

Creación de empresa: *The Goal Academy*

Juan David Perea

Código: 220410

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación, Universidad Santo Tomás

División de Ciencias de la Salud

Asesor: Luis Alejandro Zabaleta

05 de mayo de 2020

Tabla de Contenidos

Introducción	3
Capítulo I. Segmentos de Mercado	15
Capítulo II. Propositiones De Valor.....	21
Capítulo III. Canales	25
Capítulo IV. Relación con los Clientes	32
Capítulo V. Estructuras de costos	33
Capítulo VI. Evaluación del Impacto	47
Referencias.....	53

Introducción

Esta idea nace a inicios del año 2018 con la intención inicial de brindar un servicio distinto a los que ofrecen habitualmente las academias o centros de entrenamiento en fútbol. En ese sentido, *The Goal Academy* se constituye como una academia de entrenamientos personalizados en fútbol, para niños y niñas de los seis años de edad a los 12 años de edad con el fin de ayudar a las personas que entrenan este deporte a que puedan potenciar sus habilidades.

La idea surge porque se identificó que en una escuela de fútbol es mucho más complejo potenciar habilidades individuales pues es un desafío pedagógico asegurarse de que cada concepto sea adquirido de la mejor manera por parte de los estudiantes ya que el número de deportistas y el tiempo se convierten en un obstáculo para lograr ese objetivo, aun cuando el profesor sea muy bueno.

Por eso, al momento de tener un entrenamiento personalizado se dedica el tiempo que sea necesario para aprender o potenciar lo que el deportista necesite, obviamente respetando sus procesos motrices. De este modo pasamos a hablar de forma específica acerca de las habilidades técnicas de nuestra población para el fútbol.

Si bien hay muchos niños y niñas a quienes les gustaría entrar a una escuela de fútbol, sus habilidades y relación con el deporte están todavía en construcción por lo que entrar a una escuela se convierte en una experiencia poco agradable. En estos escenarios, estos niños y niñas suelen encontrarse con chicos que tienen una experiencia más amplia y que los irán excluyendo al ver que su ritmo de aprendizaje es más lento o que su nivel es diferente. Por ese motivo, *The Goal Academy* ofrece un entrenamiento personalizado a esta

población que les ayuden a adquirir técnicas que les permitan posteriormente ingresar a una escuela de fútbol y poder adaptarse de una manera más sencilla a las dinámicas que existen en estos lugares.

Una experiencia significativa y diferente

Desde que empecé la Universidad he tenido la posibilidad de ser profesor en escuelas de fútbol y a partir de la observación logré detectar que este servicio no es tan común y en el mejor de los casos se realiza de manera informal. Por tal motivo ofrecer este servicio con una mayor organización y con bases más fuertes puede ser una opción que beneficie a muchas personas. Desde luego, el ideal sería llegar a complementar los procesos formativos que se dan en las escuelas de fútbol, así como brindar una herramienta a los chicos que tienen las ganas de pertenecer a una escuela pero que carecen de las habilidades. Por eso, el propósito de *The Goal Academy* es que este sueño de ingresar a las escuelas se pueda materializar a partir de una formación previa que los motive y que les permita llegar a estos espacios de entrenamiento con unos saberes y habilidades previas que les den el nivel que necesitan.

Formación al servicio de la actividad física infantil

Dentro del pensum de mi carrera tuve la posibilidad de ver diversas materias que sentaron las bases de esta idea. Por una parte, todas las materias relacionadas con la línea de administración donde me dieron ideas de negocio, emprendimiento, formación financiera, legal y también sobre cómo visibilizar mi empresa. Por otro lado, aquellas materias en donde se profundizaba en el desarrollo motor me ayudaron para saber qué ofrecer según la

edad de los deportistas. Así mismo, de forma complementaria la praxeología motriz me permitió trabajar desde la lógica interna del deporte y esto, junto con las materias de deportes de conjunto e iniciación deportiva, me permitieron adquirir conocimientos para la formación de los niños. De otra parte, asignaturas como pedagogía y didáctica me proporcionaron diversas herramientas para ofrecer un aprendizaje significativo y una experiencia agradable a los deportistas.

A su vez, con la clase de entrenamiento personalizado puede combinar los conocimientos para implementarlos en la empresa y mediante psicología deportiva pude aprender nuevas herramientas para tener un proceso más completo con los niños y niñas. Para finalizar, las clases de humanidades fueron también una gran herramienta en la construcción de este proyecto ya sentaron la base del proyecto: los valores y los principios humanos son esenciales pues permiten crear y ofrecer servicios que beneficien a la comunidad.

Modelo de negocios



Figura 1. Imagen de las prácticas pedagógicas promovidas por *The Goal Academy*

Nuestra empresa tiene como propósito enseñar de forma divertida y agradable a los niños y niñas, todos los fundamentos y habilidades propias del fútbol que vayan acorde a su edad y al proceso motriz en el que se encuentran. La idea es utilizar diversos recursos pedagógicos y didácticos que favorezcan el proceso como aprenden los niños, en el que puedan desarrollarse de forma integral enfocándonos en el fútbol. Una de las formas más factibles de adquirir los fundamentos técnicos es mediante la aplicación de la metodología analítica pues esta nos ayudará a descomponer un movimiento y a realizar diversas repeticiones que lleven a la adquisición de una huella motora y el perfeccionamiento de un fundamento. Puntualmente, nosotros buscamos propiciar actividades entretenidas basadas en juegos y actividades lúdicas que brinden un ambiente agradable y a la vez competitivo para facilitar la repetición y/o mecanización para la correcta adquisición de los fundamentos técnicos. Con material diverso y llamativo creamos un espacio agradable y así diseñamos clases agradables para nuestros niños deportistas.

Ubicación

- 1. Geográfico:** estará ubicada en una forma macro-localizada en la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá, D.C.

1.1. Micro-localización

Sector: Niza

Barrio: Puente Largo

- 2. Demográfico:** Será un servicio brindado a niños y niñas entre edades de seis años de edad a doce años de edad en estratos del 3, 4, 5 y 6.

- 3. Psicográfico:** Para nosotros lo más importante es brindar una formación integral teniendo en cuenta que ésta lo que busca es generar a cada niño un desarrollo de las diferentes dimensiones que tiene como ser humano desde lo emocional, intelectual, espiritual, social y físico, creando así una actitud crítica y fomentando una persona que aporte de manera constructiva a la sociedad. Es por eso que además de enseñar todo lo que responde a la práctica deportiva, el fútbol es una motivación estratégica para inculcar en los niños valores, principios y habilidades sociales para su formación y para la vida: la disciplina, la perseverancia, la inteligencia emocional, el respeto, la paciencia, la humildad y la importancia de trabajar por lo que se quiere bajo un contexto deportivo y pedagógico.
- 4. Conductual:** El propósito es que los clientes vean en nosotros un servicio distinto y que los niños disfruten adquiriendo habilidades propias del deporte. Queremos que los padres de familia sientan que nos enfocamos en cada detalle de sus hijos brindando una formación integral a cada uno de ellos y que la evolución de los chicos hable por sí sola. (Constitución Política de Colombia, 1991)

Logo



Figura 2. Logo de la empresa The Goal Academy

El color blanco es visto como uno de los colores con mas fortaleza y es que aunque no posee un tono que pueda ser muy atractivo o quizá con imponencia este tiene características que influyen de forma positiva en la gente y en los alrededores que están llenos de este color. El color negro significa elegancia y sobriedad.

Slogan



“SE TU MEJOR ATLETA”

Figura 3. Slogan de la empresa The Goal Academy

Misión

Potencializar las habilidades de los niños y niñas que se encuentren entre los 6 y 12 años a quienes les guste el fútbol para que su rendimiento sea mejor cada día buscando el perfeccionamiento de su técnica, fundamental en el fútbol. De esta forma comenzaremos a impactar a otras localidades como Kennedy, Antonio Nariño, Mártires y Fontibón.

Visión

En el 2025 la academia de entrenamientos personalizados *The Goal Academy* se visualiza como una de las empresas líderes en promover la salud y el bienestar a través de nuestro programa de formación deportiva en fútbol infantil.

