

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO I

CLUB DEPORTIVO

AUTORES



YULIETH KARINA ARCE TORRES

JOHAN ANDRÉS REYES SUAREZ

PROFESOR

JUAN CARLOS BERNAL

BOGOTA, 17 DE NOVIEMBRE DE 2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
1. OBJETIVO GENERAL	5
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3. JUSTIFICACION	7
4. DEFINICION DE STAKEHOLDER	10
5. MODELO DE PENTAGONODE PERFILACIÓN CLIENTES	10
6. IDEA DE NEGOCIO	10
6.1 Que es?	10
6.2 En qué consiste?.....	10
6.3 De donde nace la idea?.....	10
7. MISION.....	Error! Bookmark not defined.
8. VISION.....	Error! Bookmark not defined.
9. VALORES CORPORATIVOS	11
10. ANÁLISIS PESTEL.....	12
10.1 Político.....	12
10.2 Económico.....	12
10.3 Socio cultural	12
10.4 Tecnológico	12
10.5 Ecologico	13
10.6 Legal.....	13
10.1 Encuesta	16
10.1.1 Metodología del Estudio de Mercados.....	18
10. PÚBLICO OBJETIVO.....	19
11. MARKETING MIX.....	26
11.1 Producto:	26
11.2 Precio:.....	26
11.3 Plaza:	26
11.4 Promoción:	26
12. BIBLIOGRAFIA.....	27

TABLA DE IMAGENES

Ilustración 1 Marketing mix	Error! Bookmark not defined.
Ilustración 2 Resultado pregunta 1 Encuesta	20
Ilustración 3 Resultado Pregunta 2 Encuesta	20
Ilustración 4 Resultado pregunta 3 Encuesta	21
Ilustración 5 Resultado pregunta 4 Encuesta	21
Ilustración 6 Resultado pregunta 5 encuesta	22
Ilustración 7 Resultado pregunta 5 encuesta	22
Ilustración 8 Resultado pregunta 7 Encuesta	23
Ilustración 9 Resultado pregunta 7 Encuesta	22
Ilustración 10 Resultado pregunta 7 Encuesta	23
Ilustración 11 Resultado pregunta 7 Encuesta	23
Ilustración 12 Resultado pregunta 7 Encuesta	23



INTRODUCCIÓN

El deporte es fundamental para el desarrollo integral de los niños pues es un gran método de adaptación social y, con la intervención de las personas indicadas desde el plano de la formación, una gran fuente de valores. Para los entrenadores profesionales lo fundamental es la integralidad, que consiste en formar buenas personas, alejadas de los vicios y las malas costumbres. El deporte es un gran formador de personas integrales. Cuando un niño entrena en un equipo de fútbol de manera formal aprende principalmente a trabajar en equipo, formación de identidad y ocupación del tiempo libre.



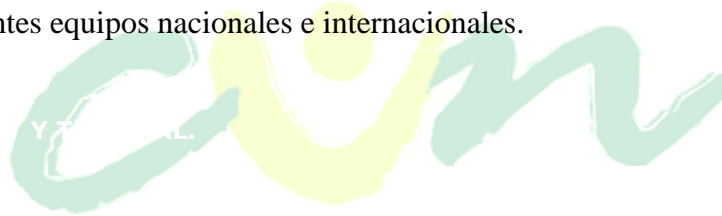
1. OBJETIVO GENERAL

Implementar el desarrollo de los niños de los estratos socioeconómicos 1.2, 3 del municipio de Soacha, brindando recreación, buen uso del tiempo libre, con prácticas de actividad física que los aleje de las enfermedades sociales y exploten al máximo su potencial.



2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Potenciar las distintas habilidades y destrezas de los niños por medio de la práctica deportiva.
- Promover en los niños, niñas y jóvenes el amor por el futbol como herramienta de desarrollo integral.
- Desarrollar valores como afecto, compañerismo, responsabilidad, honestidad y lealtad.
- Optimizar en los jugadores las aptitudes y actitudes suficientes para promocionarlos en diferentes equipos nacionales e internacionales.



3. JUSTIFICACION

La falta de apoyo y de compromiso por parte estado colombiano al deporte, hace que nos estimule a brindarles ayuda a los jóvenes del municipio de Soacha, en donde por sus bajos recursos se les dificulta ser parte de un club deportivo, como también se les dificulta el traslado desde sus casas a los campos de entrenamiento y a los distintos escenarios deportivos, es importante resaltar que nuestro apoyo va dirigido a evitar que los jóvenes caigan en el consumo de droga o el vínculo a pandillas y vean por medio del deporte una oportunidad de hacer las cosas de una manera diferente en nuestra sociedad.



