

Consultoría Integral de Asesoramiento Deportivo para Deportistas de Alto Rendimiento

GRADO EN GESTIÓN DEPORTIVA

FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD
FÍSICA Y EL DEPORTE



Realizado por: Pablo Fernández Rodríguez y Francisco Pablo Cavataio Sánchez

Año Académico: 2024-2025

Tutor/a: José Ramón Bonal Sánchez

Área: Plan de Empresa

Índice de Contenido

1. Resumen Ejecutivo	7
2. Abstract	8
3. Introducción.....	9
4. Definición e identificación del proyecto	12
a. Idea del negocio	12
b. Business Model Canvas	14
c. Misión	14
d. Visión.....	14
e. Valores	14
f. Perfil de los empleadores:	15
5. Análisis Estratégico.....	15
a. Análisis interno	15
i. DAFO y CAME	17
b. Análisis externo	18
i. Análisis de la demanda	20
ii. Análisis de la competencia.....	25
iii. Análisis PESTEL	25
c. Establecimiento de estrategias.....	26

6. Plan de Marketing	26
a. Marketing Mix	26
i. Producto (servicio)	26
Figura 1.....	29
ii. Precio.....	30
iii. Place (Distribución).....	35
iv. Comunicación.....	37
b. Activaciones	39
7. Plan de Operaciones.....	39
a. Descripción del lugar físico.....	39
b. Materiales y equipamientos necesarios.....	40
c. Procesos de la empresa	42
d. Proveedores iniciales y/o habituales.....	44
e. Coordinación entre servicios (horarios, distribución de la cartera de servicios, etc.)44	
8. Plan de Recursos Humanos.....	45
a. Organigrama.....	45
b. Descripción de las funciones, responsabilidades y competencias (Perfiles de puesto).....	45
Tabla 1.....	45

c.	Sistema de reclutamiento y selección.....	45
d.	Análisis de desempeño y formación	46
e.	Tipos de contratos y política salarial.....	46
9.	Plan Jurídico	48
10.	Plan económico-financiero y de viabilidad.....	49
a.	Análisis del Flujo de Caja.....	49
b.	Cálculo del VAN.....	49
c.	Plazo de recuperación	50
d.	Conclusión de Viabilidad.....	50
11.	Responsabilidad social corporativa.	51
12.	Cronograma to-start.....	51
13.	Conclusiones	51
14.	Referencias	51
15.	Anexos.....	54
	Anexo 1.....	54
	Anexo 2.....	57
	Anexo 3.....	58
	Anexo 4.....	58
	Anexo 5.....	60

Anexo 6.....	62
Anexo 7.....	64
Anexo 8.....	64
Anexo 9.....	68
Anexo 10.....	73
Anexo 11.....	74
Anexo 12.....	74
Anexo 13.....	75
Anexo 14.....	75
Anexo 15.....	77
Anexo 16.....	78
Anexo 17.....	81
Anexo 18.....	82
Anexo 19.....	83
Anexo 20.....	84
Anexo 21.....	84
Anexo 22.....	85
Anexo 23.....	86
Anexo 24.....	88

Anexo 25.....	90
Anexo 26.....	91

1. Resumen Ejecutivo

“P&F Agency” es una consultoría integral de asesoramiento deportivo enfocado a deportistas de alto rendimiento de múltiples disciplinas. Está enfocada en deportes individuales, que requieran una mayor inversión para su desarrollo, tanto por parte de los propios deportistas como de sus equipos de trabajo.

La agencia se centra en administrar las carreras de sus deportistas de una manera holística, desde ofrecer servicios complementarios de fisioterapia, nutrición, o preparación física, para potenciar así su desarrollo deportivo, hasta la gestión de Redes Sociales, imagen personal, búsqueda de colaboraciones y marcas patrocinadoras. Además, la empresa también ofrecerá un servicio de organización de logística y traslados, tanto para las competiciones y eventos puntuales de los deportistas, como para los posibles traslados de vivienda que puedan ocurrir para poder seguir desarrollando su actividad deportiva.