Fundamentación humanista

En su política curricular desarrollada en el 2004, la Universidad Santo Tomás en cabeza de la vicerrectora general, es enfática en dar a conocer a las personas la importancia del ideal humanista que tiene nuestra institución. Por eso, desde esta idea de negocio se busca interiorizar cada uno de esos principios y llevarlos a la cotidianidad de todas las personas.

De este modo, relacionaremos estos fundamentos humanistas teniendo presente que el objetivo de nuestro negocio más allá de ser rentable es el de comprender los comportamientos de los niños, entender la realidad en la que se encuentran y de este modo saber cuáles son sus necesidades y a partir de ello desarrollar una formación ideal buscando construir para ellos un futuro prometedor rodeado de valores y bases fuertes. Lo anterior se busca lograr desde la formación en el deporte creando así hábitos saludables y principios claros, esto lo vamos a desarrollar dentro de una idea de negocio fuerte que se rodee de ética y profesionalismo.

A partir de lo mencionado anteriormente y más allá de ser palabras en un texto esta es una idea real y con una proyección importante ya que además de brindar un proyecto deportivo serio que favorece las habilidades de los niños estamos buscando dejar huella en una población que es fundamental para nuestra sociedad como lo son los niños. La formación deportiva y humana que proponemos pretende sembrar bases para el futuro de nuestra comunidad con el fin de que ellos tengan un desarrollo integral y puedan interiorizar valores humanistas que favorezcan su crecimiento y faciliten sus relaciones sociales. Por ese motivo, es tan importante contribuir a formar en esta población infantil personas críticas, empoderadas y que generen impacto positivo en la sociedad buscando

que mediante una disciplina deportiva ellos se apropien de su vida y se formen con un carácter fuerte e ideal

Marco referencial

Para nuestra empresa, más allá de obtener un lucro, es fundamental poder favorecer el desarrollo integral que tienen las personas, así como beneficiar la salud mental y física de los mismos. Esto supone como base orientadora lo mencionado en la Constitución Política de Colombia que en el artículo 52 del capítulo 2 refieren lo siguiente sobre el deporte y la recreación: Medio por el cual las personas puedan desarrollarse de forma integral y contribuir de forma positiva en su cotidianidad y su salud en términos generales.

Así mismo y como se mencionará a lo largo de este apartado estos objetivos se deberán cumplir bajo las diferentes normativas que tiene el estado ya que como se menciona en este mismo artículo, el Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

Así pues, dentro de las normativas de las cuales nos deberemos hacer responsables como empresa aparece la Ley 322 de 1996, “Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales” (Ley 322, 1996), tal y como se precisa a continuación:

Donde se nos habla de todas las responsabilidades como empresa buscando así pues ser muy adecuados en el cuidado de los horarios y todos los requisitos que brinden garantías de seguridad a todas las personas que se encuentren en el, es por ello importante tener clara cada punto de esta ley.

Es fundamental estar constantemente actualizado en el cumplimiento de las normas que se mencionaron anteriormente ya que, de no ser así, en la Ley también se mencionan las consecuencias por incumplimiento, las cuales observaremos a continuación, diciendo que: En cualquier momento las autoridades pertinentes pueden tomar medidas en dado caso que no se este cumpliendo algún parametro y estas pueden ser desde multas hasta incluso el cierre del establecimiento esto dependiendo de la falta cometida.

Por otro lado, debemos tener presente la Ley 1014 del 2006 en la cual se busca impulsar el emprendimiento ya que esto tiene un objetivo claro que es el de “fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial” (Ley 1014, 2006).

De otra parte, en la Ley 181 de 1995 se redactan diversas disposiciones que buscan fomentar el deporte, la recreación y también el aprovechamiento del tiempo libre (Ley 181, 1995). Así mismo, la ley 1258 de 2008 en el capítulo 1 artículo 1 presenta las sociedades por acciones simplificadas se pueden conformar por una o varias personas naturales o jurídicas que serán las encargadas de formar el club y serán las responsables hasta el monto de los aportes que tengan. Sin embargo, hay que realizar la salvedad de que el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza de la sociedad como se sostiene en el artículo 42 de la misma ley. (Ley 1258, 2008)

Teniendo en cuenta el anterior marco normativo descrito, nuestra empresa presta servicios a los niños y niñas de forma personalizada y en enfocada al fútbol. En ese sentido

y de acuerdo con nuestro alcance y crecimiento como empresa, es fundamental cumplir con algunos de esos requisitos legales con el fin de que nuestro servicio cumpla con la normatividad desde la constitución empresarial que se tiene constatada.

Al respecto, es preciso indicar que son los entes de control del Estado los que deben hacer cumplir las leyes que existen en cuanto a creación y establecimiento de empresas. En primer lugar, la Cámara de Comercio solicita el documento de identidad para poder registrarse como una persona jurídica y de este modo realizar el registro en el formato de RUT, documento que en nuestro caso será tramitado una vez entre en funcionamiento la empresa que es el registro único tributario. Adicional a ello, se tramitará la carátula única empresarial con el fin de realizar consultas como el nombre del establecimiento, el uso del suelo y la actividad.

El documento de constitución de la empresa se tramitará una vez se obtenga el RUT que con base en la Ley 1258 del 2008 se realiza primero un documento privado con la figura de sociedad por acciones S.A.S. (Ley 1258, 2008). Una vez se haya realizado este proceso se cancelan los derechos de la matrícula mercantil en la Cámara y Comercio de Bogotá donde se diligenciará el formulario RUES que responde al Registro Único Empresarial y Social, así como el registro con otras entidades. Cuando se tengan todos los documentos mencionados anteriormente se podrá finalizar el proceso (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020).

Es así como nuestra empresa dará cumplimiento a ley y normativa vigente por la creación de empresas mediante la figura de acciones simplificadas S.A.S que se puede tener con una o más personas dando a conocer mediante documento privado en el cual se

indiquen los siguientes requisitos, el documento de identidad, el nombre, la razón social de la empresa y la duración de la actividad que se va a llevar a cabo.

De este modo, al trabajar con esta población debemos ser claros en cada una de las normativas que cobijan al deporte con el fin de garantizar los derechos y deberes que benefician a esta población buscando así desde la legalidad posibles alianzas con empresas o colegios que favorezcan el crecimiento de la empresa y de esta manera beneficiar a la población a intervenir.

Estudio de factibilidad de la idea de negocio

1. Investigación

Antes de empezar con el proyecto se realizó una indagación acerca de lugares o iniciativas que ofrecieran el mismo servicio. Dicha búsqueda permitió identificar que son muy escasas las opciones que brindan este tipo de ofertas encontrando que, por ejemplo, muchos profesores de escuelas de fútbol de manera informal realizan entrenamientos personalizados a los jugadores de sus equipos, pero sin ninguna organización de fondo. Por otro lado, se encontró una empresa que trabaja en Bogotá llamada GCN (Centro de Tecnificación en Fútbol) que ofrece un servicio muy similar de entrenamientos personalizados.

Se encuentran ubicados en la localidad de Suba en el barrio de La Conejera en unas canchas ubicadas en el km 2 vía Suba – Cota. Fue posible identificar que esta empresa lleva un tiempo extenso trabajando y que ya tienen una base más estable. Sin embargo, ellos están enfocados en el alto rendimiento y a jugadores que ya tienen una proyección y no

ofrecen este servicio a chicos que están empezando su formación en el fútbol por lo que su objetivo difiere parcialmente del objeto central de *The Goal Academy*.

2. Confrontación internacional y precios

En países como Argentina, Inglaterra, España y Australia este tipo de servicio sí son mucho más habituales. En cuanto a los precios se logró encontrar que el precio de una sesión puede estar entre \$30.000 y hasta \$100.000. En cuanto a los clientes hemos tenido una sorpresa agradable ya que hay muchas personas que les llama la atención y sobre todo cuando se habla del enfoque formativo y de beneficiar a las personas que no han podido ingresar a una escuela de fútbol porque no tienen las habilidades pues este factor se ha convertido en un problema para muchos.