4. DEFINICIÓN DE STAKEHOLDER DE NUESTRA EMPRESA.

Podemos definir que para garantizar el éxito de nuestro club deportivo favorece a:

Dueños de la empresa: Derechos deportivos, ganancias; regalías.

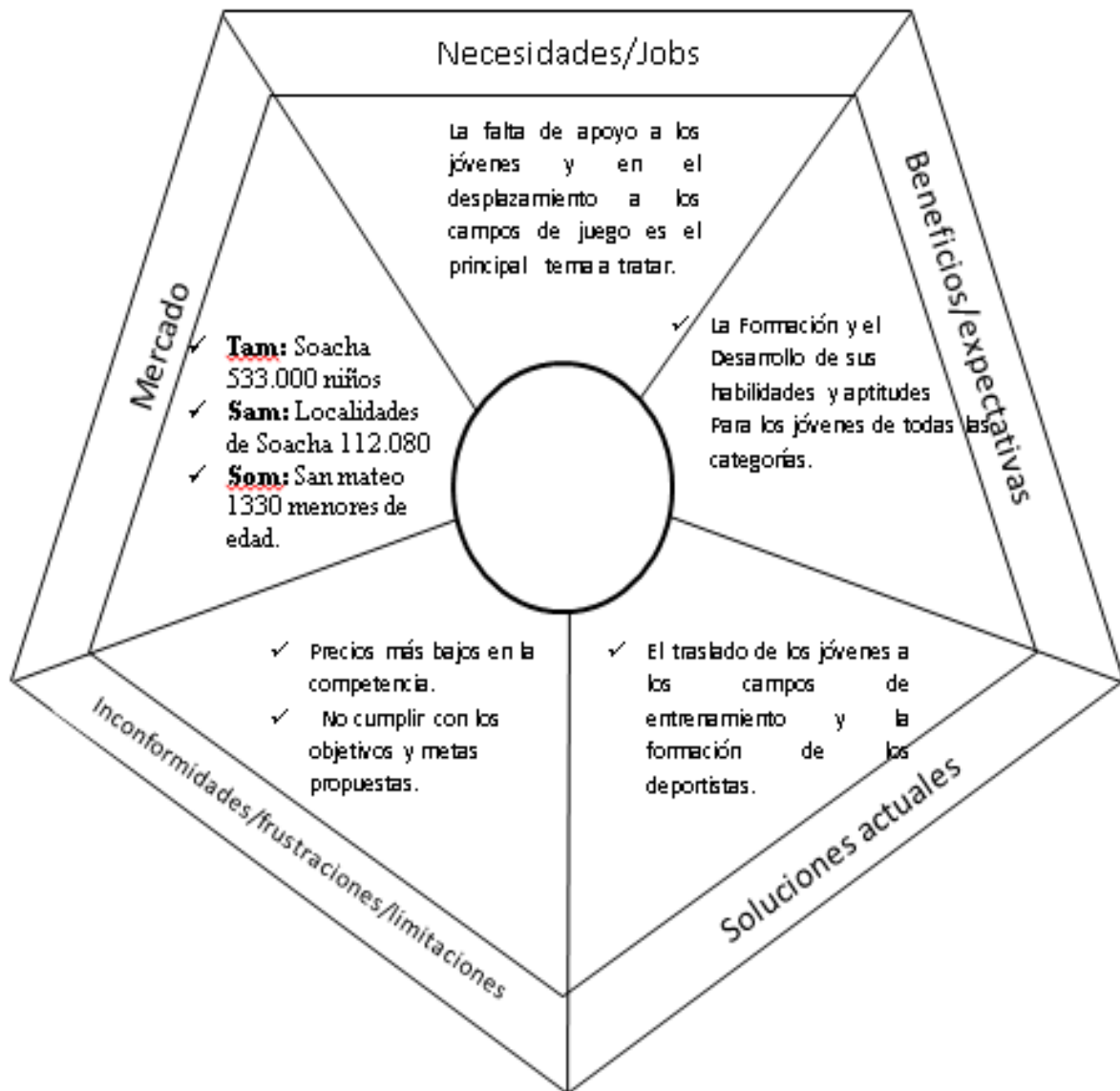
Socios: Regalías, ganancias y Boletería.

Patrocinadores: Obtienen beneficios tales como visibilidad de marca y mayores ganancias en la venta de sus productos o servicios.

Jóvenes en formación: Oportunidad de jugar en equipos reconocidos, mejorar su técnica y condición física.