“P&F Agency” no solo gestiona la vida del deportista desde un punto de vista profesional, sino que engloba también todos aquellos factores externos que ayudarán al cliente a continuar de forma eficiente su carrera deportiva sin tener que preocuparse de la gestión integral de la misma.

Toda persona, y, por tanto, todo deportista, tiene una vida personal detrás de su profesión, y desde nuestra agencia creemos firmemente en que es de vital importancia tener una buena gestión de todas las facetas del día a día, para potenciar al máximo el rendimiento del deportista en cada entrenamiento y competición. Tener la cabeza despejada y centrada únicamente en el desempeño deportivo, sabiendo que todo lo demás está bajo control, facilita y alarga el progreso del atleta. Por lo tanto, nuestro slogan sigue esa línea: **"Focus on performing at your best, we take care of the rest."**

Palabras clave: Deporte de alto rendimiento, gestión deportiva integral, deportistas individuales, patrocinio deportivo, rendimiento deportivo,

asesoramiento personalizado, apoyo multidisciplinar, profesionalización del atleta.

2. Abstract

"P&F Agency" is a comprehensive sports consulting firm focused on advising high-performance athletes across multiple disciplines. It specializes in individual sports that require significant investment for their development, both from the athletes themselves and their support teams.

The agency is dedicated to managing athletes' careers holistically, providing complementary services such as physiotherapy, nutrition, and physical preparation to enhance their athletic performance. Additionally, it offers social media management, personal branding, sponsorship acquisition, and collaboration opportunities. Furthermore, the company provides logistics and travel coordination services, not only for competitions and specific events but also for potential relocations necessary for athletes to continue their sporting careers.

"P&F Agency" does not merely manage an athlete's professional career; it also takes into account external factors that contribute to their overall well-being. The agency firmly believes that effectively managing all aspects of an athlete's daily life is crucial for maximizing performance in training and competition. Having a clear and focused mind, knowing that all other aspects are under control, facilitates long-term athletic progress.

Thus, our slogan aligns with this philosophy: **"Focus on performing at your best, we take care of the rest."**

Keywords: High-performance sport, comprehensive sports management, individual athletes, sports sponsorship, athletic performance, personalized consulting, multidisciplinary support, athlete professionalization

3. Introducción

El deporte en España ha tenido un notable crecimiento durante las últimas décadas. Se ha convertido en nuestro país en una base fundamental, tanto a nivel social como económico.

Desde deportes en equipo (especialmente) como el fútbol y el baloncesto, hasta disciplinas individuales como el tenis, el golf y los deportes de motor, España ha demostrado ser una potencia en el ámbito deportivo internacional, también gracias a los innumerables éxitos deportivos cosechados por todo el mundo durante los últimos años. Esta evolución ha llevado a una mayor profesionalización del sector, incrementando la inversión en instalaciones, formación y apoyo a los deportistas.

Sin embargo, a pesar de estos progresos, los atletas que compiten de forma individual a menudo enfrentan notables dificultades en la gestión de sus carreras, especialmente aquellos que tienen un alto rendimiento, pero no terminan de conseguir ingresos acordes a su nivel deportivo. El deporte de alto rendimiento actualmente requiere no solo habilidad y compromiso, requiere también, desde las oficinas, una base sólida que permita a los atletas mejorar su tiempo, sus recursos y las oportunidades de las que disponen para dedicarse a entrenar a tiempo completo.

A diferencia de los deportes en equipo, donde los clubes y federaciones manejan la mayor parte de la gestión financiera y logística, los deportistas individuales deben gestionar ellos mismos muchos aspectos fuera de la competición, alejando alcanzar su mejor nivel, por el desgaste físico y mental que conlleva ocuparse de estos aspectos, además de entrenar igual (y en muchos casos incluso más) que sus compañeros de los deportes colectivos más seguidos de nuestro país.