De otra parte, dentro de lo analizado evidenciamos que el fútbol es un deporte que tiene una popularidad muy alta en nuestra ciudad y cada vez más las personas se ven interesadas en mejorar sus habilidades en este deporte. Por otro lado, utilizar esta pasión como una forma de mantener un estado físico ideal, tener hábitos de vida saludable, realizar una práctica deportiva que les permita mejorar sus habilidades en el deporte y realizar ejercicio físico.

Capítulo I. Segmentos de Mercado

Cuando hablamos del segmento de mercado hacemos referencia a la forma en que dividimos la población y esta división se realiza pensando en las necesidades e intereses similares que pueda tener un grupo poblacional determinado. A partir de dicha homogeneidad se pueden crear estrategias pensando que muy posiblemente la forma de pensar y comprar será muy similar.

The Goal Academy es un servicio personalizado dirigido a los niños que les gusta el fútbol proponiendo y diseñando un programa de entrenamiento personalizado atendiendo a principios de planificación, mediante procesos metodológicos acordes a la población con estrategias pedagógicas y didácticas. Además, cuenta con la ventaja de ser un proyecto liderado por profesionales de Cultura Física quienes diseñan y determinan planes idóneos acordes a las necesidades de cada deportista.

La empresa estará dirigida a niños que les interesa el fútbol y se encuentran en un proceso formativo o quieren iniciarse buscando generar en ellos bases fuertes para que tengan un desempeño adecuado dentro de la práctica deportiva. Adicional a ello, se busca atender sus necesidades mediante un entrenamiento completamente personalizado en el que el niño se pueda desarrollar de forma ideal, ofreciendo así:

- Desarrollo motor de cada niño
- Mejora de las habilidades específicas

- Crear hábitos de entrenamiento
- Fundamentar técnicamente a cada deportista
- Fundamentar conceptual y cognitivamente a cada deportista
- Brindar herramientas para un proceso integral ideal utilizando como herramienta nuestro deporte.

Cuando una empresa quiere apuntar a unas personas específicas podemos utilizar a los bloques de los segmentos que generan esta organización. Buscando satisfacer de forma eficiente a nuestros clientes el bloque de segmentos de mercado que se utilizará es el siguiente:

Modelo de nicho de mercado

Considero que, por las características de los posibles clientes, por los estratos y por la ubicación de las instalaciones, *The Goal Academy* se ubicaría como un nicho de mercado. Tal y como lo refiere Sánchez-Gutiérrez, Vázquez-Ávila y Mejía-Trejo (2017) se encuentran pequeños grupos dentro del mercado los cuales se pueden identificar ya que comparten intereses y necesidades, además de tener comportamientos similares. Adicional a esto no hay una gran cantidad de proveedores que se encarguen de satisfacer este servicio, por lo que realizar esta segmentación en nuestra empresa nos permitirá direccionar con mayor claridad a nuestro público objetivo ofreciendo un servicio personalizado. Al fijarnos un nicho se apunta a un grupo más reducido de la población. Sin embargo, esto no significa menos ganancias ya que se están satisfaciendo de manera adecuada las necesidades específicas de este porcentaje de la población.

Buscaremos dividir el mercado de forma clara teniendo en cuenta los criterios que según Stanton, Etzel y Walker (2007) son: geográfica, demográfica, psicográfica y por comportamiento. De este modo afirmamos que nuestra empresa estará con los criterios Stanton, Etzel y Walker (2007) del siguiente modo:



Figura 4. The Goal Academy tiene un modelo de enseñanza personalizado, dirigido a niños entre 6 y 12 años.

- **Geográfico:**

La ubicación geográfica se mostrará a través de las Figuras 5 y 6 que se acotan a continuación:

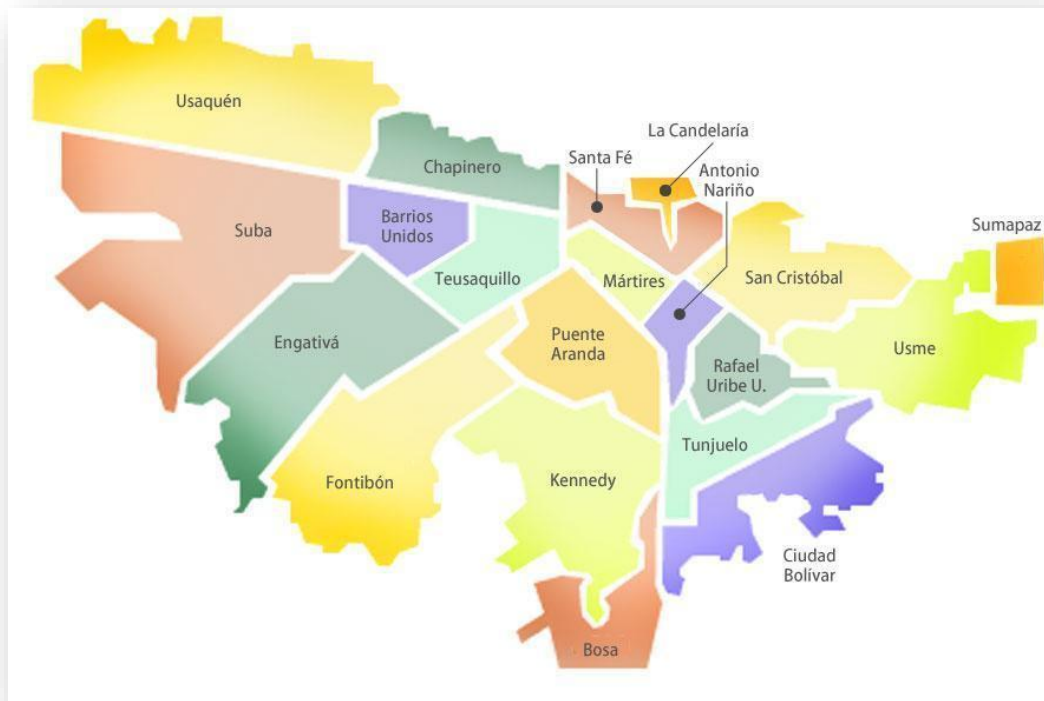


Figura 5. La propuesta de valor estará ubicada en una forma macro- localización en la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá. Imagen disponible en

<https://localidad11.wordpress.com/5-conclusiones/>

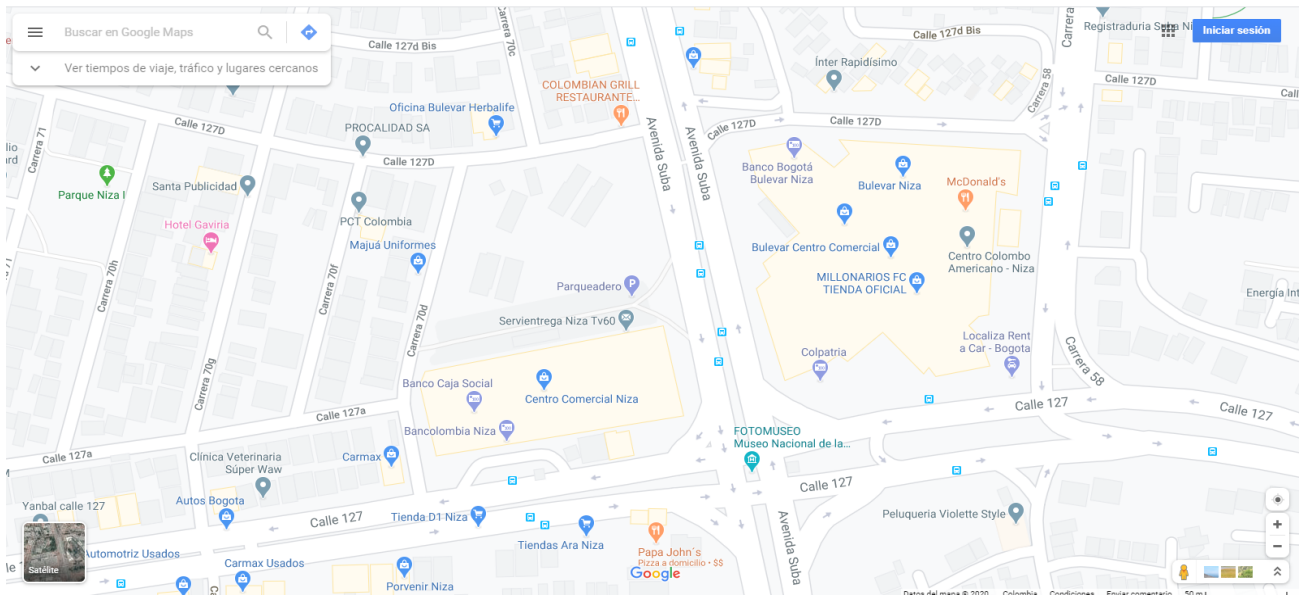


Figura 6. La micro-localización estará en el sector del Barrio Niza. Exactamente en la cancha del centro comercial Bulevar “Fútbol en las estrellas”. Imagen disponible en:

<http://gf20134b13.blogspot.com/2013/06/localidades-de-bogota.html>

- **Demográfica:** será un servicio brindado a niños y niñas entre 6 y 12 años, pertenecientes o no a escuelas de formación de estratos 3,4,5 y 6
- **Psicográfico:** Niños que quieran aprender una nueva disciplina, responsables, interesados en ser cada día mejores, respetuosos y perseverantes en pro de cumplir los objetivos planteados.
- **Conductual:** Fieles al servicio y a la empresa que se los ofrece, interesados en competir y mejorar a pesar de los obstáculos, comprometidos y entregados, respetando y respaldando la academia.

Nuestra empresa prestará un servicio personalizado que se realizará con el fin de propiciar una mayor participación de nuestros niños siendo su desarrollo motor el directo beneficiado generando un aprendizaje integral. Este servicio se prestará los martes, miércoles, jueves, sábados y domingos en los que los niños podrán entrenar en la sede ya mencionada.

Buscando generar una promoción de nuestros servicios crearemos una página web en la que se publicarán los aspectos más importantes para atraer a los clientes, se tendrán vallas publicitarias en las canchas de fútbol aficionado de nuestra ciudad y también se pagará una cuña publicitaria en radio para que los padres interesados inscriban a sus hijos.

La población a la que va dirigida este proyecto son niños en las edades de seis a doce años, ubicados en la localidad de Suba más exactamente en el barrio Niza en la ciudad de Bogotá que cuentan con un estrato socioeconómico 3, 4, 5 y 6. Nuestro segmento de mercado está enfocado hacia los niños y niñas que juegan fútbol y quieren mejorar sus habilidades y a todos los niños y niñas que quieran empezar y explorar en el mundo del fútbol empezando así con sus clases dentro de las habilidades básicas del deporte.

Capítulo II. Propositiones De Valor

Novedad para los clientes: innovación en The Goal Academy

Además de los entrenamientos personalizados acorde a las necesidades de cada jugador, llevaremos un registro videográfico de sus entrenamientos y partidos logrando obtener un registro más eficiente y un análisis adecuado de los aspectos a corregir y a potenciar en cada deportista haciendo un seguimiento riguroso y acertado.

Mejoramiento deportivo en el desempeño infantil

Nos preocupamos por tener un servicio personalizado que responda a las necesidades de cada jugador y no solo a nivel deportivo sino de forma integral generando así un proceso formativo ideal.

Análisis de la competencia

Buscando brindar un servicio ideal a nuestros clientes generamos un servicio diferente y que está a la vanguardia buscando beneficiar el proceso de cada persona.

- *The Goal Academy* – GCN (Centro de tecnificación en fútbol) (Tablas 1 y 2)

Tabla 1. Precios *The Goal Academy*

1.	Dos clases de cortesía.
2.	8 sesiones, todo incluido \$380.00

3.	Sesión de entrenamiento \$60.000
4.	12 sesiones de entrenamiento personalizado \$500.000
5.	16 sesiones de entrenamiento personalizado \$700.000
6.	4 sesiones de entrenamiento personalizado \$200.000

Tabla 2. Precios GCN

1.	Una semana de cortesía
2.	8 sesiones todo incluido \$420.000
3.	Sesión de entrenamiento \$80.000
4.	12 sesiones de entrenamiento personalizado \$530.000
5.	16 sesiones de entrenamiento personalizado \$780.000
6.	4 sesiones de entrenamiento personalizado \$250.000

- Matriz DOFA de Bodytech y Hard Body (Tabla 3)

Tabla 3. Cuadro de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de las empresas

Bodytech y Hard Body

<p>DEBILIDADES</p> <p>Estamos en la construcción de los departamentos por ende el entrenador por ahora es a la vez administrador, secretario etc.</p> <p>No se cuenta con un respaldo de nombre dentro del mercado</p>	<p>FORTALEZAS</p> <p>Metodologías nuevas que generan agrado y fidelización de los clientes.</p> <p>Recursos tecnológicos para seguimiento de los jugadores.</p> <p>Entrenadores capacitados y con experiencia.</p> <p>Instalaciones seguras y apropiadas para la práctica deportiva.</p> <p>Procesos integrales a los deportistas.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A veces deben elegir entre el servicio personalizado y la escuela de futbol</p> <p>La competencia cuenta con un mayor respaldo en cuanto a experiencia en el mercado</p> <p>La competencia tiene más recursos tecnológicos que llaman la atención</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Demanda cada vez es mayor ya que las personas cada vez se preocupan por mejorar El rendimiento DEPORTIVO DE SUS HIJOS</p> <p>Llegan nuevos clientes al ver los resultados que obtienen los que están en la academia</p> <p>Ubicación estratégica que facilita la parte económica</p>

- Resultados del análisis DOFA frente a la competencia

A partir de la matriz DOFA se plantean los siguientes cambios en los que debe trabajar la empresa:

1. Mayor organización a nivel administrativo, que no se mezcle con lo deportivo.
2. Adquisición de materiales e innovaciones tecnológicas que favorezcan los procesos.
3. Generar alianzas estratégicas con colegios y escuelas de fútbol generando también así fidelización.

Capítulo III. Canales

Según Martínez Fernández, (2018) los canales son los medios y modos que conectan la empresa mediante la comunicación y dándole la entrada y validez de la propuesta de valor, esta se maneja como herramienta para Canales

Canal directo

En los entrenamientos hablaremos con cada cliente y de este modo conoceremos cómo van con el proceso para asegurarnos de que se está realizando de manera idónea los entrenamientos permitiendo una evolución constante del niño y una satisfacción de los padres.

Ante las inquietudes que tengan posibles clientes nuevos los docentes darán la información general acerca del servicio, y remitirán a los números y formas de comunicarse con la parte administrativa para hablar de precios y realizar procesos de inscripción.

Canal digitalizado y medios digitales

Tendremos nuestra página web, WhatsApp, Facebook, Instagram, buscando compartir información oportuna y agradable para los clientes además de ser un medio de comunicación.

Mediante la página Web-Será un lugar donde el cliente podrá encontrar información de quienes somos, de lo que hacemos, de nuestros precios, nuestros objetivos y nuestra

trayectoria, con el WhatsApp. Será un medio de comunicación más directa, en el que se enviará información más particular a cada cliente y del mismo modo se podrán resolver inquietudes que pueda tener cada uno de ellos y con el Facebook, Será un medio más informal en el que los clientes podrán ver fotos y videos de nuestro trabajo, promociones, celebraciones de algún acontecimiento importante.

Para llegar a las personas que nos interesan lo haremos con las redes sociales, en grupos relacionados al deporte, en el sector y centros comerciales cercanos, en las canchas de fútbol aficionado de Bogotá. Es bueno mencionar que nosotros buscamos generar un impacto en el segmento infantil ofreciendo un servicio diferente en el que ellos se puedan desarrollar de manera óptima dentro de un espacio agradable para ellos. Adicional a ello existe la oportunidad de establecer alianzas estratégicas.

Dentro del mercado del fútbol existe la necesidad que se presenta en esta población infantil de querer aprender el deporte o corregir de forma personalizada diferentes habilidades propias el deporte. Buscando cumplir estos objetivos y pensando en la comodidad del cliente nos ubicamos en Niza, en la cancha “Fútbol en las estrellas” ubicada en el centro comercial bulevar en la localidad de suba. Del mismo modo y para mayor facilidad de los clientes trabajaremos martes miércoles y jueves en la franja de la tarde y los fines de semana en la jornada de la mañana, se aplicarán los horarios en temporadas de vacaciones.

