

Plan de Empresa

“NextGen Football

Advisors S.L.”

Gestión Deportiva

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA
Y EL DEPORTE**



Realizado por: Àlex Pruna Zafra y Pablo González Golfín

Grupo matriculado TFG: 22023166 y 22030401

Año Académico: 2023-2024

Tutor/a: Victor Jimenez

Área: Plan de Negocio

Tabla de contenido

1. RESUMEN DEL PLAN DE EMPRESA	4
2. INTRODUCCIÓN	6
3. DEFINICIÓN O IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	7
3.1. Business Model Canvas	7
3.2. Idea de negocio	8
3.3. Misión, Visión y Valores	9
3.4. Descripción general del proyecto	10
3.5. Perfil del emprendedor	11
4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO	12
4.1. Análisis Externo	12
4.1.1. Político	12
4.1.2. Económico	13
4.1.3. Social	13
4.1.4. Ecológico	14
4.1.5. Legal	14
4.1.6. Análisis de la competencia	14
4.2. Análisis Interno	16
4.2.1. Propuesta de valor	16
4.2.2 Departamentos	16
4.3. DAFO	18
4.4. CAME	19
5. PLAN DE MARKETING	20
5.1. Público Objetivo	20
5.2. Precio y Servicio	22
5.3. Canales de Distribución	24
5.4. Objetivos	29
6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	31
6.1. Organigrama	31
6.2. Descripción y función de puestos	32
6.3. Contratos y salarios	34
7. PLAN DE OPERACIONES	36
7.1. Objetivos	36
7.2. Procesos	37
7.3. Estrategias	38
8. PLAN JURÍDICO	39
9. PLAN ECONÓMICO	41
9.1. Financiación e inversión inicial	41
9.2. Ingresos y gastos 1º año	42
9.3. Balance de situación	43
9.4. Cuenta de resultados 5 años	44
10. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	46
11. CRONOGRAMA	47

12. CONCLUSIONES	49
13. BIBLIOGRAFÍA	49
Anexo 1. Logo y colores de la empresa	55
Anexo 2. Crecimiento ingresos y gastos	55
Anexo 3. Ingresos detallados Año 1	56

Índice de Figuras

Figura 1. Business Model Canvas	7
Figura 2. Benchmarking	14
Figura 3. Análisis DAFO.	18
Figura 4. Análisis CAME	19
Figura 5. Tabla de tarifas	24
Figura 6. Canales de distribución	27
Figura 7. Organigrama NextGen FA S.L.	31
Figura 8. Salarios trabajadores NextGen FA S.L.	35
Figura 9. Inversión inicial	41
Figura 10. Ingresos y Gastos Año 1	42
Figura 11. Balance de situación	43
Figura 12. Cuenta de resultados a 5 años.	44
Figura 13. Cronograma	47
Figura 14. Logo NextGen Football Advisors S.L.	55
Figura 15. Crecimiento ingresos y gastos	55
Figura 16. Ingresos detallados Año 1	56

1. RESUMEN DEL PLAN DE EMPRESA

NextGen Football Advisors SL es una empresa dedicada a la representación y asesoría de futbolistas y big data. Nuestra sede está en México, aunque actuamos de manera internacional. Fundada por Àlex y Pablo, licenciados en Gestión Deportiva y con amplios conocimientos en el sector, especialmente en fútbol base.

Nuestra área de actuación es, principalmente, México. Descubrimos y captamos talento joven en el fútbol base mexicano y acompañamos a nuestros clientes en su sueño de convertirse en futbolistas profesionales. Hacemos de puente entre clubes y futbolistas, ofreciendo un servicio integral a estos en: Gestión de sus carreras, desarrollo personal y profesional, marketing y asesoramiento legal.

La principal propuesta de valor es ofrecer a nuestros clientes un servicio único y personalizado, donde destacar la cercanía NextGenFA.SL. - Cliente en todas las fases hasta el fútbol profesional. Centrándonos en alcanzar, no solo el máximo potencial deportivo, sino crear una marca personal de cada uno de nuestros clientes.

Además, a largo plazo, aprovechando nuestro trabajo de scouting y captación, ofreceremos a la FMF (Federación Mexicana de Fútbol) una reforma de su software de datos de los futbolistas. Facilitándoles la información del software propio de NextGenFA.SL. donde estarán, de manera más actualizada, estadísticas y datos personales de los jugadores participantes en sus ligas.

NextGen Football Advisors SL desarrolla su actividad empresarial de forma 'online', aunque somos conscientes de que gran parte del tiempo lo tendremos que invertir en viajar, reuniones con clientes...

Además de nuestros agentes FIFA, estamos divididos en 3 departamentos principales: Financiero y Legal, Marketing e Imagen y Data Analysis.

Palabras clave: Representación y asesoría de futbolistas, big data, fútbol base, scouting, captación

SUMMARY OF THE BUSINESS PLAN

NextGen Football Advisors SL is a company dedicated to the representation and consultancy of football players and big data. Our head office is in Mexico, although we operate internationally. Founded by Àlex and Pablo, graduates in Sports Management and with extensive knowledge in the sector, especially in “Under” football.

Our area of action will be, mainly, Mexico. We discover and capture young talent in Mexican under football and help our clients in their dream of becoming professional football players. We will act as a link between clubs and players, offering a comprehensive service to them in: Career management, personal and professional development, marketing and legal advice.

The main value proposition is to offer our clients a unique and personalised service, where we highlight the proximity NextGenFA.SL. - Client in all phases up to professional football. Focusing on reaching not only the maximum sporting potential, but also creating a personal brand for each of our clients.

In addition, in the long term, taking advantage of our scouting and recruitment work, we will offer the FMF (Mexican Football Federation) a reform of their football player data software. We will provide them with the information from NextGenFA.SL's own software where they will have the most updated statistics and personal data of the players participating in their leagues.

NextGen Football Advisors SL will develop its business activity “online”, although we are aware that we will be travelling, meetings with clients, internal meetings... most of the time.

In addition to our FIFA agents, we will be divided into 3 main departments: Financial and Legal, Marketing and Image and Data Analysis.

Key words: Football players representation and consultancy, big data, football, scouting, recruitment.

2. INTRODUCCIÓN

Cuando nos propusimos realizar juntos el Trabajo de Final de Grado, pensamos en qué nos gusta a ambos (en este caso el fútbol) y qué nos atraía tanto como para hacer un trabajo diferente. La representación, así como la captación de talento entra dentro de esas cosas relacionadas con el fútbol que nos llaman la atención y nos generan curiosidad. Esto sumado a un conocimiento, sobre el tema en México y las debilidades que tiene el país para captar talento en edades tempranas o lugares no profesionales. Así como la facilidad que hay en España, acabamos cayendo en la idea de crear “NextGen Football Advisors S.L.”

Existe un grave problema en el fútbol mexicano debido a la estructura de este. Hay una gran mayoría de jugadores que pasados los 23 años dejan de tener cabida, ya que el concepto filial es inexistente pues el siguiente equipo después del profesional es el Sub23.

Esta estructura deja sin oportunidades a muchos jóvenes que podrían tener cabida y ahí es dónde ponemos nuestro énfasis. Ofrecemos nuestro servicio a aquellos futbolistas que cumplen la edad para que puedan tener su oportunidad de seguir con sus carreras y que no exista el desperdicio de talento.

Por otra parte, otro de los grandes problemas del fútbol mexicano a nivel joven es la falta de datos y digitalización en estructuras de cantera o no profesionales por lo que existe mucho talento que no es detectado.

Otra de nuestras actividades principales es ofrecer el servicio a aquellos futbolistas en dichas estructuras que creamos que pueden tener una carrera longeva, así como a plan de futuro ir implementando el uso del big data para desarrollar dicha digitalización y así poder detectar y aprovechar el talento a tiempo.

Se entiende que las empresas de representación son necesarias e importantes para explotar las carreras de los futbolistas desde lo personal, competitivo y económico.

3. DEFINICIÓN O IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

3.1. Business Model Canvas

Figura 1. Business Model Canvas

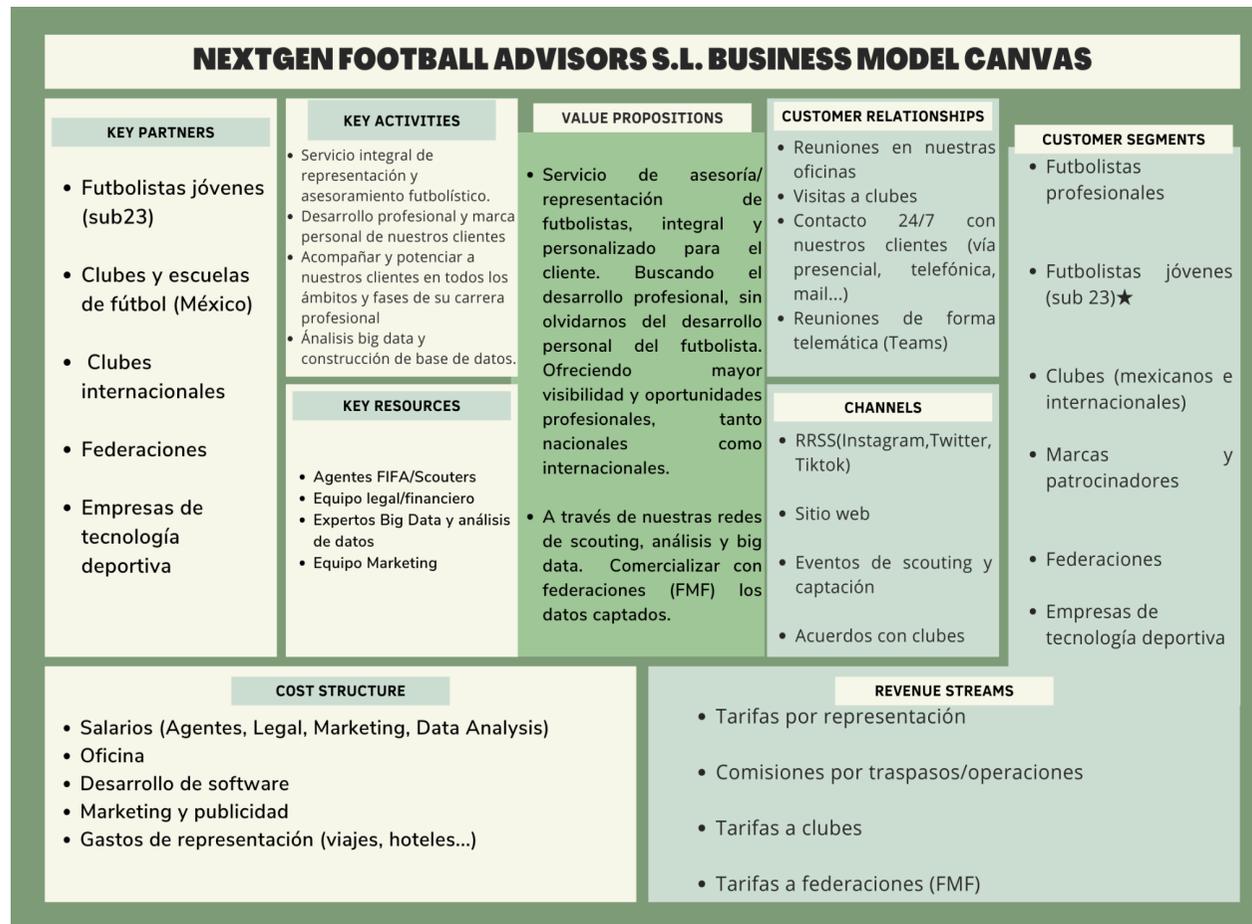


Figura 1: NextGen Football Advisors S.L. Business Model Canvas.

