

Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas en Elche
Grado en Administración y Dirección de empresas

**CREACIÓN DE UN CLUB DEPORTIVO:
PROMOVER EL DEPORTE, REDUCIENDO LA
OBESIDAD.**



Fernando José Salas Alonso

Trabajo de Fin de Grado

Tutor: Ramón Miralles Soler

Curso 2020-2021

ÍNDICE

1. RESUMEN.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	4
2.1 MOTIVACIONES.....	4
2.2 SITUACIÓN ACTUAL.....	5
2.3 TARGET.....	6
2.4 ORGANIZACIÓN DE LA MEMORIA.....	7
2.5 OBJETIVOS DEL CLUB.....	8
3. ANALISIS INTERNO Y EXTERNO.....	14
4. ORGANIZACIÓN.....	17
5. INSTALACIONES.....	24
6. ACCIONES MARKETING.....	27
6.1 VALLAS PUBLICITARIAS.....	27
6.2 REDES SOCIALES.....	28
6.3 SORTEOS.....	29
6.4 EVENTOS (TORNEOS, TALLERES...).....	30
6.5 MERCHANDISING.....	30
7. ANÁLISIS ECONÓMICO.....	32
8. EFECTOS DEL COVID-19.....	38
9. TRAMITES Y LICENCIAS: Proceso de constitución.....	41
10. PLAN DE AUTOPROTECCIÓN.....	44
11. BIBLIOGRAFÍA.....	45

1. RESUMEN

SportSun Centre es un club deportivo cuya ubicación será la costa mediterránea. Específicamente en la carretera que une la ciudad de Elche con la zona de costa Arenales del Sol. En SportSun Centre los clientes podrán elegir varios deportes a realizar, como por ejemplo pádel que se encuentra en auge, como jugar al fútbol o apuntarse al gimnasio.

El club quiere reducir las elevadísimas tasas de obesidad en España, que tantos problemas sanitarios y económico proporciona a las familias afectadas y a las instituciones. Por eso en el club puede realizar actividades físicas cualquier persona interesada ya que la oferta deportiva es bastante amplia y disfrutando del buen tiempo que se vive en esta zona de la península.

Los objetivos principales del club tanto a corto como a largo plazo es el aumento constante de nuevos clientes gracias al buen trato y cumplir con las expectativas de los usuarios en lo relacionado con la calidad de las instalaciones. Para dar a conocer al club, se emplearán las técnicas de marketing más vanguardistas donde se usarán tanto apps como los sorteos online entre otras formas.

El capital humano es muy importante para que el club sigue adelante por eso la selección de empleados se hará de forma meticulosa y pormenorizada para que se cumplan los requisitos demandados.

Durante cada año en el club se promoverán una serie de eventos que beneficiarán excelsamente los intereses del club. Estos eventos son talleres gastronómicos, talleres nutricionales, torneos deportivos, campañas benéficas como recogida de alimentos o material deportivo o no deportivo para trabajar la responsabilidad social.

2. INTRODUCCIÓN

El proyecto se basa en la creación de un club deportivo, ubicándolo en una de las mejores zonas de la Comunidad Valenciana (carretera calle de l'Altet, carretera que enlaza Elche y Arenales del Sol), donde se podrá practicar varios deportes y ejercitarse en el gimnasio de las instalaciones privadas del club. Estos deportes son fútbol, baloncesto, fútbol sala y pádel, y serán entrenamientos impartidos por monitores o entrenadores cualificados. También podrán disfrutar de las instalaciones del club equipos o usuarios particulares ajenos al club.

Debido al aumento de la obesidad infantil en España, contaremos con especialistas en nutrición y dietética, que asistirán al centro 2 o 3 días a la semana a impartir talleres, cursos o clases enfocados a cualquier rango de edad, desde los más jóvenes hasta los más adultos.

Como hemos mencionado antes, el club pone a disposición de los empleados los medios y recursos más innovadores para que el uso de las nuevas tecnologías y aplicaciones aumente el rendimiento del trabajo o para automatizar procesos como el registro, el pago o la confirmación de asistencia a clase.

2.1 MOTIVACIONES

Crear un club donde se practiquen varios deportes en las instalaciones correspondientes y hacer ejercicio en el gimnasio del club. Empezaremos con 4 disciplinas deportivas: fútbol, fútbol sala, pádel y baloncesto. Pero más adelante se propondrá la construcción de nuevas instalaciones para la práctica de otros deportes como atletismo o tenis.

Por otro lado, los padres o madres podrán ejercitarse en el gimnasio, con o sin entrenador del club, mientras su hija o hijo está entrenando al baloncesto.

Este proyecto tendrá como propósito inicial reducir la tasa de obesidad infantil de la comunidad y ser un ejemplo para las demás instituciones y clubes de la zona en la concienciación a los menores, adolescentes y padres de esta

preocupante realidad. Esta tarea u objetivo, será dirigido y guiado por un grupo de nutricionistas y dietético, que contratará el club.

Todo será más fácil y ameno gracias a la magnífica meteorología que hay en la costa mediterránea. Debido a este tiempo, se podrá practicar deporte casi todos los días del año y a cualquier hora, gozando de más de 300 días de sol al año.

2.2 SITUACIÓN ACTUAL

Emprender este proyecto es necesario por dos asuntos emergentes en los últimos 5-10 años. Por un lado, hay que destacar el aumento del público tanto pasivo como activo del pádel. Cada vez hay más demanda de gente interesada en jugar a este deporte. Si nos basamos en los datos, el canal oficial del pádel en el mundo (World Padel Tour) cuenta con casi medio millón de seguidores en Youtube, con una media de casi 1 millón de visualizaciones por torneo, torneos internacionales pero que la mayoría se practican en ciudades españolas (Alicante, Madrid, Mallorca, Valencia, etcétera), y todos patrocinados por grandes empresas españolas y extranjeras, ya que la asistencia de unas 10.000 personas por torneos es un gran escaparate para publicitarse. Por ejemplo, el torneo de Alicante se jugó en el Pabellón Pedro Ferrándiz con capacidad para 7.500 espectadores, por otro lado, el campeonato jugado en Madrid, en el Pabellón Multiusos Madrid Arena, se reúnen unas 7.000-8.000 personas ya que la capacidad del pabellón es de 12.000 espectadores. En el caso del torneo realizado en el Pabellón Fonteta de Sant Lluís, de Valencia, la capacidad es de 9000 espectadores.

Por eso, la zona donde se iniciará cuenta con la ventaja del buen clima y la alta demanda de la práctica de este deporte. Combinado con la calidad de las instalaciones y el buen capital humano del club, el proyecto saldrá adelante.

Por otro lado, el objetivo del club es combatir las altas tasas de obesidad que están viviendo sobre todo los más jóvenes como consecuencia del sedentarismo provocado por el abundante uso de plataformas de entretenimiento de video bajo demanda (Netflix, HBO...), haciendo que la práctica de deporte no sea tan atractiva.

Otro asunto a destacar es el aumento y constitución de equipos de fútbol o baloncesto, haciendo que la reserva en instalaciones municipales cada vez se haga más complicado, por eso el club quiere aprovechar esa necesidad gracias a las pistas que el club reformará y/o construirá.

2.3 TARGET

El público objetivo del centro deportivo se determina en función del deporte que se practique o del servicio que quiera recibir. Es decir, el target de la formación de monitores o entrenadores de fútbol o pádel será diferente al target de alumnos de fútbol o fútbol sala. Por eso es importante dejar claro y ser lo más precisos posibles a la hora de determinar el rango de edad en cada disciplina para que nuestra estrategia de marketing y merchandising sea la más adecuada y eficaz posible.

Lo ideal sería homogeneizar el público objetivo del centro deportivo, pero al tener un extenso rango de edad, este objetivo es bastante complicado. Homogeneizar nos ayudaría a disminuir los costes estimados y aplicados en el plan de marketing, teniendo que buscar y urdir menos estrategias de marketing.

Esta tabla guiará y ayudará a los empleados encargados de planificar las diferentes estrategias que cada deporte o evento le corresponda y necesite, para atraer a nuevos clientes y consolidar a los existentes de la forma más eficaz posible.

Deporte o servicio	Target
Fútbol 8	Desde 4 años hasta 30
Fútbol sala	Desde 4 años hasta 45
Baloncesto	Desde 4 años hasta 35
Pádel	Desde 4 años hasta 50
Gimnasio	Desde 16 años hasta 60
Cursos formación	Desde 18 años hasta 50
Taller nutrición	Desde 14 años hasta 65



2.4 ORGANIZACIÓN DE LA MEMORIA

En este apartado voy a señalar las diferentes partes que completa esta memoria. Empieza desarrollando los motivos por los cuales se decide iniciar este proyecto, así como la situación actual (asunto que constituye una de las ventajas del club) y el público objetivo del club.

Después de analiza exhaustivamente los diferentes objetivos que el club se marca tanto a corto como a largo plazo, siendo siempre objetivos realistas a la par que ambiciosos.

La organización del club y el desarrollo de las diferentes instalaciones del club son los siguientes apartados. En cuanto al tema económico hay dos apartados, las acciones de marketing y el análisis económico interno del club.