Desde encontrar patrocinadores, hasta manejar su propia imagen y organizar su transporte para competiciones y eventos, estos atletas necesitan equilibrar su preparación con tareas administrativas que pueden desviar su atención. En este

panorama, surge “**P&F Agency**”, una consultoría completa de asesoramiento deportivo enfocada en atletas de alto rendimiento en disciplinas individuales (aunque también tendremos otros nichos de mercado, como se verá posteriormente durante el desarrollo del trabajo).

Un estudio de la revista “Psicología del Deporte” analizó un total de 648 deportistas de élite en España, de los que 418 practicaban deportes individuales. El estudio mostró cómo los deportistas individuales enfrentan mayores dificultades para conciliar su vida deportiva con los estudios por diferentes motivos (altas cargas de entrenamiento, cansancio, falta de tiempo...) También se observó que los deportistas individuales presentan un nivel académico notablemente inferior al de sus compañeros que practican deportes colectivos (López de Subijana et al., 2015).

Este hecho académico se puede extrapolar a los demás ámbitos de la vida del deportista individual a los cuales el deportista no puede gestionar en sus plenas capacidades, debido al coste en esfuerzo, tiempo y energía que implican sus entrenamientos.

El objetivo de nuestra agencia es ofrecer a estos deportistas un servicio integral que incluya la gestión de su imagen, la búsqueda de patrocinadores, la planificación de su carrera y la mejora de su preparación física, nutrición y bienestar general. Estamos convencidos de que un atleta debe poder enfocarse en su rendimiento sin las preocupaciones administrativas y logísticas que su carrera conlleva. Son numerosos los casos en los que el deportista se ve desbordado y es aquí donde nace “**P&F Agency**” para evitar llegar a estas situaciones (Crespo, 2022)

El ámbito del deporte en España presenta varias oportunidades clave para una agencia como “**P&F Agency**”. En disciplinas como el tenis, el golf, los deportes de motor, los deportes de invierno y los deportes de contacto, la inversión ha ido en aumento, con un interés creciente por parte de patrocinadores y marcas. En los últimos años, atletas como Carlos Alcaraz en tenis, Jon Rahm en golf, Carlos Sainz

en automovilismo, o Ilija Topuria en los deportes de contacto, han posicionado a España en el centro del panorama deportivo mundial, atrayendo a más empresas interesadas en asociarse con deportistas de élite. Los patrocinios deportivos son actualmente una herramienta muy potente para las marcas, dotándolos de gran eficiencia y capacidad de captar la atención, permitiendo generar una conexión emocional del cliente con su producto. (*Los Deportistas Individuales Transforman el Patrocinio En una Herramienta de Conexión Emocional*, s. f.)

Sin embargo, muchos deportistas emergentes luchan por acceder a estas oportunidades, pero con falta de conexiones, inexperiencia en negociaciones y ausencia de recursos para manejar su imagen profesional de manera eficaz. La propuesta de **“P&F Agency”** se centra en detectar y aprovechar las oportunidades para estos deportistas, convirtiéndonos en un aliado estratégico que les ayude a progresar en sus carreras con confianza y seguridad. Mediante una gestión completa, garantizamos que cada elemento de su desarrollo esté atendido, abarcando desde la planificación de sus finanzas hasta la relación con patrocinadores y la mejora del rendimiento en su deporte. Este proyecto de fin de grado tiene como propósito examinar cómo una agencia como **“P&F Agency”** podría impactar en el ámbito deportivo en España, analizando la verdadera necesidad de estos servicios, las oportunidades en el mercado y las tácticas que facilitarán su permanencia en el sector.

Como fundadores de **“P&F Agency”** hemos visto en primera persona este tipo de problemática, y desde que acordamos realizar juntos el trabajo de Fin de Grado, barajamos varias temáticas, pero abordar esta necesidad es algo que nos motiva altamente a los dos, ya que pensamos que es una necesidad real en el mundo de la gestión deportiva en España.