La planificación del Club deportivo es un factor fundamental ya que debemos entrar al detalle en el cómo se van a lograr los objetivos de la empresa, los medios publicitarios serán importantes en la búsqueda de los jóvenes que serán nuestra materia prima para poder formar el grupo de deportistas con el cual conseguiremos ubicar nuestra marca en lo más alto y con ello lograremos que más personas se interesen en formar parte de nuestro proyecto, como proveedores y patrocinadores quienes querrán ser parte de este reto y lograr el reconocimiento a nivel nacional y estar por encima de nuestros competidores, sin embargo el impacto social deberá ser muy positivo para marcar la diferencia y estar siempre a la vanguardia y siempre innovando.

5. MODELO DE PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES



5. IDEA DE NEGOCIO

5.1 ¿Qué es?

Se creara un club deportivo encargado de formar futbolistas y brindarles todo el apoyo necesario para el cumplimiento de sus metas a nivel personal y profesional.

5.2 ¿En qué consiste?

Es un proyecto social y deportivo que promueve actividades sociales, culturales, educativas y formativas por medio del fútbol como herramienta de enseñanza, transformación y aprendizaje, fortaleciendo procesos formativos en niños y jóvenes vulnerables de escasos recursos residentes en los diferentes barrios del municipio de Soacha.

Unos de nuestros puntos importantes a recalcar en los jóvenes deportistas son los valores y el juego limpio tanto dentro como fuera de las canchas.

5.3 ¿De dónde nace la idea?

En la actualidad los jóvenes disfrutan del deporte y este a su vez desarrolla capacidades motrices y psicológicas que los lleva a tener un mejor comportamiento dentro de la sociedad previniendo las enfermedades sociales.

6. MISION

Promover el gusto por la práctica de la actividad física y deportiva del futbol en los jóvenes, generando esparcimiento y desarrollo social, y cultura de la comunidad menos favorecida.

7. VISION

Ser reconocido como el mejor club deportivo a nivel nacional, desarrollando y formando deportistas íntegros, con valores, principios, fomentando la disciplina de los futbolistas tanto dentro como fuera de la cancha.

8. VALORES CORPORATIVOS

- **Respeto:**

Escuchamos, entendemos y valoramos a nuestros compañeros dentro y fuera de las canchas.

- **Disciplina:**

La preparación constante y continua permite al perfecto desarrollo de nuestros futbolistas y al crecimiento del club

- **Perseverancia:**

Con inquebrantable fuerza de voluntad se deben adaptar a los cambios constantes del club en la búsqueda de los objetivos trazados por parte del mismo y del futbolista.

- **Compromiso:**

Adaptarse fácilmente a los cambios de la institución cuando sean requeridos, tanto en directivos, entrenadores y futbolistas.

9. ANÁLISIS PESTEL

9.1 Político

- Las decisiones políticas serán un valor muy importante ya que por medio de ella serán asignados los recursos económicos que facilitarán o dificultarán la práctica de las distintas competiciones en las diferentes ramas del deporte del municipio de Soacha.

9.2 Económico

- Se tendrá en cuenta los cambios o situación interna del país en la parte económica y cultural ya que con dichos cambios podrán afectar directamente o indirectamente a la sociedad y por ende a los intereses del club, debido a dichos cambios se reevaluar los objetivos trazados por parte del club deportivo y se deberá trabajar para proteger los intereses del mismo.

9.3 Socio cultural

- Con el fin de promover el respeto en el deporte será muy importante la vinculación de jóvenes deportistas sin importar su nivel social, cultural, económico, raza o creencias para así eliminar la discriminación y ser incluyentes en todos los eventos que se realicen por medio del club y así marcar la diferencia ante la sociedad.

9.4 Tecnológico

- La tecnología será un apoyo importante en el desarrollo y evolución del club deportivo, como lo son las redes sociales que por medio de las mismas se dará a conocer la institución y así generar impacto para ganar participación de mercado, el cuidado del deportista es muy importante y para ello el apoyo en las herramientas tecnológicas serán influyentes para evaluar el rendimiento constante de los jóvenes.

9.5 Ecológico

- Incentivar a los deportistas en el cuidado del medio ambiente y evitar por medio del reciclaje la contaminación global.

9.6 Legal

- El club deportivo se acogerá a las normas del municipio de Soacha en donde estará vigilado y supervisado por los entes de control correspondientes para garantizar su pleno funcionamiento y así cumplir a cabalidad los estatutos correspondientes para garantizar el pleno funcionamiento a los jóvenes deportistas.

9.7 Análisis de Porter.

Poder de negociación de los clientes: Se sabe que la industria deportiva esta abarcada por gran cantidad de escuelas las cuales pueden sustituir el nuestro club, lo cual puede hacer que como organización tengamos un bajo poder de negociación y el cliente un alto poder, ya que ellos tendrían más opciones al momento de inscribir sus hijos en otro club.