3.2. Idea de negocio

Nuestro proyecto se basa en dar u ofrecer oportunidades a jóvenes futbolistas, especialmente, mexicanos que no tienen cabida en el país. Ya sea por la falta de información en ligas y/o competiciones no profesionalizadas o por el sistema el cual rige el fútbol en el país donde la ausencia de filiales de equipos profesionales puede desembocar en el fin de carreras o desperdicio de talento.

En un principio la recogida de datos en ligas no profesionalizadas (donde los jugadores no constan para la Federación Mexicana de Fútbol) se realizará bajo demanda para en un futuro poder comercializar con esos datos adquiridos con la FMF para poder implantar un modelo en esas competiciones dónde no existan fugas por desconocimiento.

La actividad principal (entendiendo el apartado anterior como una actividad complementaria, pero con el mismo fin) será dar esas oportunidades a aquellos jugadores que pasan de 23 años y los cuales se quedan sin equipo o no tienen grandes ofertas medianamente atractivas. Ya que debido a la ausencia de equipos filiales y en lugar de estos la existencia de equipos sub-23 una vez pasada la edad se terminan muchas carreras.

La intención es adquirir una parte de los derechos de estos jugadores que tengan validez, pero no cabida, y poder ofrecerles la oportunidad en ligas europeas donde el sistema está mucho más estructurado y no existen límites de edades en filiales. Es decir, funcionar como sus promotores / agentes / representantes.

Este aprovechamiento de dos sistemas distintos y dos estructuras distintas es, como se conoce en países anglosajones, un WIN-WIN. Los clubes europeos tienen la oportunidad de adquirir jugadores libres con bagaje profesional o semi-profesional, el jugador ve que tiene cabida en el fútbol y ya solo dependerá de este el camino que desee encarar. El club de origen puede ser recompensado económicamente por derechos de formación cuándo antes no podría, y nosotros nos quedamos con los derechos de representación del jugador. Por lo que podríamos decir sin miedo a equivocarnos que estamos cumpliendo, además de operaciones lucrativas, una necesidad social.

3.3. Misión, Visión y Valores

Misión:

Perseguir la Excelencia en la Representación Deportiva:

- Posicionarnos como líderes en cada mercado en que operamos, maximizando la creación de valor para nuestros clientes y atractivo para el talento emergente.
- Satisfacer de manera integral las necesidades de nuestros clientes con servicios innovadores y de alta calidad, asegurando su desarrollo tanto profesional como personal.
- Expandir continuamente nuestra base de clientes y presencia en nuevos mercados, fortaleciendo nuestra competitividad y presencia global.

Optimizar la Gestión de Talento:

- Mejorar constantemente nuestros procesos y servicios para aumentar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.
- Mantener una estructura financiera robusta que respalde nuestro crecimiento y la expansión estratégica en la industria deportiva.

Promover el Desarrollo Sostenible:

- Impulsar el crecimiento económico y social en las comunidades donde operamos, a través del fomento del deporte y la formación de jóvenes talentos.
- Comprometernos con el respeto y la protección del entorno social y medioambiental, adoptando prácticas sostenibles en todas nuestras actividades.

Visión:

Ser líderes reconocidos a nivel mundial en la representación de futbolistas jóvenes, impulsando el desarrollo del talento emergente en el fútbol. Nos comprometemos a ser un pilar en el progreso de la carrera de nuestros atletas y a contribuir activamente al avance del deporte a nivel global.

Valores:

- Orientación al Cliente
Cada acción y decisión en NextGenFA S.L. está profundamente orientada hacia la satisfacción y el beneficio de nuestros atletas, asegurando un servicio

excepcional que cimienta relaciones de largo plazo basadas en la confianza y el respeto mutuo.

- Responsabilidad e Iniciativa

Fomentamos una cultura donde la responsabilidad personal y la iniciativa son claves para el éxito, permitiendo a nuestro equipo innovar y operar con flexibilidad para superar las expectativas del cliente.

- Compromiso con la Sostenibilidad

Nos dedicamos a actuar de manera ética y responsable, contribuyendo al bienestar social y preservando el medio ambiente, lo que nos permite generar valor duradero para todos nuestros stakeholders.

3.4. Descripción general del proyecto

NextGen Football Advisors S.L. es una innovadora agencia de representación y asesoramiento de futbolistas. Detectamos, desarrollamos y gestionamos talento. Especialmente nos centramos en el fútbol base mexicano, donde hemos encontrado un nicho de mercado a explotar.

Nuestro principal objetivo es llevar a nuestros clientes a conseguir su sueño, llegar al fútbol profesional. Por ello, realizamos un trabajo junto a ellos de asesoramiento, formación y representación. Además, gracias a nuestro trabajo de “scouting”, aprovecharemos para comercializar nuestra recopilación de datos con la FMF.

Los servicios que ofrecemos son los siguientes:

- Negociación y gestión de contratos
- Desarrollo personal y profesional
- Gestión profesional de RRSS
- Construcción de marca personal
- Apoyo y bienestar del futbolista
- Asesoramiento legal y financiero
- Base de datos a través de tecnología big-data

3.5. Perfil del emprendedor

Pablo González Golfín:

Co-fundador de NextGen Football Advisors S.L. Licenciado en Gestión Deportiva y gran apasionado del deporte. Especialmente del fútbol, con experiencia como segundo entrenador en fútbol base de la mano de Àlex. Experiencia en distintas empresas de la Gestión Deportiva y organización de eventos deportivos, especialmente en el sector del golf. A destacar el trato cercano con clientes y los conocimientos en RRSS. Como áreas a mejorar, resaltamos un conocimiento no muy profundo del país donde actuaremos, México.

Àlex Pruna Zafra

Co-fundador de Nextgen Football Advisors S.L. Licenciado en Gestión Deportiva, TAFAD y licencia UEFA PRO de entrenador de fútbol. Amplia experiencia de más de 10 años como entrenador así como en la coordinación y gestión de clubes.

Desde pequeño que convivo con la representación y el fútbol mexicano gracias a mi padre. Destacar la calidad humana, cercanía y conocimientos tanto del sector como del país y la idiosincrasia del futbol mexicano.

4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

4.1. Análisis Externo

Para realizar un análisis externo completo enfocado en México, consideraremos los factores PESTEL, que abarcan las dimensiones: Política, Económica, Social, Tecnológica, Ecológica y Legal. Este marco permite evaluar los factores externos que podrían impactar en una empresa como NextGen Football Advisors SL, especializada en la representación y asesoramiento de futbolistas jóvenes con un enfoque en big data.

4.1.1. Político

Estabilidad Política: México es una democracia con un sistema político estable, pero no está exento de desafíos como la corrupción y el narcotráfico, que pueden afectar indirectamente el entorno empresarial y deportivo.

Políticas Deportivas: El gobierno mexicano promueve el deporte a través de diversas iniciativas y programas. Es crucial entender cómo estas políticas apoyan el desarrollo del fútbol base y el talento joven.

Una de esas políticas y la más representativa es “Fútbol para todos México S.C. (Fútbol Más)” en colaboración con la FIFA. La intención de esta es promover el fútbol como vehículo para transmitir, a través del deporte un mensaje al desarrollo de las comunidades y aportar al desempeño personal desde la integración de grupos.

La forma en que Fútbol Más se implementa en diferentes comunidades es mediante Futbol Barrios, que funciona en puntos principales como:

1. Cambiar la dinámica de integración entre vecinos de la comunidad.
2. Formación mediante clases para actividades que permitan a los niños y niñas desarrollarse a futuro.

4.1.2. Económico

Crecimiento Económico: Analizar el crecimiento del PIB con un 3.2% en 2023 y una estimación del 3.5% en 2024 y otros indicadores económicos es fundamental para entender el poder adquisitivo de los consumidores y la inversión en deportes.

Inversión en Deporte: El nivel de inversión privada y pública en infraestructuras deportivas y en el fútbol, en particular, influye en el desarrollo de talentos y la popularidad del deporte.

4.1.3. Social

Demografía: México tiene una población joven considerable, con una gran pasión por el fútbol. Este factor es crucial para NextGen Football Advisors SL al considerar la base de talento disponible.

Cultura Deportiva: El fútbol es el deporte más popular en México, jugando un papel importante en la sociedad y la cultura. La fuerte conexión emocional con el fútbol puede influenciar positivamente en la captación de talentos y en la base de aficionados.

Educación y Formación Deportiva: La accesibilidad y calidad de la educación deportiva y las academias de fútbol son esenciales para el desarrollo de futbolistas jóvenes talentosos.

Tecnológico

Adopción de Tecnologías en el Deporte: La adopción de tecnología de big data y análisis de rendimiento en el fútbol está creciendo en México. Esta tendencia es una oportunidad para NextGenFA.SL para ofrecer servicios avanzados de análisis y representación.

Innovación en Comunicaciones: La penetración de internet y el uso de redes sociales son altos en México, ofreciendo plataformas efectivas para marketing y comunicación directa con atletas y aficionados.

4.1.4. Ecológico

Sostenibilidad en el Deporte: Hay un creciente interés por prácticas sostenibles en la gestión de eventos y clubes deportivos. NextGen FA S.L. puede integrar prácticas ecológicas en su modelo de negocio para alinearse con esta tendencia.

Impacto Ambiental de Infraestructuras Deportivas: La construcción y mantenimiento de infraestructuras deportivas deben considerar su impacto ambiental, siguiendo regulaciones y promoviendo la sostenibilidad.