Para acabar se habla sobre los efectos que ha provocado el COVID-19 en las instalaciones deportivas. Por último, se describe las diferentes licencias que se necesitan para fundar un club y el plan de autoprotección correspondiente.

2.5 OBJETIVOS DEL CLUB

Los objetivos del club deportivo deben ser realistas siempre para que facilite las estimaciones económicas y deportivas. Los objetivos los clasificaremos según el deporte, el grado de importancia y el coste.

Al tener muchos objetivos, ya que es un club entre mediano y grande, vamos a diferenciar los objetivos en corto y largo plazo, clasificación que nos ayudará a sintetizar la evolución y crecimiento de los objetivos marcados, para intentar cumplirlos a lo largo del tiempo.

A corto plazo los objetivos que tiene el club son:

1) Objetivo deportivo: fútbol 8

- a) 10 jugadores por equipo
- b) 3 equipos
- c) conseguir entre 10 y 15 jugadores por equipo
- d) entrenadores con título de entrenador de fútbol o monitor
- e) participación de los equipos en ligas locales o federadas

2) Objetivo deportivo: fútbol sala

- a) 10 jugadores por equipo
- b) 3 equipos
- c) conseguir entre 7 y 11 jugadores por equipo
- d) entrenadores con título de entrenador de fútbol sala o monitor
- e) participación de los equipos en ligas locales o federadas

3) Objetivo deportivo: pádel

- a) 20 alumnos
- b) 5 torneos al año

- c) venta de material deportivo de pádel
 - d) entrenadores con título de monitor/entrenador de pádel
 - e) sacar packs de precio según el número de jugadores que entrenen en cada clase.
- 4) Objetivo deportivo: baloncesto
- a) 10 alumnos por equipo
 - b) 3 equipos
 - c) entrenadores con título de entrenador de baloncesto
 - d) equipos participando en torneos o ligas locales o federadas
- 5) Objetivo deportivo: gimnasio
- a) 35 clientes fijos
 - b) 10 máquinas
 - c) un monitor
 - d) seguimiento personalizado a los usuarios
- 6) Objetivo económico
- a) cantina
 - b) ingresos vía compra, por parte del usuario, de material deportivo
 - c) conseguir patrocinadores
 - d) celebración de eventos: cumpleaños, comuniones...
 - e) campaña publicidad
 - f) torneos en el club
- 7) Objetivos sociales y formativos
- a) presencia de un nutricionista y dietético
 - b) presentar cursos de nutrición
 - c) talleres de concienciación y talleres contra la obesidad

- d) campaña de recogida de alimentos
- e) conseguir voluntarios para protectora de animales

8) otros

- a) Asfaltar aparcamiento

b) subir contenido multimedia a Youtube con explicaciones y nuevos ejercicios para realizar en clase o casa, por ejemplo, sobre pádel o sobre ejercicios físicos para el gimnasio.

A largo plazo los objetivos del club deportivo son:

En el aspecto deportivo es crítico el aumento de jugadores inscritos para las secciones de fútbol, fútbol sala, baloncesto y pádel. Importante que aumente como mínimo un 20%.

Debido a ese aumento de jugadores, el club podrá gestionar y configurar más equipos en cada sección. En el pádel, el aumento de jugadores provoca el crecimiento de clases y grupos de entrenamiento. Por otro lado, un aumento de equipos de cualquier deporte que se practica en el club provoca que haya más equipos apuntados en ligas locales o federadas. Este aumento ayuda a que el nombre del club se conozca en más lugares y por más gente.

Muy importante que los equipos tanto de fútbol, fútbol sala o baloncesto configurados consigan consolidarse en las categorías que participen, dando imagen de un club estable, seguro y que garantiza unos servicios de calidad.

En cuanto al gimnasio, los objetivos a medio y largo plazo son el aumento de clientes fijos y gracias a esa causa, el club deportivo realizará reformas en el gimnasio para aumentar el espacio e instalar más máquinas para los clientes. También se aumentará el número de monitores cuyos objetivos principales es incrementar la calidad de los seguimientos personalizados que el club ofertará a sus clientes. Otro objetivo relacionado con el gimnasio será implantar clases dirigidas como spinning, crossfit o bodypump. Las clases dirigidas se seleccionarán en función de los gustos y demandas del cliente.

Uno de los objetivos más importantes es organizar y realizar torneos con más frecuencia de cualquier deporte que se practique en el club. Club de referencia en torneos de la zona. Es una buena fuente de ingreso este tipo de evento, además de ser una gran estrategia de marketing, sobre todo aumento en publicidad del club.

La cantina en este tipo de eventos suele ser protagonista y la fuente que más ingresos proporciona, por eso el club tiene como propósito que el tamaño de la cantina vaya aumentando con el paso del tiempo.

También se tiene como objetivo el aumento del número de pistas de pádel, fútbol sala y baloncesto, pero no se tiene en mente construir otra pista de fútbol 8 por el alto coste. Además, se planeará construir una o dos pistas de tenis, dependiendo de la situación y los análisis realizados.

El aumento de entrenadores o monitor además de empleados como jardineros o encargados del mantenimiento, será proporcional al incremento de jugadores, de equipos, de clientes fijos o clientes esporádicos. El objetivo del club es poder implantar clases de cursos de formación para que los entrenadores o monitores nuevos o viejos puedan obtener sus títulos formativos. Los cursos podrán realizarse online o de forma presencial en alguna sala propiedad del club o alquilada.

Relacionado con los asuntos sociales, el club desde el día 1 promoverá la alta participación en eventos benéficos y sociales como pueden ser campañas de recogida de alimentos, quedadas de recogida de basura en la playa, torneos benéficos cuyo ingreso irá destinado a asociaciones o protectoras de animales de la zona, etc.

También intentaremos aumentar el número de talleres tanto de índole social como talleres de nutrición para los más jóvenes o adultos. Importante crear un ambiente de concienciación social. Una gran idea son los concursos de comida, siendo protagonistas los alimentos saludables como pasteles con cantidades mínimas de azúcares o arroces con ingredientes sin procedencia animal.

El club mediante el departamento de informática creará una web donde se promoverá varios servicios como: venta de material deportivo, reserva de pista,

reserva de puesto en clases del gimnasio o la publicación con la información de los eventos realizados y por realizar. Es decir, en los eventos realizados como una recogida de alimentos publicar los kilos que finalmente se han conseguido recoger.

Otra idea donde utilizaremos las nuevas tecnologías (cámaras, equipo de sonido, etc) será la grabación y posterior posteo, en las plataformas emergentes y redes sociales, de videos instructivos, didácticos o informativos de cualquier asunto del club como clases de pádel o resúmenes de las campañas de recogida de alimentos.

TABLAS DE LOS OBJETIVOS SEGÚN:

+ Grado de importancia (importancia alta, importancia media, importancia baja)

+ Coste (alto, medio, bajo o ninguno)

1) FÚTBOL 8		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Alta	Ninguno
	B	Media	Ninguno
	C	Media	Ninguno
	D	Media	Medio
	E	Baja	Bajo

2) FÚTBOL SALA		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Alta	Ninguno
	B	Media	Ninguno
	C	Media	Ninguno
	D	Media	Medio

	E	Baja	Bajo
--	---	------	------

3) PÁDEL		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Medio	Ninguno
	B	Alto	Medio
	C	Medio	Medio
	D	Medio	Medio
	E	Medio	Ninguno

4) BALONCESTO		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Medio	Ninguno
	B	Medio	Ninguno
	C	Medio	Medio
	D	Bajo	Bajo

5) GIMNASIO		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Alto	Ninguno
	B	Alto	Alto
	C	Medio	Medio
	D	Bajo	Bajo

6) OBJ. ECONOMICOS		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Alto	Alto
	B	Medio	Medio
	C	Alto	Bajo
	D	Alto	Bajo

	E	Alta	Alto
	F	Alta	Medio

7) OBJ. SOCIALES Y FORMATIVOS		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Alto	Medio
	B	Alto	Medio
	C	Alto	Bajo
	D	Alto	Bajo
	E	Medio	Ninguno

8) OTROS		Gº IMPORTANCIA	COSTE
	A	Medio	Alto
	B	Medio	Bajo

3. ANALISIS INTERNO Y EXTERNO

Una de las cosas más importantes antes de iniciar un proyecto empresarial es realizar un análisis interno de tu centro deportivo donde tomas nota de los aspectos que destacan de tu centro, asuntos a mejorar y las ventajas o inconvenientes que te proporciona el entorno del sector en el que vas a operar.

Haremos un sucinto estudio y análisis de los demás centros deportivos de la zona, que los tomaremos como referencia a la hora de por ejemplo no cometer los errores que ellos cometieron. También para anotar que cosas hace la competencia y que tu centro no debe hacer.

Una vez realizado el análisis DAFO de forma exhaustiva pasamos al análisis CAME que nos ayudará a mejorar las cosas buenas y destacables que tiene nuestro centro y a corregir aquellas cosas que frena nuestro crecimiento.