Se realizará un análisis exhaustivo de la situación actual del deporte en España, que incluirá investigaciones de mercado, el modelo comercial y la propuesta de valor de la agencia. A través de este análisis, pretendemos mostrar cómo una

gestión efectiva y especializada puede ser crucial en la trayectoria de un atleta de alto nivel, asegurando no solo su éxito en los deportes, sino también su estabilidad económica, emocional, y familiar en el futuro. El proyecto ELIT-in, respaldado por la Unión Europea, indica como un alto número de deportistas de alto rendimiento, cuando finalizan su carrera deportiva, tienen grandes dificultades para integrarse en el mercado laboral, principalmente por su formación académica. (*García-Mas, et al., 2020*). Gracias a los servicios de “**P&F Agency**”, como pueda ser la planificación financiera o la gestión de la marca personal y RRSS, los deportistas, una vez finalizada su carrera deportiva, podrán tener una mayor estabilidad financiera y mayores oportunidades laborales.

El patrocinio deportivo en nuestro país sigue creciendo notablemente, alcanzando un volumen de negocio de hasta 1.961 millones de euros el pasado año 2024. Este incremento se debe en gran medida a las grandes estrellas internacionales que está aportando España al panorama del deporte mundial, convirtiendo el país en un epicentro del deporte global y del marketing deportivo. (*Valgo, 2024*).

En un contexto muy competitivo, donde cada aspecto puede afectar el camino de un atleta, tener el apoyo de una agencia que entienda sus necesidades y mejore sus oportunidades es una ventaja fundamental. “**P&F Agency**” no solo busca ser un puente entre los deportistas y las oportunidades de crecimiento, sino también actuar como un socio estratégico, que les permita concentrarse en lo que realmente importa: rendir al máximo y lograr sus metas sin distracciones externas.

4. Definición e identificación del proyecto

a. Idea del negocio

Tras detectar la necesidad de un servicio como el que ofrece nuestra agencia en algunos deportes en España, decidimos lanzarnos en este proyecto. Actualmente, los deportistas de alto rendimiento de diversos deportes individuales, tales como Golf, Tenis, deportes de contacto, deportes de motor, deportes de invierno... se ven

desbordados a la hora de compaginar sus entrenamientos y competiciones junto con el resto de las ocupaciones que engloban ser un deportista de alto rendimiento.

Es por esta razón, que el sector en el que **“P&F Agency”** se quiere enfocar en todos aquellos deportes individuales en los que se requiere una gran inversión, o una inversión constante, tanto de tiempo, como económicamente. Por lo tanto, estos deportistas estarán dispuestos a conceder la gestión integral de todos los aspectos mencionados anteriormente.

En los deportes individuales, los propios deportistas deben asumir una parte significativa de la inversión necesaria, para continuar con su desarrollo y alcanzar el máximo rendimiento. A diferencia de los deportes de equipo, donde es más común contar con estructuras de apoyo financiero externas, muchos atletas individuales encuentran dificultades para acceder a subvenciones, becas o patrocinadores que les permitan cubrir los costos asociados a su carrera. Esto incluye gastos en equipamiento, entrenadores, preparación física, nutrición, fisioterapia, viajes para competiciones y demás necesidades clave para su progreso.

Dado este escenario, **“P&F Agency”** se posiciona como un socio estratégico para estos deportistas, ofreciéndoles un servicio integral que les ayude a gestionar la búsqueda de patrocinadores, obtener financiación y optimizar la administración de su carrera. La agencia no solo se enfoca en atraer inversiones y oportunidades económicas, sino también en aliviar a los atletas de la carga de gestión de múltiples aspectos fuera del ámbito deportivo, permitiéndoles así concentrarse en su entrenamiento y rendimiento sin distracciones. Nuestro enfoque se centra en deportes individuales donde los atletas de alto rendimiento están dispuestos a apostar fuertemente por su carrera, ya que su vida gira en torno a la práctica de su disciplina. Estos deportistas entienden que el éxito en su especialidad no solo depende de su talento y esfuerzo, sino también de una estructura de apoyo bien organizada que les permita optimizar su tiempo y recursos.