4.1.5. Legal

Regulaciones Deportivas: Las leyes y regulaciones de la FIFA, así como las normativas locales sobre deporte, afectan la operación de agencias de representación y el traspaso de jugadores.

Protección de Datos y Privacidad: Con el uso de big data, es crucial cumplir con las leyes de protección de datos personales, como la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

4.1.6. Análisis de la competencia

Figura 2. Benchmarking

PROMOFUT	<ul style="list-style-type: none">- Experiencia y trayectoria: Promofut cuenta con una sólida experiencia en el campo de la representación de futbolistas, lo que puede brindar confianza tanto a los jugadores como a los clubes con los que negocian- Red de contactos: Amplia red de contactos en el mundo del fútbol,
-----------------	--

	<p>lo que les permite identificar oportunidades para sus clientes tanto en México como en el extranjero</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reputación: Mala reputación por escándalos sobre conflictos de intereses y manipulación en los últimos años
<p>ONZE SPORTS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad: Al ser una empresa relativamente nueva, Onze Sports tiene una estructura más ágil y flexible, lo que les permite adaptarse rápidamente a las necesidades - Experiencia limitada: La falta de experiencia comparada con agencias más establecidas puede ser una debilidad - Reputación menos establecida: Como agencia más nueva, Onze Sports puede enfrentarse a desafíos para establecerse como una opción de confianza para jugadores y clubes
<p>ELITE SPORTS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reputación: Han sido envueltos en demandas de jugadores por supuestos malos tratos y no ajustarse a la normativa FIFA - Experiencia y Trayectoria: Cuentan con una sólida experiencia y trayectoria en la representación de futbolistas en México

	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso social: La agencia promueve la participación en iniciativas sociales y comunitarias - Presencia: Elite sports tiene presencia en el fútbol hispanoamericano pero pese a ser una agencia mexicana, en el país no representan una buena cantidad de jugadores consolidados en primera división
--	--

Figura 2: Análisis de la competencia. Benchmarking. Elaboración Propia

4.2. Análisis Interno

4.2.1. Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor para diferenciarnos de otras agencias de representación es muy clara. Al margen de basarnos en jugadores jóvenes que, por la estructura del fútbol del país, dejan de tener cabida una vez pasan la edad de 23. Uno de nuestros puntos fuertes es el servicio totalmente personalizado y dedicado al cliente ofreciendo asistencia tanto de representación como legal, financiera y un servicio de marketing.

4.2.2 Departamentos

Marketing

Departamento específico de Marketing tanto para uso de la empresa como para ofrecer la opción del servicio a nuestros clientes. Ofrecemos a nuestros clientes la oportunidad que puedan desarrollar una estrategia de marca personal sin la

necesidad de buscar terceros; ayudándoles en futuras campañas, manejo de redes sociales, asesoramiento de prensa etc...

Financiero

Departamento específico financiero tanto para el uso de la empresa como para ofrecer a nuestros clientes el apoyo a la hora de controlar sus finanzas tanto profesionales como personales. Así como un asesoramiento de control y prevención. Es un problema común en jugadores profesionales de prácticamente cualquier disciplina el descontrol económico una vez que los atletas empiezan a generar una cantidad de ingresos que no han experimentado antes, llevando a estos a la bancarrota, problemas psicológicos, presiones etc... Con este servicio queremos evitar estas situaciones y que puedan liberarse de esa carga tanto los atletas como los familiares.

Legal

Siguiendo la idea de los departamentos anteriores, el de ámbito legal tendría la misma función, un uso para la empresa y otro para ofrecer el servicio al cliente y que no tenga la necesidad de buscar este apoyo en terceros.

Con esta forma de operar, pretendemos facilitar al cliente aspectos que suelen ser tediosos, haciendo que les quede todo muy cercano sin necesidad de tener que descentralizar su carrera profesional.

Creemos que es un win-win ya que el cliente le queda todo muy a mano y a nosotros nos sirve como una gran propuesta de valor haciendo la vida de estos más fácil, cómoda y práctica.

4.3. DAFO

Figura 3. Análisis DAFO.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Enfrentar desafíos en la protección de datos personales, especialmente al utilizar big data. Lo que requiere un cumplimiento estricto con las leyes de protección de datos. Además, la estructura del fútbol en México puede presentar limitaciones para la captación de talento en edades tempranas, lo que puede ser una debilidad que abordar</p>	<p>La competencia en el mercado de representación y asesoría de futbolistas. Además, la explotación deficiente del mercado mexicano y la falta de potenciación de talentos jóvenes en el sistema de ligas actuales representan amenazas potenciales</p>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Propuesta de valor única que ofrece servicios integrales, incluyendo representación de futbolistas, desarrollo de marca personal, asesoramiento legal y financiero, y análisis de rendimiento mediante big data. Además, la empresa tiene la capacidad de establecer relaciones con clubes a nivel internacional, lo que representa una ventaja competitiva</p>	<p>Posicionamiento en el mercado como una agencia de referencia a nivel nacional en México e internacionalmente, así como la posibilidad de ofrecer una reforma del software de datos de futbolistas a la Federación Mexicana de Fútbol. Además, la empresa puede aprovechar el creciente interés por prácticas sostenibles en la gestión de eventos y clubes deportivos para integrar prácticas ecológicas en su modelo de negocio</p>

Figura 3: Análisis DAFO. Elaboración Propia

En resumen, destacamos la necesidad de abordar desafíos en la protección de datos, la normativa de la FIFA y la competencia en el mercado. También identificamos oportunidades para posicionarse como una agencia de referencia y aprovechar tendencias en el deporte.

4.4. CAME

Figura 4. Análisis CAME

CORREGIR	AFRONTAR
<p>Corregir los desafíos en la protección de datos personales al utilizar big data, mediante la implementación de medidas de seguridad y cumplimiento estricto con las leyes de protección de datos.</p> <p>Corregir la posible limitación en la captación de talento en edades tempranas, desarrollando estrategias específicas para identificar y reclutar jóvenes talentos de manera efectiva</p>	<p>La competencia en el mercado de representación de futbolistas, mediante la diferenciación de servicios, la mejora continua de la calidad y la construcción de relaciones sólidas con clientes y clubes.</p> <p>Afrontar la falta de potenciación de talentos jóvenes en el sistema de ligas actuales, explorando nuevas oportunidades de colaboración con academias, clubes y federación para impulsar el desarrollo de futuros talentos</p>
MANTENER	EXPLOTAR
<p>Propuesta de valor única que ofrece servicios integrales y la capacidad de establecer relaciones con clubes a nivel internacional, mediante la consolidación de estas ventajas competitivas y su comunicación efectiva en el mercado.</p> <p>Mantener la posición de referencia a nivel nacional e internacional, así como la posibilidad de ofrecer una reforma del software de datos de futbolistas a la Federación Mexicana de Fútbol, a través de la mejora continua y la innovación en los servicios ofrecidos</p>	<p>El creciente interés por prácticas sostenibles en la gestión deportiva, integrando prácticas ecológicas en el modelo de negocio para diferenciarse y atraer a clientes comprometidos con la sostenibilidad.</p> <p>Explotar el posicionamiento en el mercado como una agencia de referencia y la posibilidad de ofrecer una reforma del software de datos de futbolistas a la Federación Mexicana de Fútbol, mediante la promoción activa de estos aspectos en la estrategia de marketing y comunicación de la empresa</p>

Figura 4: Análisis CAME. Elaboración Propia

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Público Objetivo

El mercado en el que operamos es el fútbol (base) mexicano. Según el “Professional Football Report 2023” de la FIFA, México tiene la mayor cantidad de jugadores profesionales (9.464). Este dato recalca la cantidad de negocio del que dispone este mercado. Sin embargo, según el Ranking FIFA, México se sitúa en decimoquinta posición. Estos dos datos nos dejan ver una explotación deficiente del mercado.

El público objetivo de NextGen Football Advisors S.L. , a pesar de ser un mercado “específico”, lo debemos segmentar en distintos apartados:

- Segmentación Demográfica

Género y Edad: Nuestro público está compuesto de jóvenes futbolistas entre 15 y 24 años. En este rango de edad abarcamos jugadores tanto de etapas formativas como jugadores en el comienzo de su carrera profesional.

Principalmente son hombres, aunque el crecimiento del fútbol femenino en México es cada vez mayor, por lo que nuestro público femenino incrementará de forma simultánea. Desde 2017, año de creación de la Liga MX Femenil, el fútbol femenino ha ido rompiendo récords año tras año. Según la empresa de investigación de mercados Nielsen IBOPE, *“Las marcas se han interesado, cada vez más, en invertir en las ligas femeniles de fútbol, cuyo crecimiento reportado es de 146%; afirma la empresa de investigación de mercados Nielsen IBOPE”*. (Redacción Tecnoempresa, 2022)

- Segmentación Geográfica

Mercado Local (México): Geográficamente, nos centramos en aquellas regiones con más población y mayor cantidad de escuelas/clubes de fútbol. Destacamos, en primer lugar, el Estado de México. Cuenta con 16.992.418 habitantes (CONAPO e INEGI), además es el estado con más equipos de fútbol (18 clubes), destacando América, Pumas y Cruz Azul. En segundo lugar, el Estado de Jalisco. Cuenta con 8.348.151 habitantes, además es una de las regiones con mayor número de campos de fútbol y escuelas, destacando Chivas y Atlas. Por último, destacamos la región de Nuevo León. Los clubes más famosos son Tigres UANL y Monterrey, además es uno de los estados con mayor número de ligas amateurs y juveniles.

Una vez segmentado nuestro público objetivo, vamos a exponer 4 de nuestros principales clientes y a resolver las necesidades que demandan:

Jóvenes Futbolistas

Este perfil de cliente, el principal, está representado por futbolistas de distintas edades (de 15 a 24 años). Los cuales tienen distintos objetivos, en función de la fase de desarrollo en la que se encuentren. En aquellos futbolistas que se encuentren más cerca del fútbol profesional incidiremos, en mayor medida; en la gestión de contratos, creación de una marca personal, gestión de la presión mediática... Sin embargo, a aquellos clientes que se encuentren en su fase de formación; nos centraremos en su desarrollo deportivo (sin dejar de lado el educativo), crecimiento y acondicionamiento físico y nutritivo, instrucción táctica...

