¿CÓMO SERÁ LA PARTICIPACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN?

Una vez aceptada su participación se deberá registrar los siguientes datos:

Nombres y apellidos
Correo electrónico
Genero
Edad
Nivel de escolaridad

Aspectos a tener en cuenta:

La encuesta no tendrá una duración mayor a 5 minutos.
Los datos serán anexados a una matriz de recolección de datos, en el cual se utilizaran para dicha investigación
El participante es libre de aceptar o no dicho formulario.

GARANTÍAS DE SU PARTICIPACIÓN

La información se mantendrá bajo estricta confidencialidad y no se utilizará su nombre o cualquier otra información que pueda identificarlo personalmente.

Toda la información que se obtenga de este formulario se utilizará únicamente para la investigación, cabe resaltar que los investigadores de este estudio son los únicos autorizados para acceder a los datos que usted suministre.

GARANTÍAS DE SU PARTICIPACIÓN

La información se mantendrá bajo estricta confidencialidad y no se utilizará su nombre o cualquier otra información que pueda identificarlo personalmente.

Toda la información que se obtenga de este formulario se utilizará únicamente para la investigación, cabe resaltar que los investigadores de este estudio son los únicos autorizados para acceder a los datos que usted suministre.

Ni usted, ni otra persona involucrada en el estudio, recibirá beneficios políticos, económicos o laborales como compensación por su participación.

Su participación es totalmente voluntaria, si en algún momento desea retirarse de la investigación podrá hacerlo sin recibir ninguna afectación.

Si desea conocer mas acerca de la investigación pueden contactar a:

cristianmoram@usantotomas.edu.co

juangrijalba@usantotomas.edu.co

miguel.bermudez@usantotomas.edu.co

Formulario

Formulario



Lea con atención las preguntas del este formulario y completelo en su totalidad. ¡GRACIAS!

Nombres y apellidos completos *

Texto de respuesta corta

Correo electronico

Texto de respuesta corta

Genero al que pertenece

Masculino

Femenino

Edad

- Infancia (6-11 años)
- Adolescencia (12-18 años)
- Juventud (19-26 años)
- Adulthood (27-59 años)
- Tercera edad (60 años en adelante)

Nivel de escolaridad

- Preescolar
- Basica primaria
- Basica secundaria
- Pregrado
- Posgrado

Dias de practica de fútbol a la semana

- No practico ningun dia
- 1-2 días
- 3- 5 días
- 6-7 días

Posición de juego

- Arquero
- Defensa
- Mediocampista
- Delantero

Pertenece a algún club de fútbol?

- Sí
- No

Si respondió SI en la anterior pregunta, ¿A que club de fútbol pertenece?

Texto de respuesta corta

¿A que nivel competitivo cree pertenecer? *

- Amateur
- Alto rendimiento
- Profesional

En el transcurso de su carrera deportiva, ¿Ha tenido entrenamientos personalizados?

En el transcurso de su carrera deportiva, ¿Ha tenido entrenamientos personalizados?

- Sí
- No

Si la respuesta a la anterior pregunta es SI, ¿En estos entrenamientos personalizados ha tenido algún apoyo tecnológico?

- Sí
- No
- Tal vez

Si su respuesta es NO, ¿Ha considerado en tener entrenamientos personalizados?

- Sí
- No

...

¿Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por un entrenamiento personalizado con apoyo tecnológico?

- 50.000 - 100.000 COP mensuales
- 101.000 - 150.000 COP mensuales
- 200.000 COP o mas mensuales
- Otra...

¿Le gustaría conocer mas sobre los beneficios que trae el apoyo tecnológico en los entrenamientos personalizados para un futbolista?

- Sí
- No

¿Conoce algún ente deportivo, que aplique alguna tecnología con el desarrollo de las capacidades físicas, nutricionales y psicológicas? *

¿Conoce algún ente deportivo, que aplique alguna tecnología con el desarrollo de las capacidades físicas, nutricionales y psicológicas? *

- Sí
- No

Si su respuesta a la anterior pregunta es SI, nombre el ente deportivo que conoce

Texto de respuesta corta
.....

¿Cree que la aplicación de tecnología es fundamental para el desarrollo de las capacidades físicas, nutricionales y psicológicas? *

- Sí
- No

¿Considera que los entrenamientos personalizados, serian mas afectivos si se aplicara la tecnología a jóvenes o futuras promesas, con el fin de fortalecer las capacidades? *

- Sí
- No

Para conocer los problemas y necesidades que pueden favorecer a la empresa y a los clientes, se elaboró una encuesta sobre información general y con la temática a realizar de los productos que se van a ofertar. Fueron 54 los encuestados que colaboraron para realizar un análisis cuantitativo, se intentó buscar una variedad de población, lo importante es que todos ellos practiquen el deporte específico (fútbol) y tuvieran algún grado de interés en tomar entrenamientos personalizados. Las gráficas de los resultados de cada una de las preguntas en la encuesta son las siguientes:

Genero al que pertenece
54 respuestas

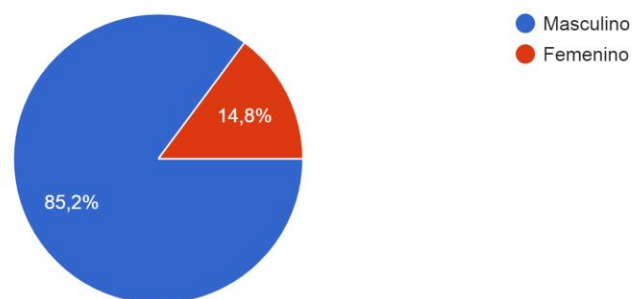


Tabla 1

Análisis Cuantitativo

En la (Tabla No.8) el 85,2% son del género masculino, mientras que el 14,8% son del género femenino.

Análisis Cualitativo

En la tabla 1 se puede evidenciar que hay un gran porcentaje de gente masculina interesada en los entrenamientos personalizados, esto quiere decir que hay que hacer llegar más información sobre la empresa a las mujeres para así tener una clientela equitativa de género.

Edad
54 respuestas

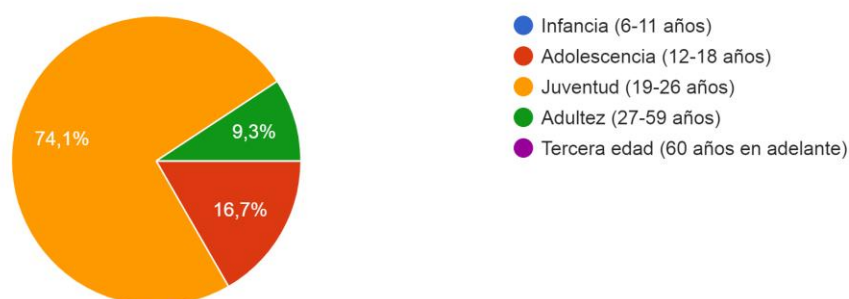


Tabla 2

Análisis Cuantitativo

En la (Tabla No.2) el 16,7% están dentro de la edad de los 12 a los 18, el 74,1% están dentro de las edades 19 y 26 años, mientras que el 9,3% están dentro de los 27 a los 59 años.

Análisis Cualitativo

Por otra parte, en la tabla 2, los resultados dan que la mayoría de las personas interesadas en los entrenamientos personalizados son jóvenes entre los 19 y 26 años de edad, hay que hacer llegar también los personalizados a los adolescentes, ya que estos son los que se encuentran en una etapa de formación deportiva y por ende son los que más interesados podrían estar en este tipo de mercado.

Nivel de escolaridad
54 respuestas

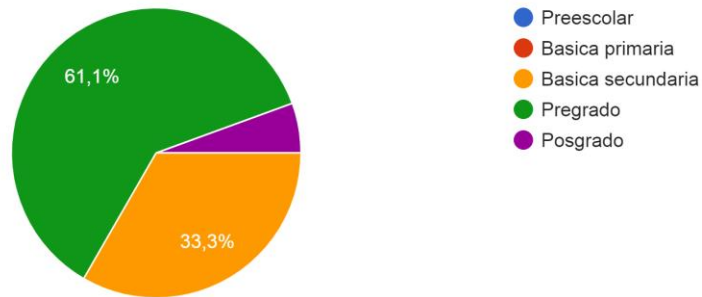


Tabla 3

Análisis Cuantitativo

En la (Tabla No.3) se puede analizar que el 61,1% presentan un nivel de escolaridad pregrado mientras que el 33,3% presentan un nivel de escolaridad básico secundario. Cabe resaltar que los demás no tienen un valor significativo.

Análisis Cualitativo

Existe un nicho de población muy amplio en la parte universitaria, donde son los jóvenes ya son deportistas de alto rendimiento y competitivos, por otra parte, los adolescentes que se encuentran aún en el colegio, son deportistas que se encuentran en una etapa entre la formación deportiva y el alto rendimiento

Días de practica de fútbol a la semana
53 respuestas

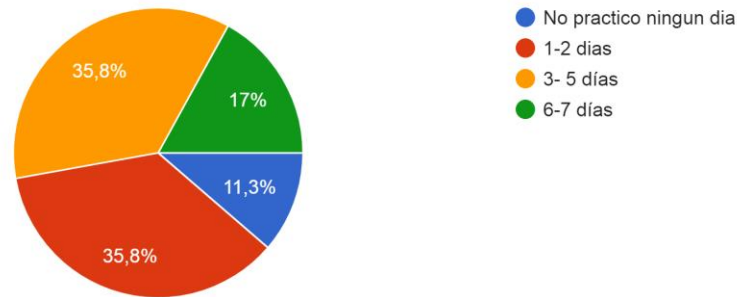


Tabla 4

En la (Tabla No.4) se puede analizar que el 11,3 % no practica ningún día, el 35,8% práctica de 1 a 2 días, el 35,8% práctica de 3 a 5 días y por último el 17% de 6 a 7 días a la semana.

Análisis Cualitativo

También es importante resaltar el horario académico que tienen estos dos tipos de población, ya que ocupan casi la mitad del día cumpliendo con este y lo más probable es que los entrenamientos personalizados los realicen en horarios de la noche o los fines de semana. Los días de práctica (Tabla No 4) son una forma indirecta de conocer el nivel en el que se encuentran los deportistas, se puede evidenciar que la mayoría de encuestados practican casi toda la semana, esto puede responder a que son deportistas con un alto rendimiento deportivo o por lo menos que entrenan con un club deportivo, es importante conocer el estado físico de los deportistas ya que mediante esto se puede realizar los entrenamientos de forma más óptima.