Por ello, “**P&F Agency**” ofrece una solución integral para que puedan enfocarse en lo más importante: competir al máximo nivel y alcanzar sus objetivos sin preocupaciones externas.

b. Business Model Canvas

[\(Ver Anexo 1\)](#)

c. Misión

- Misión: Nuestra misión es liberar a los deportistas de alto rendimiento de tareas triviales, que les alejan de alcanzar su máximo potencial, y crean una brecha entre la profesionalidad que deberían tener por su alto nivel, respecto a la poca profesionalidad que afrontan en su día a día.

d. Visión

- Visión: Nuestra visión es acompañar a los deportistas en su día a día, con un trato completamente cercano, y cuidando los diferentes aspectos de su vida de manera holística, de tal manera que los deportistas puedan dar un salto en su profesionalidad y en su rendimiento.

e. Valores

- Valores: Nuestros valores son unidad, confianza, respeto, compromiso. Creemos profundamente en la necesidad de los deportistas de orientar su vida en torno a su rendimiento deportivo, pero sin olvidar que, para tener una vida equilibrada, se deben conciliar también otros aspectos, como puedan

ser tener tiempo de calidad para la familia u otras parcelas de la vida. Con nuestra ayuda, el deportista podrá tener más tiempo fuera de sus entrenamientos, eventos y competiciones,

f. Perfil de los empleadores:

[\(Ver Anexo 2\)](#)

5. Análisis Estratégico

a. Análisis interno

En el análisis interno de **“P&F Agency”**, evaluaremos los recursos, capacidades y ventajas competitivas que tenemos en el mercado del asesoramiento deportivo para atletas de alto rendimiento. Nuestro objetivo es identificar tanto nuestras fortalezas como nuestras debilidades, destacando los aspectos clave que pueden impulsarnos al éxito, así como aquellos desafíos que debemos superar para consolidarnos en el sector.

Fortalezas

-Red de contactos en el mundo del deporte

Uno de los principales activos de **“P&F Agency”** es su acceso a una red de contactos dentro del ámbito deportivo, incluyendo deportistas, clubes, entrenadores y profesionales del sector. Esta red facilita la captación de clientes y la creación de oportunidades de patrocinio y colaboración con marcas.

- Conocimiento del mercado deportivo y de las necesidades de los atletas

Como equipo fundador de la agencia contamos con experiencia en el sector deportivo, lo que permite ofrecer servicios adaptados a las necesidades reales de

los deportistas. Comprender los retos y objetivos de los atletas facilita la creación de estrategias para su desarrollo profesional y personal.

-Enfoque integral en el asesoramiento

A diferencia de agencias tradicionales de representación de deportistas, **“P&F Agency”** no solo trabaja en la gestión contractual, sino que ofrece un servicio 360° que abarca conexión con marcas y patrocinadores, gestión de la imagen personal y redes sociales, planificación financiera y orientación en formación y carrera post-deportiva en otras funciones.

Este enfoque diferenciador permite que los atletas puedan profesionalizarse sin depender de un representante exclusivo, dándoles mayor control sobre su carrera.

-Flexibilidad en la contratación de servicios

La agencia no impone contratos inflexibles a los deportistas, sino que ofrece packs de servicios personalizables, lo que permite adaptarse a las necesidades y presupuestos de cada cliente. Esta flexibilidad puede atraer a más deportistas, especialmente aquellos que no desean compromisos a largo plazo.

- Uso de plataformas digitales para la gestión de clientes

El empleo de herramientas digitales facilita la comunicación con los atletas, la gestión de sus necesidades y la promoción de sus perfiles a potenciales patrocinadores. Esto agiliza los procesos y reduce costos operativos, mejorando la eficiencia de la empresa.