Academias y Escuelas de Fútbol

Relacionado con nuestros principales clientes; las academias y escuelas de fútbol son un potencial cliente. Llegar a acuerdos con estas puede ser beneficioso para ambos, estas nos abastecen jugadores mientras se benefician de primas en futuros traspasos de estos y la ventaja competitiva de tener un acuerdo con una agencia de representación.

Clubes de fútbol

Los principales beneficiados de nuestros clientes son los clubes, tanto a nivel nacional como internacional. Establecer alianzas con estos, "ahorrándoles" su trabajo de scouting y nutriendo sus plantillas con jóvenes talentos.

Federaciones (FMF)

Por último, pensando a largo plazo, las federaciones tanto estatales como nacional son potenciales clientes. Una vez creada una base de datos potente con jugadores "sub", comercializar con esta con el fin de ofrecer una actualización a las federaciones de los datos y estadísticas de sus jugadores.

5.2. Precio y Servicio

A continuación, vamos a describir los distintos servicios que ofrecemos en NextGen Football Advisors S.L. Especialmente nos vamos a centrar en nuestra actividad principal, la representación y asesoramiento de jóvenes futbolistas mexicanos. Este incluye:

- Negociación de contratos:
Parte más destacada y principal de la representación. Gestionar los contratos de nuestros clientes principales (futbolistas) con clubes (clientes “secundarios”). Nos encargamos de lograr las mejores condiciones para nuestros clientes; negociando salario, cláusulas, bonus por objetivos... Además, debemos ser precisos en temas de renovación. En función del rendimiento de nuestro cliente.

- Asesoramiento Legal y Financiero
Nuestra principal propuesta de valor es el servicio integral y personalizado a cada uno de nuestros clientes. Según un artículo de la revista Sports Illustrated, *“el 80% de las estrellas del deporte acaban arruinadas”* (El Mundo, 2020). Por esto, ofrecemos un asesoramiento financiero y legal a nuestros clientes. Con el que poder labrar juntos un colchón económico, fuera de los terrenos de los juego.

- Creación y Gestión de la marca personal
Instruir y ayudar a nuestros clientes a que creen una marca personal propia y potente. Mejorar su presencia en RRSS, negociar acuerdos de patrocinio, potenciar su imagen pública... Además de formarle en sus interacciones con medios de comunicación.

- Apoyo emocional y orientación para el bienestar
“Un estudio de FIFPRO realizado en el año 2015 reveló que el 38% de los futbolistas profesionales en activo ha sufrido síntomas de depresión” (FIFPRO, 2015) Estar en el foco mediático no es fácil y en el mundo del fútbol pasar del éxito al fracaso puede ser cuestión de segundos. A esto hemos de añadir que son personas jóvenes a las que no les resulta fácil gestionar determinadas situaciones. Por esto ofrecemos servicios de psicología deportiva a nuestros clientes, con el objetivo de que a través de estos logren gestionar de manera más óptima sus emociones en distintos escenarios.

- Bases de datos sobre futbolistas a través de big data
 Conforme a nuestros objetivos a largo plazo y gracias a nuestro trabajo de captación y scouting. Ofrecemos a las federaciones, especialmente a la FMF, la posibilidad de crear una base de datos, a través de big data, de los futbolistas “sub” que participan en sus ligas.
 Una de las áreas de mejora que hemos observado en el fútbol base mexicano, es la falta de datos de jugadores “sub” fuera de canteras/clubes Liga MX. Por lo tanto, estamos convencidos de que las federaciones nacionales y regionales podrían beneficiarse mucho de este servicio.

Nuestros servicios tienen un precio base y unas comisiones. El precio base es de 3.000 pesos mexicanos (MXN), 168,93€. Esta tarifa es mensual para todos nuestros clientes, y con ella van incluidos todos nuestros servicios. En función del progreso y avances de nuestros clientes, cobramos comisiones por: Salario del cliente, 5%; Contrato, 10%; Traspaso, 10%; Contrato de patrocinio, 8%. Por último, los servicios de psicología para nuestros clientes tienen un precio por sesión de 887,96 MXN (50€)

En la Figura 5, mostramos nuestras tarifas en forma de tabla.

Figura 5. Tabla de tarifas

PRECIO BASE 3.000 MXN/mensuales (168,93€)	
Comisiones	Porcentaje
Salario del cliente	5%
Firma de contrato	10%
Traspaso del cliente	10%
Contrato de patrocinio	8%
Sesión de psicología deportiva 887,96 MXN (50€)	

Figura 5: Tabla de tarifas NextGen FA S.L. Elaboración Propia

5.3. Canales de Distribución

La promoción y distribución de NextGen FA S.L. es diferente a la de cualquier empresa “tradicional” en el ámbito deportivo. Nuestro objetivo es alcanzar clientes, como cualquier negocio. Sin embargo, debemos segmentar entre un gran número de potenciales clientes. Los servicios que ofrecemos son muy completos y especializados, por lo que no podemos malgastar nuestros recursos en futbolistas que no tienen potencial para llegar a la élite. Es por esto que no podemos hacernos llegar a todos nuestros potenciales clientes. Son nuestros agentes los que deben captar a los clientes correctos y a los que, verdaderamente, creemos tienen un futuro en el fútbol profesional.

Estas razones son las que nos llevan a desarrollar nuestro plan de marketing de forma “comedida”. Este lo dividimos en dos secciones, MK Presencial y MK Digital.

Centrando la mayoría de nuestros recursos en el MK Digital:

Digital

El canal principal es nuestra página web. Destaca por su funcionalidad y sencillez a la hora de navegar. Según accedes te introduce a una landing page con un diseño atractivo, en donde se muestra el nombre y logo de NextGen FA S.L. Debajo están los siguientes apartados:

→ ¿Quiénes somos?

Una breve explicación de NextGen FA S.L. Destacamos la filosofía de la empresa y nuestra propuesta de valor, un servicio integral y personalizado a nuestros clientes. Debajo encontramos una foto y descripción de cada miembro del equipo, detallando su labor dentro de la empresa.

→ Servicios

En este apartado explicamos de forma organizada, visual y detallada los servicios que ofrecemos a nuestros clientes. Representación, Asesoría Financiera, Legal, Construcción de marca personal...

→ NextGen Players

En esta sección mostramos a nuestros principales clientes, los futbolistas. Mostramos una imagen suya con una breve descripción de cada uno; Club al

que pertenece, Edad, Posición... Además al final de la página encontramos testimonios de jugadores sobre nuestros servicios.

→ Contacto

En primer lugar encontramos un pequeño formulario con: Nombre, Teléfono, Correo Electrónico y Mensaje. Enfocado a futbolistas, clubes, federaciones... que deseen realizar alguna consulta. Debajo de esto tenemos nuestras vías de contacto: Correo Electrónico, Teléfono, X, LinkedIn e Instagram. Además, nuestro correo electrónico y teléfono están en la parte inferior de todas las páginas de nuestra web.

Nuestros canales secundarios vía digital son los siguientes:

- X

Conocido como "Twitter", permite a los usuarios publicar y comunicarse a través de "tweets". Estos son mensajes breves, con un límite de caracteres, los cuales permiten incluir fotos, vídeos y enlaces. Es utilizado por millones de usuarios, empresas, celebridades, políticos... Para compartir noticias, comunicados, comentarios de actualidad...

En esta red social compartimos actualizaciones sobre nuestra actividad empresarial, noticias de la industria del fútbol, actualizaciones sobre nuestros clientes...

- Instagram

Es una red social centrada en el contenido visual, permite a sus millones de usuarios compartir fotos y vídeos a través de publicaciones en sus perfiles. Los usuarios interactúan en estas a través de comentarios. Además permite publicar "stories" las cuales son visibles durante 24 horas.

Publicamos fotos y vídeos sobre nuestros jugadores; logros, estadísticas, progresos, actualizaciones de sus carreras... Además mostraremos los servicios que ofrecemos a nuestros clientes; formación a nuestros jugadores sobre marca personal, firma de contratos...

- LinkedIn

Es una red social diseñada para el networking y construcción de relaciones profesionales. Permite crear perfiles a empresas y trabajadores detallando su actividad, habilidades, servicios, experiencia...

En LinkedIn establecemos alianzas con academias, clubes de fútbol y demás agentes de la industria del fútbol. En esta red social publicaremos artículos sobre la industria, el progreso de nuestros clientes, explicación detallada de nuestros servicios etc.

Física

Como hemos comentado previamente, los canales de distribución físicos serán “secundarios”. Nuestros principales vías de distribución físicas son:

- Eventos

Ocasionalmente realizamos eventos/conferencias con agentes de la industria del fútbol; clubes, federaciones, empresas del sector, entrenadores, futbolistas profesionales... Estas conferencias tratan sobre temas relevantes y de actualidad en la industria, por ejemplo: “Introducción del big data en el fútbol”, “Psicología deportiva en jugadores”...

Nuestro principal objetivo con estos eventos es realizar networking y establecer contacto con agentes de la industria.

- Colaboraciones con Academias y Clubes

Este canal de distribución es un poco “especial”. Llegamos a acuerdos con academias y clubes de fútbol para que nos recomienden a sus jugadores y nos envíen estadísticas e informes sobre potenciales jugadores que nos puedan interesar. Ellos, a cambio, se benefician de primas de fichajes en los futuros traspasos de nuestros jugadores.

En la figura 6, se muestra un esquema de forma clara y visual con nuestros canales de distribución.

Figura 6. Canales de distribución

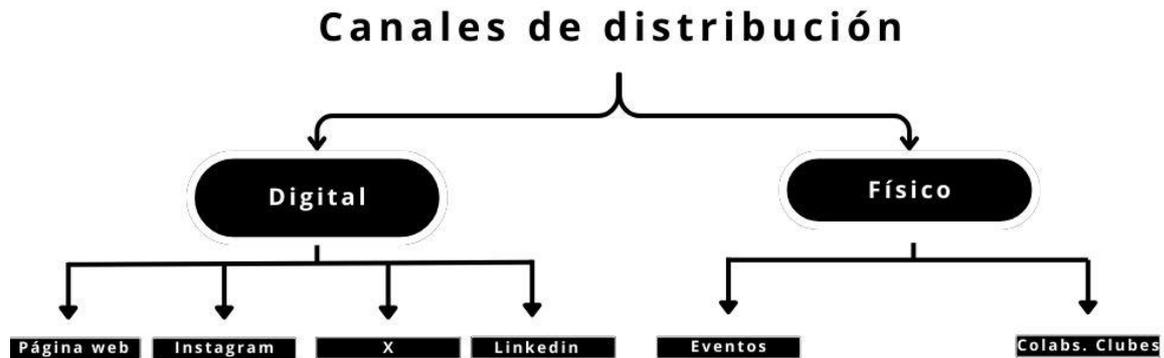


Figura 6: Canales de distribución NextGen FA S.L. Elaboración Propia.