Brindamos un servicio de entrenamiento personalizado en fútbol, ofreciendo un plan de entrenamiento acorde a las necesidades y experiencia de cada deportista apoyándonos en recursos tecnológicos, pedagógicos y didácticos para realizar un proceso

riguroso y que permita la evolución constante de nuestro deportista en todas sus dimensiones.

Volanteo y folletos

La idea es tener folletos en la cancha y los lugares aledaños para que los puedan observar y tener la información general y contacto.

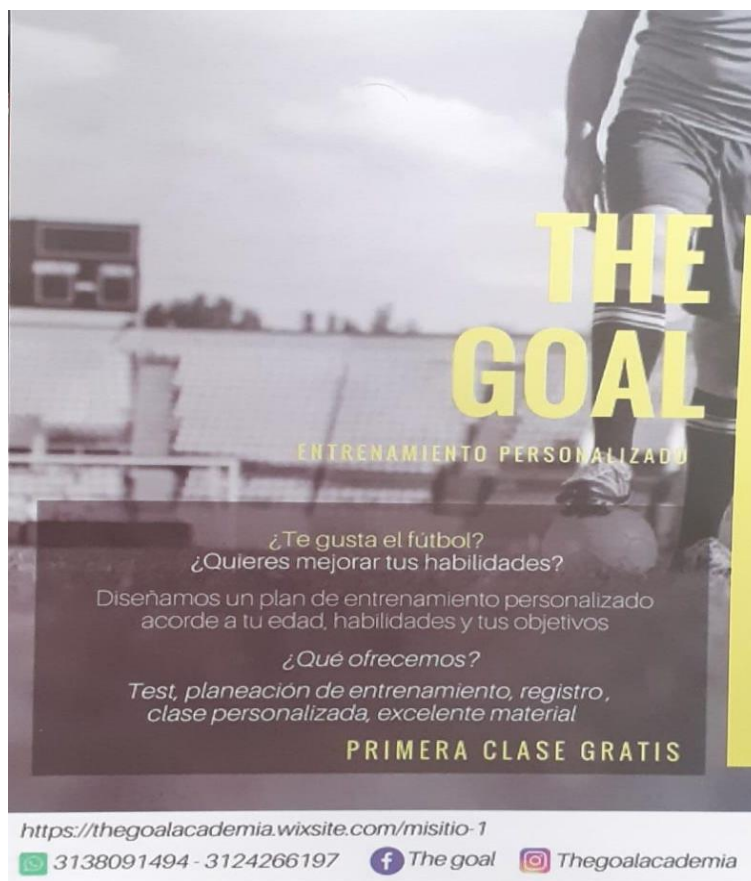


Figura 7. Diseño de volante de The Goal Academy para realizar la convocatoria

Momentos de verdad con los clientes

Al momento en que el cliente adquiera nuestro servicio realizaremos unos test para evaluar la forma en que llegue nuestro deportista dándole una retroalimentación cualitativa y cuantitativa de forma verbal y dejando registro escrito que se enviará al correo y se entregará en físico, durante el proceso brindaremos constantes retroalimentaciones apoyándonos del contenido videográfico.

Atención personalizada y retroalimentación

Los tests se aplican trimestralmente realizaremos haciendo una comparación de lo que se hizo, adicional a ello se darán espacios presenciales y virtuales para que los clientes expresen sus recomendaciones hacia nosotros, que nos puedan evaluar.

Atención individualizada

Dentro de nuestro plan de entrenamiento asignaremos algunos trabajos para la casa que beneficiaran el proceso de cada deportista, estos trabajos irán enfocados en aspectos cognitivos, volitivos y psicológicos permitiendo una mayor integralidad.

Desarrollar marca o status para los usuarios

Los clientes que completen cuatro meses con nosotros podrán adquirir bolos, cachuchas y guayeras a mitad de precio y quienes lleven más de 8 meses tendrán beneficios y regalos especiales de ropa de la academia en fechas especiales.

Tendremos prendas exclusivas para nuestros clientes las cuales podrán adquirir con la matrícula, será una camiseta y una pantaloneta que los identifique como clientes GOAL. Ofreceremos un servicio con un precio cómodo permitiendo que los clientes puedan

adquirir nuestro servicio con tranquilidad entendiendo que el precio será justo en relación con el servicio prestado.

Perspectiva sobre los servicios y los productos

- ***Definición de la imagen corporativa***

Queremos definir nuestra imagen corporativa con el fin de elevar la percepción a los clientes acerca de nuestros servicios decidimos asesorarnos con, un diseñador gráfico y publicista expresamos nuestros deseos de ofrecer un servicio elegante, agradable, que inspirara motivación, seguridad, comodidad, que no fuera invasivo pero quedará marcado en los clientes a partir de ello surge nuestro nombre e imagen que mostramos anteriormente, quisimos que fuera algo sencillo de recordar y agradable para las personas. Queremos que los clientes piensen en nosotros y tengan en su mente una academia seria, que ofrece un servicio integral mediante metodologías agradables.

¿Cómo inducimos a los clientes a retroalimentar la proposición de valor de The Goal Academy?

En nuestras redes sociales damos el espacio para que las personas evalúen el servicio que estamos ofreciendo y brindamos diferentes números telefónicos para que se comuniquen en dado caso de querer tener una conversación más personal, les ofrecemos a modo general en nuestras redes lo que hacemos y cómo lo hacemos y así mismo si tienen otras dudas o quieren ampliar la información organizamos un espacio para hacerlo, también solicitamos a los clientes nos den una retroalimentación del cómo se han sentido y como ha sido su experiencia con nosotros atendiendo a las sugerencias que ellos tengan. Cada dos

meses realizaremos encuestas que permitan que los clientes evalúen el nivel de satisfacción con el servicio y emprenderemos planes de mejora ante los aspectos que quieran se mejoren.

Compra fácil y rápida del servicio

Utilizamos las redes sociales donde mostramos a modo general nuestros servicios, pero dejamos números telefónicos y correos electrónicos para que las personas se comuniquen como les sea más sencillo y puedan hacer preguntas más específicas del servicio y que lo puedan adquirir, así mismo en algunos lugares donde hemos dejado publicidad física establecemos a modo general nuestro servicio, pero dejamos formas de contacto para que puedan profundizar en lo que necesiten. Quienes pagan su mensualidad antes de los primeros 5 días del mes recibirán un descuento del 15%, adicional a ello quien lleve un referido recibirá un 10% de descuento en los dos siguientes meses de mensualidad, tendremos facilidad en métodos de pago según como le quede mejor a cada cliente.

¿De que manera entregamos la proposición de valor a los clientes?

En nuestra publicidad damos un listado en el que se muestra a modo general nuestro valor y lo que ofrecemos dando a evidenciar los factores que nos hacen diferentes y que pueden motivarlos a adquirir los servicios. A los correos de nuestros clientes llegaran trabajos específicos según las necesidades de cada uno.

Postventa ¿Cómo proveemos soporte postventa a nuestros clientes?

Cuando un deportista finaliza su proceso con nosotros seguimos en constante comunicación, tenemos conversaciones para saber cómo se ha sentido, para saber qué más necesita y eventualmente continuamos haciendo acompañamiento a los partidos lo cual los clientes agradecen bastante, les haremos llegar a sus correos electrónicos diferentes documentos sencillos con consejos nutricionales, psicológicos que pueden ayudar en el proceso de sus hijos.

Capítulo IV. Relación con los Clientes

Para nuestro marketing y buscando empezar a abrir nuestra academia tendremos nuestras redes sociales con publicidad, adicional a ello aprovechando las canchas vamos a organizar un torneo relámpago que capte la atención de las personas y nos permita empezar a hablar con posibles clientes, en estas canchas se celebran cumpleaños, aprovecharemos esta oportunidad y este espacio para también generar publicidad y comentarle a los posibles clientes en qué consiste el servicio, quienes se animen en ese momento recibirán un 10% de descuento en su matrícula y dos clases de cortesía.