Debilidades

-Falta de reconocimiento de marca

Como empresa nueva en el sector, **“P&F Agency”** aún no tenemos un posicionamiento sólido en el mercado. La falta de reconocimiento puede dificultar

la captación de clientes y marcas patrocinadoras en las primeras etapas del negocio.

-Falta de experiencia en gestión empresarial

A pesar de contar con experiencia en el ámbito deportivo, podemos enfrentar desafíos en la gestión empresarial, especialmente en áreas como la administración financiera, el marketing estratégico y la expansión del negocio.

- Dependencia de la captación de clientes en un sector competitivo

El mercado del asesoramiento deportivo es altamente competitivo, con agencias establecidas y representantes individuales que ofrecen servicios similares. La captación de clientes dependerá en gran medida de la capacidad de diferenciación de la empresa y de nuestra estrategia de marketing.

- Necesidad de financiación inicial para marketing y expansión

Para ganar visibilidad y atraer clientes, **“P&F Agency”** necesita invertir en marketing digital, eventos de networking y estrategias de branding. Sin una inversión inicial suficiente, la empresa podría tardar más tiempo en consolidarse.

-Dificultad para generar ingresos recurrentes

Dado que la agencia ofrece servicios flexibles sin contratos de representación a largo plazo, puede ser un reto garantizar ingresos constantes. Se deberá diseñar un modelo de negocio que equilibre la flexibilidad para los clientes con la sostenibilidad financiera de la empresa.

i. DAFO y CAME

Tras realizar un análisis interno de nuestra agencia hemos decidido reflejar nuestras debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades en una matriz DAFO

que recoja cada uno de dichos factores. Esta matriz DAFO se podrá encontrar a continuación en los anexos. ([Ver Anexo 3](#)) y el CAME ([Ver Anexo 4](#))

b. Análisis externo

En el análisis externo de **“P&F Agency”**, buscamos comprender el contexto en el que operaremos, identificando los factores del entorno que pueden influir en nuestro desarrollo. Para ello, analizaremos las oportunidades y amenazas del mercado, teniendo en cuenta las tendencias actuales y los aspectos clave del sector deportivo y del asesoramiento a deportistas. Además, realizaremos un análisis de la demanda, un análisis de la competencia y un análisis PESTEL, que nos permitirán entender mejor el mercado y tomar decisiones estratégicas fundamentadas.

Oportunidades

-Crecimiento del interés en el deporte individual y su profesionalización

En los últimos años, ha aumentado el número de deportistas que buscan profesionalizar su carrera en disciplinas individuales como atletismo, tenis, boxeo o deportes electrónicos (eSports). Este crecimiento genera una mayor demanda de servicios de asesoramiento para la gestión de imagen, redes sociales y búsqueda de patrocinadores. (Dircom, 2021).

- Expansión del mercado de marketing deportivo y patrocinio digital

Las marcas están invirtiendo cada vez más en el patrocinio de atletas individuales, especialmente a través de redes sociales y colaboraciones con influencers deportivos. Como **“P&F Agency”** podemos aprovechar esta tendencia facilitando conexiones entre deportistas y empresas que busquen embajadores de marca.

- Auge de la digitalización y el branding personal en deportistas

Cada vez más atletas entienden la importancia de construir su marca personal en redes sociales para atraer patrocinadores y oportunidades comerciales. Podemos diferenciarnos al ofrecer un servicio especializado en la gestión de imagen y comunicación digital para deportistas. (InfoAdex, 2024).

-Falta de agencias especializadas en asesoramiento integral (no representación)

El mercado está dominado por agencias de representación deportiva, pero hay pocas que ofrezcan un servicio integral sin requerir exclusividad. En **“P&F Agency”** la oportunidad de posicionarnos como una alternativa flexible y moderna para los deportistas que desean gestionar su carrera sin compromisos de representación.