SEO y SEM

- SEO (Search Engine Optimization)

El SEO son las acciones que realizamos, sin pagar de forma directa por anuncios, con el objetivo de posicionar NextGenFA S.L. de la mejor forma posible en los motores de búsqueda (Google, Bing...)

Las medidas que tomamos en el SEO son:

- Identificar palabras clave relevantes (representación, asesoría, futbolistas, gestión de carreras futbolísticas...)
- Optimización de nuestra web, implementar estas palabras clave y “ayudar” al motor de búsqueda a comprender nuestra página web.
- Construcción de enlaces, obtener enlaces entrantes desde distintos sitios web de “calidad” (Escuelas de fútbol, blogs deportivos...)
- Fomento de reseñas, hacer que nuestro negocio en Google Business tenga el mayor número de reseñas de nuestros clientes.

- SEM (Search Engine Marketing)

El SEM son herramientas de publicidad pagada, principalmente utilizamos Google Ads y anuncios en nuestras RRSS, con el fin de aumentar nuestra visibilidad.

KPIS (Keys Performance Indicators)

Vamos a detallar las herramientas que utilizamos para medir el rendimiento de nuestras estrategias de marketing. Estas KPIS nos permiten analizar las métricas en base a los resultados y detectar nuestras áreas de mejora. Nuestros KPIS son los siguientes:

- Número nuevo de clientes
Medimos el número de nuevos clientes que adquirimos cada trimestre.
- Retención de clientes
Medimos el porcentaje de clientes que permanecen en la agencia año tras año
- Engagement en RRSS
Analizamos el incremento de seguidores trimestralmente en nuestras RRSS y medimos el promedio de interacciones en cada publicación
- Página Web
Analizar el número de visitas a la web trimestralmente y estudiamos la tasa de conversión de este (% de clientes que completan una acción en la web)
- SEO y SEM
Utilizamos distintas herramientas como el ROI y CTR. Para medir la efectividad de nuestra inversión en “publicidad” digital.
- Satisfacción del cliente
Realizamos encuestas, periódicamente, de satisfacción a nuestros clientes. Además llevamos a cabo encuestas NPS, con el fin de saber que nivel de recomendación sobre nuestros servicios tienen nuestros clientes.
- Análisis de los eventos
Medimos datos sobre los eventos que realizamos. Número de asistentes, perfil de agentes de la industria que asisten, feedback de los asistentes sobre estos...

5.4. Objetivos

Los objetivos del plan de marketing los dividimos según el tipo de canal de distribución: Objetivos para canales digitales y Objetivos para canales presenciales. Principalmente, nuestro objetivo es hacernos un nombre dentro del sector. Darnos a conocer a todos los agentes que engloban la industria del fútbol, específicamente en

México. Según el progreso y el crecimiento de NextGen FA S.L. estableceremos metas más ambiciosas. Los objetivos son los siguientes:

- Objetivos de canales digitales

- Visitas a nuestra web

Conseguir de media, al menos, 10 formularios de consulta al mes en el primer año.

Conseguir una tasa de conversión del 5% en el primer año.

Atraer a 2.000 visitantes a nuestra página web al mes al final del primer año.

- Crecimiento en Instagram

Lograr 5.000 seguidores, la mayoría relacionados con la industria, en el primer año.

Publicar 2 posts semanales e stories cada 2 días en el primer año.

Conseguir una “tasa de engagement” en nuestras publicaciones del 5% en el primer año.

- Crecimiento en X

Llegar a 3.000 seguidores en el primer año.

Lograr una media de 100 retweets en el primer año.

Interactuar con nuestros seguidores en los primeros 6 meses en menos de 24 horas.

- Objetivos para LinkedIn

Conectar con mínimo 500 contactos en los primeros 8 meses. La mayoría agentes de la industria.

Publicar 1 artículo al mes en el primer año, sobre un tema de actualidad en la industria del fútbol.

- Objetivos de canales físicos

- Realización de eventos y conferencias

Organizar al menos 10 eventos en el primer año. Al menos debemos conseguir 100 nuevos contactos dentro de la industria en el primer año, una media de 10 nuevos contactos por evento.

- Asociaciones con academias/clubes/escuelas
Establecer 5 asociaciones en los primeros 6 meses, obtener información y análisis sobre potenciales clientes de estas.
Realizar formaciones y charlas en estas con el objetivo de mostrar a los jugadores los servicios que ofrecemos en NextGenFA S.L. y la importancia de estos para su futuro.

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

A continuación, desarrollamos nuestro plan de recursos humanos. Como hemos comentado, NextGen FA S.L. está dividida en 4 departamentos. Los cuales se encargan de los principales servicios que ofrecemos a nuestros clientes, además de la gestión de la empresa. Por otro lado contamos con 3 agentes FIFA, los cuales realizan el papel de representante como tal y colaboran con los distintos departamentos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

6.1. Organigrama

Figura 7. Organigrama NextGen FA S.L.

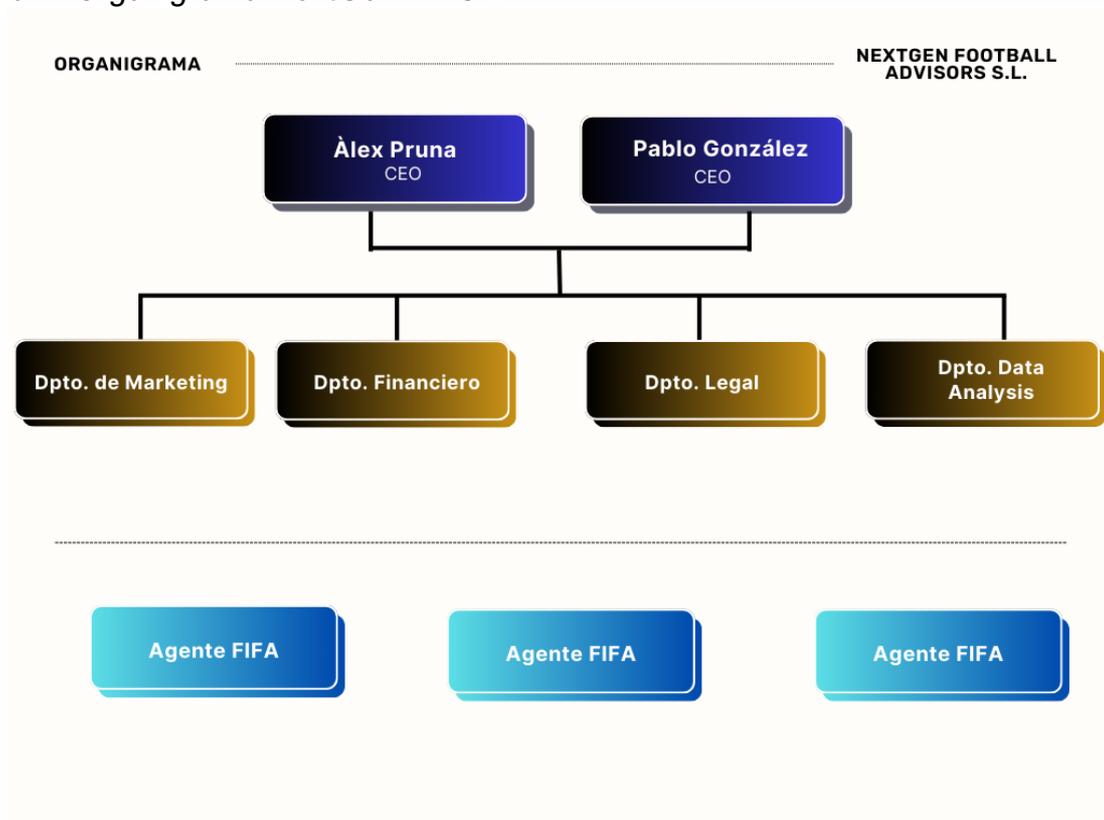


Figura 7: Organigrama NextGen Football Advisors S.L.. Elaboración Propia

6.2. Descripción y función de puestos

NextGen Football Advisors S.L. está dividido en 4 departamentos. En cada departamento tenemos a 2 trabajadores. Àlex y Pablo, fundadores, realizan el papel de CEOs dentro de la agencia. Además contamos con 3 agentes FIFA, los cuales son los representantes de nuestros clientes y colaboran con los distintos departamentos. A continuación vamos a explicar los distintos perfiles. dentro de cada departamento, y a comentar las funciones de cada uno:

- CEOs (Àlex y Pablo)

Fundadores de NextGen FA S.L. y CEOs de esta. Somos los máximos responsables del éxito de la empresa. Lideramos la dirección estratégica y tomamos las decisiones que deciden el rumbo de la agencia.

Funciones:

- Definir la visión y misión de NextGen FA S.L.
- Implementar estrategias para alcanzar los objetivos empresariales
- Representar a la empresa en negociaciones y relaciones con socios
- Supervisión de operaciones y resultados

- Dpto. de Marketing

Como hemos comentado en este departamento, como en todos, disponemos de 2 trabajadores. Desarrollan y ejecutan estrategias para dar visibilidad a nuestra agencia. Además, deben colaborar con nuestros Agentes FIFA y clientes (jugadores) para formarlos en creación de marca personal, RRSS...

Funciones:

- Diseño y ejecución de campañas de marketing digital y físicas
- Gestión de contenido en RRSS
- Estudios sobre comportamientos y tendencias de nuestro público objetivo
- Organización de conferencias y eventos/ferias comerciales

- Dpto. Financiero

Disponemos de 2 trabajadores en el dpto. financiero. Deben gestionar la contabilidad y finanzas de NextGen FA S.L. de forma más eficiente posible. Además, deben colaborar con nuestros clientes formales en conocimientos financieros para su futuro.

Funciones:

- Creación de presupuestos
- Administración de cuentas y auditorías internas en cada dpto.
- Informes de viabilidad para próximas acciones
- Formaciones de educación financiera a clientes

- Dpto. Legal

Compuesto por 2 trabajadores, protegen los intereses de la empresa en todas las cuestiones legales. Se encargan de gestionar los apartados legales de todas las acciones que llevamos a cabo.