Realizaremos diferentes cotizaciones con empresas que puedan brindarnos la indumentaria y también generar un gana a gana, mediante la publicidad de esta empresa. Estamos en comunicación con saeta, con F.S.S y con Umbro buscando cuál de estos se puede adaptar de mejor manera a lo que buscamos

Brindaremos a nuestros clientes asesoría de tareas escolares permitiendo que previo a los entrenamientos los chicos puedan desarrollar sus labores académicas y de este modo poderse dedicar a su práctica deportiva con tranquilidad y también beneficiar en ellos un proceso integral, adicional a ello en nuestras sesiones diseñaremos ejercicios que beneficien la mejora de las inteligencias múltiples que generan una estimulación adecuada en cada uno de los chicos.

Capítulo V. Estructuras de costos

En este punto mostraremos la parte financiera de la academia y todo lo que esto conlleva.

- **Costos fijos:** Hablaremos de un supuesto de lo que debemos pagar mes a mes teniendo en cuenta las necesidades de la empresa (Tablas 4, 5 y 6)

Tabla 4. Costos fijos generales por un año de la empresa *The Goal Academy*.

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Gerente	\$2,375.000	\$2,000.00	\$2,357.00	\$2,258.00	\$2,369.000	\$2,654.00	\$2,358.000	\$2,125.00	\$2,440.00	\$2,335.00	\$2,200.00	\$2,135.000
Coordinador	\$845,000	\$865,000	\$825,000	\$830,000	\$800,000	\$870,000	\$810,000	\$855,000	\$865,000	\$838,000	\$850,000	\$825,000

Entrenadores	\$3,000,000	\$3,258,000	\$3,852,000	\$3,369,000	\$3,125,000	\$3,586,000	\$3,745,000	\$3,351,000	\$3,759,000	\$3,654,000	\$3,985,000	\$3,000,000
Asesorías	\$2,321,000	\$2,845,000	\$2,365,000	\$2,658,000	\$2,361,000	\$2,852,000	\$2,851,000	\$2,987,000	\$2,321,000	\$2,852,000	\$2,562,000	\$2,654,000
Arriendo	\$150,000	\$100,000	\$160,000	\$120,000	\$100,000	\$135,000	\$100,000	\$100,000	\$100,000	\$145,000	\$120,000	\$138,000
Total costos	\$8.450.000	\$9068.000	\$919.000	\$9.235.000	\$8.755.000	\$10.097.000	\$9.864.000	\$9.418.000	\$9.485.000	\$9.824.000	\$8.920.000	\$8.752.000

Tabla 5. Costos fijos personal técnico, por un año, de la empresa *The Goal Academy*.

Concepto			Valor mensual (en pesos)
Cargo	Cant	Salarios de los empleadores	Salario básico o mínimo
G. General	1	Contará con: auxilio de transporte + ARP + primas + Dotación trimestral Salud + Fondo de solidaridad	\$2'000.000
Coordinador deportivo	1	Contará con: Auxilio de transporte	\$800.000
Entrenadores deportivos	3	Contará con: auxilio de transporte + ARP + primas + Dotación trimestral +Salud + Fondo de solidaridad	\$3'000.000
Asesor de tareas	1	Contará con: auxilio de transporte + ARP + Dotación trimestral + Salud	\$2'000.000
Total Costo Mensual			\$7.800.000

Tabla 6. Costos fijos personal administrativo, por un año, de la empresa *The Goal Academy*.

Cód.	Cargo	Precio prom.	Cant	Costos fijos prom
F1	Gerente General	\$ 2,000,000	1	\$ 2,000,000
F2	Coordinador deportivo	\$ 800,000	1	\$ 800,000
F3	Entrenadores Deportivos	\$ 1,000,000	3	\$ 3,000,000
F4	Asesora de tareas	\$ 2,000,000	1	\$ 2,000,000
F5	Arriendo	\$ 100,000	1	\$ 100,000
TOTAL COSTOS FIJOS				\$ 7,900,000

- **Costos variables:** Los costos variables se identifican en las Tablas 7 y 8.

Tabla 7. Costos variables generales de la empresa *The Goal Academy*.

Cód.	Centro de costos	Precios prom	Cant.	Costos variables prom
V1	Publicidad	\$1,000,000	1	\$ 1,000,000
V2	Mantenimiento Material	\$ 200,000	1	\$ 200,000

V3	Imprevisto 10%	\$ 1,360,000	1	\$ 1,180,000
TOTAL COSTOS VARIABLES				\$ 2,380,000

Tabla 8. Costos variables relacionados con materiales de la empresa *The Goal*

Academy.

Productos	Cantidad	Unidad valor	Total
Balones de fútbol #3	10	\$ 17,000	\$ 170,000
Balones de fútbol #4	10	\$ 17,000	\$ 170,000
Balones de fútbol #5	10	\$ 57,000	\$ 510,000
Pelotas de tenis *3	20	\$ 11,000	\$ 220,000
Conos plásticos *10	5	\$ 20,000	\$ 100,000
Platillos plásticos *20	10	\$ 15,000	\$ 150,000
Tula balones	6	\$ 61,000	\$ 366,000
Petos *10 rojos	10	\$ 10,000	\$ 100,000
Petos *10 verdes	10	\$ 10,000	\$ 100,000
Petos *10 naranja	10	\$ 10,000	\$ 100,000
Estacas deportivas	20	\$ 20,000	\$ 400,000
Ula ula deportivo	30	\$ 2,950	\$ 88,500
Lazos	10	\$ 12,000	\$ 120,000
Escaleras de piso	5	\$ 14,000	\$ 70,000
Silbatos	4	\$ 7,000	\$ 70,000

Cronómetros	4	\$ 25,000	\$ 100,000
Total			\$ 2,844,000

- **Imprevistos:**

$$\begin{aligned}
 \text{Imprevistos} &= \text{Total Gastos Fijos} + \text{Total Costos Variables} \times 10\% \\
 &= \$ 7,900,000 + \$ 2,844,000 * 10\% \\
 &= \$ 10.744.000 * 10\% \\
 &= \$1.074.000
 \end{aligned}$$

- **Ganancias:**

$$\begin{aligned}
 &\text{Total Gastos Fijos} + \text{Total Costos Variables} + \text{Imprevistos} * 30\% \\
 &= \$ 7,900,000 + \$ 2,844,000 + \$ 1.074.000 * 30 \\
 &= \$ 11.818.000 * 30 \\
 &= \$ 3.545.400
 \end{aligned}$$

- **Gran total de gastos:**

$$\begin{aligned}
 &= \text{Total gastos fijos} + \text{Total costos variables} + \text{Imprevistos} + \text{Ganancia} \\
 &\$ 7,900,000 + \$ 2,844,000 + \$ 1.074.000 + \$ 3.545.400 \\
 &= \$ 15.363.400
 \end{aligned}$$

- **Punto de equilibrio**

Hace referencia a un método de nivel financiero en este se van a presentar porcentajes que nos dan la posibilidad de evaluar las utilidades o pérdidas que la empresa

tenga cuando se dé un aumento significativo en las ventas o un descenso en este punto, como lo afirmó Vaquiro (2006) es un implemento y ayuda para observar y analizar el momento en que las ventas podrán soportar los costos.

Para obtener el punto de equilibrio se tiene que generar la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Punto de equilibrio} &= \frac{\text{Gran total de gastos}}{\text{número justo de inscripción}} \\ &= \frac{\$ 15.363.400}{30} \end{aligned}$$

Cuando la academia logre tener un total de 30 clientes estaremos en nuestro punto de equilibrio es decir que con 35 clientes la academia se mantendrá. Al momento de obtener 30 clientes que estén pagando el paquete más económico de 8 sesiones mensuales lograremos alcanzar nuestro punto de equilibrio.