Aun así, tomamos el riesgo, porque sabemos que no todos los clubs manejan las mismas técnicas de aprendizaje.

Poder de negociación de los vendedores o proveedores: Según los análisis que realiza la organización, se determina que los insumos que son utilizados para las prácticas de los

entrenamientos, son distribuidos por distintos proveedores; lo cual hace que nosotros como organización tengamos un nivel de negociación alto y por lo tanto escoger al proveedor que nos ofrezca mejores condiciones en cuanto a precio y a producto.

Amenaza de nuevos competidores: El mercado deportivo es uno de los más competitivos, por lo que esto hace que los competidores tengan muchas estrategias para captar más niños y jóvenes y esto genera que el club pudiera ser sustituido por algún otro.

Rivalidad y competencia en el mercado: Todos sabemos que el futbol genera mucha competencia y rivalidad en el mercado, lo que hace que nuestro club se destaque ante los demás y genere más rentabilidad.

Amenaza de nuevos productos: Con respecto a esta amenaza nuestra organización se puede ver afectada por la tecnología ya que gracias a esta los jugadores tendrían mayor rendimiento físico.

9.8 Prototipo:

El club deportivo Racing ofrece a los niños y jóvenes pertenecientes a este, las mejores canchas deportivas para los entrenamientos, adicionalmente con la opción de transporte que brinda el club hace más fácil el acceso a los deportistas.

Prototipo:





10. ESTUDIO DE MERCADO

10.1 Encuesta

1. ¿Actualmente tiene hijos menores de 18 años?

SI NO

2. ¿Cuántos hijos tiene?

- Ninguno
- Uno
- Dos
- Más de dos

3. Sexo

- Masculino
- Femenino

4. la edad de sus hijos oscilan entre los siguientes rangos.

- 6 a 7
- 8 a 9
- 10 a 11
- 12 a 13
- 14 a 15
- 16 a 18
- No tengo hijos

5. Que deporte le gusta practicar a su/sus hijos

- Futbol
- Basquetbol
- Tenis
- Patinaje
- Otro/cual:
- Ninguno



6. ¿Cada cuánto su hijo/a practicar algún deporte de su preferencia?

- A diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- No practica

7. ¿Cuánto tiempo tendría disponible a diario, para que su hijo practique deporte?

- 30 minutos
- 1 hora

- 2 horas
- Otro_____
- No dispongo de tiempo.

8. ¿su hijo(a) pertenece actualmente a una escuela deportiva?

SI NO

9. ¿Nombre del club que actualmente pertenece?

- _____
- No pertenece a ningún club.

10. ¿Cuánto paga mensualmente por el servicio que prestado?

- _____
- No pertenece a ningún club.

11. ¿tiene actualmente la facilidad de transportarse al club deportivo?

SI NO

12. ¿Qué cree usted que es lo más importante que debe brindar un club deportivo?

- Las instalaciones
- El transporte
- Ubicación
- Docentes
- Todos
- Otro/cual_____

10.1.1 Metodología del Estudio de Mercados

La metodología que se utilizará para el estudio de este mercado será a través de las fuentes primarias ya que este modelo brinda más recursos y análisis de los resultados que queremos

recolectar por esta razón usaremos una encuesta que está diseñada con una serie de preguntas abiertas y cerradas, esta encuesta será respondida por personas mayores de 18 años.

10.2 Mercado

Nuestro nicho de mercado son aquellas personas que su edad oscila entre 5 a 15 años, habitantes del municipio de Soacha – Cundinamarca en donde nos enfocaremos a desarrollar las habilidades y conceptos básicos en el futbol.

PÚBLICO OBJETIVO

10.3 Variables Demográficas

Definición de la Población

- Se realizará la entrega de publicidad del club en los colegios del municipio de Soacha - Cundinamarca generando la etapa de expectativa, teniendo en cuenta la ubicación geográfica y socioeconómica de los habitantes.
- **Elemento:** Personas amantes del deporte que su edad oscile de 05 a 15 años.
- **Elemento:** Niños y jóvenes entre los 05 a 15 años de estratos 1,2, y 3 que habiten municipio de Soacha – Cundinamarca.
- **10.4 Segmentación**

Variables geográficas	El club deportivo está dirigido para todo aquel niño o joven del municipio de Soacha que desee mejorar y explotar su potencial deportivo para ser este un gran profesional.
-----------------------	---

Tabla 1 Variables

10.5 Objetivos del Estudio de mercados

- Saber cuál es la cantidad de niños y jóvenes al cual podemos llegar.

- Identificar cual será la categoría a trabajar y potencializar en cada uno de los niños y jóvenes.