Funciones:

- Revisión, negociación y redacción de contratos con clientes
- Actualización de posibles cambios de legislación que afecten a la empresa
- Representación de la empresa en procedimientos legales
- Asesoramiento en cierre de contratos de clientes
- Formación legal que ayude a nuestros futbolistas

- Dpto. Data Analysis

Nuestros dos analistas se encargan de recolectar y analizar datos sobre nuestros clientes y potenciales clientes. Su trabajo, de cara a largo plazo, es crear bases de datos sobre los jugadores base del fútbol mexicano.

Funciones:

- Recolección de datos y estadísticas sobre el fútbol base mexicano
- Análisis de estadísticas sobre nuestros clientes
- Creación de base de datos para posibles federaciones

- Agentes FIFA

Contamos con tres agentes de futbolistas, con las credenciales FIFA. Su función es representar a nuestros jugadores en todas sus interacciones con clubes, patrocinadores... Realizan de intermediario con todos los entornos laborales del futbolistas, además de realizar asesoramiento personal a estos.

Funciones:

- Negociar contratos y traspasos del jugador
- Proporcionar asesoramiento sobre su carrera deportiva y extradeportiva
- Colaborar con los demás dptos para ofrecerle a los clientes el mejor asesoramiento
- Gestión de la logística para traslados y demás de los clientes

6.3. Contratos y salarios

En NextGen Football Advisors S.L. todos los contratos son indefinidos. Nos guiamos por la Ley Federal del Trabajo de México. En estos contratos indefinidos, para cumplir con el marco legal mexicano, detallamos la siguiente información:

- Especificamos de forma clara el título, funciones y responsabilidades de cada trabajador. Con el objetivo de evitar dudas y posibles ambigüedades en el desarrollo de la actividad
- Según el artículo 39-A de la Ley Federal del Trabajo, establecemos un periodo de 30 días de prueba para los trabajadores. Pasado este tiempo, evaluamos las competencias de cada trabajador y tomamos una decisión
- En cuanto al salario, cada trabajador tiene un sueldo base. Basándonos en los artículos 85 y posteriores de la Ley Federal del Trabajo: Trabajadores de dptos, 1500€. Agentes FIFA, 2000€. CEOs, 2500€

Debido a nuestra actividad empresarial, los agentes FIFA cobran incentivos en función de los clientes que traigan. La mitad de las comisiones serán para ellos y la otra mitad para NextGenFA S.L. Además en función del cumplimiento de objetivos, los demás trabajadores tendrán incentivos y aumentos de salario

- Según lo estipulado en los artículos 58-68. Establecemos horarios de trabajo, horas semanales, días laborables etc. Agentes FIFA y CEOs tendrán un horario “especial” al contar con, quizá, reuniones fuera de su horario. Todas estas horas contarán como horas extra y tendrán su compensación

Además, todos nuestros trabajadores estarán registrados en el IMSS. El cual gestiona la “seguridad social” de los trabajadores en México. Brinda atención médica, seguro sobre riesgos de trabajo, pensiones, seguro de desempleo... Según el IMSS, las aportaciones que nos corresponden como empresa por trabajador son de 25% del salario de cada uno. En este porcentaje se incluye: Seguro de Enfermedad y Maternidad, Seguro de Riesgos del Trabajo, Seguro de Invalidez y Vida, Seguro de Retiro y vejez, Cuota para el Infonavit y Guardería y prestaciones sociales. En la figura 8, reflejamos los salarios brutos percibidos por nuestros trabajadores.

Figura 8. Salarios trabajadores NextGen FA S.L.

Sueldos:		
GASTOS PERSONAL	Número	Sueldo Bruto
CEOs	2	2.500 €
Agentes FIFA	3	2.000 €
Dpto. Marketing	2	1.500 €
Dpto. Legal	2	1.500 €
Dpto. Financiero	2	1.500 €
Dpto. Data Analysis	2	1.500 €

Figura 8: Salarios NextGen Football Advisors S.L.. Elaboración Propia

7. PLAN DE OPERACIONES

Resume todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos o prestación de servicios como es en nuestro caso.

En nuestro caso vamos a dividir estos aspectos en 3 grupos:

7.1. Objetivos

A corto plazo (1/2 años), buscamos establecernos de forma estable en el sector. Darnos a conocer en el país donde actuamos, México, y establecer una “cartera” de clientes considerable, buscar asociaciones con academias, escuelas y clubes con las que nutrirnos. Además, tenemos la intención de elaborar bases de datos de manera significativa en el transcurso de este año o dos, teniendo en cuenta nuestro servicio adicional de bases de datos a federaciones.

A medio plazo (3/5 años), pretendemos ser una empresa reconocida en México. Con una amplia cartera de clientes, con la que poder empezar a negociar contratos

profesionales. Buscamos expandir nuestro mapa de acción por toda América, captando clientes y negociando con clubes de distintos países (Argentina, Brasil, EEUU...)

A largo plazo (10 años), nuestro objetivo es ser una de las agencias de representación líderes en América y de las más reconocidas a nivel mundial. Buscamos firmar acuerdos con clubes internacionales, de Europa especialmente. Además de llevar a cabo un crecimiento interno considerable.

Para abordar clientes y empezar a crear una buena base de futbolistas, nos basaremos primero en hacer un corte de aquellos que pasan de ser sub23 o que estén cerca. Centrándonos de los 19 hasta 23 años para hacer un estudio de cuáles no ha tenido participación en el primer equipo ya que entendemos que serán los que les va a costar tener cabida en el fútbol profesional.

Ligado a este punto, buscamos crear convenios con academias y/o las canteras de los clubes para facilitar el contacto con estos jugadores, ya que a los clubes les interesa que estos jugadores que van a quedarse a las puertas del fútbol profesional puedan salir en un futuro ya que reciben recompensa económica por derechos de formación. Buscaremos a través de contactos existentes cerrar reuniones para presentarles el proyecto y hacerles entender que es un beneficio para ellos ya que no tendrán que lidiar con situaciones desagradables y pueden recibir ingresos en el futuro.

Para empezar a dar forma al proyecto de la futura obtención de datos, buscaremos concretar reuniones para plantear el proyecto a distintas empresas que su función es generar los datos a través de la inteligencia artificial audiovisual como por ejemplo BePro, Veo Sports o WAME Sports. Es importante recalcar que estas empresas generan el dato pero no lo tratan ya que de eso nos encargaremos nosotros a través de terceros para en un futuro unificarlo y poder crear otra oportunidad de propuesta de valor ya no solo a jugadores sino a clubes y federación.

7.2. Procesos

Para abordar clientes y empezar a crear una buena base de futbolistas, nos basaremos primero en hacer un corte de aquellos que pasan de ser sub23 o que estén cerca, centrándonos de los 19 hasta 23 años para hacer un estudio de cuáles no ha tenido participación en el primer equipo ya que entendemos que serán los que les va a costar tener cabida en el fútbol profesional.

Ligado a este punto, buscamos crear convenios con academias y/o las canteras de los clubes para facilitar el contacto con estos jugadores, ya que a los clubes les interesa que estos jugadores que van a quedarse a las puertas del fútbol profesional puedan salir en un futuro ya que reciben recompensa económica por derechos de formación. Buscaremos a través de contactos existentes cerrar reuniones para presentarles el proyecto y hacerles entender que es un beneficio para ellos ya que no tendrán que lidiar con situaciones desagradables y pueden recibir ingresos en el futuro.

Para empezar a dar forma al proyecto de la futura obtención de datos, buscaremos concretar reuniones para plantear el proyecto a distintas empresas que su función es generar los datos a través de la inteligencia artificial audiovisual como por ejemplo BePro, Veo Sports o WAME Sports. Es importante recalcar que estas empresas generan el dato pero no lo tratan ya que de eso nos encargaremos nosotros a través de terceros para en un futuro unificarlo y poder crear otra oportunidad de propuesta de valor ya no solo a jugadores sino a clubes y federación.

7.3. Estrategias

Como estrategias a los puntos anteriores, buscaremos siempre reuniones presenciales ya que entendemos que es beneficioso y que podemos vender mejor la idea de forma que podemos estar presentes frente a un cliente, club o empresa.

La intención es hacer entender que es un proyecto que empieza de cero pero que es ambicioso para todos los que participen en él, ya que no solo buscamos el beneficio personal sino de todas aquellas partes involucradas, algo que creemos que tenemos

muy desarrollado y que puede ser beneficioso para todos tanto clientes, clubes o empresas asociadas.

8. PLAN JURÍDICO

En nuestro caso hemos decidido que el modelo de sociedad sea limitada ya que creemos que se ajusta perfectamente a las necesidades iniciales a las que responde la empresa. En México las características para la fundación de una sociedad limitada son:

CAPITAL INICIAL

El capital mínimo es de \$3,000 pesos. Es necesario y obligatorio que los socios hagan una aportación inicial, cuyo monto debe asentarse en los estatutos del acta constitutiva.

Cada socio debe aportar inicialmente al menos el 50 por ciento de su participación total.

ADMINISTRACIÓN

Esta sociedad puede ser operada por un gerente o varios administradores, ya sean socios o personas ajenas a la sociedad.

Estos responsables de la empresa serán designados por la junta de socios, ya sea de manera temporal o indeterminada.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad de los socios frente a terceros es únicamente hasta el monto de sus aportaciones a la sociedad.

En caso de que se incurra en deudas, los socios solo deberán responder en proporción a sus aportaciones.

FONDO DE RESERVAS

No existe un límite de ingresos, pero de las utilidades netas se debe separar anualmente el 5% para el fondo de reserva.

REQUISITOS

Se necesita que existan al menos dos socios y máximo 50.

Tener claridad de los elementos que los socios registrarán en el acta constitutiva.

PASOS

Solicitar la autorización de uso de la denominación o razón social:

Uno de los interesados, socios o accionistas pueden hacer esta solicitud a través del Módulo Único de Autorizaciones.

Solicitar los servicios de un fedatario público quien se encarga de:

Crear el acta constitutiva de la sociedad.

Dar aviso de uso.

Inscribir la sociedad en el Registro Público de Comercio.

Acudir al Servicio de Administración Tributaria con el acta constitutiva y el Registro Público de Comercio, inscribir la sociedad en el Registro Federal de Contribuyentes y obtener la e-firma de la sociedad.

9. PLAN ECONÓMICO

9.1. Financiación e inversión inicial

La inversión inicial para la fundación y comienzo de la actividad empresarial de NextGen FA S.L. es de 11.380 €. Al ser una empresa cuyo funcionamiento es vía “online” las únicas inversiones que realizamos son: Equipos informáticos, Campaña de Marketing y Desarrollo de la web.

La financiación inicial por parte de los socios a partes iguales, es de 42.966€. Por otro lado, contamos con una financiación externa. A través de un préstamo de 18.414€, a devolver en 4 años y 6 meses.