Posición de juego
54 respuestas

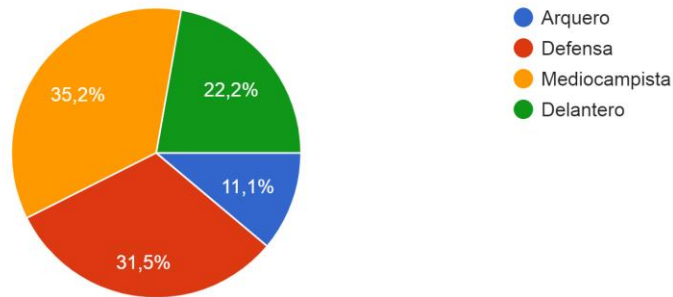


Tabla 5

Análisis Cuantitativo

En la (Tabla No.5) el 11,1 % son arqueros, el 31,5% son defensas, el 35,2% se dicen que son mediocampistas y por último 22,2% son delanteros.

Análisis Cualitativo

La posición de juego (Tabla No. 5) es importante conocerla ya que dependiendo en qué posición está especializado el deportista, los entrenamientos de cada uno de ellos varía, en esta población, se evidencia que la mayoría de los deportistas son defensas o mediocampistas, esto puede responder a que este tipo de jugadores son los que más interesados pueden estar en tomar un servicio de entrenamiento personalizado.

Pertenece a algún club de fútbol?

54 respuestas

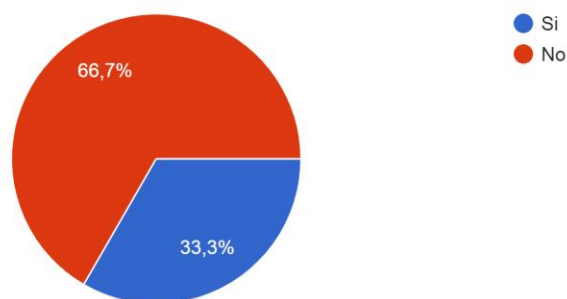


Tabla 6

En la (Tabla No.6) se puede analizar que el 66,7% si pertenece algún club deportivo, mientras que el 33,3% no pertenecen.

Análisis Cualitativo

Como se explicó en la gráfica de los días de práctica, los deportistas que pertenecen a un club son los que más días de práctica realizan a la semana, por otra parte, los que no pertenecen a ningún club de fútbol, puede que estén interesados en los entrenamientos personalizados para poder presentarse en algún club dentro o fuera del país y así fortalecer sus capacidades físicas y llegar al club con un nivel máximo para la competencia. (tabla No. 6).

¿A que nivel competitivo cree pertenecer?

54 respuestas

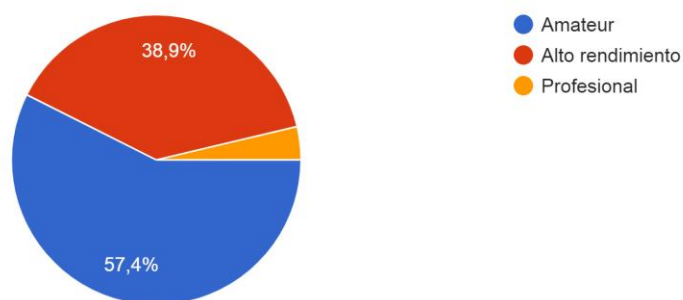


Tabla 7

Análisis Cuantitativo

En la (Tabla No.7) se puede analizar que el 57,4% tiene un nivel Amateur, mientras que el 38,9% son de alto rendimiento. Cabe resaltar que no se tiene un porcentaje en el profesionalismo.

Análisis Cualitativo

Que los deportistas sientan que se encuentren en un nivel amateur es importante (Tabla No.7), ya que si deciden tomar el servicio con TECSPORT mediante los entrenamientos esa mentalidad de ser un deportista amateur puede cambiar y más si pertenecen a un club de fútbol, esto se puede realizar por medio de los entrenamientos deportivos personalizados, además el desarrollo de las capacidades físicas puede ser mucho mayor para un deportista amateur que para uno de alto rendimiento o un profesional, estos últimos dos los que buscan es ir mejorando poco a poco y/o mantenerse en el nivel en el que se encuentren.

En el transcurso de su carrera deportiva, ¿Ha tenido entrenamientos personalizados?

54 respuestas

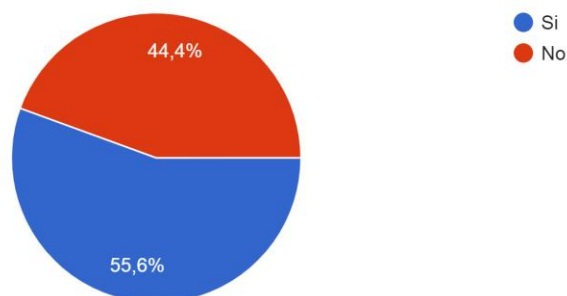


Tabla 8

Análisis Cuantitativo

En la (Tabla No.8) el 55,6% de los encuestados escogieron si han tenido entrenamientos personalizados, mientras que el 44,4% no han entrenado personalizados en el transcurso de la carrera deportiva.

Análisis Cualitativo

Es importante conocer la experiencia que tienen los deportistas frente a los entrenamientos personalizados (Tabla No.8), ya que va a ser mucho más fácil entrenar a un deportista que ya haya contado con entrenamientos personalizados, además, los que no hayan contado con estos, tendrá una nueva experiencia y sobre todo mucho más amplia si se maneja el tema del apoyo tecnológico con los entrenamientos.

¿Le gustaría conocer mas sobre los beneficios que trae el apoyo tecnológico en los entrenamientos personalizados para un futbolista?

54 respuestas

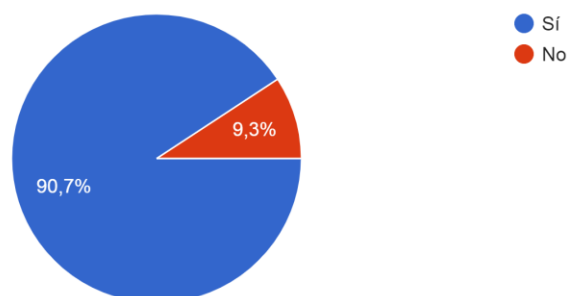


Tabla 9

Análisis Cuantitativo

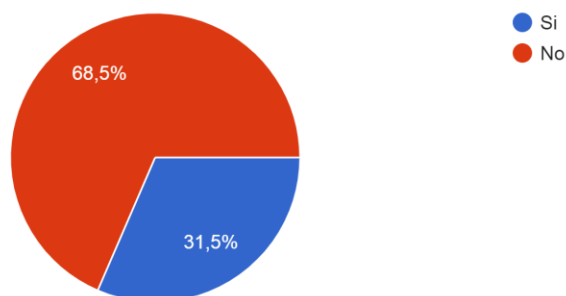
En la (Tabla No.9) el 90,7% si les gustaría conocer más sobre los beneficios que tiene la tecnología y el 9.3% no les interesa.

Análisis Cualitativo

En la tabla (Tabla No.9) se puede analizar que las personas que fueron encuestadas les interesa el apoyo tecnológico en los entrenamientos personalizados lo cual, el centro deportivo va a garantizar que el deportista que esté afiliado a los planes o sesiones de entrenamientos tenga una experiencia única, mediante la misma tecnología que se utilizara.

¿Conoce algún ente deportivo, que aplique alguna tecnología con el desarrollo de las capacidades físicas, nutricionales y psicológicas?

54 respuestas



Gráfica 10

Análisis Cuantitativo

Se puede decir que en la (Tabla No.10) el 68,5% de los encuestados escogieron como respuesta si conocen un centro deportivo con tecnología y el 31,5% no.

Análisis Cualitativo

Para esta (Tabla No.10) se puede analizar que los encuestados han realizado entrenamientos personalizados, que implementan en su material y sesiones tecnología para el desarrollo de las capacidades físicas, nutricionales y psicológicas. Cabe resaltar que Tecsport SAS implementaran mayor tecnología y sesiones más avanzadas para que el cliente tenga una experiencia diferente.

Como conclusión de la investigación de mercados, se puede evidenciar que el nivel de los deportistas que podrían estar interesados en tomar los productos es un nivel amateur, o sea que está interesado en mejorar cada día para poder lograr llegar a su máximo nivel. Por otra parte, se destaca que la mayoría de los encuestados fueron jóvenes, lo cual es importante resaltar ya que es mucho más fácil realizar un proceso de formación y desarrollo en una juventud prematura o en la niñez, lo cual es lo que busca la empresa, formar deportistas desde una temprana edad.

Por otra parte, se realizó un benchmarking con 4 empresas que tienen un similar con respecto a lo que se va a ofertar en TECSPORT SAS, esto ayuda a conocer a la competencia, los contras y los pros que se pueden encontrar con base a lo que se ofertara y lo que oferta la competencia.

<p>FUTBOL GREP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrenamientos personalizados para futbolistas • Coaching Deportivo • Manager Deportivo • No cuenta con un sitio especial para los entrenamientos • Su labor principal es en Bogotá • No cuenta con apoyo tecnológico 	<p>ACUMEN SPORTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa Argentina • Entrenamientos personalizados para todo tipo de deportistas • Cuenta con apoyo tecnológico • Tiene un centro deportivo • Brinda capacitaciones para entrenadores
<p>CENFYD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa ubicada en Cartagena • Entrenamientos personalizados para futbolistas • Tiene su propio club de futbol • No cuenta con apoyo tecnológico en los entrenamientos 	<p>MOVECOL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrece entrenamientos personalizados y grupales para todo tipo de deportistas o atletas • Cuenta con apoyo tecnológico en sus entrenamientos • No solo se especializa en el deporte sino también en la actividad física para la salud • Se encuentra Ubicado en Bogotá • Tiene su propio gimnasio

La primera empresa es FÚTBOL GREP, la cual es una empresa de Bogotá donde no solo brinda entrenamientos personalizados, sino coaching deportivo y también cuenta con un manager deportivo, lo que no se encontró es que maneje apoyo tecnológico en sus entrenamientos personalizados, además, no cuenta con una sede deportiva, suele realizar los entrenamientos en diferentes lugares y sitios. En cuestión sobre el precio de sus productos, no se encontró ninguno de ellos en sus páginas de publicidad.