ANÁLISIS DAFO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> a) instalaciones de alta calidad b) relación con el cliente c) fuerte estrategia marketing d) las estrategias de merchandising e) diversidad de deportes f) concienciación social g) lucha contra la obesidad h) talleres de nutrición i) público objetivo muy extenso 	<ul style="list-style-type: none"> a) aumento de obesidad infantil b) crece el número de personas jugando pádel c) pocos centros multideportivos o deportivos d) aumento de gente concienciada en nutrición e) aumento de gente apoyando labores sociales f) uso de RRSS por el aumento de usuarios y de gente de mediana-alta edad en estas apps
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> a) alto gasto en marketing b) pocas pistas de pádel c) vínculo entre mercado y empresa d) organización e) pocas reservas de la pista de fútbol 8 f) efectos COVID-19 g) pocas reservas de la pista de fútbol sala o baloncesto 	<ul style="list-style-type: none"> a) aumento número de centros de pádel b) baja del interés de la gente por el fútbol o baloncesto c) competencia exigente en precios, campañas marketing d) efectos COVID-19

ANÁLISIS CAME

Una vez realizado el DAFO, pasamos a consolidar este análisis con el análisis CAME que nos ayuda a mantener, explotar, corregir y afrontar las ventajas y desventajas que tengamos en nuestro centro deportivo.

Hemos seleccionado las situaciones más importantes de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Fortalezas: instalaciones de alta calidad, estrategia merchandising, diversidad de deportes, lucha contra la obesidad.

Explotar: aumento de la obesidad infantil, aumento del número de personas practicando el pádel, sorteos en redes sociales o entre clientes.

Debilidades: alto gasto en marketing

Amenazas: aumento del número de centros de pádel, bajada del nivel de interés en el fútbol o baloncesto

MANTENER	EXPLOTAR
a) Cuidar diariamente las instalaciones del centro	a) Innovar y conocer nuevas formas de combatir la obesidad
b) Adaptarse e innovar en las estrategias de merchandising tomadas con anterioridad	b) Construir pistas de pádel o hacer ofertas de precio en clases de pádel
c) Ofrecer más deportes significa atraer a más usuarios	c) Sorteos y llegar cada vez a más gente

d) Trabajar con nuestros clientes de los duros efectos de la obesidad	
CORREGIR	AFRONTAR
<ul style="list-style-type: none"> a) Invertir en nuevas pistas de pádel o mejorar las pistas existentes b) Crear alianzas con clubes de baloncesto o fútbol sala 	<ul style="list-style-type: none"> a) ¿Más centros de pádel en la zona? Pues debemos mantener la calidad de las pistas del centro con mantenimiento diario b) Si el Elche CF asciende de división, mover que se practique el fútbol en nuestro centro aprovechando la euforia



4. ORGANIZACIÓN

El club deportivo está estructurado en diferentes áreas: el área deportiva, el área económica, el área informática, el área de recursos humanos, el área de jardinería y mantenimiento y el área de salud.

En este apartado definimos los departamentos que tenemos en el club deportivo, además de señalar los requisitos que se necesitan en cada puesto de trabajo y sus tareas principales, para que el club funcione de la mejor forma.

Para reducir coste fijo, el club ha decidido subcontratar varios servicios de los departamentos anteriormente mencionados. Estos servicios son el de jardinería y mantenimiento, los servicios del área informática. También se contratará los

servicios de una empresa externa para los asuntos de recursos humanos; esta empresa será la encargada del reclutamiento y la selección del personal. Por último, transcurridos 4 o 6 meses el club quiere contar con los servicios de un profesional en nutrición y en dietética para los diferentes cursos y talleres que se realizarán.

Por otro lado, el club contratará empleados internos para recepción, también tiene contratado un trabajador interno para la dirección deportiva y otro empleado interno para la cantina y contará con un asesor financiero que se encargará de la contabilidad y algunas áreas de marketing y publicidad. El área de marketing y publicidad está formada por el director general y el asesor financiero.

El club cuenta con 5 empleados internos y 3 empleados de empresas externas. En un plazo medio el club quiere contratar a un recepcionista más como empleado interno. Por otro lado, el club desea subcontratar a un profesional más en nutrición y dietética.

❖ DIRECTOR DEPORTIVO:

Debido a que en el club se practicará varios deportes, es decir, somos un club deportivo, es obvio y lógico contratar a un director deportivo que coordine las disciplinas deportivas, desde el pádel hasta fútbol pasando por diferentes eventos en el gimnasio.

El director deportivo es un empleado interno del club cuyas tareas principales son la coordinación de entrenadores y monitores y jugadores, la realización de eventos como torneos deportivos (ayudado por el director general y el asesor económico) o talleres tanto nutricionales como sociales. También llevará a cabo y organizará los diferentes cursos de formación que el club quiere ofrecer a futuros monitores o entrenadores para el club o para otros clubes.

El candidato será seleccionado y elegido por el director general del club. Al tratarse de un puesto muy importante para el director general, éste quiere a una persona de su confianza. Quiere a una persona con muchos años de experiencia, con don de gentes y educado.

El salario del director deportivo es de 2.050€ mensuales.

❖ CONTABILIDAD Y MARKETING:

La persona que esté en el departamento de contabilidad se encargará de la gestión de inventario, de la facturación, de los asuntos bancarios y fiscales del club, también de realizar presupuestos del club, de realizar informes sobre objetivos económicos y la previsión de ventas y compras. Además, formará parte del equipo de trabajo en el departamento de marketing y publicidad junto con el director general donde se realizarán análisis sobre las campañas publicitarias, se planificarán los torneos que tendrán lugar en las instalaciones del club y la implantación de nuevas estrategias de marketing.

Los requisitos exigidos para este puesto son: 3 años de experiencia como contable, nivel alto de español, nivel C1 de inglés y estudios sobre marketing y publicidad.

El saldo del contable es de 1.800€ mensuales.

En la parcela de marketing y publicidad el encargado de este departamento es el director general del club cuyas funciones principales serán:

- I. La captación de patrocinadores
- II. Urdir campañas de marketing para aumentar la audiencia
- III. Explotación económica de las instalaciones

❖ RECURSOS HUMANOS:

El club subcontratará los servicios de una empresa experta en la gestión de recursos humanos para empresas deportivas en aras de aumentar la precisión y eficacia durante los diferentes procesos que se lleve a cabo para contratar a nuevos empleados para el club.

Esta empresa se encargará de los siguientes procesos: planificación, reclutamiento, preselección, selección y creación del manual de actividades y funcionamiento en el club y planificación de actividades enfocadas en el team-building que se realizarán cada 2 o 3 meses. Se utilizará, durante los procesos, las plataformas de Infojob, LinkedIn e Infoempleo, donde la empresa recibirá los currículums vitae de los interesados en conseguir el puesto.

En el proceso de selección, el director general siempre se entrevistará con el candidato seleccionado para que el director de el visto bueno al encargado de recursos humanos y pueda unirse al club lo antes posible.

Desde el club, solicitaremos a la empresa de recursos humanos que los candidatos seleccionados tengan estas habilidades sociales: inteligencia emocional, respeto, diversidad y educación. Por otro lado, dependiendo del puesto como el de monitor o entrenador de fútbol, nos fijaremos mucho en la edad y en la actitud con el objetivo de dar valor a la empresa gracias a la buena imagen y a la buena relación club-cliente, club-usuario.

El coste mensual por contratar este servicio es de 500€.

❖ INFORMÁTICO:

El club contratará los servicios de un informático a una empresa externa para que realice las siguientes tareas:

- Constitución de la web del club.
- Supervisión del funcionamiento de la web.
- Trabajos simples en diseño gráfico.
- Elaboración o recomendación de aplicaciones.
- Supervisión y uso de redes sociales.

El coste de la persona encargada en este puesto es de 450 euros.

❖ JARDINERIA Y MANTENIMIENTO:

El club contratará los servicios de jardinería y mantenimiento a una empresa externa. Esta persona trabajará en el club 2 horas por la mañana y 2 horas por la tarde, haciendo un total de 28 horas semanales.

Las tareas se centran en la limpieza de las instalaciones (pistas de pádel, pistas de fútbol, gimnasio, zona de la cantina, aparcamiento) más el mantenimiento cuando fuese necesario.

El coste del empleado en este puesto es de 600 euros mensuales.

❖ NUTRICIÓN:

El club quiere contar con los servicios de un profesional en nutrición y dietética una vez transcurridos 6 meses desde la inauguración. La figura de este profesional es muy importante hoy en día debido a las altas tasas de obesidad en España tanto en adultos (Comunidad Valenciana, 19,8%) como en las personas de menor edad (20% de los niños en España tiene obesidad). Por eso una vez pasen esos meses y el club haya juntado a usuarios, clientes y a las personas suficientes, se quiere realizar talleres, cursos o pequeñas consultas individuales con aquellos usuarios o personas que estén interesados en cambiar o mejorar su alimentación.

Las tareas son:

- Dirigir talleres sobre alimentación y concienciación sobre los efectos y consecuencias de lo que comemos.
- Impartir charlas, cursos y seminarios.
- Tutorías individuales con aquellos usuarios que lo deseen y quieran hacer alguna consulta.
- Creación de menús que se ofrecerán en la cantina del club.