10.5.1 Resultado de encuestas realizadas:

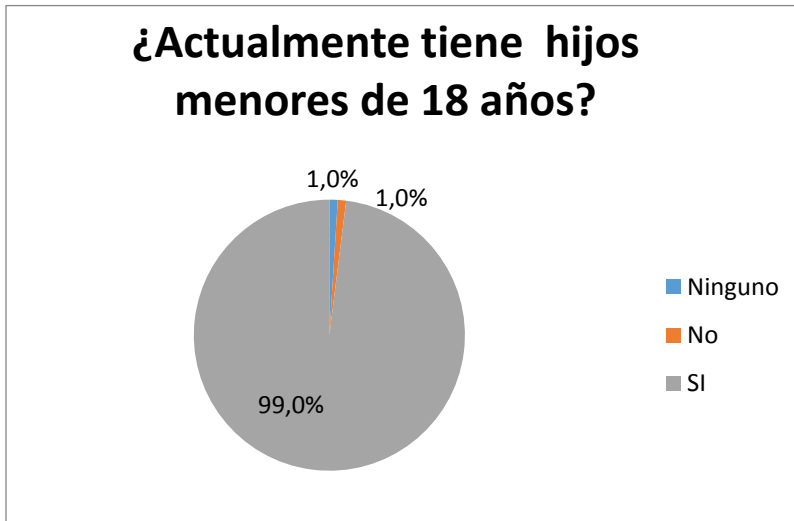


Ilustración 1 Resultado pregunta 1 Encuesta



Ilustración 2 Resultado Pregunta 2 Encuesta

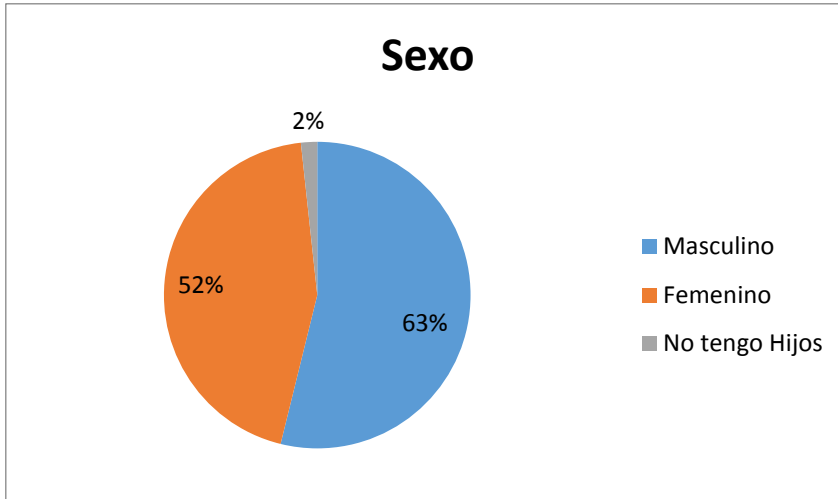


Ilustración 3 Resultado pregunta 3 Encuesta

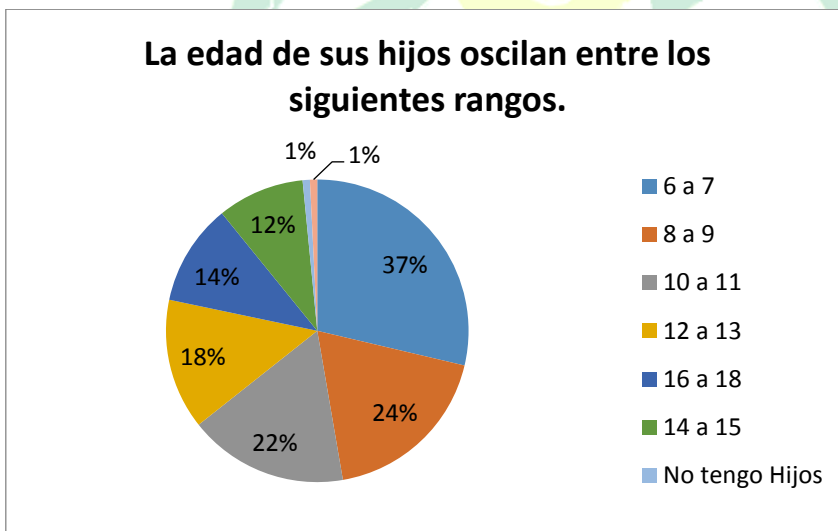


Ilustración 4 Resultado pregunta 4 Encuesta

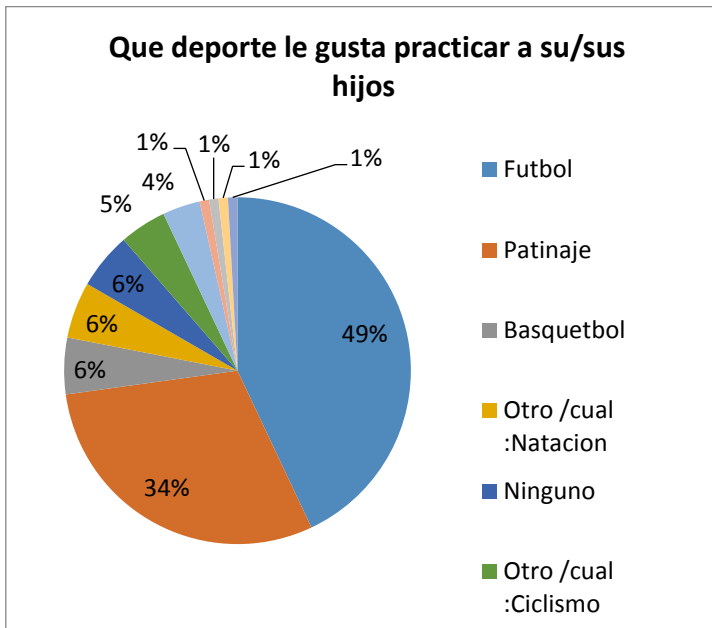


Ilustración 5 Resultado pregunta 5 Encuesta

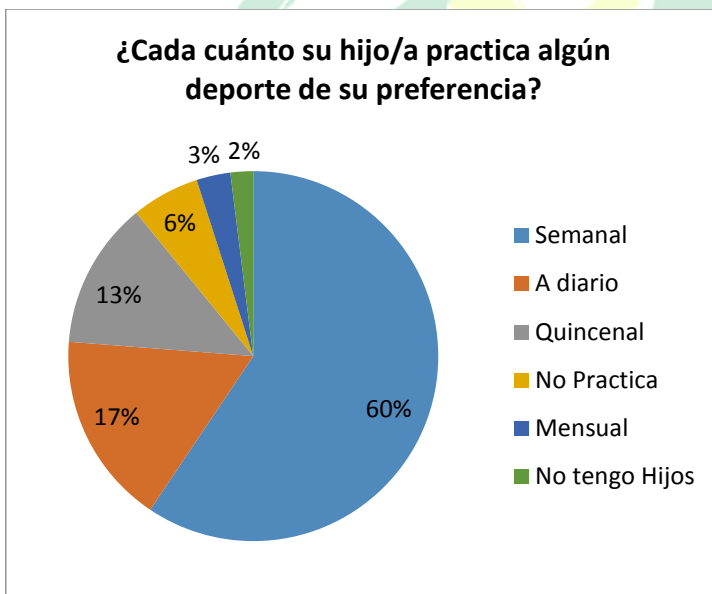