La empresa en la que este proyecto de grado está inspirado, es una empresa de Argentina, ACUMEN SPORTS, la cual brinda entrenamientos personalizados con apoyo tecnológico a jugadores profesionales de todas las modalidades deportivas, donde no solo brinda este paquete, sino que también ayuda a aquellos entrenadores que deseen empezar con sus entrenamientos personalizados, los capacita por un valor y los apoya con su emprendimiento.

CENFYD, es una empresa de Cartagena de Indias, donde no solo maneja los entrenamientos personalizados, sino que también tiene su propio club de fútbol, al igual que GREP, no se encontró ningún apoyo tecnológico en cuanto a los entrenamientos personalizados que ofrecen, el valor de los servicios para estos entrenamientos está alrededor de \$200.000 a \$400.000 dependiendo de las especificaciones de cada paquete.

Existe una empresa que, a pesar de no realizar entrenamientos personalizados en el fútbol, lo hacen en cuestión de salud, pero manejan mucho la tecnología, MOVECOL maneja mucho el tema tecnológico para ejecutar los entrenamientos a sus clientes, es tipo crossfit para cualquier tipo de población, sean personas del común o deportistas de alto rendimiento.

Todas estas empresas son una competencia directa para el proyecto, ya que todas cuentan con la temática de entrenamientos personalizados, el plus que puede tener TECSPORT es que se apoyan mucho de la tecnología y los avances científicos para el desarrollo de los entrenamientos personalizados. Una contra puede ser la experiencia, ya que estas empresas cuentan con un buen tiempo en el mercado y ya tienen una clientela específica.

Con el seguimiento que se le realice a las empresas mencionadas, Acumen Sports se ajusta a las características que tiene Tecsport SAS, brinda servicios similares innovando siempre los métodos de entrenamiento para sus deportistas. Allí Tecsport SAS, tiene un plus en el mercado, y es brindarles bienestar a sus usuarios, buscar que ellos cumplan sus objetivos trazados ya sea a nivel personal o competitivo, estar pendiente de sus deportistas y ayudarlos día a día para crecer deportivamente, por ello se sentirán identificados con la empresa.

PROPUESTA DE VALOR

TECSPORT SAS busca brindarles a sus clientes altos estándares de calidad en cuanto a entrenamientos personalizados tecnificados, es decir, entrenamientos dirigidos mediante ayudas tecnológicas para el desarrollo completo del deportista. Estas tecnologías son más puntuales en algunos campos de los entrenamientos, por lo cual hace que el deportista tenga un estímulo externo mucho mejor y más completo que en los entrenamientos tradicionales.

Los entrenamientos que existen actualmente en el fútbol son de gran variedad, dirigidos a cualquier tipo de población según su segmentación, allí la diferencia que marca TECSPORT SAS en cuanto al plus que brinda como empresa, es la relación calidad/precio que aporta como beneficio al cliente, esta es la marca que se quiere dejar en el mercado y en la variedad de empresas con las que se busca competir.

Uno de los factores importantes que destaca a una empresa de otra, es el valor que se le da al cliente, TECSPORT SAS busca conocer al cliente no solo desde la parte deportiva, sino conocer más acerca de las personas con las que se trabaja, su estilo de vida, proyección a futuro en el campo deportivo y los sueños y expectativas que tenga a nivel deportivo, puesto que por ello el cliente busca entrenar siempre con los mejores y con empresas que cumplan altos estándares deportivos.

Los clientes buscan encontrar en un solo lugar respuesta a sus problemas, que este cumpla con sus expectativas y necesidades, sin necesidad de acudir a terceros o buscar otras empresas, en este caso, la competencia. TECSPORT SAS busca el bienestar de sus clientes, ofreciendo un servicio de calidad, que llene las expectativas de sus clientes en todo sentido, brindándole al cliente beneficios y alternativas para su beneficio y siempre trabajando para el desarrollo íntegro de este.

Dicho esto, la propuesta de valor que ofrece TECSPORT SAS al público, se basa en 6 criterios o componentes que son claves para impactar a cada uno de los clientes que buscan un servicio de calidad. Estos complementos incentivan al cliente a no buscar en el mercado otras empresas que ofrezcan algo similar, puesto que lo que la empresa ofrece es un servicio innovador en el mercado y de gran impacto deportivo.

El primer componente es el precio, como empresa es importante ofrecer economía a los clientes, pero esto no es sinónimo de baja calidad, por el contrario, al ofrecer alternativas económicas al cliente en cuanto a precios y métodos de pago, esto motiva al consumidor a adquirir el servicio de forma regular y acertada. Una buena atención en cuanto a la parte financiera a los clientes hace que la misma empresa crezca por medio de la voz a voz y la recomendación de los usuarios, siempre dejando en alto la calidad del servicio y la buena atención a sus clientes.

El segundo componente es la novedad, el servicio que la empresa ofrece busca generar un impacto en la competencia y en los posibles consumidores, puesto que el servicio busca innovar y cambiar el método de aprendizaje de ciertas habilidades deportivas en sus practicantes. En el mercado competitivo hay varias empresas que brindan un servicio similar, pero en la ubicación geográfica donde se quiere hacer un primer impacto, hay muy poca competencia, por eso, se busca que el servicio cautive la atención del cliente al verlo como una innovación tecnológica en los métodos de entrenamiento.

El tercer componente es la calidad, al ofrecer un servicio nuevo, con un precio asequible, lo que se espera es que se brinde un servicio de calidad, por eso uno de los pilares de la empresa es una buena relación calidad/precio, para que los clientes perciban que están contratando los servicios con una empresa bien estructurada, que ofrece servicios con altos estándares de calidad y que van a obtener los resultados esperados.

El cuarto componente es la marca o el status, TECSPORT SAS busca ser una marca con un alto status y reconocimiento en la sociedad, que sea percibida como una empresa conformada por profesionales a cargo, y una estructura interna y externa sólida. Al tener esto, la empresa tendrá un reconocimiento por ser una de las mejores, sino la mejor, en el mercado y en la competencia, puesto que TECSPORT SAS busca vender sueños convertidos en realidad para sus clientes.

El quinto componente es el desempeño, este es un factor muy importante para saber la empresa, TECSPORT SAS busca tener instructores certificados, que sean profesionales en el área, puesto que así es como se va a vender el servicio, con el personal a cargo de un alto nivel no solo académico, sino personal, la calidad humana que le brinde a sus clientes es

fundamental para la adherencia al servicio que la empresa ofrece. Al tener profesionales en el área, el desempeño de la empresa será de muy buen nivel y será reconocida como una marca elite en el mercado.

El sexto componente es la reducción de costes, este aspecto varía según la funcionalidad que se le quiera dar al servicio, se habla de reducción de presupuesto en cuanto gastos de la empresa y por el otro lado, el aspecto económico del cliente. En cuanto a los gastos que se dan en la empresa, inicialmente se planea dirigir los entrenamientos mediante el uso de tecnologías, pero que no involucre un alto valor económico y esto se alterna con ejercicios funcionales por medio de entrenamientos convencionales. El otro aspecto es la reducción de costos para el cliente, esto se planea que sea por medio de paquetes creados por la empresa, que le permita al cliente elegir varias opciones según sus requerimientos, allí influye las horas de entrenamiento, métodos e intensidad de estos, todo se maneja según micro, meso y macro ciclo del deportista.

SEGMENTOS DE MERCADO

Los clientes de TECSPORT SAS son deportistas practicantes de fútbol, de la ciudad de Bogotá que están familiarizados con el deporte. Por otra parte, muchos jóvenes desean tener nuevas herramientas tecnológicas que aporten para ellos un desarrollo de sus capacidades al 100%, ya que ellos quieren llegar al alto rendimiento de la mejor manera posible; el cliente deportista quiere la facilidad y el buen servicio de aquellos que les beneficie a futuro.

Cabe aclarar que normalmente los deportistas tienen problemas durante el desarrollo de estas capacidades ya que no cuentan con el dinero suficiente para poder financiar una especialización profesional en personalizados o centros que puedan facilitar ese desempeño y que suelen ser servicios inalcanzables. Las ventas que se desean obtener dentro del centro deportivo son de manera reservada pero potenciales, esto hace referencia a que TECSPORT SAS trabajara por cumplir con todas las necesidades y dificultades que tiene el cliente.

La segmentación de mercado identifica y atiende las diferentes estrategias del marketing, además de ser una herramienta que ayuda a establecer el potencial que rodea a la empresa. TECSPORT SAS se enfocó en la segmentación por nicho de mercado, lo cual se caracteriza por aquellas acciones que se llevan a cabo por parte de una empresa y que tiene como objetivo crear un servicio o producto nuevo y diferente al que es ofrecido por parte de la competencia. Por otra parte, las características de los clientes están relacionadas con ello, por lo cual se establece de acuerdo con la segmentación de mercado dividiéndose en tres segmentaciones, la primera geográfica esta se identifica por establecer el lugar en el cual se prestará el servicio, en este caso TECSPORT SAS prestará sus servicios e instalaciones en la ciudad de Bogotá-Colombia, Calle 170 con av. Boyacá; San José de Bavaria, localidad de Usaquén.

El segundo aspecto es la demográfica y conductual, con esto se busca evaluar y especificar el tipo de cliente en el cual se quiere trabajar, para esto se tiene en cuenta la división de categorías por edades (con un rango de edad similar), género y clase social. Esta empresa va a prestar el servicio, a las diferentes categorías que tienen como concepto el desarrollo del fútbol, entre ellas encontramos infantil, prejuvenil y juvenil entre otras.

En cuanto al género se trabajará tanto en el masculino como en el femenino, sin discriminar a ninguno de los dos géneros. Por otra parte, las clases sociales se manejan por igualdad social, esto quiere decir que TECSPORT SAS buscará facilitar el ingreso a nuestro centro deportivo mediante promociones viables para que ninguna clase social se quede sin los servicios. El tercer aspecto es acerca de la segmentación Psicográfica esta se identifica por segmentar el mercado en pequeños grupos formados según el hábito, estatus social o preferencias de estudio entre otros.