Requisitos:

- Título en nutrición.
- Título en dietética.
- Nivel alto de castellano.
- Nivel medio de inglés.
- Buen nivel de inteligencia emocional.

-Habilidades sociales: orientación al cliente, organización, proactividad, habilidad para el desarrollo de relaciones.

El coste por la contratación del nutricionista es de 400€ mensuales.

❖ RECEPCIONISTA:

La persona responsable de este puesto de trabajo es la encargada de la recepción de los usuarios o clientes que vayan llegando al club a lo largo del día.

Las tareas más importantes del recepcionista del club es:

-Atención al cliente: resolver dudas de algún cliente, informar de cambios en las instalaciones, avisos de cambios de horario.

-Organización a la hora de tomar nota de las posibles reservas de las instalaciones que hagan, mediante teléfono móvil o por la web, los usuarios del club o clientes además de encargarse de que se haya realizado el cobro de los servicios prestado por el club antes o después de la práctica.

-Mostrar a los nuevos clientes o a los nuevos usuarios, si fuese necesario, las instalaciones del club.

Para este puesto se exigirán estos requisitos:

-Formación de administración y finanzas

-Nivel alto de español

-Nivel medio de inglés

El salario de la persona encargada en este puesto es de 1,100€ mensuales.

❖ CANTINA:

El responsable de la cantina estará al cargo del servicio de comida y también será el responsable de la mini tienda que el club en los primeros meses ubicará al lado de la cantina, es decir, los primeros meses el responsable de la cantina atenderá a los consumidores de ésta y además deberá encargarse de si algún cliente está interesado en adquirir algún producto de la tienda.

Por cada venta de una prenda de ropa o material deportivo, el responsable de la cantina se llevará un porcentaje pequeño del precio. Aumentando así su salario base.

Los requisitos para obtener este puesto son:

- Carné de manipulador de alimentos.
- Nivel alto de español.
- Nivel medio de inglés.
- Habilidades sociales como buena relación con el cliente, presencia, carisma, persuasión y positivismo.

El salario base en este puesto es de 825€ mensuales.

❖ MONITORES

El club contratará a monitores para que impartan clases de fútbol, fútbol sala, baloncesto, pádel y clases dirigidas en el gimnasio. El número de monitores que se contrate dependerá de la demanda de los clientes.

El director deportivo se encargará de seleccionar meticulosamente a cada uno de los monitores que trabajen en el club y a ubicarlos en el sitio adecuado.

Los requisitos son:

- Título de monitor o de TAFAD o CAFD.
- Nivel medio de inglés.
- Nivel alto de español.

Cada monitor cobrará entre 300 y 450 euros, dependerá de varios factores: tipo de deporte, número de horas, número de días, etcétera.

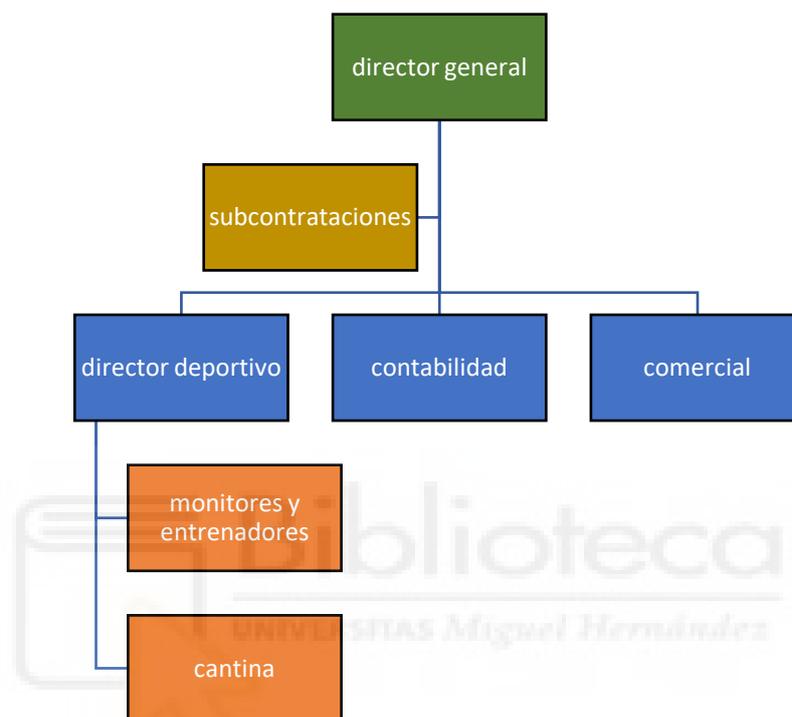
❖ DIRECTOR GENERAL

El puesto de director general es el más elevado en la jerarquía de la organización, tomará decisiones clave, intentará obtener cada año más patrocinadores que sufraguen costes del club, así como buscar alianzas en aras de reducir los costes unitarios por ejemplo de material deportivo.

También se encargará de liderar y orientar al capital humano, de urdir estrategias para atraer a nuevos clientes o usuarios.

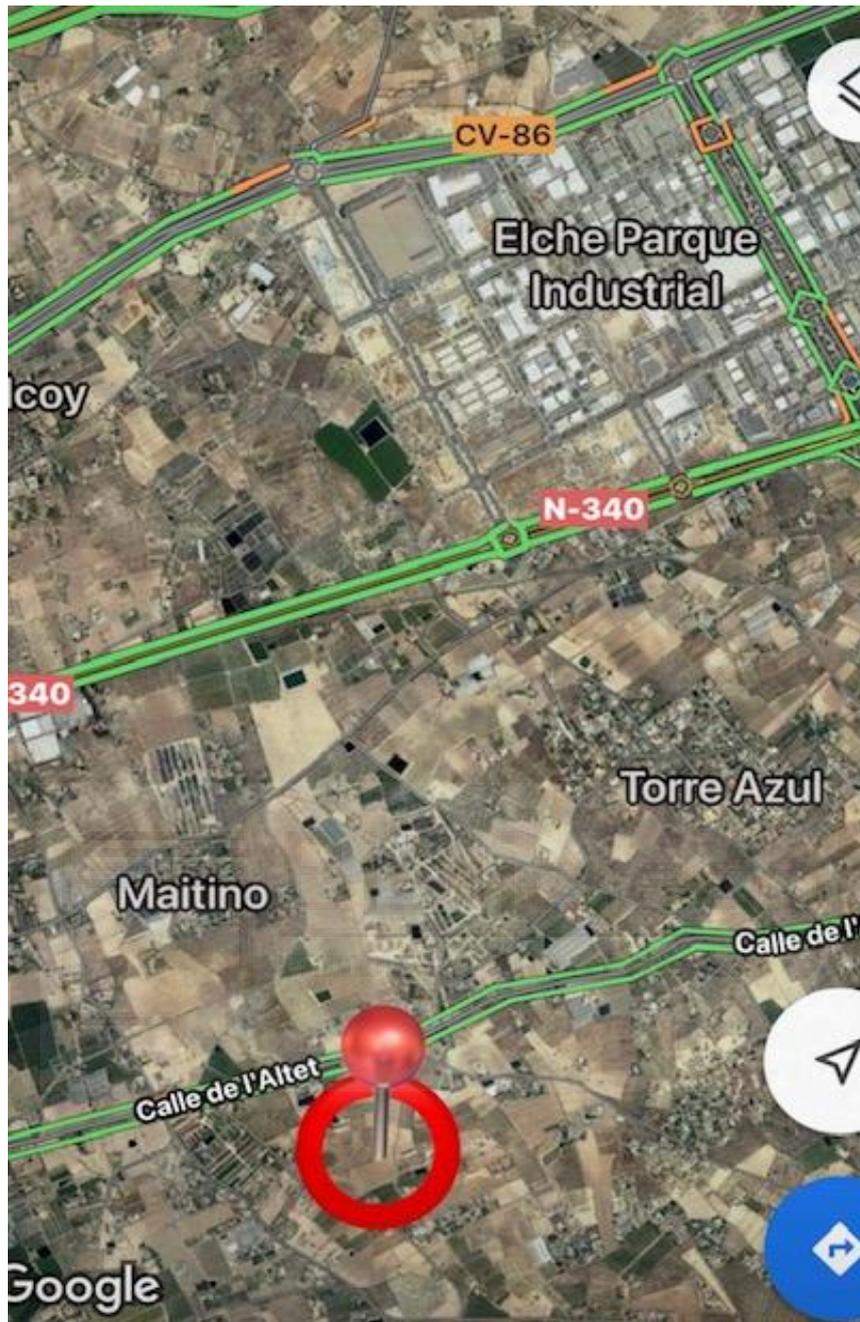
El salario del director general es de 2.700€

Organigrama del club:



5. INSTALACIONES

La parcela heredada donde se realizarán las actividades, eventos y talleres del club se encuentra a las afueras de Elche, en la carretera calle de l'Altet, que enlaza Elche con Arenales del Sol.