- Potencial de colaboraciones con gimnasios, academias y clubes deportivos

Las academias de formación, gimnasios y clubes buscan constantemente ofrecer valor añadido a sus deportistas. La agencia puede establecer alianzas con estos centros para ofrecer asesoramiento a sus atletas, creando una fuente constante de clientes potenciales.

-Crecimiento del emprendimiento deportivo

Cada vez más deportistas buscan diversificar sus ingresos a través de proyectos propios (marcas de ropa, academias, contenido digital, etc.). Por lo tanto, **“P&F Agency”** puede ayudarles a desarrollar estos proyectos, creando una línea de negocio adicional dentro del asesoramiento.

Amenazas

-Competencia con agencias de representación y marketing deportivo

El mercado del asesoramiento deportivo está dominado por agencias de representación que ya cuentan con una cartera de clientes establecida y acuerdos

con marcas. En **“P&F Agency”** deberemos diferenciarnos claramente para captar deportistas que prefieran un modelo sin exclusividad.

-Cambios en regulaciones de patrocinio y contratos deportivos

Las normativas sobre contratos deportivos y patrocinio pueden cambiar y afectar la forma en que los atletas pueden colaborar con marcas. Si se imponen nuevas restricciones o impuestos sobre estos acuerdos, podría reducirse la demanda de los servicios de nuestra agencia.

-Dependencia económica de los deportistas

Muchos deportistas de alto rendimiento no cuentan con ingresos estables, lo que puede hacer que prioricen otras necesidades sobre el pago por asesoramiento. La agencia deberá encontrar modelos de pago accesibles o trabajar con atletas que tengan mayor capacidad económica.

-Posibles barreras de entrada en el sector

Para posicionarse en el mercado, la agencia deberá ganar credibilidad y confianza, lo que puede requerir tiempo e inversión en marketing y networking. Sin una estrategia sólida, podría ser difícil atraer los primeros clientes.

i. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es un paso clave para comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de los atletas de alto rendimiento en relación con los servicios de asesoramiento deportivo que ofrecemos. A través de este estudio, identificaremos el perfil de nuestros clientes potenciales, sus expectativas y los factores que influyen en su decisión de contratar servicios de gestión de marca, patrocinio y desarrollo profesional entre otros.

Además, examinaremos la evolución del mercado, detectando tendencias en la industria del deporte y la influencia de la digitalización en la construcción de la imagen personal de los deportistas. Este análisis nos permitirá ajustar nuestra oferta de servicios, optimizando nuestra propuesta de valor para adaptarnos a las exigencias actuales y futuras del sector.

Como se ha mencionado a lo largo del plan de empresa **“P&F Agency”** está dirigido a deportistas de alto rendimiento y en desarrollo que buscan mejorar su imagen, atraer patrocinadores y gestionar su marca personal y potenciar su carrera deportiva y todo lo que la rodea sin depender de un agente tradicional.

Es de vital importancia identificar y realizar una segmentación de nuestros potenciales clientes:

- Deportistas profesionales y semiprofesionales: Atletas con necesidad de posicionarse mejor en el mercado y atraer patrocinios.
- Deportistas jóvenes con proyección: Futuras promesas que aún no tienen estructura de gestión. Clubes y academias deportivas: Organizaciones que buscan asesoramiento en imagen y relaciones con marcas.
- Marcas y patrocinadores: Empresas interesadas en conectar con deportistas con buena presencia digital.

Una vez identificados los perfiles de nuestros potenciales clientes que se detallarán con mayor exactitud más adelante, es necesario determinar el tamaño del mercado al que vamos a acceder. Para estimar el tamaño del mercado, es clave analizar, el número de deportistas federados en España en deportes clave, el crecimiento del sector del marketing deportivo y patrocinio y las tendencias en digitalización y branding personal en el deporte.