Cabe resaltar que todo esto se investigó mediante un formulario dirigido únicamente al tipo de clientes antes mencionados. Además del servicio que ofrece TECSPORT SAS va dirigido a todo aquel que desee específicamente mejorar su capacidad en el fútbol y llegar a tener un nivel competitivo alto, mediante el desarrollo de personalizados diferentes en cuanto a la planificación y manejo de un material más avanzado al que hoy en día se ve. En este orden de ideas los beneficios que se encontraran en el centro deportivo TECSPORT son:

- Mejoramiento en la parte técnica
- Mejoramiento de las capacidades físicas
- Mejoramiento de las capacidades nutricionales
- Mejoramiento de las capacidades psicológicas
- Aumento de la confianza en el deporte

CANALES

Estos canales que se van a exponer en este capítulo, son esenciales para dar a conocer el producto y la empresa, ya que sin unos canales de comunicación y promoción es casi imposible que la gente se entere del producto y quiera tomarlo, por otra parte, el proyecto de empresa se guiará por medio de estos canales para la promoción de la empresa.

¿Cómo llevar el producto/servicio al cliente?

Este servicio se va a llevar de una forma presencial y también en la que el cliente pueda realizar trabajos desde su casa, es decir, los entrenamientos personalizados se deben realizar de forma presencial en la sede de la empresa, pero también se realizará una planeación que el cliente debe realizar en casa, esta planeación incluye la nutrición, las horas de sueño, la organización de tareas y el aprovechamiento del tiempo libre.

¿Qué canal utilizaremos físico o web también llamado móvil?

Se utilizarán ambos canales, tanto el físico como el web, este último se realizará por medio de una aplicación que se creará por parte de la empresa para realizar el seguimiento específico de cada uno de los deportistas. En el físico se dispondrá de carteles publicitarios que se distribuirán por toda la zona norte, ya que la sede del centro deportivo estará ubicada en esta zona. Además, al momento de hacer la apertura del centro, se realizarán promociones y descuentos para los clientes interesados de los paquetes que se ofrecerán.

¿Cuáles son las cinco funciones de sus canales?

Una función es realizar el seguimiento en casa de cada uno de los deportistas a los que se les esté realizando los entrenamientos personalizados, por medio de una aplicación. También, de forma presencial se realizará a cada uno de los deportistas un macrociclo para el fortalecimiento de las capacidades físicas y mentales, donde se incluirá el apoyo tecnológico el cual facilitará este fortalecimiento.

Por otra parte, se manejará las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp) para mantener informada a la comunidad y a la gente interesada de nuestros servicios, además, por medio de estas redes se pueden comunicar los deportistas para aclarar dudas de los servicios y paquetes que se van a brindar al público.

Para las personas que no manejan ese tipo de redes sociales, también se tendrá una página web donde se publicara las promociones y los paquetes que se ofrecerán al público, esta página web se irá actualizando para mantener al tanto de estas promociones para los clientes. La idea es mantener una comunicación directa con todo el público.

• Canal de percepción o de información

En el sitio web, las redes sociales y también en el centro deportivo, se dispondrá toda la información sobre los productos y servicios que ofrecerá TECSPORT SAS, así facilitar al público en escoger cualquiera de estas opciones para conocer más sobre la empresa y lo que ofrece. La imagen corporativa se encontrará en cada uno de estos sitios para representar de manera óptima la empresa y su imagen profesional.

• Canal de evaluación

Se van a realizar dos formas de evaluar nuestro producto y trabajo, una de estas se realizará una línea de PQR (Peticiones, quejas y reclamos) donde los clientes tendrán toda la disponibilidad de realizar sus evaluaciones sobre la empresa. Por otra parte, para los clientes que ya se encuentran suscritos con la empresa, se hará una encuesta sobre el grado de satisfacción y así poder ir mejorando en la calidad del producto ofrecido. Para cada uno de los empleados, se realizará también un canal de evaluación, de cómo se siente en la empresa y como ha sido el trato laboral que ha recibido en lo que ha durado en esta, así mismo, se debe evaluar el trabajo realizado por parte de los entrenadores, para ello, se evalúa semanalmente con un control de ciertas especificaciones y en ocasiones con las opiniones de los usuarios.

. Canal de compra

La suscripción de los entrenamientos personalizados se puede hacer de forma física o digital, por medio de la página web, donde se dispondrá de una forma de pago con tarjeta. Además, las personas se pueden acercar al sitio de prácticas, para conocer mejor las promociones y paquetes que se ofertarán al público y así tener mucho más claro que requiere para fortalecer esas capacidades físicas condicionales.

Las dudas que tengan los clientes sobre estos paquetes, las pueden realizar en cualquiera de las redes sociales que dispondrá la empresa, además habrá una línea de comunicaciones encargada de aclarar las dudas que se tengan sobre la empresa.

- **Entrega:**

La proposición de valor a los clientes se entregará de forma directa, en la página web si dará la información de lo que obtendrá cada uno de los paquetes de entrenamiento personalizado, pero si el cliente está más interesado sobre el valor de estos productos, tendrá que comunicarse directamente con la empresa o acercarse al centro deportivo para tener información sobre los valores. Esto se debe a que al cliente se le aclare mucho mejor por qué el valor de cada uno de los productos que se ofrecen.

- **Post-Venta.**

Al momento de que el cliente decida realizar el pago de nuestros productos, se realizará un contrato donde la empresa se compromete en cumplir con todos los requisitos que se han ofrecido en el producto comprado, esto se hace para que el cliente se sienta confiado en lo que ha pagado. Además, al cliente se le empezará a realizar el seguimiento y programar cada uno de sus entrenamientos de forma mensual, tendrá la disponibilidad de conocer el microciclo que se le va a realizar. Dependiendo del paquete, el cliente dispondrá de cada uno de los beneficios por los que haya pagado. El cliente tendrá la decisión de cuándo empezar con su primer entrenamiento y dependiendo de los horarios que el disponga, se programaran los siguientes encuentros.

RELACIÓN CON CLIENTES

La relación de la empresa directamente con la clientela tiene que ser muy cautelosa y profesional, para que los clientes se sientan satisfechos con el producto y con los resultados al finalizar cada sesión de entrenamiento, por esto, es importante conocer como tener una buena relación con las personas que van a consumir el producto y así tener un mejor manejo para ellos.

- **Captar nuevos clientes**

La idea de captar nuevos clientes es por medio de la voz a voz, que los clientes que ya cuenten con una suscripción con la empresa, recomienden con sus compañeros de clubes, familiares y amigos que estén interesados en tomar el servicio. Por otra parte, se buscará contactos de personas que influyeran al público para que puedan promocionar la empresa y así sus seguidores se interesen en el producto ofrecido

- **Fidelizar a los clientes**

Lo importante de que los clientes queden satisfechos con los entrenamientos que se les realice, es la profesionalidad y el buen servicio que los entrenadores les brindan a cada uno de ellos, además como profesionales en cultura física, deporte y recreación es nuestro deber ejecutar todo de manera óptima para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio que está pagando. Esta fidelización se puede dar también con descuentos para aquellos clientes que cuenten con un buen porcentaje de asistencias al centro deportivo. El servicio al cliente es muy importante, el respeto y el buen trato que se le dé a cada deportista refleja los buenos resultados y unas buenas críticas que se dé al público en general.

- **Aumento de clientes**

El aumento de clientes se refleja en la publicidad que se vaya a realizar por medio de las redes sociales y sitios aledaños al centro deportivo, de ahí que es importante el apoyo de los clientes que ya cuenten con servicios obtenidos con la empresa, ya que estos clientes son un medio de publicidad positiva para la empresa y para el mercado de entrenamiento deportivo personalizado.

Por otra parte, se puede también contactar con clubes importantes en la ciudad, para poder ofrecerles descuentos hacia sus jugadores deportistas, así poder conseguir un convenio con ellos y que los jóvenes asistan a sus entrenamientos tanto con el club al cual pertenecen y a los entrenamientos personalizados con la empresa.

- **Estimulación de las ventas**

Esta estimulación se dará por medio de promociones que se ofertarán al momento de inaugurar el centro deportivo, donde se pueden dar descuentos de los paquetes y añadir más servicios por un menor precio. Además, por medio de la publicidad que se va a realizar en los diferentes medios de comunicación, se comentará sobre los descuentos que se van a realizar por ser clientes nuevos en la empresa. Existirá una opción de que, si el deportista está interesado en el producto, puede asistir totalmente gratis a una sesión de entrenamiento para que conozca las instalaciones del centro y también tenga claro por qué el precio de cada uno de los paquetes que se ofertan.

La categoría de relación que se dará con el cliente, será una asistencia tanto dedicada como personal, ya que son entrenamientos personalizados donde el seguimiento será muy específico para cada uno de los deportistas que entrenan en el centro deportivo. Además, tiene que ser de una forma personal, donde los encuentros se realicen en el sitio de práctica y además el seguimiento de la nutrición y demás anexos al entrenamiento se realizarán de forma virtual con cada uno de los deportistas.

INGRESOS

Este es uno de los puntos claves para la formación de la empresa, ya que se debe conocer de donde va a llegar el dinero y también de donde se va a recuperar lo invertido, las ganancias principales se darán por parte de los entrenamientos personalizados, dependiendo de las promociones o de los meses que van a pagar los clientes. Por otra parte, existirán otras ganancias que se explicarán más adelante, tales como ropa deportiva, suplementos nutricionales, etc.

La estrategia para medir el precio del producto y servicio se basará mediante las primas de suscripción, donde cada persona deberá escoger un paquete de suscripción dependiendo del tiempo y los objetivos que quiere obtener con los entrenamientos, los precios varían conforme a lo que quiera el cliente. Estos son los costos fijos que maneja la empresa, ya que se ofrecerá a todo público de manera abierta, además es el servicio principal que tendrá tecsport SAS, ya de ahí existen unos costos variables, como se explicó anteriormente que vendrían siendo los suplementos, la ropa deportiva, etc.

Tecsport ofrecerá una variedad de precios que se pueden acomodar para todo tipo de población de deportistas, lo importante es que cada cliente quede satisfecho con la relación de pago y resultados. En la siguiente tabla se explicará cada uno de los productos y servicios que se van a ofertar en TECSPORT SAS:

PRODUCTO	PRECIO
12 sesiones	\$ 500.000
24 sesiones	\$ 1.400.000
48 sesiones	\$ 2.750.000

12 sesiones: El cliente tendrá derecho a tomar 12 sesiones en el tiempo que quiera, si lo quiere realizar mensual, lo cual sería lo indicado o como él desee y sus horarios se le faciliten, este

paquete vendrá con una sesión diaria de un total de hora y media, incluyendo cada aparato tecnológico y el seguimiento del deportista.