La parcela cuenta con 6.400 metros cuadrados donde se construirá una cantina o zona-bar con terraza, tres pistas de pádel. También contará con dos vestuarios con aseos y un aparcamiento para los usuarios del club. Por otro lado, en el terreno hay dos edificios colindantes que se reformarán y se convertirán en el gimnasio y en las oficinas del club, además también se reformará la antigua pista de fútbol 8 y baloncesto que está construida en la parcela.

Quedan libres unos 750 metros cuadrados, en ellos se estudiará la posibilidad de construir más adelante una o dos pistas de pádel dependiendo del nivel de demanda que tengamos de este deporte, también ampliar la cantina del club, poner una zona de ping pong.

OFICINA: dimensión 8 metros de ancho por 9 metros de largo. Edificio de una sola planta. Coste de la rehabilitación 3.500€. En las oficinas estarán los despachos de los encargados del club, el departamento de informática, el director deportivo, contabilidad y marketing.

GIMNASIO: dimensión del gimnasio es 12 metros de ancho por 9 metros de largo. Edificio de una planta. Coste de la rehabilitación 8.200€. En el gimnasio contaremos al principio con 12 máquinas de ejercicios intentando, desde el inicio de la actividad del club, que los usuarios puedan ejercitar la mayor parte de músculos formando un gimnasio lo más completo posible al principio.

Más adelante se irán incluyendo más máquinas, de mejor calidad, más completas etc. También facilitar zonas para clases dirigidas tanto dentro como fuera del gimnasio, utilizando demás zonas del terreno del club.

PISTA FÚTBOL 8: la pista tiene una dimensión de 35 metro de ancho por 55 metros de largo. El coste del terreno es de unos 85.000€.

PISTA FÚTBOL SALA Y BALONCESTO: esta pista tiene una dimensión de 35 metros de largo por 18 metros de largo. La pista se dividirá en dos con la señalización de líneas para formar dos pistas de baloncesto en ella. El coste de la reforma de la pista es de unos 11.000€.

PISTAS DE PÁDEL: cada pista tiene una dimensión de 10 metros de ancho por 20 de largo. El coste por pista es de 13.000 euros.

CANTINA: la dimensión de la cantina es de 5 metros de ancho por 5 de largo. El coste será de 4.000€. Se intentará más adelante ampliar la terraza de la cantina y la misma cantina.

APARCAMIENTO: estará ubicado cerca de la puerta de entrada y de salida, la capacidad será de unos 25-30 coches. Al principio el aparcamiento será un espacio abierto para todos los clientes, pero a largo plazo el club quiere facilitar

una zona privada para usuarios/socios del club y otra zona abierta para invitados, clientes esporádicos u otros ajenos al club. El coste será muy bajo.

VESTUARIOS: Construcción de 2 vestuarios con aseo incluido. La dimensión de cada uno es de 7 metros de largo por 5 metros de ancho. El coste es de 4.500€.

6. ACCIONES MARKETING

El club deportivo hará mucho hincapié y un gran trabajo en las campañas de marketing, sobre todo los primeros 6 meses, para que ayuden al club a completar los objetivos y metas marcadas.

Trabajaremos mucho en redes sociales, creando un entorno que aumente la relación directa con el cliente. La realización de sorteos es una estrategia que si cumple con los objetivos marcados, dará un salto de calidad al club. Por otro lado, intentaremos dar a conocer al club mediante la colocación de vallas publicitarias en varias ubicaciones que consideramos clave y que nos facilitará a que la población conozca el club.

Los eventos que organizará el club servirán para ir dando a conocer al club tanto de forma deportiva como social, realizando torneos de gran calidad y talleres de nutrición o campañas de recogida de alimentos para la buena imagen del club, club comprometido con el deporte, la salud y el bienestar social.

6.1 VALLAS PUBLICITARIAS

5 vallas publicitarias repartidas por 5 puntos específicos de la ciudad de Elche donde los carteles sean lo más efectivo posibles.

Primera ubicación, en Altabix viejo.

Segunda ubicación en la zona del estadio Martínez Valero.

Tercera ubicación en la zona de Hospital General Universitario de Elche.

Cuarta ubicación en la zona alta de la Universidad Miguel Hernández.

Quinta ubicación en la zona del Sector V.

El coste de las 5 vallas publicitarias de 8x3 metros es de:

-2.050€ el alquiler de 14 días.

-2.980€ el alquiler de 28 días.

El club decide escoger el pack de 28 días una vez sopesado cada promoción ya que el presupuesto del club en las vallas publicitarias es de 3.500€.

Aprovechamos la parte del presupuesto que sobra para invertir en otro medio de marketing que aplicaremos como la venta directa o la fidelización del cliente.

6.2 REDES SOCIALES

Instagram: el club se creará una cuenta de Instagram, en ella promocionará cosas como eventos, sorteos, talleres..., resolverá dudas a clientes, realizará reservas de las pistas y publicará fotos o videos. Lanzaremos ofertas con el objetivo de aumentar la visibilidad y la relación directa con el cliente. El público objetivo en esta red social es entre 15 y 35 años.

El coste que aplicaremos en esta red social cuesta 350 euros los tres primeros meses.

Twitter: en esta red social el club publicará fotos y videos, compartirá temas importantes como talleres sobre la nutrición, promoverá sorteos y aumentaremos la visibilidad del club e incluso publicaremos diferentes ofertas que irán desde descuentos en material deportivo hasta ofertas en el precio de la reserva de las pistas. Participamos en esta red porque el público objetivo va desde los 17 hasta los 45 años.

El coste de promocionarse en esta red social cuesta 175 euros los tres primeros meses.

Facebook: en esta red social diseñada para gente entre 25 y 65 años (rango que entra dentro de nuestro público objetivo) aumentaremos la visibilidad y aprovecharemos la fidelidad de los clientes con más de 35 años que generalmente son muy fieles a los sitios donde van y se sienten satisfechos.

El coste de promocionarse en esta red social cuesta 250 euros los tres primeros meses.

6.3 SORTEOS

En la actualidad, la realización de sorteos es una de las campañas (por no decir la que más) que se utiliza para aumentar la visibilidad de la empresa. Por eso, desde el club trabajaremos para que los sorteos cumplan las expectativas de los usuarios para así aumentar tanto la visibilidad como la clientela fija.

Al principio se harán sorteos cada 3 o 4 semanas tanto en las redes sociales mencionadas anteriormente como entre los consumidores del club en un período concreto de tiempo; siendo los premios muy tentadores, aumentando así mayor número de gente interesada en participar.

Las opciones que se barajarán como premios pueden ser material deportivo, una semana jugando al pádel de forma gratuita (máximo un partido por día) o incluso dispositivos electrónicos.

El objetivo es aumentar un 15 o 20 por ciento el número de seguidores en las redes sociales, para lograrlo debemos trabajar mucho y dar en la clave para saber que sortear en cada momento y cuando hacerlo.

Un aumento del 15 o 20 por ciento en cada sorteo conllevará para al club unos ingresos muy altos que nos ayudará a mejorar las instalaciones, los servicios, la calidad d ellos sorteos, etc.

El coste de cada sorteo rondará unos 300-450 euros, también habrá sorteo con un coste menor. Los sorteos de menor coste se moverán con más frecuencia.

6.4 EVENTOS (TORNEOS, TALLERES...)

El club organizará diferentes eventos durante el año con el objetivo de generar ingresos, aumentar la visibilidad, consolidar clientes y promover la responsabilidad social.

La realización de torneos se repartirá por todo el año, pero en verano se harán de forma más frecuente, aprovechando el buen tiempo, la disponibilidad del usuario y el aumento del uso de la cantina ya que gracias al buen tiempo la gente consumirá más porque estarán más tiempo en ella pasando el día con su entorno familiar o de amistades.

Por otro lado, los talleres de concienciación social o nutrición ofrecen al club la consolidación de clientes, el acercamiento de nuevos clientes, una buena imagen del club y mucha visibilidad tanto en el boca a boca como en redes sociales.

6.5 MERCHANDISING

ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y COMERCIALES

-VENTAS CON DESCUENTO: otra fuente de ingreso o fuente de financiación del club deportivo es la venta de ropa o material deportivo, en este caso se puede realizar descuentos en dichos productos por ejemplo un día a la semana durante un mes JUEVES 50% en los productos, al mes siguiente se puede cambiar el día y que sea todos los martes de ese mes.

Este descuento hará que los clientes prefieran comprar en nuestra mini tienda en lugar de desplazarse a una tienda o centro comercial donde el precio suele ser más elevado.

Si el gasto iguala o supera los 100 euros se les puede hacer un regalo como una camiseta o una muñequera. Este regalo se entregará independientemente del día que sea, es decir, se hace el regalo si hace la compra en día normal o día con descuentos. Importante crear ese vínculo y esa fidelización del usuario con el club. Que se sientan parte del club.

También podemos ofertar a los clientes fijos o socios descuentos con un pequeño porcentaje de reducción del precio en cada prenda, ofertas 2x1 o 3x2.

Los descuentos mencionados serán constantes en los primeros meses del nacimiento del club, más adelante a medio o largo plazo se irá reduciendo la frecuencia del lanzamiento de ofertas además de bajar el porcentaje del descuento.