Tabla 9. Valores relacionados con el punto de equilibrio de *The Goal Academy*

Producto	Precio	Ventas	Ingresos
Mensualidad	\$263.000	30	\$7.900.000

- **Asociaciones clave**

Al momento de ejecutar la idea de negocio es ideal contar con asociaciones claves, Freire (2004) las define como una red de proveedores y asociados que apoyan al correcto funcionamiento de una idea de negocio para poder llevarla a cabo, de este modo el autor nos brinda la definición de estas asociaciones

La primera manera de asociación es con empresas interesadas en proyectos similares es así como *The Goal Academy* al ser un proyecto innovador con el pasar del tiempo se puede posicionar en el mercado y de este modo generar sociedades estratégicas con empresas que brinden un servicio similar y de este modo ampliar las posibilidades a los clientes.

Otra alianza que podemos destacar es cuando no hay una competencia directa entre las empresas sin embargo se puede obtener un beneficio mutuo complementando los servicios prestados desde allí se pueden generar sociedades estratégicas y que aumenten el crecimiento de la empresa.

La asociación que pretendemos generar es con el colegio Agustiniانو Norte, ubicado en el barrio Niza, de este modo el servicio que se ofrece es generar un apoyo en los procesos deportivos de los estudiantes y acompañamiento en las tareas de los alumnos, esto se dará a un precio asequible buscando traer beneficios para los clientes y darnos a conocer en el sector y de este modo atraer nuevos colegios para realizar las mismas alianzas. Se establecerá una alianza con la cancha Fútbol en las estrellas ubicada en el centro comercial Bulevar donde ellos nos ofrecen los espacios deportivos y nos permiten tener nuestro material, de este modo generamos movimiento en su establecimiento y le ayudamos a ellos en la promoción de su cancha, también generamos una alianza con saeta buscando tener indumentaria para todos los miembros de nuestra empresa.

Relación con los clientes

Teniendo en cuenta que nuestros clientes son lo más importante de nuestra empresa la comunicación que se tendrá con ellos será de forma directa evidenciando un interés en

cada una de las inquietudes y comentarios que ellos tengan, todo el tiempo estaremos dispuestos a mantener una charla con los clientes y dispondremos reuniones en ciertos periodos de tiempo para que ellos puedan expresar lo que consideren necesario, dentro de nuestra cancha tendremos una oficina asignada para estas charlas y generamos apoyo con todo el personal buscando que se dan charlas constructivas y asertivas.

1. Dar a conocer nuestra empresa. Hacer parte de nuestra empresa será de gran beneficio para todos los que estén en ella, para los profesionales sería ideal tener un escenario en el que pueden tener objetivos claros con un cliente, en el que pueden diseñar entrenamientos acordes sus necesidades y lo que desean, por otro lado para los clientes será de gran ganancia el poder generar un progreso dentro del desarrollo de sus habilidades propias de la práctica deportiva, será un proyecto ambicioso en el que lograremos impactar positivamente el deporte en nuestra ciudad.
2. Nuestra empresa contará con profesionales de la cultura física, el deporte y la recreación que están en la capacidad de llevar a cabo procesos metodológicos, didácticos y pedagógicos que van a beneficiar la formación de los deportistas haciendo énfasis en una formación en valores y el aprendizaje desde la importancia del ser. A continuación, incluiremos una estructura metodológica de los contenidos que debemos trabajar según la edad, acorde a sus necesidades. Lo siguiente se toma del texto de Martínez López (2002).

Etapa: Iniciación.**Edad: 6-8**

- Egocéntricos.
- Curiosos.
- Habilidades motoras.
- Relación el y el balón.
- Juego de roles.
- Muy receptivos a la imitación.
- Juegos.
- Concentración limitada.
- Coordinación limitada.
- Técnica básica.

Edad: 9-10

- Resolver problemas.
- Juegos mentales.
- Técnica más avanzada.
- Regates, pateos y desvíos simples.
- Afianzar conductas motrices.
- Juegos pre deportivos.
- Conducción (mantener y proteger)
- Control.

- 1:1
- Pases cortos y de media distancia.
- Remates cortos y de media distancia.
- Memoria visual.
- Mejoras en la resistencia.
- Ganas de aprender.
- Empieza a salir de la etapa egocentrista.

Etapa: Desarrollo.

Edad: 11-12

- Mejor ejecución y dominio.
- Equilibrio.
- Corrección constante.
- Circuitos con y sin balón.
- Creatividad.
- Toma de decisiones.
- Dominio del espacio.
- Memoria visual y auditiva.
- Atención prolongada.
- Pre deportivos.
- Conductas motrices.

- Las mismas características de las edades anteriores y se suma la conducción en velocidad, el control de balón para amortiguar y orientado, regates, regates de balón y perfilación.

Edad: 13-14

- Golpeo en largo.
- Tipos de control.
- Tipos de conducción.
- Regate compuesto.
- Dominio de las ejecuciones.
- Pase en largo.
- Remate de lejos.
- Consolidar los contenidos de las edades anteriores.

Etapas: Perfeccionamiento.

- Dominio de las ejecuciones técnicas en las situaciones de juego.
- Afianzar técnica específica de cada posición.
- Automatizar los fundamentos técnicos.
- Diálogo y socialización.

Además de determinar los componentes a trabajar según las edades también se realizarán algunos tests que nos permiten determinar la condición de los jugadores en sus distintas capacidades, dichos test también serán aplicados

según las necesidades y características de las respectivas edades a partir de lo expuesto por Martínez López (2002).

3. Para el inicio del proceso de enseñanza será acorde a cada caso, teniendo en cuenta que las necesidades de cada deportista son diferentes.

Marketing

Tendremos diferentes maneras de captar a nuestros clientes, empezaremos por una captación de clientes en una zona similar y con necesidades similares buscando que se puedan satisfacer con nuestro servicio, por otra parte con la comunicación asertiva lograremos que nuestros clientes puedan entender los beneficios de contar con nosotros y de este modo se unan al proyecto, por otro lado se generarán beneficios que atraigan a otro tipo de población, descuentos, referidos y apoyos que despierten así el interés de otro tipo de clientes. Será fundamental contar con personas que observen y se sientan satisfechos por pagar por un servicio integral.

Ventas

Dentro de las actividades que planteamos se darán algunos beneficios a nuestros clientes pensando en la forma en que ellos están comprometidos con nosotros, a partir de ello lo que buscaremos entonces es que las personas que paguen los primeros días del mes podrán recibir un descuento, los que paguen 6 meses o el año completo también recibirá un descuento aún mejor, esto servirá como reconocimiento por adquirir nuestro servicio y también una forma de fidelizar y comprometer a los clientes, generamos celebraciones de

fechas especiales, días de la familia *The Goal Academy*, donde podremos captar atención y continuar generando sentido de pertenencia por nuestra empresa, se brindaron reconocimientos y evaluaciones a los padres de familia para que también se sientan motivados y atraídos con el servicio.

Constantemente realizamos seguimientos en informes acerca de los gastos e ingresos que tiene nuestra academia y de este modo tener un seguimiento preciso de lo que está pasando a nivel financiero y de este modo tener un control y una mejora de esta área. Tendrán la posibilidad de comunicarse con nosotros y generar sus quejas y propuestas a las cuales estaremos atentos de modo virtual y presencial.

Retorno de la inversión (Estrategia de venta cruzada):

Cuando nuestro cliente adquiere nuestros servicios llegamos a un retorno de una inversión, lo que buscamos es generar un impacto con actividades que despierten el interés en personas competitivas, apasionadas por el deporte que tengan el deseo de ser cada día mejores, buscamos personas que se atrevan y quieran dar siempre un poco más y de este modo crear espacios que nos diferencien de servicios similares marcando una pauta en el mercado.

Capítulo VI. Evaluación del Impacto

Impacto social

La empresa *The Goal Academy* identificará distintas problemáticas que se generan en el fútbol infantil donde muchos niños y niñas tienen grandes problemas para avanzar y tener una mejora notoria en sus habilidades lo que empieza a generar frustraciones y del mismo modo ganas de dejar la práctica deportiva, por otro lado chicos que a pesar de tener buenas habilidades no las logran potenciar y es por eso que presentamos una alternativa en la que ellos podrán tener espacios en los que mejoren sus diversas habilidades y cambien por completo su desempeño alrededor de esta práctica deportiva, de este modo que sientan que están evolucionando satisfactoriamente y contribuir en su desarrollo integral ya que más que ser una academia de fútbol buscamos impactar positivamente la vida de los niños futbolistas en la ciudad de Bogotá.