24 sesiones: Este se recomienda realizarlo en un tiempo de 2 meses, donde el jugador también contará con los mismos recursos tecnológicos, además se le añadirá un plan nutricional con un profesional para que mejore también la parte alimenticia si lo desea.

48 sesiones: Lo más probable es que este paquete lo tomen las personas deportistas de un nivel de alto rendimiento, ya que se ofrecerá sesiones con un nivel mucho más complejo en la parte de la intensidad, donde se buscará el fortalecimiento y desarrollo de habilidades físicas y las capacidades también, al igual contará con un guía nutricionista y con los productos tecnológicos que ofrece la empresa.

Al momento de que el cliente decida realizar el pago se le va a informar que tiene derecho a todas las instalaciones del centro deportivo, donde en cada una de sus sesiones se van a incluir los recursos tecnológicos que se van a manejar en tecsport SAS. aparte de esto, se realizará un seguimiento nutricional y físico para conocer el desarrollo que tendrá durante el tiempo que decida contar con los entrenamientos personalizados. La idea es recomendar que aproveche esos días de sesión y sepa distribuirlos de manera uniforme en el mes, para así poder tener un descanso óptimo y también poder conseguir resultados esperados. Cada sesión consta de 2 horas.

Estos precios serán los básicos y los fijos para todo cliente, por otra parte, si el cliente atrae deportistas interesados en el producto y deciden empezar con tecsport SAS, el cliente obtendrá un 15% de descuento en su siguiente pago siempre y cuando el referido decida contar con los servicios de la empresa. Este pago se puede realizar de manera efectiva y, además, se van a manejar todo tipo de tarjetas de débito o de crédito.

Por parte de la competencia que se analizó en el estudio de mercado, el rango de precios en la parte mensual oscila entre los \$300.000 a \$400.000 pesos colombianos, como la empresa Acumen Sports es Argentina, los precios que se encontraron están en dólares, donde una

mensualidad en este sitio deportivo es de 200 dólares, más o menos \$750.000 pesos Colombianos, se resalta a Acumen, ya que es la empresa que más se acerca al contenido de productos en relación con los que va a ofrecer TecSport SAS, las demás empresas ofrecen entrenamientos personalizados, pero no cuentan con un apoyo tecnológico, ni con su propio sitio de prácticas.

Se decidió manejar la suscripción por medio de sesiones y no de mensualidad, ya que el costo de los aparatos tecnológicos es alto y si la oferta por medio de mensualidades, saldría mucho más caro para el cliente pagar de esta forma. La idea es siempre pensar en lo mejor para el cliente y lo que más le favorezca, además, si el cliente pagará la mensualidad, no asistirá todos los días, ya que es importante también los días de descanso y ahí estaba perdiendo dinero.

Para establecer un monto y número total de ventas anuales, es importante resaltar que puede ser variable, ya que puede que en un mes lleguen a suscribirse un número de 7 clientes cada uno pagando el paquete de 12 sesiones, como que en el siguiente mes nada más llegue solo una, lo importante es que esas 7 personas que llegaron el mes pasado, continúen con la suscripción de 12 sesiones o un paquete mucho mayor. El objetivo de suscripciones al momento de cumplir el año con la empresa, es de 300 paquetes, más no clientes, ya que un solo cliente puede tomar al año 5 paquetes diferentes. En la siguiente tabla se mostrará lo esperado en un año dependiendo de cada paquete que se va a ofrecer:

AÑO 1			
MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755

FEBRERO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MARZO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
ABRIL	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MAYO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JUNIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JULIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
AGOSTO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
SEPTIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
OCTUBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
NOVIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
DICIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
TOTAL	\$307.210.416	\$ 203.833.356	\$103.377.060

Este es un cálculo de lo que se quiere llegar a obtener anualmente, puede que al momento de ejecutar en práctica la empresa, sea mucho mayor la ganancia o, por otra parte, sea mucho mayor. Cabe aclarar también, que, de esos pagos mensuales, tiene que salir los gastos variables que debe responder la empresa hacia los recursos claves. La idea es que estos ingresos sean mayores a los costos anuales que obtuvo la empresa, para tener por lo menos un porcentaje de ganancia y para recuperar la inversión que se realice al momento de iniciar con la empresa.

RECURSOS CLAVES

Estos recursos proporcionan claridad y relación del proyecto en el entorno que se espera desenvolver, además de brindar parámetros de muy buena calidad, estrategias, innovación con el objetivo de detectar los errores que se puedan presentar, ya que la planeación debe ser satisfactoria para aquellos que adquieren los servicios de TecSport SAS y contribuir al desarrollo totalmente íntegro de los empleados y clientes. En este orden de ideas se busca a través de ellos estructurar la idea emprendedora cumpliendo la misión que tiene TecSport SAS.

Estos recursos se dividen en:



- Recursos Físicos
- Recursos Intelectuales
- Recursos Humanos
- Recursos Económicos





Recursos Físicos



Para la implementación del centro de personalizados se necesita de ciertos materiales y elementos, además de la dimensión y el espacio que se va adquirir por parte del centro de personalizados.




Lugar y Dirección	Cobro mensual	Características
San José De Bavaria Bogotá -Colombia	\$ 5.700.000	Cuenta con un área y dimensión 163m ² , exterior, tercer piso, doble altura, espacio amplio con iluminación natural.
Total: \$ 5.700.000		

Recursos técnicos


Recursos	cantidad	Valor unitario	Valor total	Características
Platillos de caucho-Naranja (Kipsta) 	5 lotes x 10 Platillos	\$ 33.000	\$ 165.000	Son platillos diseñados en forma de flecha, para poder delimitar cualquier zona de juego.
Conos eslalon roller-Naranja (Kipsta) 	5 lotes x 10 conos	\$ 23.000	\$ 115.000	Son conos diseñados en forma de punta para tener una mayor visualización y limitación de cualquier área.
Conos modulables 30cm Amarillos- (Kipsta)	Lote de 5 x 10 conos	\$ 81.000	\$ 405.000	Estos conos modulables permiten adaptar los ejercicios con mejor comodidad en el momento de usarlos, además permite fijar las varas en 5 alturas diferentes.

				
<p>Estacas retráctiles- Naranjas</p> 	<p>lote de 5 x 6 estacas</p>	<p>\$ 108.000</p>	<p>\$ 540.000</p>	<p>Estas estacas están diseñadas para marcar y delimitar ciertas zonas en el campo de fútbol. Además de configurar una carrera que obliga a cambiar de velocidad y dirección al jugador.</p>
<p>Barreras de salto de 15 cm- Naranja</p> 	<p>10 unidades</p>	<p>\$ 37.000</p>	<p>\$ 370.000</p>	<p>Estas barreras están implementadas para mejorar la técnica del deportista en carrera.</p>
<p>Escalera de coordinación- Naranja</p> 	<p>5 unidades</p>	<p>\$ 43.000</p>	<p>215.000</p>	<p>Esta escalera está implementada y es utilizada para mejorar las condiciones físicas y coordinativas del jugador.</p>



<p>Petos- (Adidas) personalizados. Gris</p> 	<p>10 unidades</p>	<p>\$ 12.000</p>	<p>120.000</p>	<p>Estos petos son diseñados para la comodidad durante la práctica deportiva.</p>
<p>Portería de futbol (Kipsta) 0.9 m- Blanca</p> 	<p>4 unidades</p>	<p>\$ 94.000</p>	<p>\$ 376.000</p>	<p>Estas canchas están diseñadas para simular una cancha real, además da la facilidad de ser utilizadas en cualquier campo y actividad.</p>
<p>Lona de precisión (Kipsta) - Gris</p>	<p>2 unidades</p>	<p>\$ 71.000</p>	<p>\$142.000</p>	<p>Esta lona está implementada para mejorar la puntería y otras habilidades.</p>

				
<p>Balones # 3,4 y 6 (Kipsta)- Negro</p> 	<p>4 tulas x 8 balones</p>	<p>\$ 71.000</p>	<p>\$ 284.000</p>	<p>Estos balones y tula están para la realización de entrenamientos exigentes y la comodidad de esta misma.</p>
<p>Bolas pilates soft ball-(Kipsta)- Gris</p> 	<p>8 unidades</p>	<p>\$ 24.000</p>	<p>\$ 192.000</p>	<p>Estas bolas están diseñadas para reforzar la eficiencia de las posturas (tonificación, inestabilidad y colocación).</p>
<p>Bosu mini cojín inestable profit lenteja-(Kipsta)- Gris</p>	<p>8 unidades</p>	<p>\$ 94.000</p>	<p>\$ 752.000</p>	<p>Está diseñada para mejorar la musculatura profunda y el equilibrio.</p>

				
<p>Cinta delimitación 46 metros</p> 	8 unidades	\$ 70.000	\$ 560.000	Esta cinta está diseñada para delimitar y enmarcar cualquier zona del campo de fútbol.
<p>TRX (Suspensión)</p> 	4 unidades	\$ 95.000	\$ 380.000	El TRX tiene como objetivo el entrenamiento de suspensión, además de trabajar movimientos que implican grandes cadenas musculares.
<p>Kit de bandas elásticas tubulares (resistencias)</p> 	5 set x 5 bandas	\$ 39.000	\$ 195.000	Las bandas elásticas están diseñadas para mejorar las capacidades físicas, además de ser un uso fisioterapéutico.
<p>Kit de pesas /mancuernas</p>	2 kit de pesas con barra y	\$ 329.000	658.000	Estas pesas y mancuernas están diseñadas para el

	<p>mancuerna 70Lbs</p>			<p>trabajo, factor, objetivo y aumento muscular.</p>
<p>Total: \$5.469.000</p>				

Recursos Tecnológicos


Recursos	cantidad	Valor unitario	Valor total	Características
<p>Led Trainer</p> 	<p>3 kit LedTrainer x8</p>	<p>\$ 4.000.000</p>	<p>\$ 12.000.000</p>	<p>Es un sistema de entrenamiento deportivo de evaluación y rehabilitación. Cabe resaltar que son 8 módulos inalámbricos Tablet 7 con software cargador USB con maleta transportadora.</p>
<p>Futboltek FTPRO 6</p> 	<p>4 kit FTPRO 6</p>	<p>\$ 5.000.000</p>	<p>\$ 20.000.000</p>	<p>Herramienta diseñada para la mejora del entrenamiento de la técnica individual de los jugadores de manera estructurada y sistemática. Proporciona una progresión más acelerada en el rendimiento del jugador que el entrenamiento tradicional.</p>

<p>Pulsómetro (Polar)-Negro</p> 	2 unidades	\$ 600.000	\$ 1.200.000	Este reloj sirve para medir el ritmo cardíaco e indica los latidos de manera inmediata mientras se practica el deporte. además de eso indica el ritmo cardiaco mediante las sesiones de entrenamientos, las calorías quemadas entre otras variables.
<p>Cámara fotográfica (Canon Eos T71) -Negro</p> 	1 unidad	\$ 4.050.000	\$ 4.050.00	Esta cámara cuenta con visor nocturno con calidad de imagen autoenfoco casi instantáneo entre otras características.
<p>Cámaras de seguridad Ip full hd 1080p- Blanca</p> 	4 unidades	\$ 140.000	\$ 560.000	Esta cámara está diseñada para reproducir cualquier zona y espacio para vigilar.
<p>Portátiles Huawei Mte book-Gris</p> 	1 unidad	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	Computadora con tecnología amd.