-REGALO: en este apartado voy a detallar en que situaciones el club va a regalar prendas de ropa o material deportivo a clientes, a socios o a consumidores esporádicos.

Primero de todo, como hemos mencionado en el apartado anterior se harán regalos a los consumidores que gasten 100 euros o más en sus compras.

Otra situación es cuando se ha completado los requisitos de la tarjeta de fidelización, ésta contendrá 10 huecos y una vez se rellenen por cada asistencia o por cada reserva de las instalaciones, podrán gozar de un regalo. Se les dará la opción de guardar los huecos rellenos y si completa otra, el premio será más grande. En lugar de llevarse una camiseta se puede llevar una sudadera y una botella reutilizable, por ejemplo.

Otra situación es jugar gratis o reservar de forma gratuita por ejemplo una pista de pádel debido a que ha jugado en nuestras instalaciones 10 veces. También se le puede dar la opción de en lugar de jugar gratis, se le regale una camiseta del club.

-SORTEOS: otra forma de llegar a más gente y de consolidar a clientes es la realización de sorteos de forma recurrente tanto por las redes sociales desde las diferentes cuentas del club como de forma presencial entre consumidores del club que por ejemplo hayan jugado un partido de pádel o hayan reservado la pista de fútbol sala. Se les administrará un número para el posterior sorteo.

Los sorteos en redes sociales serán más potentes que los sorteos entre consumidores, eso sí para participar y salir vencedor en el sorteo de las redes sociales se exigirán más requisitos que los realizados entre los consumidores.

Para estos primeros meses necesitaremos 10 camisetas de hombre, 10 de mujer y 10 de niño. 25 pantalones para adultos, 2.000 folletos, 10 sudaderas

unisex sin capucha, 10 bolígrafos personalizados, 10 muñequeras, 10 mochilas, 20 botellas reutilizables, 250 tarjetas de fidelización, 100 carteles tamaño A4 y 5 palas de pádel de gama media-alta.

El coste es de 2095,54€ (IVA incluido). En la siguiente tabla se desglosa el coste de los productos mencionados.

PRODUCTO	COSTE
CAMISETAS HOMBRE	429,9€
CAMISETAS NIÑO	389,9€
CAMISETAS MUJER	449,9€
PANTALONES	100€
FOLLETOS	16,93€
SUDADERAS	135,5€
BOLÍGRAFOS	42,99€
MUÑEQUERAS	51,17€
MOCHILAS	81,06€
BOTELLAS	56,49€
TARJETAS FIDELIZACIÓN	9,17€
CARTELES	32,53€
PALAS DE PÁDEL	300€
TOTAL	2095,54€

7. ANÁLISIS ECONÓMICO

En este apartado vamos a realizar un análisis económico interno y externo, teniendo en cuenta la previsión de ventas y fuentes de ingresos que habrá a lo largo del año en el club. También se analizará las diferentes estrategias que los centros deportivos de la zona implantan para generar los ingresos suficientes para sufragar tanto los costes fijos como los costes variables.

Realizamos el análisis económico externo para sopesar las diferentes estrategias que los demás centros tienen en su club para generar ingresos y así

comprobar si nuestro club puede implantarla o descartarla en función de la situación del club y la disponibilidad de instalaciones o espacios libres.

Una vez elegido los servicios que el club va a ofrecer a los usuarios, vamos a desarrollar las fuentes de ingreso que el club va a tener a lo largo del año y de los años posteriores.

Es muy importante, y los empleados lo sabrán desde el primer día que trabajan en la empresa, que la relación directa con el cliente y la calidad del servicio ofrecido debe ser siempre la óptima. No hay cosa más rentable que un cliente o usuario satisfecho y con ganas de volver al día siguiente.

Por tanto, las fuentes de ingreso que tiene el club son:

- **ABONO MENSUAL:**

El abono mensual por persona es de 45 euros. Con el abono mensual tienes acceso gratuito a todas las instalaciones del club, desde el gimnasio hasta la pista de baloncesto. En la cantina, tienen un descuento del 30% en todas las consumiciones que realice. Por otro lado, gozan de un 20% de descuento en los productos en venta de la mini tienda.

Se estima que el primer año se abonen 70 personas, siendo un ingreso mensual de 262,5 euros. El objetivo del club es que de aquí al quinto año haya 220 abonados mensuales

- **ABONO TRIMESTRAL:**

El abono trimestral por persona es de 115 euros. Quien posee el abono trimestral goza de las mismas condiciones que tiene la persona con abono mensual.

Se estima que el primer año obtengan el abono trimestral 35 personas, que suma 335,5 euros mensuales. El objetivo del club de aquí a 5 años es tener 70 personas con abono trimestral.

- **ABONO SEMESTRAL:**

El coste del abono semestral por persona es de 200 euros, quien lo obtenga gozará de un aumento del 5% de los descuentos que tienen las personas con abono mensual o trimestral.

Auguramos un total de 20 personas que adquirirán este abono, el ingreso mensual de este abono es de 335 euros. El club quiere tener 50 personas con este abono dentro de cinco años.

- **ABONO ANUAL**

El abono anual tiene un precio de 400 euros. Este abono tiene varios beneficios muy significativos comparado con los obtenidos con el abono mensual o trimestral. Tendrá un 50% de descuento en todos los servicios ofrecidos, es decir consumiciones en la cantina, compra de ropa, participación en cursos de formación, etc.

El club estima tener 40 personas que adquieren este abono. Tener 40 personas con este abono proporciona 16.000 euros anuales al club. En términos mensual, este abono anual genera 1335 euros. Se desea tener entre 50 y 80 clientes con este bono transcurridos 5 años.

- **ABONO FAMILIAR**

Para este abono, el club ofrece tres packs:

- I. Pack 3 personas: con un precio mensual de 100 euros.
- II. Pack 4 personas: con un precio de 150 euros.
- III. Pack +4 personas: con un precio de 180 euros.

El club ha estimado que haya 30 personas que adquirirán alguno de estos packs. Estos packs generan al club aproximadamente 360 euros mensuales. El objetivo del club es aumentar un 25% de personas que deseen adquirir alguno de estos packs.

- **RESERVA DE PISTAS:**

Los usuarios y clientes podrán reservar la pista que deseen de las instalaciones del club, la reserva durará entre una hora u hora y media dependiendo del deporte.

La pista de pádel tiene un coste medio de 16 euros. Dependiendo del uso de luces, la hora y el día que se desea reservar costará más o menos dinero. El tiempo por partida es de 90 minutos.

La pista de fútbol sala tiene un coste fijo de 20 euros y el tiempo que disponen los clientes para jugar es de 90 minutos. Por otro lado, la reserva de la pista de baloncesto tiene un precio de 15 euros.

La pista de fútbol 8 tiene un coste fijo de 50 euros y el tiempo que disponen es de 90 minutos.

- VENTA DE MATERIAL DEPORTIVO:

El club pondrá siempre en venta en la tienda del club unos 35 o 40 productos deportivos (sudaderas, muñequeras, mochilas...). Se estima que el club obtenga de la mini tienda entre 500 y 700 euros mensuales, de los cuales una pequeña parte van hacia el encargado de la cantina y de la mini tienda.

- ORGANIZACIÓN DE CAMPUS:

Dentro del club se organizarán campus deportivos durante las vacaciones de verano, invierno y semana santa. El campus de verano se realizará en julio, el de invierno en diciembre con una duración de una semana y el campus de semana santa también tiene duración de una semana.

El precio de inscripción en el campus de verano es de 250 euros, el campus de invierno tiene un precio de 100 euros y el campus de semana santa un precio de 100 euros. Se estima que el club genere 2.5000 euros gracias a la realización de campus a lo largo del año.

- CANTINA:

El objetivo del club es que los beneficios netos de la cantina ronden los 2000-3000€ mensuales, siendo está una de las instalaciones más importantes del club debido al buen entorno y armonía que se puede llegar a crear si los servicios ofrecidos son de gran calidad.

Los ingresos de la cantina aumentaran excelsamente cuando se realicen torneos o cumpleaños en nuestras instalaciones, debido a la gran afluencia de público que asiste y de participantes o jugadores de estos torneos.

- MÁQUINAS EXPENDEADORAS:

Se instalarán 3 máquinas expendedoras en el club. Una en las oficinas, una en el gimnasio y otra máquina cerca de las pistas de pádel. La máquina que se instalará en la zona de las pistas de pádel ofrecerá productos líquidos como refrescos o agua, ideales para recuperar energías una vez que el cliente termina el encuentro o entrenamiento. Las otras dos tendrán más variedad, ofrecerán desde agua o zumos hasta barritas energéticas de chocolate.

Los ingresos medios que recibirá el club debido a las máquinas son de 2.500 euros anuales por máquina. Por tanto, las máquinas expendedoras generarán al club 7.500 euros anuales aproximadamente.

- **PATROCINADORES:**

El objetivo del club en los primeros meses es tener unas 10 empresas que patrocinen el club. Las empresas interesadas en patrocinar al club deberán pagar 50 euros al mes. Para el club, tener 10 empresas patrocinadoras a 50 euros, sería un ingreso anual de 6.000 euros aproximadamente.