Figura 9. Inversión inicial

INVERSIONES	Valor	Vida útil	Amortización		
Equipos Informáticos	10.400 €	3	3.467 €		
Marketing	800 €	1	800 €		
Página web	180 €	2	90 €		
TOTAL INVERSIÓN	11.380 €		4.357 €	TOTAL AMORTIZACIÓN	
Provisión de Fondos	50.000 €				
	Cantidad	Peso	Coste antes impuestos	Coste después impuestos	
TOTAL DE RECURSOS	61.380 €			8,85%	WACC
Recursos Ajenos	18.414 €	30%	5%	3,75%	25%
Recursos Propios	42.966 €	70%	11,04%	11,04%	
			Beta Sector desapalancada Damodaran	1,01	
			Beta proyecto	$\beta_e = \beta_A \left[1 + \frac{D}{E} (1 - t) \right]$	1,3346
	RF	2,10%			
	(Em -RF)	6,70%			

Figura 9: Inversión inicial y financiación NextGen FA S.L. Elaboración

9.2. Ingresos y gastos 1º año

A continuación mostramos, en la figura 10, una simulación de los ingresos y gastos obtenidos en el primer año.

Figura 10. Ingresos y Gastos Año 1

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS													
Ingresos por matrícula	676 €	1.014 €	1.858 €	2.534 €	3.379 €	5.237 €	7.940 €	9.460 €	10.474 €	10.980 €	11.487 €	11.994 €	77.032 €
Ingresos por comisiones	1.200 €	1.800 €	3.300 €	4.500 €	6.000 €	9.300 €	14.100 €	16.800 €	18.600 €	19.500 €	20.400 €	21.300 €	136.800 €
Ingresos por servicios psicología	200 €	300 €	550 €	750 €	1.000 €	1.550 €	2.350 €	2.800 €	3.100 €	3.250 €	3.400 €	3.550 €	22.800 €
INGRESOS TOTALES	2.076 €	3.114 €	5.708 €	7.784 €	10.379 €	16.087 €	24.390 €	29.060 €	32.174 €	33.730 €	35.287 €	36.844 €	236.632,08 €
GASTOS													
Equipos Informáticos	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	867 €	10.400 €
Seguro	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	1.200 €
Publicidad	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	1.200 €
Página Web	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	15 €	180 €
Sueldos	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	23.000 €	276.000 €
Seguridad social	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	5.750 €	69.000 €
GASTOS TOTALES	29.832 €	29.832 €	29.832 €	29.832 €	29.832 €	29.832 €	29.832 €	357.979,92 €					
EBITDA	- 27.756 €	- 26.718 €	- 24.123 €	- 22.048 €	- 19.453 €	- 13.745 €	- 5.442 €	- 772 €	2.342 €	3.899 €	5.456 €	7.012 €	- 121.347,84 €
Amortizaciones	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	4.356,67 €
EBIT	- 28.119 €	- 27.081 €	- 24.486 €	- 22.411 €	- 19.816 €	- 14.108 €	- 5.805 €	- 1.135 €	1.979 €	3.536 €	5.093 €	6.649 €	- 125.705 €

Figura 10: Ingresos y Gastos 1º año NextGen Football Advisors S.L.. Elaboración Propia

Debemos destacar la cantidad de gastos realizados en este primer año. Donde el gasto más significativo es el salario de nuestros 13 empleados. Además de los gastos en equipos informáticos, marketing, página web...

Debido a nuestra actividad comercial, en la simulación de ingresos destacamos las comisiones comentadas en la Figura 5. Nuestra mayor fuente de ingresos.

En el Anexo 2, Figura 15, ampliamos la estimación de clientes que obtenemos cada mes en este primer año. Destacamos la subida de ingresos en julio y agosto debido a los cierres de temporada e inicios del mercado de fichajes.

Nuestro resultado a final del primer año de actividad es, significativamente, negativo. Sin embargo, como hemos mencionado, debemos comprender el mercado en el que nos encontramos y el periodo de crecimiento de nuestros clientes, por los cuales apostamos a medio/largo plazo.

9.3. Balance de situación

En la figura 11 podemos observar el balance de situación a final del primer año de actividad.

Figura 11. Balance de situación

BALANCE			
Activo		Pasivo+Neto	
10.400 €	Equipos Informáticos	Recursos Propios	42.966 €
800 €	Marketing	Recursos Ajenos	18.414 €
50.000 €	Bancos C/C		
180 €	Página web		
61.380 €	TOTAL	TOTAL	61.380 €

Figura 11: Balance de situación NextGen Football Advisors S.L.. Elaboración

9.4. Cuenta de resultados 5 años

En la figura 12, observamos una estimación realista sobre nuestros resultados económicos en los próximos 5 años. Además de los ratios financieros: Plazo de recuperación, VAN y TIR.

Figura 12. Cuenta de resultados a 5 años.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INGRESOS							
Ingresos por matrícula			77.032 €	100.142 €	150.213 €	240.340 €	408.578 €
Ingresos por comisiones			136.800 €	218.880 €	396.720 €	642.960 €	889.200 €
Ingresos por servicios psicología			22.800 €	22.800 €	22.800 €	22.800 €	22.800 €
INGRESOS TOTALES			236.632 €	341.822 €	569.733 €	906.100 €	1.320.578 €
GASTOS							
Equipos Informáticos			10.400 €	- €	- €	11.440 €	- €
Seguro			1.200 €	1.260 €	1.323 €	1.389 €	1.459 €
Publicidad			1.200 €	1.260 €	1.386 €	1.525 €	1.677 €
Página Web			180 €	189 €	198 €	208 €	219 €
Sueldos			276.000 €	303.600 €	343.068 €	394.528 €	461.598 €
Seguridad social			69.000 €	75.900 €	85.767 €	98.632 €	115.399 €
GASTOS TOTALES			357.980 €	382.209 €	431.742 €	507.722 €	580.352 €
EBITDA			121.348 €	40.387 €	137.990 €	398.378 €	740.226 €
Amortización			4.357 €	4.357 €	4.357 €	4.357 €	4.357 €
EBIT (BAII)			125.705 €	44.744 €	133.633 €	394.021 €	735.870 €
Impuesto sobre Beneficio			31.426 €	11.186 €	33.408 €	98.505 €	183.967 €
NOPLAT			94.278 €	33.558 €	100.225 €	295.516 €	551.902 €
Amortización			4.357 €	4.357 €	4.357 €	4.357 €	4.357 €
FC Operativo			89.922 €	29.201 €	104.582 €	299.873 €	556.259 €
CAPEX	-	11.380 €			11.380 €		
Flujo de Caja	-	11.380 €	-	29.201 €	93.202 €	299.873 €	556.259 €
Plazo de Recuperación		3,40 años		Tasa Descuento		8,85%	
VAN		531.155,37 €	Efectuable				
TIR		82,85%	Efectuable				
FC Acumulado	-	11.380 €	-	101.302 €	-	130.503 €	-
							37.301 €
							262.571 €
							818.830 €

Figura 12: Cuenta de resultados a 5 años. Elaboración Propia.

Para comprender la Figura 12, debemos observar el Anexo x donde se detalla el crecimiento de clientes de NextGen FA S.L.

Volvemos a destacar los ingresos por comisiones, los cuales estimamos que debido al crecimiento profesional de nuestros clientes incrementarán de forma considerable nuestros beneficios.

El gasto más grande al que, estimamos, nos enfrentaremos vuelve a ser los salarios del personal. Los cuales incrementarán con el crecimiento de la empresa, como detallamos en el Anexo 2.

En cuanto a los ratios que hemos analizado podemos observar que el Plazo de Recuperación de la inversión es de 3,4 años. Quizá un poco elevado, pero no descabellado, más viendo los resultados de los próximos años.

La VAN, la cual nos determina la viabilidad de la inversión es mayor que 0 por lo que el proyecto es, según la estimación realista realizada, factible. Además, el resultado (531.155,37 €) que obtenemos nos indica que el proyecto es potencialmente lucrativo.

La TIR, es el porcentaje de ingresos periódicos que obtenemos de la inversión que realizamos. Es otra herramienta, la cual nos indica la viabilidad económica del proyecto. Se trata, según nuestras estimaciones, de 82,85%. Lo cual nos indica, principalmente, que es un proyecto con una alta rentabilidad y muy atractivo de cara a posibles inversores.

10. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Para NextGen Football Advisors SL, la responsabilidad social corporativa (RSC) no solo es una oportunidad de contribuir al bienestar social y ambiental, sino también un pilar estratégico para reforzar la reputación de la empresa y sus relaciones con las comunidades donde opera.

Nos comprometemos a liderar la industria de la representación de forma sostenible, colaborando y beneficiando a la comunidad en la que operamos. Las áreas donde, principalmente nos enfocamos son:

- **Impacto comunitario**
Ayudamos a jóvenes en su desarrollo, tanto deportivo como formativo.
Colaboramos con ellos con el objetivo de sacar sus carreras adelante aun careciendo de recursos.
- **Sostenibilidad ambiental**
Nos comprometemos a reducir la huella de carbono de NextGenFA S.L.
Mediante la optimización de viajes, promovemos el uso de tecnologías limpias y sostenibles en nuestras operaciones.
- **Ética y Transparencia**
Aseguramos la transparencia en todas nuestras negociaciones y contratos, implementamos políticas estrictas contra la corrupción en el deporte.
Promovemos el bienestar de nuestros clientes, asegurándoles asesoramiento médico, financiero, legal... Respetando sus derechos e integridad durante las etapas de su carrera.

Además nos comprometemos a colaborar con ONGs y demás organizaciones locales con el objetivo de ampliar el alcance e impacto de nuestras actividades.