Total: \$36.165.000

Recursos intelectuales

Estos recursos son los que facilitarán a los entrenadores y deportistas a tener una mejor lectura, más confiable y exacta al momento de obtener los resultados de cada deportista. Este recurso se basará por parte de un software, el cual se explicará en la siguiente tabla:

Recursos	cantidad	Valor unitario	Valor total	Características
 Longomatch pro	1 software	\$2.300.000 el año	\$2.300.000 el año	El software de vídeo análisis que ayuda a entrenadores, analistas y deportistas a mejorar su rendimiento.
Total: \$2.300.000				

Recursos Humanos

TecSport SAS garantizará que los empleados estén certificados y calificados en cada uno de sus campos de trabajo.

Recursos	cantidad	SMDLV	Cantidad de días al mes	Total
Médico deportólogo	1	29.260	15	\$438.900
Entrenadores	4	29.260	30	\$2.633.400

personalizados				
Nutricionistas	1	29.260	15	\$438.900
Fisioterapeutas	1	29.260	20	\$585.200
Personal de limpieza	3	29.260	15	\$1.316.700
Psicólogo deportivo	1	29.260	15	\$438.900

Nota: Hay que resaltar que, en el salario de cada uno de los personales de talento humano, se añadirán todas las prestaciones sociales según la ley.

Estos recursos económicos son las puertas de inicio de este proyecto, ya que ellos otorgan y garantizan la capacidad de adquisición e inversión que se requiere para el centro deportivo, los elementos financieros para TecSport SAS están compuestos por:

- Préstamos bancarios: En el capítulo de estudio de costos se explicara de forma más completa la proyección que se tendrá del préstamo, el cual contará con los valores y pagos mensuales
- Por utilidades y servicios

ASOCIACIONES CLAVES

Tecsport SAS es una asociación que busca agrupación con otras sociedades o empresas que tengan un enfoque innovador y logre impactar en el mercado competitivo, este tipo de mercado debe estar afín con los objetivos que, como empresa, se tiene trazado y se cumplirán a cabalidad.

Se dispondrán de ciertas características para los socios claves en la empresa, estas se componen de:

Proveedores de materias primas

En este contexto, se busca proveedores mediante patrocinios que brinden implementos básicos necesarios para la empresa, entre estos implementos se encuentran los uniformes para los deportistas, puesto que es importante que ellos tengan una identidad con la empresa y así mismo se vea más estructurada y profesional. También se requiere proveedor para los recursos físicos y tecnológicos, puesto que allí se requiere material deportivo, software, tablets, computadores y plataformas para el registro de la información de la empresa.

Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras

Se plantea una estrategia para la cooperación entre ambas empresas, donde generen un flujo de marca y ambas obtengan beneficios a nivel propio, y a nivel comercial. Al no haber competencia, sino un complemento, no existe la rivalidad y ambas marcas tendrán un impacto positivo en el mercado. En este caso, la empresa que suministra los uniformes e implementos deportivos, tendrá su patrocinio al momento de que los jugadores porten el uniforme, los materiales y demás recursos físicos visibles en el campo de acción. Una de las marcas tentativas para la alianza podría ser attle para los uniformes, y Decathlon para los implementos deportivos.

Competencia

Esta característica es importante y ocupa un eslabón fundamental dentro de la empresa, puesto que, al realizar alianzas con empresas afines al objetivo de la misma, se genera una constante funcionalidad entre ambas empresas. Por ejemplo, un equipo de fútbol que participe en las diferentes ligas a nivel distrital y nacional, ofrece a sus jugadores entrenamientos personalizados donde Tecsport SAS, se encargue de iniciar un proceso con el jugador, guiarlo a su objetivo y meta plasmada por su club, por ello la cooperación y la constante comunicación entre las empresas es fundamental y genera impacto positivo para ambos proyectos.

Asociación de empresas para desarrollar nuevos negocios:

Uno de los objetivos de Tecsport SAS, es la asociación con otra empresa para el desarrollo de nuevos proyectos implementando la venta de productos nutricionales y ropa deportiva. Cabe resaltar que estos dos campos son afines al proyecto, pero no generan algún tipo de rivalidad para su promoción.

La venta de implementos nutricionales es importante para la empresa puesto que los jugadores pueden complementar su proceso mediante ciertos productos que contribuyan para su bienestar deportivo y los proyecte a un nivel competitivo. Esto se realiza mediante una campaña de marketing donde se puedan observar los cambios visibles en el deportista y demás factores que motivan al usuario a comprar y consumir la suplementación deportiva, además de un asesoramiento personalizado para cada deportista.

La ropa deportiva tiene una amplia gama de opciones para los deportistas, por ello se quiere ofrecer productos de una marca específica que ofrezca funcionalidad y que beneficios para los deportistas, es importante que se sientan identificados puesto que el valor que tendrá la asociación es que la ropa deportiva tendrá la marca personal de Tecsport SAS. Entre las opciones a ofrecer están sudaderas completas, camisetas, pantalones, licras deportivas, medias y demás productos que complementan al consumidor.

Asociación de tráfico

Es importante la promoción de la empresa por medio de su página web, la voz a voz y redes sociales, puesto que estas son en un gran porcentaje la vida de la empresa, por allí es donde más se moverá y se dará a conocer.

Entre las diferentes rutas de las redes sociales, una aplicación fundamental y que vende en la actualidad es la de Instagram, allí la empresa tendrá su eje central y se reconocerá por medio de la publicidad que se pueda pagar para su promoción en el mercado. Ser constante es fundamental, hablar con los seguidores, brindar información acerca de la empresa y demás componentes que hacen que el usuario tome la decisión de relacionarse con la empresa.

EMPRESAS ASOCIADAS	GANANCIAS DE LA EMPRESA ALIADA	GANANCIAS TECSPORT SAS
Attle Deportes SAS	<ul style="list-style-type: none"> -Esta es la principal alianza, por lo cual la empresa ofrece implementos deportivos propios de la marca como uniformes y ropa deportiva para los clientes, esto es esencial para los entrenamientos de cada deportista. -Ganancia monetaria en la venta de ropa deportiva, así como la promoción de este. 	<ul style="list-style-type: none"> -Los deportistas estarán equipados con implementos de primera calidad para sus entrenamientos y para lucir fuera de la cancha. -Se refleja la organización de la empresa puesto que los profesores y deportistas usarán un distintivo propio de esta.
Efficientnutritioncol	<ul style="list-style-type: none"> -Publicidad en las indumentarias de los deportistas, así como la promoción de la página en instagram que allí es donde más tiene fuerza la empresa aliada. -Lucro económico por parte de la venta de complementos nutricionales para los profesores y deportistas. -Acompañamiento nutricional por parte de los profesionales de esta 	<ul style="list-style-type: none"> -Publicidad de Tecsport SAS a los clientes de la empresa aliada, puesto que es un enfoque relacionado de ambas empresas. -Acompañar a los deportistas en su plan nutricional, esto hace que la empresa llene todos los campos y satisfaga las necesidades del cliente.

	empresa, a los deportistas de Tecsport SAS.	
Decathlon	<ul style="list-style-type: none"> -Publicidad en todos los materiales internos que se requieren para la plena realización de los entrenamientos -Publicidad en las indumentarios de los deportistas -Los deportistas tendrán ciertos beneficios en esta tienda para la compra de sus equipos deportivos, así la empresa aliada tiene beneficios económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Tecsport SAS se beneficia de esta alianza puesto que le puede brindar los materiales e implementos necesarios, puesto que esta empresa cuenta con gran variedad de implementos en stock. -Los implementos más novedosos los trae esta empresa, por ello es importante para Tecsport SAS tener esta alianza y así implementarlos en los entrenamientos.

ACTIVIDADES CLAVES

Tecsport SAS es una empresa que se dedicara a prestar un servicio mas no un producto. Este servicio está enfocado en realizar personalizados para cada deportista y categoría, evaluando las capacidades que no están desarrolladas en su totalidad, en base a eso se planificará y se llevará un seguimiento para cada deportista con el objetivo de mejorar esas capacidades. Tecsport SAS es un centro deportivo innovador para deportistas amateur hasta futbolista de élite. Cabe resaltar que en Bogotá existen pocos centros deportivos que tengan la misma función y características de Tecsport SAS. Al momento de realizar el servicio estará dedicado solamente al cliente, por medio de la metodología implementada en las sesiones y planificaciones, por otra parte, esta estructura se divide en tres fase inicial, fase central y fase final, en cada una de las sesiones se garantizará el desarrollo de las capacidades físicas.

Lo que quiere lograr Tecsport SAS es que el usuario o cliente tenga un aspecto diferente y pueda estar a gusto con el servicio, para esto si el cliente desea enfatizar algún tema de interés, se manejaría una es estructuras diferentes donde la planeación de esas sesiones cambiaría por

una fase potencial, técnica y evaluativa, además de llevar el proceso de cuyo deportista mediante formatos. Con el fin de realizar un excelente servicio, en otras palabras, que el cliente se sienta en un centro de personalizados de muy buena calidad. Por otra parte, Tecsport SAS realizará capacitaciones dos veces al mes a sus empleados, con el fin de profundizar el valor de la compañía, la importancia del buen servicio y trato al usuario, la imagen del trabajador, además de la metodología y conocimiento de la estructura que se trabajará en el centro deportivo Tecsport SAS.