- **CUOTAS MENSUAL CLASES DEPORTE:**

En el club se formarán equipos de fútbol sala, fútbol 8, baloncesto y pádel. Cada jugador tendrá que pagar una cuota mensual cuyo precio variará dependiendo del deporte que practique.

Cuota mensual fútbol sala: 25 euros.

Cuota mensual fútbol 8: 30 euros.

Cuota mensual clase de pádel: clase individual son 35 euros al mes, 28 euros si se entrena en pareja.

- **NUTRICIONISTA:**

Las personas interesadas en los servicios del nutricionista que hay en el club por un precio de 30 euros al mes, serán atendidos por un nutricionista profesional. De esos 30 euros, el club ingresa el 50%. Se espera que los primeros meses del club, entre 15 y 20 personas accedan a los servicios del nutricionista, generando al mes aproximadamente 300-500 euros.

- **CURSOS DE FORMACIÓN:**

Este es uno de los objetivos a medio y largo plazo que el club por dos razones: que el capital humano del club y del sector sea el mejor y porque los ingresos obtenidos son bastante elevados. Se impartirán cursos de formación en disciplinas deportivas como pádel o fútbol a un precio de 850 euros por alumno.

TABLA INGRESOS ANUALES

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-Abonos	0	35.542	35.542	36.000	36.000	40.500
-Reserva instalaciones	0	6.000	6.000	8.500	11.500	11.600
-Mini tienda	0	3600	3.600	4.000	4.000	4.200
-Campus	0	2500	2.500	3.000	5.000	5.300
-Cantina	0	12.000	12.000	13.000	13.000	15.500
-Máquinas expendedoras	0	7.500	7.500	7.700	9.500	9.500
-Patrocinadores	0	6.000	6.000	6.500	7.500	9.500
-Clases deportivas	0	10.000	10.000	11.000	11.000	12.000
-Nutricionista	0	5.000	5.000	5.500	5.500	6.000
-Cursos formación	0	3.000	3.000	4.000	4.000	4.100
TOTAL INGRESO	0	91.142	91.142	99.200	107.000	117.700

TABLA DE COSTES ANUALES

COSTES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-Sueldos y salarios	-	100.800	100.800	100.800	100.800	100.800
-Publicidad	-	6.850,54	4.500	4.500	4.000	4.000
-Suministros	-	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
-Amortizaciones	-	15.520	15.520	15.520	15.520	15.520
-Mercadería	-	1.500	1.000	1.000	1.000	1.000
-Material deportivo	-	1.000	800	800	800	800
TOTAL COSTE	-	128.670,54	125.620	125.620	125120	125120

Los 5 primeros años el club deportivo tendrá pérdidas. Los gastos de publicidad son muy elevados debido a la elevada competencia de la zona, además de las altas tarifas para promocionarse. Por otro lado, y más importante, es el coste por amortizaciones. Amortizaciones que nacen por la construcción y reforma de instalaciones que hay y habrá en el club deportivo. Durante 10 años el club deberá pagar 15.520 euros en concepto de amortizaciones.

El club desde el día 1 buscará las máximas fuentes de ingreso que pueda y así poder sostener los costes que conlleva un club deportivo que ayudará a que el club cuanto antes empiece a obtener ganancias en lugar de pérdidas.

8. EFECTOS DEL COVID-19

En este apartado realizaremos un análisis de los golpes económicos y sociales y problemas subyacente por la pandemia que emergió en el año 2020, en relación con cómo ha afectado a los clubes deportivos y clubes multideportivos esta excepcional y súbita circunstancia. En este caso, las restricciones manadas del gobierno tuvieron comienzo en marzo para intentar defender y controlar el virus.

Tratándose de un virus que se contagia vía oral (tos o estornudo), ha afectado incondicionalmente al mundo del deporte, desde la configuración de plantillas hasta el aforo en los centros deportivos al tratarse de un evento o situación donde se acumula mucha gente.

En este apartado, hablamos desde el punto de vista de un centro deportivo donde se practica pádel, fútbol, baloncesto y sesiones de gimnasio...pero se pueden practicar otras disciplinas deportivas en el centro deportivo. También se hablará de los talleres y eventos que se suelen realizar anualmente en los centros deportivos.

Algunas de las medidas tomadas por el gobierno obligan directa o indirectamente a extremar y mejorar la seguridad de los centros deportivos mediante la insistencia en conservar la distancia social, también la colocación de geles hidroalcohólicos por varias zonas del centro deportivo. Otra medida es el control

de la temperatura de los usuarios, clientes y empleados que se acerquen al centro. Estas tres medidas conllevan un gran costo si tenemos en cuenta que la pandemia inició en marzo.

Para la controlar la temperatura se utiliza una pistola o termómetro digital, que a principio tenía un precio medio de 30 euros. Ahora, en noviembre, se puede encontrar por la mitad. Pero debido a la necesidad que seguir con la actividad economía del club con la máxima premura, los clubes adquirieron los termómetros lo antes posibles al primer precio mencionado anteriormente sin ninguna ayuda gubernamental.

En España, desde que finalizó el estado de alarma en junio la gente empezó a hacer deporte con la mayor normalidad posible, pero muchísima gente rechazó esta acción y dilata su retorno a la práctica de deportes donde hay aglomeración o contacto entre personas. Este hecho conlleva a una reducción de usuarios y clientes que asisten al club y, por consiguiente, una reducción de los ingresos. Además de un aumento en la obesidad por la falta de actividad física.

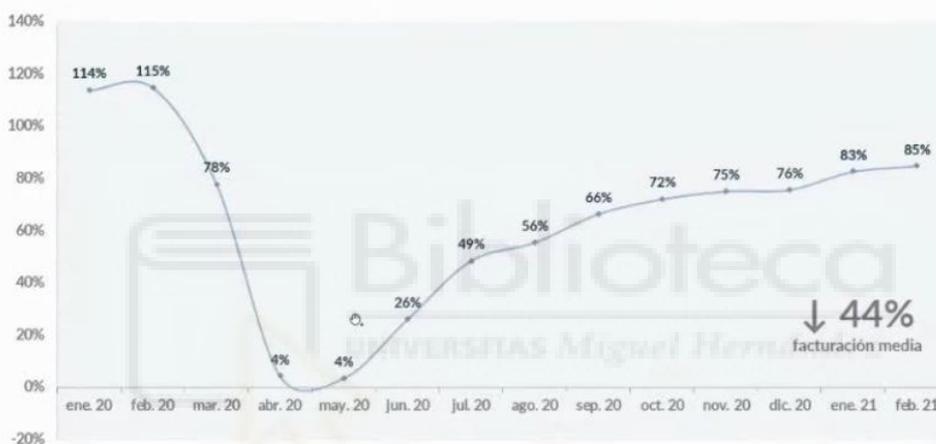
Se estima que, en el caso de niños y niñas que practican deporte en centros deportivos o equipos de clubes de la zona, se ha reducido en un 20%-30% el número de jugadores y jugadoras. Ese descenso provoca involuntariamente la reducción de equipos de fútbol o baloncesto y menos clases de pádel, por ejemplo.

Otro efecto económico provocado por el COVID-19 es la limitación del aforo en los centros deportivos, creando una cadena de efectos y situaciones negativas en el club como por ejemplo el reducido consumo que se realizará en las cantinas, en las tiendas donde se ofrecen productos deportivos o mismamente, en las maquinas vending. La consecuencia de esta causa es el desempleo de muchos trabajadores por la baja demanda en los clubes deportivos o el cierre de las empresas proveedoras de productos para la cantina o productos para la tienda.

En el siguiente gráfico podemos observar los niveles de facturación que se han producido durante el año 2020 en el sector de centros e instalaciones deportivas privadas y públicas:

FACTURACIÓN MEDIA DEL SECTOR

Facturación realizada de enero 2020 a mayo 2020, y esperada de junio 2020 a febrero 2021 sobre lo ejecutado de enero 2019 a febrero 2020.



Por otro lado, en el ámbito psicológico, la gente ha sufrido mucho, lo que provoca que los deportistas o ciudadanos de a pie tengan la práctica de deporte en un segundo o tercer plano debido a las consecuencias económicas que conlleva esta crisis mundial. Estas personas, sin ahondar en su situación, en estos momentos prefiere ahorrar o, por ejemplo, renunciar a la práctica de deporte si se trata de una persona de riesgo (edad: más o menos, mayores de 65).

Otra consecuencia es la disminución de emprendedores y de inversores de centros deportivos debido a la altísima incertidumbre que se vive en el planeta, cosa que echa para atrás cualquier proyecto o financiación externa.

En resumidas cuentas, la aparición de esta pandemia ha afectado tanto físico como mentalmente a toda empresa y a todo ciudadano. El COVID-19 ha obligado

a muchos clubes a reinventarse, pero también se han sufrido reestructuraciones. Pero la consecuencia más preocupante desde el punto de vista económico es la notable caída de clientes y usuarios en los clubes debido a las posibles aglomeraciones tanto de jugadores como público que asiste en un partido, en el gimnasio o en talleres de nutrición. También mencionar otras medidas que afectan directamente en los clubes deportivos. Estas medidas son la prohibición de circular libremente por la ciudad a partir de las 23:00, las 22.00 o las 20:00 (también hay casos de ciudades cuyo toque de queda es a las 18:00), limitando la actividad tanto física como económica en los centros deportivos a las horas dictadas por las comunidades autónomas.