11. CRONOGRAMA

Figura 13. Cronograma

MES 1	<ul style="list-style-type: none">- Establecimiento de la sede social en México- Definición de la misión, visión y valores de la empresa- Creación del Business Model Canvas- Análisis del entorno político, económico, social, ecológico y legal- Definición de la propuesta de valor- Diseño del departamento de marketing- Creación del organigrama de recursos humanos
MES 2	<ul style="list-style-type: none">- Establecimiento de asociaciones con academias, clubes y escuelas- Inicio de la estrategia de marketing digital- Desarrollo de la marca personal de los clientes- Definición del servicio financiero para clientes- Planificación de eventos y conferencias
MES 3	<ul style="list-style-type: none">- Publicación del primer artículo mensual sobre la industria del fútbol- Organización de los primeros eventos- Desarrollo de campañas de marketing digital- Conexión con contactos en la industria en redes sociales
MES 4	<ul style="list-style-type: none">- Atraer visitantes a la página web- Aumentar seguidores en redes sociales

	<ul style="list-style-type: none"> - Interacción con seguidores en redes sociales - Desarrollo de oferta de servicios para clientes
MES 5	<ul style="list-style-type: none"> - Incorporación de avances en big data y análisis predictivo - Análisis de mercado para establecer estructura de precios - Desarrollo de estrategia de marca personal para clientes - Formación y charlas en academias, clubes y escuelas
MES 6	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de estrategias basadas en el análisis DAFO - Definición de estrategias de precios - Desarrollo de análisis de rendimiento mediante big data - Creación de bases de datos significativas
MES 7	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de formaciones y charlas en academias, clubes y escuelas - Ejecución de campañas de marketing digital - Publicación de artículos mensuales sobre la industria del fútbol - Desarrollo de estrategias de marca personal para clientes
MES 8	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la tasa de conversión en la página web - Evaluación del crecimiento en redes sociales - Revisión de la oferta de servicios para clientes - Evaluación de la estrategia de marketing digital

Figura 13: Cronograma. Elaboración Propia.

12. CONCLUSIONES

A lo largo de este Trabajo de Fin de Grado, hemos desarrollado un plan de negocio exhaustivo para una nueva agencia de representación de futbolistas en México. Este plan no solo responde a una necesidad del mercado, sino que propone soluciones innovadoras y viables para problemas largamente enraizados en la industria del fútbol mexicano. Con un enfoque en jugadores que, al alcanzar la edad de 23 años, encuentran disminuidas sus oportunidades en un sistema que favorece a los más jóvenes, nuestra agencia se posiciona como un catalizador de cambio, ofreciendo nuevas vías para que estos talentos no solo continúen sus carreras, sino que también alcancen nuevos horizontes en mercados internacionales.

Nuestro análisis ha demostrado que la falta de visibilidad y el limitado acceso a oportunidades son obstáculos significativos para muchos futbolistas talentosos en México. Conscientes de esto, hemos diseñado un modelo de negocio que integra servicios legales, financieros, y de marketing bajo un mismo techo, ofreciendo un soporte integral que es frecuentemente inaccesible para muchos de estos atletas. Esta propuesta no sólo amplía sus opciones de carrera, sino que también fortalece su desarrollo personal y profesional a través de una gestión meticulosa y personalizada.

La implementación de tecnología de big data para analizar y promover el rendimiento de los jugadores es otra piedra angular de nuestra estrategia a largo plazo. Esta tecnología nos permite identificar oportunidades de mejora y éxito en tiempo real, además de personalizar nuestras estrategias de marketing y representación para maximizar el impacto de nuestros clientes en el mercado.

Además, estableciendo alianzas estratégicas con diversas academias y clubes en Europa, nos permite ofrecer a nuestros clientes una plataforma internacional desde la cual pueden lanzar o revitalizar sus carreras. Estas alianzas son cruciales, ya que proporcionan un puente directo a ligas que ofrecen mayores oportunidades y visibilidad, más allá de las limitaciones geográficas y estructurales de las ligas locales.

En conclusión, este plan de negocio no solo es una hoja de ruta para el lanzamiento y la escalabilidad de nuestra agencia, sino que también es un llamado a la industria

del fútbol para que reconozca y capitalice el valor de todos los futbolistas, independientemente de su edad. Estamos comprometidos no solo con el éxito comercial de nuestra empresa, sino con hacer una diferencia palpable en la vida de los futbolistas que representamos y, por extensión, en el deporte que amamos. La sostenibilidad, la ética y la innovación son los pilares sobre los que construiremos no solo nuestra agencia, sino también un nuevo paradigma en la representación deportiva.

13. BIBLIOGRAFÍA

Asturias, C. (s/f). *Plan de Empresa paso a paso. Ceei.es*. Recuperado el 4 de marzo de 2024, de <https://www.ceei.es/guia/edit/?r=04zm4acxfnpq91sqt1>

Federación Mexicana de Fútbol Asociación. (s/f). *Fmf.mx*. Recuperado el 4 de marzo de 2024, de <https://fmf.mx/divisiones>

Professional Football Report. (2023). Fifa.com.
<https://digitalhub.fifa.com/m/29536763e776969/original/FIFA-Professional-Football-Report-2023.pdf>

Human verification. (s. f.). <https://www.eleconomista.com.mx/deportes/Lapolitica-publica-de-la-FIFA-en-Mexico-20190627-0166.html>

Goal. (2024, febrero 15). *¿Qué lugar ocupa la Selección Mexicana en el mundo? Puesto en el Ranking FIFA de febrero de 2024.* Goal.com.
<https://www.goal.com/es-mx/noticias/lugar-seleccion-mexicana-mundo-puesto-ranking-fifa/182c70el3gwxk1tmkm66jnjno>

As.com. (2019, noviembre 19). *Fútbol mexicano, un negocio de más de 100 mmdp al año*. AS México.

https://mexico.as.com/mexico/2019/11/19/futbol/1574203591_071473.html

Baldinelli, F. (2022). *Los deportes en México más populares y exitosos*. *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 27(289), 210-215.
<https://www.efdeportes.com/efdeportes/index.php/EFDeportes/article/view/3598>

PIB de México 2023. (s. f.). *Datosmacro.com*.

<https://datosmacro.expansion.com/pib/mexico>

Reglamento sobre Agentes del Fútbol. (2022, invierno 12). Fifa.com.

<https://digitalhub.fifa.com/m/ed96414f159f91e/original/FIFA-Reglamento-sobre-Agentes-de-Futbol.pdf>

Nina. (2022, 6 julio). *Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.)*. Secretaría de Economía. <https://e.economia.gob.mx/guias/sociedad-de-responsabilidad-limitada/>

Tecnoempresa, R. (2022, 26 abril). *Crece 146% el interés por el fútbol femenino en el mundo: Nielsen IBOPE.* Tecnoempresa. <https://tecnoempresa.mx/index.php/2022/04/26/futbol-femenil/>

Redacción/GH. (2024, 8 marzo). *¿Cuáles Son los Estados Mexicanos Con Mayor Pasión Por el Fútbol? | Noticias de México.* <https://www.elimparcial.com/deporte/2023/06/29/cuales-son-los-estados-mexicanos-con-mayor-pasion-por-el-futbol/>

Día Mundial de la Población | Portal Ciudadano del Gobierno del Estado de México. (s. f.). <https://edomex.gob.mx/dia-mundial-poblacion#:~:text=De%202010%20a%202020%2C%20la>

M.M. (2020, 9 abril). *Por qué el 80% de los deportistas acaba en la ruina: padres, malas inversiones, divorcios y adicciones.* *ELMUNDO.* <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2020/04/09/5e8e42d521efa0f84b8b45c5.html>

Salud mental - FIFPRO World Players' Union. (s. f.). FIFPRO. <https://fifpro.org/es/apoyar-a-los-y-las-futbolistas/salud-y-rendimiento/salud-mental>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). Ley Federal del Trabajo.

En *diputados.gob.mx*. Recuperado 17 de abril de 2024, de <https://www.diputados.gob.mx/servicios/datorele/cmprtvs/iniciativas/LIX/inic/548/2.htm#:~:text=El%20trabajo%20es%20un%20derecho,el%20trabajador%20y%20su%20familia>.

Amador, J., Arenillas, D. C., Fernández, I., Rodríguez, A., Salazar, S. A., & Serrano, C.

(2024, 13 marzo). *Situación México. marzo 2024*. BBVA Research. <https://www.bbva.com/publicaciones/situacion-mexico-marzo-2024/>

Gobierno de México. (s. f.). *Instituto Mexicano del Seguro Social*. IMSS. Recuperado

17 de abril de 2024, de <https://www.imss.gob.mx/>

Elite Sports Management MX - Agencia de futbolistas - Agentes de jugadores. (s. f.).

Transfermarkt. <https://www.transfermarkt.mx/elite-sportsjjj-management-mx/beraterfirma/berater/5480>

Onze sports. (s. f.). <https://www.onzesports.com.mx/>

Promofut - Representantes. (s. f.). <http://promofut.com.mx/index.php>

Anexo 1. Logo y colores de la empresa

A continuación, observamos el logo de NextGen Football Advisors S.L. Los colores corporativos de NextGen FA S.L. son el negro y el blanco.

Figura 14. Logo NextGen Football Advisors S.L.



Figura 14: Logo NextGen Football Advisors S.L. Elaboración Propia

Anexo 2. Crecimiento ingresos y gastos

En la figura 15, mostramos el porcentaje de crecimiento cada año de los ingresos y gastos de NextGen FA S.L. de forma detallada.

Figura 15. Crecimiento ingresos y gastos

CRECIMIENTO INGRESOS	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por matrícula	30%	50%	60%	70%
Ingresos por comisiones	60%	130%	180%	180%
CRECIMIENTO GASTOS	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos Informáticos	0%	0%	10%	0%
Seguro	5%	5%	5%	5%
Publicidad	5%	10%	10%	10%
Página Web	5%	5%	5%	5%
Sueldos	10%	13%	15%	17%

Figura 15: Crecimiento ingresos y gastos. Elaboración Propia

Lo más destacable es el aumento tan grande de los ingresos por comisiones. Sin embargo, se debe a las grandes cifras que se pagan por las acciones que cobramos comisión. A esto debemos sumarle la previsión del aumento de clientes que hemos realizado.

Anexo 3. Ingresos detallados Año 1

Figura 16. Ingresos detallados Año 1

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	
Número de altas	4	2	5	4	5	12	16	10	6	4	3	3	
Número de bajas	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	
Número de clientes	4	6	11	15	20	31	47	56	62	65	68	71	
Precios cuota	168,93 €												
Comisiones (media total)	300 €												
Servicios Psicología deportiva	50 €												
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ingresos por matrícula	676	1.014	1.858	2.534	3.379	5.237	7.940	9.460	10.474	10.980	11.487	11.994	77.032
Ingresos por comisiones	1.200	1.800	3.300	4.500	6.000	9.300	14.100	16.800	18.600	19.500	20.400	21.300	136.800
Ingresos por servicios psicología	200	300	550	750	1.000	1.550	2.350	2.800	3.100	3.250	3.400	3.550	22.800
INGRESOS TOTALES	2.076	3.114	5.708	7.784	10.379	16.087	24.390	29.060	32.174	33.730	35.287	36.844	236.632

Figura 16: Ingresos detallados Año 1. Elaboración Propia