La entrega del servicio se desarrollará en el mismo espacio establecido para la realización de los personalizados, esto quiere decir que el servicio se le entregará mediante la realización de las sesiones y planificación de cada una de ellas., además de darle al cliente el uso del buen material y de instalaciones que cumplan con la más alta calidad. Cuando se presente algún tipo de reclamo dentro del centro de personalizados se encontrará un buzón de sugerencias donde cada mes se leerá y se realizará una evaluación con el objetivo de mejorar esas inconformidades del cliente. Si el inconveniente está relacionado con algún accidente o riesgo que es presentado por el cliente, el personal estará capacitado para brindarle primeros auxilios, además del cuidado y el traslado a algún centro médico, con el fin de garantizar la recuperación del usuario.

El manejo de las redes sociales es fundamental para Tecsport SAS ya que por medio de esta se puede tener la posibilidad de conocer los servicios y la adquisición de clientes, además de ser la principal actividad clave para los canales, ya que por medio de esta se puede manejar toda la información de los usuarios que pueden pertenecer al centro deportivo. Cabe resaltar que se presentará un análisis mensual de los deportistas y toda información en pro al desarrollo del buen deportista. Lo que quiere lograr Tecsport SAS es garantizar que el cliente se sienta conforme, a través de la organización que da a conocer la empresa. El número de actividades para cumplir con el objetivo de la empresa, será que se va a promocionar por todo el barrio los servicios a ofrecer con un porcentaje de descuento a las personas que estén interesadas en tomar cualquiera de los paquetes que hay en la empresa

ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos es lo más importante que hay que tener en cuenta en la empresa, ya que mediante esto se hará una relación entre inversión y ganancia para saber en cuánto tiempo se va a recuperar el dinero invertido y si en realidad se va a recuperar este dinero, la idea es que se recupere en el menor tiempo posible.

Para entender la estructura de costos y hacer la comparación entre los ingresos, en la siguiente tabla se observa las fuentes de ingresos por mes en los que se realizan los entrenamientos y además por paquetes

Tabla de ingresos mensual			
Tipo de ingreso	Cantidad	Valor total unitario	Valor total
Paquete 12 sesiones	20	\$500.000	\$10.000.000

Paquete 24 sesiones	5	\$1.400.000	\$7.000.000
Paquete 48 sesiones	3	\$2.750.000	\$8.250.000
Venta de artículos	6	\$58.478	\$350.868
Total, Ingresos por cada mes regular			\$25.600.868

Ya teniendo claro lo anterior, en la siguiente estructura de costos es importante para la puesta en marcha del proyecto, donde implica determinar el precio, el tipo de costo y el valor de cada uno de los recursos clave en total. Estos son los explicados en la tabla del capítulo pertinente a los recursos clave.

COSTOS FIJOS

PRODUCTO	COSTO FIJO
Arriendo local mensual	\$5.700.000
Internet, telefonía y televisión	\$300.000
Luz	\$500.000
Agua	\$120.000
Recursos Humanos	\$5.852.000
Recursos Físicos	\$5.769.000
Recursos Técnicos	\$36.765.000

Recursos Intelectuales	\$2.300.000
TOTAL	\$56.386.000

COSTOS VARIABLES

PRODUCTO	COSTO VARIABLE
Publicidad	\$1.000.000
Mantenimiento de materiales tecnológicos	\$200.000
Gastos no contemplados	3.000.000
Internet, telefonía y televisión	\$300.000
Luz	\$500.000
Agua	\$120.000
TOTAL	\$5.120.000

Estos costos son el total de egresos que va a generar la empresa mensualmente, de esto se realizará un análisis con los ingresos que se van a generar en la empresa mensualmente con los productos y servicios que se ofrecen para los entrenamientos personalizados.

Ya teniendo en cuenta todo lo anterior, Para poner en marcha el proyecto está determinado por la sumatoria de todos los recursos clave de la empresa. En la siguiente tabla se va a explicar la inversión inicial que se necesita para este proyecto.

RECURSO	COSTOS TOTALES
Recursos Físicos	\$5.769.000
Recursos Técnicos	\$36.765.000
Recursos Intelectuales	\$2.300.000
Talento Humano	\$5.852.000
TOTAL	\$50.686.000

En la parte de financiación y apoyo económico para poner en marcha el proyecto y así poder realizar la tabla de ingresos, la cual es una proyección de ventas, y de los egresos, se realizó un cálculo de la cuota mensual del préstamo realizado al banco lo cual arroja un crédito para calcular el costo de toda la inversión inicial del proyecto Tecsport SAS. La siguiente imagen es el simulador del crédito de libre inversión por parte del Banco Av. Villas:

Credivillas Personal

Proyectado el:	26/Oct/2020	Tasa de Interes:	27.14%
Tipo de Crédito:	Credivillas Personal	Valor mes seguro de vida:	\$43,351
Valor solicitado:	\$70,000,000	Valor mes seguros adicionales:	\$0
Destino del crédito:	Gastos Personales		
Plazo:	24 Meses		
Edad:	21 años		

El valor real de la primera cuota del crédito puede variar del proyectado en esta consulta por motivos de ajuste de los intereses entre la fecha de contabilización del crédito y la fecha de la primera facturación.

Periodo	Fecha	Abono Capital	Intereses	Cuota con seguro de vida	Saldo de Capital	Cuota con seguros adicionales
0	Oct-20				\$70,000,000	
1	Nov-20	\$2,295,047	\$1,414,800	\$3,753,198	\$67,704,953	\$3,753,198
2	Dic-20	\$2,341,433	\$1,368,414	\$3,753,198	\$65,363,520	\$3,753,198
3	Ene-21	\$2,388,757	\$1,321,090	\$3,753,198	\$62,974,763	\$3,753,198
4	Feb-21	\$2,437,037	\$1,272,810	\$3,753,198	\$60,537,726	\$3,753,198
5	Mar-21	\$2,486,293	\$1,223,554	\$3,753,198	\$58,051,433	\$3,753,198
6	Abr-21	\$2,536,545	\$1,173,302	\$3,753,198	\$55,514,889	\$3,753,198
7	May-21	\$2,587,812	\$1,122,035	\$3,753,198	\$52,927,077	\$3,753,198
8	Jun-21	\$2,640,115	\$1,069,732	\$3,753,198	\$50,286,962	\$3,753,198
9	Jul-21	\$2,693,476	\$1,016,371	\$3,753,198	\$47,593,486	\$3,753,198
10	Ago-21	\$2,747,915	\$961,932	\$3,753,198	\$44,845,572	\$3,753,198
11	Sep-21	\$2,803,454	\$906,393	\$3,753,198	\$42,042,118	\$3,753,198
12	Oct-21	\$2,860,116	\$849,731	\$3,753,198	\$39,182,002	\$3,753,198
13	Nov-21	\$2,917,923	\$791,924	\$3,753,198	\$36,264,080	\$3,753,198
14	Dic-21	\$2,976,898	\$732,949	\$3,753,198	\$33,287,182	\$3,753,198
15	Ene-22	\$3,037,065	\$672,781	\$3,753,198	\$30,250,116	\$3,753,198
16	Feb-22	\$3,098,449	\$611,398	\$3,753,198	\$27,151,667	\$3,753,198
17	Mar-22	\$3,161,073	\$548,774	\$3,753,198	\$23,990,594	\$3,753,198
18	Abr-22	\$3,224,963	\$484,884	\$3,753,198	\$20,765,632	\$3,753,198
19	May-22	\$3,290,144	\$419,703	\$3,753,198	\$17,475,488	\$3,753,198
20	Jun-22	\$3,356,642	\$353,205	\$3,753,198	\$14,118,846	\$3,753,198
21	Jul-22	\$3,424,485	\$285,362	\$3,753,198	\$10,694,361	\$3,753,198
22	Ago-22	\$3,493,699	\$216,148	\$3,753,198	\$7,200,662	\$3,753,198
23	Sep-22	\$3,564,311	\$145,536	\$3,753,198	\$3,636,351	\$3,753,198
24	Oct-22	\$3,636,351	\$73,496	\$3,753,198	\$0	\$3,753,198

También es importante tener en cuenta otros servicios y productos que ayudan a la vida útil de los mismos y además ayudan a mantener las instalaciones del centro deportivo en óptimas condiciones. Esto quiere decir un egreso mensual, trimestral y semestral que en la siguiente tabla se va a explicar de manera resumida la proyección en el primer año de los egresos.

EGRESO	C. FIJO	C. VARIABLE	VALOR
Pago de nómina talento humano	X		\$5.852.000
Cuota mensual crédito	X		\$3.753.196
Arriendo local	X		\$5.700.000

Artículos Deportivos (Compra min.)		X	\$500.000
Matricula persona juridica		X	\$10.917
Imprevistos		X	\$250.000
Servicios públicos barrio San José de Bavaria - Localidad Suba		X	\$920.000
TOTAL, EGRESO MENSUAL ESPECÍFICO			\$16.986.113

PUNTO DE EQUILIBRIO

No. servicios Ofertados = 34	Costo variable unitario = \$116.000
PUNTO DE EQUILIBRIO	

Capacidad Máxima de producción/Atención en un mes	70 servicios
Punto de equilibrio= <u>Costos Fijos Totales</u> precio unitario - costo variable unitario PE= \$16.986.113/\$500.000-\$116.000	
PE= 44,2346693	44 servicios
Valor de Equilibrio= Punto de equilibrio*Precio unitario PE= 44,2346693 - \$500.000	
VE= \$455.756.331	Pesos

Para realizar un análisis de la anterior tabla, se necesitan vender 44 servicios mensuales, para poder estar en el punto de equilibrio y que el negocio se pueda sostener de manera óptima. Los egresos mensuales son de \$16.986.113, mientras que los ingresos serían de \$25.600.868. Lo cual habría un margen de ganancia de \$8.614.755.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

Teniendo en cuenta la proyección de metas mensuales y el costo total de egresos que debe tener la empresa, se calcula el flujo el cual estará proyectado al primer año del calendario desde su inauguración.

AÑO 1			
MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
FEBRERO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MARZO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
ABRIL	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MAYO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JUNIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JULIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
AGOSTO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
SEPTIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
OCTUBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
NOVIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
DICIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
TOTAL	\$307.210.416	\$ 203.833.356	\$103.377.060

En las siguientes tablas, se mostrará el flujo de caja de los siguientes 4 años, donde se evidencian los ingresos y egresos que se generen en estos. Es importante aclarar que los precios pueden variar, pero como es un pronóstico del flujo no se movió ningún precio similar al del año primero.