9. TRÁMITES Y LICENCIAS: Proceso de constitución

Los pasos que llevaremos para la constitución del club deportivo SportSun Centre son:

- Obtención del nombre

Una vez obtenido el certificado negativo del nombre, es decir que no existe ninguna empresa del sector con el nombre que deseamos poner, el nombre del club se solicita en el Registro Mercantil Central.

El nombre del club deportivo es SportSun Centre.

El precio suele ser de 39€ impuestos incluidos.

- Cuenta bancaria a nombre de la sociedad

Se abrirá una cuenta bancaria a nombre de empresa, ingresando en ella el capital mínimo de una sociedad limitada (3.000€). Cuando el banco abra la cuenta de "Sociedad en constitución", emitirá el certificado del ingreso del capital social y posteriormente lo llevaremos ante la notaría.

- Elaboración de los Estatutos del club

Los Estatutos son las normas que se acordarán entre los socios que fundaron la sociedad. En ellos se debe anotar:

- I. Nombre de la sociedad
- II. Identidad del socio o de los socios

- III. Las aportaciones que cada persona socia aporta al capital social de la empresa
 - IV. Objeto social
 - V. Duración
 - VI. Fecha de inicio de la actividad
 - VII. Capital y forma de división
 - VIII. Domicilio
- Solicitud del NIF provisional

La solicitud se realiza mediante presentación de la declaración censal de alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores a través del modelo 036, con el objetivo de identificar a nuestra sociedad en los asuntos tributarios. La validez del NIF es de 6 meses contados a partir de la fecha de expedición.

- Registro Mercantil

La sociedad se debe registrar en el registro mercantil de la provincia donde tenga la actividad en un plazo de 2 meses desde que el notario otorga la escritura de constitución.

- Liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados

El coste es de 1% del capital social escrito de los Estatutos. La documentación se entrega en un plazo no inferior a 30 días hábiles para efectuar la liquidación es modelo 600, primera copia y copia simple de la escritura de constitución, fotocopia NIF provisional.

- Alta en IAE

Para dar de alta al club en el impuesto de actividades económicas, el club debe aportar la siguiente documentación: modelo 036 al tratarse de una empresa pequeña, NIF y DNI del apoderado.

- Trámites ante el ayuntamiento

Los trámites que se llevaran a cabo por el club con el ayuntamiento para poder iniciar la actividad en el club deportivo son:

- I. Licencia de actividades e instalaciones

- II. Licencia de funcionamiento
 - III. Cambio de titularidad o actividad
 - IV. Licencia de obras
 - V. Alta en la tasa de basura
 - VI. Licencia de instalación de rótulos
- Tramites con Seguridad Social

El alta es una gestión administrativa mediante el cual la Dirección General de Tesorería de la Seguridad Social entrega al empleador un número de identificación y de control que lo utilizará en el Régimen que corresponde al empleador en el Sistema de Seguridad Social. Este número entregado se considera el código principal y principal de la cuenta de contribución.

Tramites a seguir:

- I. Afiliación y alta en el régimen de autónomos
 - II. Inscripción de la empresa y alta del trabajador
 - III. Libro de visitas
 - IV. Comunicación de apertura del club deportivo
- Prevención de riesgos laborales

El club debe contar con las medidas necesarias de seguridad para garantizar al empleado o al cliente una higiene y seguridad durante su estancia en las instalaciones. Se trabaja en la protección ante incendios, problemas eléctricos, accidentes laborales, evacuación, aparatos de gas.

Normativas generales a tener en cuenta en la prevención de riesgos laborales:

Prevención de Riesgos Laborales. Ley 31/1995, de 8 de Noviembre y su modificación por la Ley 54/2003 de 12 de diciembre, de reforma del marco normativo de la prevención de Riesgos Laborales. BOE nº 298 de 13 de diciembre.

Real Decreto 39/1997 por el que se establece el Reglamento de los Servicios de Prevención y Orden de 27 de junio de 1997 donde se desarrolla. - Real Decreto 485/97, de 14 de abril, en el que se indican las disposiciones mínimas en materia de señalización para la seguridad y salud en el trabajo.

Real decreto 2177/1996 del 4 de octubre, por el que se aprueba la Norma Básica de Edificación “NBE – CPI/96: Condiciones de Protección contra Incendios de los Edificios”.

Decreto 2413/1973 del 20 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento electrónico de baja tensión.

10. PLAN DE AUTOPROTECCIÓN

Debido a la gran cantidad de servicios y actividades que ofrece el club, concurrirán muchas personas durante el día sobre todo en las horas pico (9.00 y 20.00) y cuando se realicen eventos como torneos o talleres, aumentando así el riesgo de que ocurra algún accidente, emergencia o situación delicada.

Por tanto, el club debe ser responsable y elaborará un Plan de Autoprotección en el cual se explicará de forma pormenorizada el protocolo que se llevará a cabo en el caso de que ocurra alguna situación de las mencionadas anteriormente. El objetivo es proporcionar al cliente o usuarios la seguridad que merecen además de proteger la integridad del club.

Las diferentes actuaciones anotadas en el protocolo se ceñirán al Real Decreto 393/2007, de 23 de marzo, por el que se aprueba la Norma Básica de Autoprotección de los centros, establecimientos y dependencias dedicados a actividades que puedan dar origen a situaciones de emergencia.

El club contratará los servicios de un técnico para la realización y supervisión del Plan de Actuación.

Los objetivos del Plan de Actuación son:

- 1) Analizar los posibles riesgos existentes en los diferentes escenarios y momentos del día.
- 2) Garantizar la seguridad tanto al usuario del club como a los empleados.
- 3) Clasificación y descripción de los usuarios y clientes.
- 4) Descripción del entorno urbano o natural.
- 5) Describir los diferentes accesos que hay en las instalaciones.
- 6) Organización a la hora de actuar ante el accidente o la emergencia.

11. BIBLIOGRAFÍA

WEB DEL CLUB QUE CREÓ MI PADRE EN EL AÑO 2017 (en el cual soy entrenador-formador desde su constitución) y que me ha servido para guiarme en la dirección deportiva y gestión humana:

<https://www.webdelclub.com/web/index.aspx?vweb=wfpe>

<https://www.360imprimir.es/>

<https://www.habitissimo.es/presupuestos/construir-campo-futbol#:~:text=Es%20decir%2C%20si%20el%20presupuesto,unos%208.000%20%E2%82%AC%20de%20media.>

https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad_en_vallas-publicitarias_en_el-che.html?gclid=CjwKCAjw8-78BRA0EiwAFUw8LNCWYWCDEhBNmq9ID-zOmE9opMOg-gdAEkXIQFYn7rla7DjZKutTXHBoCF6IQAvD_BwE

<http://www.hazmeprecio.com/presupuesto/reforma-pista-futbol-sala>

https://www.cronoshare.com/asistente-tarea?step=5&taskid=twhk7sxuluxmu-duwb6xz&utm_source=google

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-6237>

<https://previnsa.com/plan-de-autoproteccion/#:~:text=El%20obje-tivo%20del%20plan%20de,efectivo%20ante%20situaciones%20de%20emer-gencia>

[https://www.mscbs.gob.es/campannas/campanas06/obesidadIn-fant3.htm#:~:text=En%20la%20po-blaci%C3%B3n%20adulta%20espa%C3%B1ola,varones%20\(13%2C2%25\)](https://www.mscbs.gob.es/campannas/campanas06/obesidadIn-fant3.htm#:~:text=En%20la%20po-blaci%C3%B3n%20adulta%20espa%C3%B1ola,varones%20(13%2C2%25))

<http://www.rtve.es/las-claves/la-obesidad-en-espana-2019-01-15/>

<https://comofuncionaque.com/funciones-de-una-recepcionista/#responsabilida-des>

<https://www.susociedadlimitada.com/blog/cuenta-bancaria-para-sociedad-paso-a-paso/>

https://ikastaroak.ulhi.net/edu/es/COC/EIE/EIE04/es_COC_EIE04_Contentidos/website_243_elaboracin_de los estatutos de la sociedad y otorgamiento de escritura pblica de constitucin.html

<https://www.areadepymes.com/?tit=proceso-de-constitucion-de-una-em-presa&name=Manuales&fid=pformaa>

<https://www.ifp.es/blog/que-funciones-tiene-un-contable>

https://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-restricciones-valencia-generalitat-prorroga-toque-queda-hasta-15-febrero-202101251242_noticia.html

<https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/procedimientos/G324.shtml>

<https://cluber.es/blog/cinco-formas-de-generar-nuevos-ingresos-para-un-club-deportivo>

<https://www.hostelvending.com/noticias-vending/el-ingreso-medio-por-maquina-ronda-los-4500-euros-anuales>

<https://www.google.es/maps/preview>

<https://youtu.be/DeMSYj3QRb0>

<https://www.youtube.com/c/Worldpadeltour/videos>