Impacto económico (Tablas 10 y 11)

Tabla 10. Ingresos y egresos económicos *The Goal Academy*

INGRESOS	EGRESOS
Inflación: 6%	Inflación: 6%
Crecimiento en ventas: 2%	Crecimiento en ventas: 3%

Tabla 11. Flujo de Caja y Evaluación financiera *The Goal Academy*

Mes	Ingresos	Egresos	Saldos
Enero	\$13,000,000	\$7,900,000	\$ 8,477,400
Febrero	\$10,500,000	\$12,154,000	\$ 8,528,948
Marzo	\$21,096,606	\$12,518,620	\$ 8,577,986
Abril	\$10,500,000	\$12,894,178	\$ 8,623,340
Mayo	\$10,500,000	\$13,281,003	\$ 8,666,865
Junio	\$22,386,825	\$13,679,433	\$ 8,707,392
Julio	\$13,000,000	\$14,089,815	\$ 8,744,746
Agosto	\$23,291,252	\$14,512,509	\$ 8,778,743
Septiembre	\$23,757,077	\$14,947,884	\$ 8,809,193
Octubre	\$24,232,218	\$15,396,320	\$ 8,835,898
Noviembre	\$13,000,000	\$15,858,209	\$ 8,858,653
Diciembre	\$25,211,199	\$16,333,955	\$ 8,877,244
TOTAL	\$271,952,334	\$167,465,926	\$ 104,486,408

Impacto ambiental (valores aproximados)

Nuestro ítem fundamental es el de utilizar elementos que no contaminen, desde nuestros productos como botellas de hidratación, entrega de documentos buscaremos realizarlo con elementos que no contaminen y sin necesidad de utilizar la naturaleza lo cual trae aspecto positivo tales como:

- **RECICLAR= PLANETA REFORESTADO**
- Al utilizar elementos que no contaminen logramos bajar los índices de contaminación del aire, ya que este nos ayuda a una mejora de calidad de vida.
- Disminución de dióxido de carbono (CO₂), que nos ayuda a combatir el cambio climático frente al efecto invernadero
- Lograr la disminución de materias primas que conlleva a conservar vivos los recursos naturales.

Impacto tecnológico

La empresa *The Goal Academy* dará el mayor provecho a las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) buscando que tengamos una excelente comunicación y adicional a ello utilizando estas herramientas para fortalecer los datos y los procesos que podemos llevar con cada uno de nuestros deportistas,

La tecnología jugará un papel importante para la empresa *The Goal Academy* ya que la utilizaremos para condensar toda la información y el proceso de cada uno de nuestros clientes.

Proyección de la empresa

- **CORTO PLAZO:**
Generar una organización y ser una empresa impulsora en entrenamientos personalizados enfocados al entrenamiento personalizado.
- **MEDIANA PLAZO**

Lograr beneficiar otros niños mediante la implementación de nuevos deportes.

- **LARGO PLAZO:**

Expandirnos a otras ciudades de nuestro país llevando nuestra metodología y generando un impacto a nivel nacional, generando también semilleros para capacitar otros profesores en nuestra metodología.

Ruta del servicio (Figuras 8 y 9)

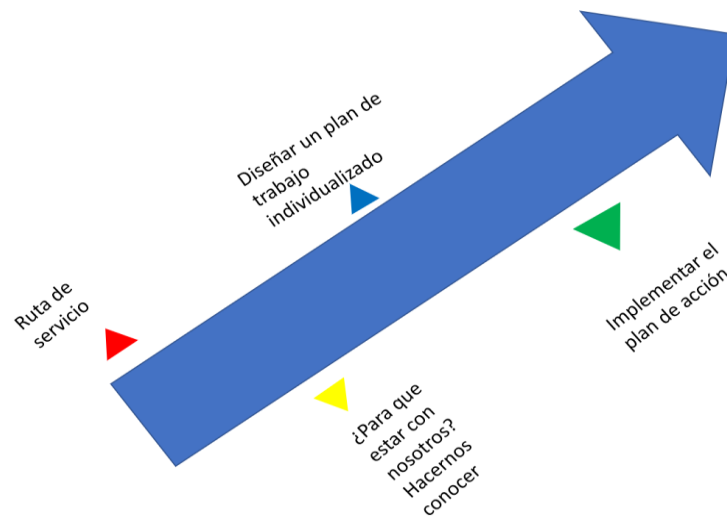


Figura 8. Ruta del servicio de la empresa The Goal Academy

THE GOAL ACADEMY

Día: 18 de mayo de 2020 Profesor: Juan David Peres Mojica




I. EJERCICIOS PREVENTIVOS - COORDINATIVOS			Completado
Descripción	Recursos	Gráfico	Verificación
<p>Ejercicio coordinativo.</p> <p>1. Ubicaremos una cruz en el piso en la que realizaremos una secuencia de skipin y saltos en un pie y posterior a ello incluiremos balón</p> <p>2. En la misma cruz realizaremos saltos con los pies juntos y los iremos alternando con trabajo de balón</p> <p>3. Manejaremos la misma secuencia, pero en esta oportunidad los saltos se hacen en un solo pie y también tendremos descansos con balón</p> <p>-</p>	Cruz y balón	<p>A Continuación, demostraciones de los ejercicios.</p> 	
II. Ejercicio físico técnico motor			Completado
Descripción	Recursos	Gráfico	Verificación
<p>1. Cambiaremos de línea del cuadro a medida que hacemos rebotar un balón en la mitad del mismo, lo haremos rebotar con la mano</p> <p>2. Tendremos el mismo ejercicio pero ahora lo realizaremos con nuestro pie</p> <p>3. Buscaremos hacer 21 en cada lado del cuadro aumentando de a un toque en cada línea</p>	Cuadro y balón	<p>A Continuación, demostraciones de los ejercicios.</p> 	
Duración: 20 minutos		Hora Inicial: 10:20 am	Hora Final: 10:45 am
III. EJERCICIOS TÉCNICOS			Completado
Descripción	Recursos	Gráfico	Verificación
<p>1. Realizaremos conducción de balón y posterior a ello golpearemos uno de los números previamente pegados en la pared, se golpeará el número que el profesor indique</p> <p>2. Para el segundo ejercicio lo realizaremos golpeando los tres papeles siguiendo la secuencia</p>	Platillos, tres hojas y un balón		

Figura 9. Ejemplo oferta de servicios de la empresa The Goal Academy

Lienzo del modelo de negocio (Figura 10)

<p>Asociaciones clave</p> 	<p>Actividades clave</p>  <p>Recursos clave</p> 	<p>Propuesta de valor</p>  	<p>Relaciones con clientes</p>  <p>Canales</p> 	<p>Segmentos de mercado</p>  
<p>Estructura de costos</p> 		<p>Fuente de ingresos</p> 		

Figura 10. Lienzo del modelo de negocio de la empresa The Goal Academy

Referencias

- Cámara de Comercio de Bogotá. (mayo de 2020). *Constitución de S.A.S.* Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas/Constitucion-Virtual-de-SAS-Inscribir-Registrar>
- Constitución Política de Colombia.* (20 de julio de 1991). Obtenido de Secretaría del Senado:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr001.html#51
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender.* Argentina: Penguin Random House Grupo Editorial.
- López, E. M. (2002). *Pruebas de aptitud física.* Editorial Paidotribo.
- Martínez Fernández, G. (2018). *Los canales dentro del marketing y su importancia dentro del negocio .*
- Sánchez-Gutiérrez, J., Vázquez-Ávila, G., & Mejía-Trejo, J. (2017). La mercadotecnia y los elementos que influyen en la competitividad de las mipymes comerciales en Guadalajara, México. *Innovar*, 93-106.
- Stanton, W; Etzel, M y Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing.* México: Editorial Mc Graw Hill.
- Vaquiroy, J. D. (2006). *Valor actual neto-VPN.* Obtenido de Pymes Futuro:
<http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>