AÑO 2

MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 128.977.928	\$ 16.986.113	\$ 111.991.815
FEBRERO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MARZO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
ABRIL	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MAYO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JUNIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JULIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
AGOSTO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
SEPTIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
OCTUBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
NOVIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
DICIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
TOTAL	\$ 410.587.476	\$ 203.833.356	\$ 206.754.120

AÑO 3			
MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 232.354.988	\$ 16.986.113	\$ 215.368.875
FEBRERO	\$ 26.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MARZO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
ABRIL	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MAYO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JUNIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JULIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
AGOSTO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
SEPTIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
OCTUBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
NOVIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
DICIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
TOTAL	\$ 513.964.536	\$ 203.833.356	\$ 310.131.180
AÑO 4			
MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
ENERO	\$ 335.732.048	\$ 16.986.113	\$ 318.745.935
FEBRERO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MARZO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755

ABRIL	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
MAYO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JUNIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
JULIO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
AGOSTO	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
SEPTIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
OCTUBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
NOVIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
DICIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 16.986.113	\$ 8.614.755
TOTAL	\$ 617.341.596	\$ 203.833.356	\$ 413.508.240

AÑO 5			
MES	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
	\$		\$
ENERO	439.109.108	\$ 31.660.156	407.448.952
FEBRERO	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
MARZO	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
ABRIL	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
MAYO	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
JUNIO	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
JULIO	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
AGOSTO	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
SEPTIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
OCTUBRE	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
NOVIEMBR E	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
DICIEMBRE	\$ 25.600.868	\$ 31.660.156	-\$ 6.059.288
TOTAL	\$ 720.718.656	\$ 379.921.872	\$ 340.796.784

AÑO	FLUJO
0	-50.686.000
1	\$ 103.377.060

2	\$ 124.622.957
3	\$ 149.645.627
4	\$ 179.069.842
5	\$ 213.619.472

	Ventas = 10%	egresos= 7%	Inflación = 4%
	FLUJO DE INGRESOS	FLUJO DE EGRESOS	EFFECTIVO NETO
1	\$ 307.210.416	\$ 203.833.356	\$ 103.377.060
2	\$ 351.448.716	\$ 226.825.759	\$ 124.622.957
3	\$ 402.057.331	\$ 252.411.704	\$ 149.645.627
4	\$ 459.953.587	\$ 280.883.744	\$ 179.069.842
5	\$ 526.186.903	\$ 312.567.431	\$ 213.619.472
			\$ 770.334.959

Este es el flujo de caja que se puede ver pronosticado para los 5 años a futuro de la empresa, donde se puede evidenciar ganancias en cada uno de los años, cosa que es muy importante para mejorar en los recursos clave y en las instalaciones del centro deportivo. Se puede evidenciar una inflación del 4% anual y una ganancia total en los 5 años de \$770.334.959.

TASA EFECTIVA	31%	
CONCEPTO	CINCO AÑOS	ANUAL
VAN:	\$ 283.589.270,78	\$ 56.717.854,16
TIR:	223%	44,57%

Lo que quiere decir esta tabla es que en cinco años se proyecta que haya un valor actual neto de \$283.589.270,78, sin descontar la inversión inicial, la cual se recupera en el primer año de la inauguración de Tecsport SAS, hay una tasa interna de retorno del 223% en cinco años, lo cual es un excelente porcentaje para en tan poco tiempo. Por otra parte, anualmente se

estaría teniendo un VAN de \$56.717.854,16, lo cual es positivo para la empresa, ya que con ese capital, se podrían mejorar los implementos y las instalaciones.

IMPACTO ECONÓMICO

Este impacto económico ayudará a conocer como la empresa va a progresar de forma anual, para así darse cuenta si en realidad es viable la ejecución del proyecto o no, en esta parte ya debe estar claro todo el estudio de costos para así poder tener claras de donde se van a sacar las fórmulas para obtener el VPN, TIR y el RI. Cada uno de estos tendrá su tabla y su explicación debajo de ella:

Inversión inicial: \$ 50.686.000	
Inflación: 5%	
Crecimiento en ventas: 10%	Crecimiento de egresos: 7%

Al momento de tener la proyección de ingresos y egresos a cinco años, se tiene en cuenta factores como la inflación anual, la cual se proyecta con un aumento máximo del 5% en los siguientes cinco años, teniendo en cuenta esto, se proyecta un aumento de las ventas del 10% y un crecimiento así mismo de los egresos del 7%, sabiendo bien esto se realiza la proyección del flujo de efectivo neto de los próximos cinco años.

Flujo de Ingresos

	A
AÑO	VALOR
1	\$ 307.210.416
2	\$ 354.828.030
3	\$ 409.826.375
4	\$ 473.349.463
5	\$ 546.718.630
TOTAL	\$ 2.091.932.915

Flujo de Egresos

	B
AÑO	VALOR
1	\$ 203.833.356
2	\$ 224.726.275
3	\$ 247.760.718
4	\$ 273.156.192
5	\$ 301.154.701
TOTAL	\$ 1.250.631.242

Flujo de Efectivo Neto

	A-B
AÑO	VALOR
1	\$ 103.377.060
2	\$ 130.101.755
3	\$ 162.065.657
4	\$ 200.193.272
5	\$ 245.563.929
TOTAL	\$ 841.301.673

VNA=VPN= \$307.759.367,39

Se puede evidenciar que en el VPN (Valor presente neto) o VAN, hay unas ganancias en cinco años positivas para la empresa, lo cual puede que los frutos de esta empresa sean positivos desde el momento de su inicio.

RI= 9,94001380

MESES

Por otra parte, según las fórmulas, sale que el RI (Retorno de inversión) se va a dar en un plazo de 9 meses aproximadamente, también es un balance positivo, ya que se esperaba que en el primer año no hubiera ganancias de lo invertido.

TIR= 227,56%

<u>TIR</u>
-\$ 50.686.000

\$ 103.377.060
\$ 130.101.755
\$ 162.065.657
\$ 200.193.272
\$ 245.563.929

Ahora, en la TIR (Tasa interna de retorno) da un 227,56% y se evidencia la fiabilidad del proyecto, ya que, en el segundo año de servicio, se obtiene más del doble de ingresos que en el primer año y término del quinto año de producción de los servicios, se ha recuperado el total de la inversión, además de contar con un gran capital de ganancias.

BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
DESCRIPCION	VALOR	DESCRIPCION	VALOR
Recursos técnicos	\$ 36.765.000	Arriendo	\$ 5.700.000
Recursos intelectuales	\$ 2.300.000	Servicios públicos	\$ 920.000
Recursos físicos	\$ 5.769.000	Impuestos de registro	\$ 10.917,00
Artículos deportivos	\$ 500.000	Cuota crédito	\$ 3.753.196
		Nómina mensual	\$ 5.852.000
TOTAL	\$ 45.334.000	TOTAL	\$ 16.236.113

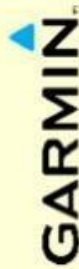
PATRIMONIO	\$ 29.097.887
-------------------	----------------------

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, la relación entre activos y pasivos es notable, donde los pasivos de la empresa son notablemente inferiores a los activos, cosa que es positiva para para generar ganancias en Tecsport SAS.

LIENZO MODELO CANVAS

REFERENCIAS

Asociaciones clave



Actividades Clave



Recursos Clave



Propuesta de Valor



Canales



Relación con los Clientes



Segmentos de mercado



Estructura de Costos

Total de costos mensuales

\$ 16.986.113

PE= 44.234.6693

VE= \$455.756.331

Inversión inicial: \$ 30.000.000

Fuentes de Ingresos

Tabla de ingresos mensual

Tipo de ingreso	Cantidad	Valor total unitario	Valor total
Paquete 12 sesiones	20	\$500.000	\$10.000.000
Paquete 24 sesiones	5	\$1.400.000	\$7.000.000
Paquete 18 sesiones	3	\$2.750.000	\$8.250.000
Venta de artículos	6	\$18.478	\$110.868
Total, Ingresos por cada mes regular			\$25.600.868

- Acosta, M. J., & Beade, F. (2018). Sistema de seguimiento por GPS y control biométricos de deportistas.
- Arguello, Y. D. S. (2013). Un aporte de la tecnología para el entrenamiento de la velocidad en el fútbol sala. *VIREF Revista de Educación Física*, 2(1), 163-174.
- Breuer, E. (2018). La importancia de la tecnología en el deporte. [Sport&Tech](#)
- Badillo, J. J. G., & Serna, J. R. (2002). *Bases de la programación del entrenamiento de fuerza* (Vol. 308). Inde.
- Condori Choque, F. E. (2015). Cálculo y diseño de iluminación del campo deportivo de fútbol de la UANCV mediante software aplicativo.
- de Hoyo Lora, M., & Rodríguez, Á. A. (2017). Tecnologías aplicadas al fútbol: sistemas de posicionamiento global (GPS). In *Nuevas tecnologías aplicadas a la actividad física y el deporte* (pp. 69-86). Thomson Reuters Aranzadi.
- Estrada Ruiz, L. I. (2019). Determinación y comparación de indicadores de demandas físicas en partidos y entrenamientos en fútbol profesional femenino mediante uso de tecnología GPS (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Nuevo León).
- Gutiérrez Pulido, B. N., & Pulido Gómez, S. A. (2017) Fútbol Workout. Pregrado. Universidad Santo Tomas. Bogotá D.C
- Holway, F., Biondi, B., Cámara, K., & Gioia, F. (2011). Ingesta nutricional en jugadores adolescentes de fútbol de élite en Argentina. *Apunts. Medicina de l'Esport*, 46(170), 55-63.
- Ramírez Rea, S. M. (2015). Las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC en el entrenamiento del fútbol, en la categoría intermedia de los colegios de la ciudad de Ibarra durante el año lectivo 2012-2013 (Bachelor 's thesis).
- Stable-Bernal, Y., Medina-Ruiz, G., & Bernal-Jova, A. N. (2019). La influencia de la Ciencia, la Tecnología y la Sociedad en la evolución de Fútbol The influence of science, technology and society on the evolution of football. *Ciencia y Deporte*, 4(2), 31-53.
- Vázquez, M. Á. C. (2012). Control del entrenamiento en fútbol: posibilidades de actuación. *Revista de Entrenamiento Deportivo* Tomo, 26(4), 5-10.
- Weineck J. (2004). *Optimales Training*. Balingen: Spitta Verlag.