Ilustración 6 Resultado pregunta 6 Encuesta

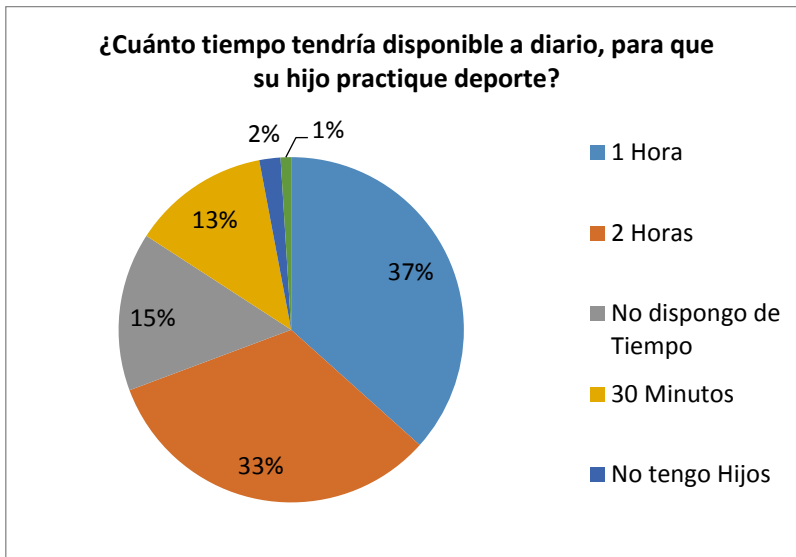


Ilustración 7 Resultado pregunta 7 Encuesta

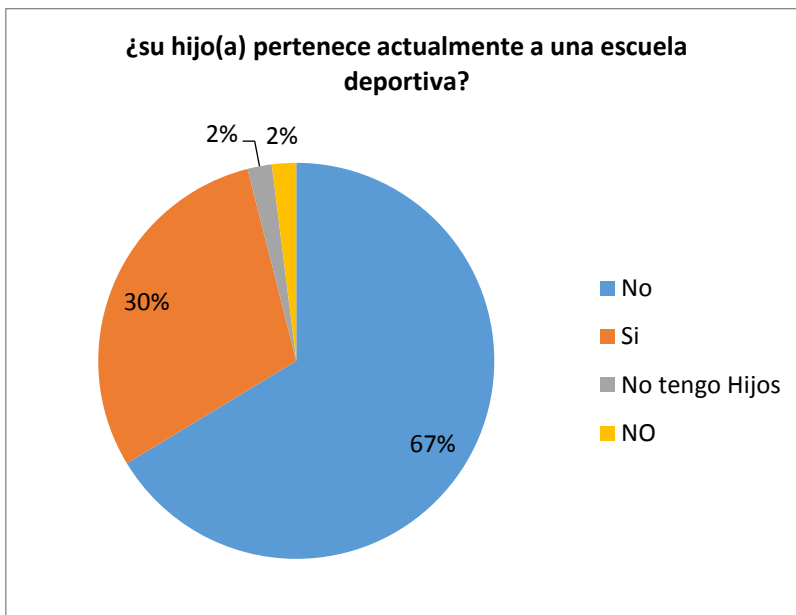


Ilustración 9 Resultado pregunta 8 Encuesta



Ilustración 10 Resultado pregunta 9 Encuesta

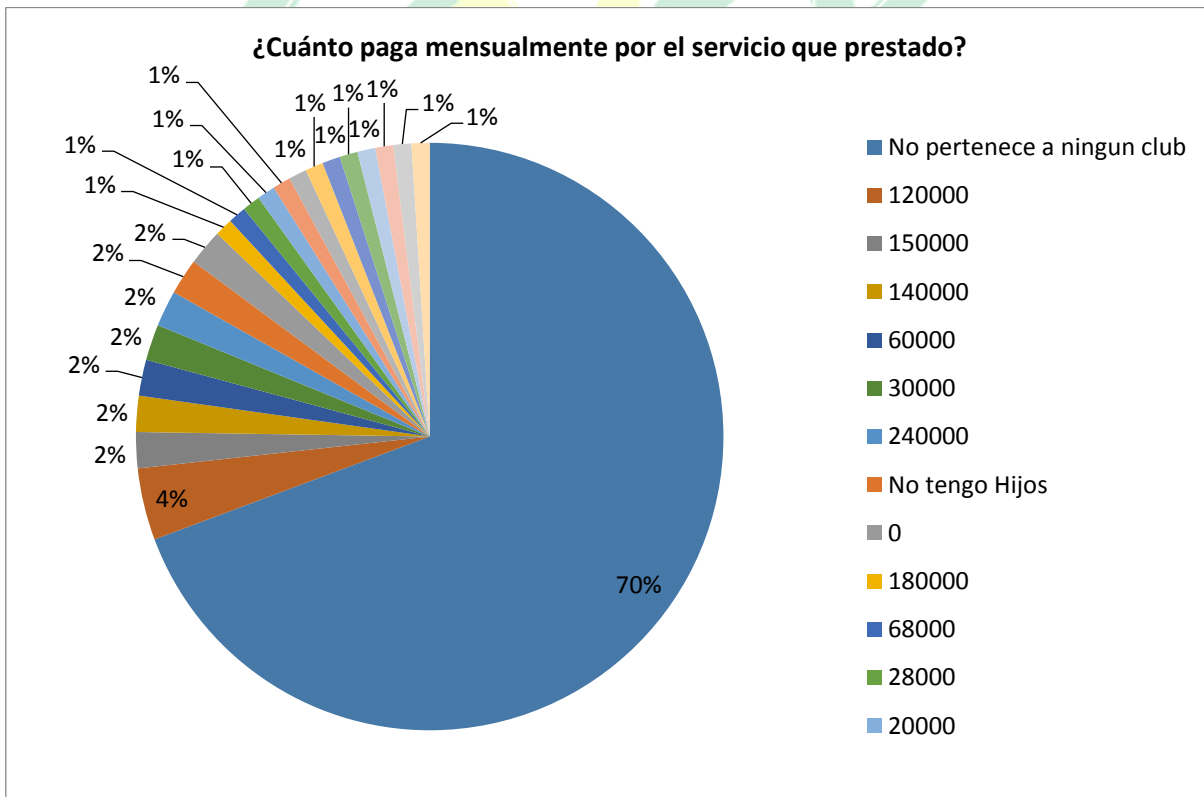


Ilustración 11 Resultado pregunta 10 Encuesta

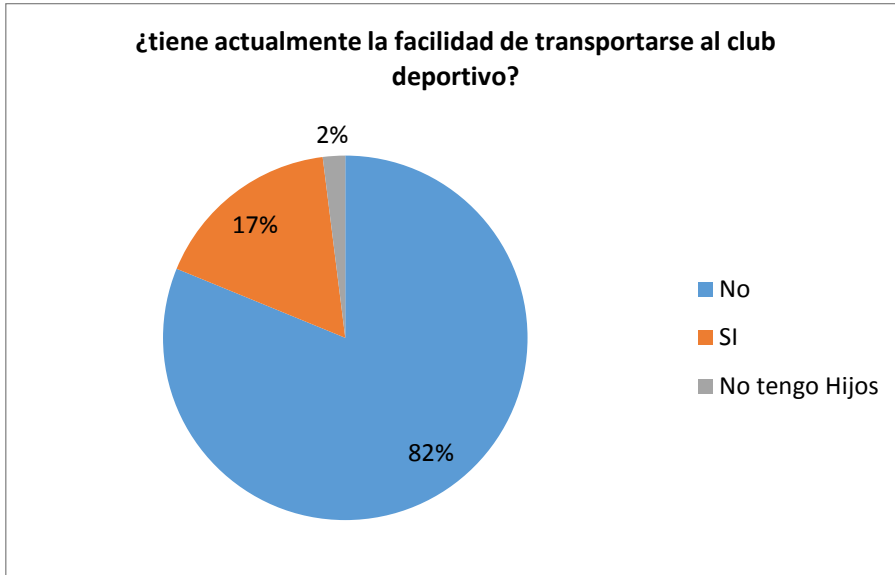


Ilustración 12 Resultado pregunta 11 Encuesta

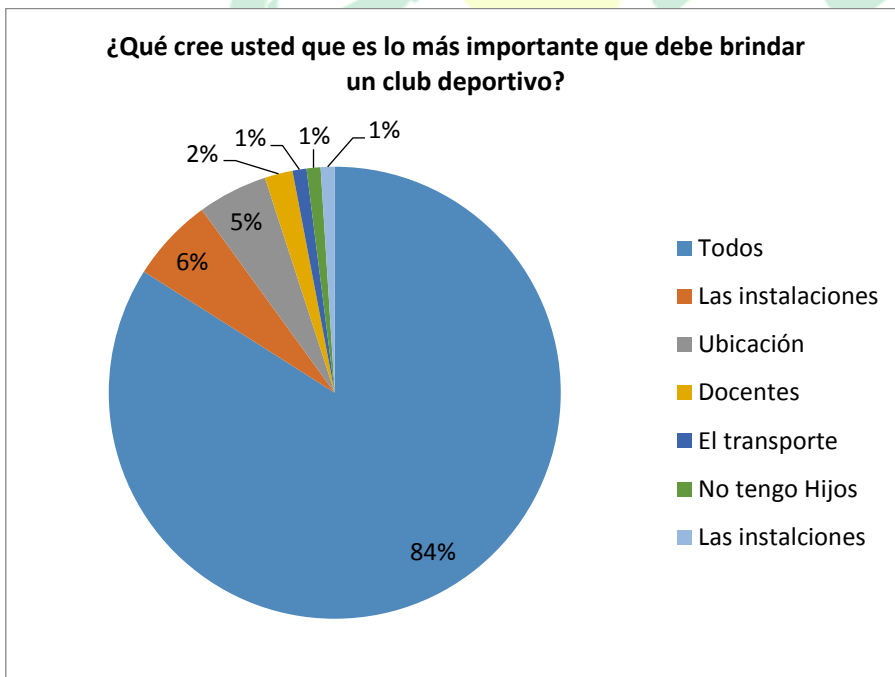


Ilustración 13 Resultado pregunta 12 Encuesta

11. MARKETING MIX

11.1 Producto:

El club deportivo Racing, es una escuela de formación para niños y jóvenes que deseen practicar futbol en sus diferentes categorías.

El club deportivo contara con un amplio número de profesores capacitados para la confección y dirección de los entrenamientos donde a través de objetivos trazados se llegara a conseguir la meta planteada para cada una de las categorías.

11.2 Precio:

El club acordara precios asequibles para todos los deportistas vinculados al club.

11.3 Plaza:

Nuestro club deportivo estará situado en el municipio de Soacha Cundinamarca.

11.4 Promoción:

Se utilizara publicidad en medios como redes sociales, internet, Twitter, Instagram, tendremos nuestra página web con toda la información sobre el club; asimismo, se hará un trabajo de campo llegando a los colegios del municipio de Soacha.



12. BIBLIOGRAFIA

<http://www.colgate.com.co/app/PDP/Protex/CO/Equity/entrevista-entrenador-futbol.cvsp>