A continuación, creemos que es necesario reflejar varios datos que contextualicen este análisis de la demanda que se está realizando.

- España cuenta con más de 3,5 millones de deportistas federados, según el CSD. (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2024).
- El 70% de los patrocinios deportivos tienen una parte digital, lo que favorece estrategias de branding personal.
- El 90% de los deportistas de élite utilizan redes sociales como canal de marca personal.

Estos datos indican que existe un mercado con necesidad de asesoramiento para destacar en la era digital.

Para comprender mejor la demanda de los servicios de P&F Agency, es necesario analizar las principales tendencias y hábitos de consumo en el ámbito del asesoramiento deportivo y la gestión de marca personal. En los últimos años, los deportistas han mostrado un creciente interés en potenciar su imagen pública, utilizando las redes sociales y otras plataformas digitales para generar nuevas oportunidades de patrocinio y colaboración con marcas.

Entre las tendencias más relevantes que están influyendo en la demanda de estos servicios, destacan:

Mayor interés en la marca personal: Cada vez más deportistas buscan construir una identidad digital sólida para diferenciarse y captar la atención de patrocinadores y seguidores. El rendimiento deportivo sigue siendo un factor clave, pero ahora la imagen y el engagement con la audiencia juegan un papel fundamental en el desarrollo de su carrera.

Digitalización del patrocinio: Las marcas han modificado su estrategia y ahora priorizan a aquellos deportistas que tienen una presencia digital destacada. Factores como el número de seguidores, el nivel de interacción y la coherencia en la comunicación con su comunidad son elementos clave para establecer acuerdos de patrocinio.

Cambio en la relación atleta-agente: Tradicionalmente, los agentes deportivos han gestionado todos los aspectos comerciales de los deportistas. Sin embargo, en la actualidad se observa una creciente demanda de servicios de asesoramiento flexibles que permitan a los atletas gestionar su imagen sin necesidad de depender de una representación exclusiva.

Impacto del NIL (Name, Image, Likeness): En disciplinas como el fútbol y el baloncesto, los jóvenes talentos han comenzado a monetizar su imagen desde edades tempranas, aprovechando las oportunidades que ofrecen las redes sociales y las marcas interesadas en trabajar con ellos antes de que lleguen a la élite.

Estos cambios en el mercado han generado una creciente necesidad de asesoramiento especializado para que los deportistas puedan optimizar su imagen y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno digital.

Además de las tendencias del sector, es fundamental analizar los factores que influyen directamente en la demanda de estos servicios. Algunos de los aspectos más determinantes son:

Nivel de profesionalización del deportista: A medida que un atleta avanza en su carrera, la necesidad de estructurar su imagen y atraer patrocinadores se vuelve más evidente. Cuanto mayor sea su nivel competitivo, mayor será la importancia de una gestión adecuada de su marca personal.

Presencia en redes sociales: Los deportistas con una comunidad digital más amplia tienen mayores oportunidades de monetización, pero también requieren una estrategia más sofisticada para mantener su engagement y atraer colaboraciones con marcas.

Competencia en el deporte: En disciplinas con una alta saturación de talento, diferenciarse del resto es clave para captar la atención de patrocinadores y medios.

La gestión estratégica de la imagen ayuda a los deportistas a destacar en un entorno cada vez más competitivo.

Disponibilidad de ingresos: Algunos deportistas cuentan con recursos para invertir en asesoramiento profesional, mientras que otros requieren modelos de pago flexibles o servicios escalables que se adapten a sus posibilidades económicas.

Conociendo los factores que afectan la demanda de nuestros servicios, es fundamental también identificar las principales necesidades y problemas a los que se enfrentan los deportistas en relación con la gestión de su imagen y marca personal. Entre los más destacados se encuentran:

Falta de conocimientos en branding y marketing: La mayoría de los deportistas no tienen formación en estrategias de marca personal ni en gestión de redes sociales, lo que les impide aprovechar al máximo su imagen pública.

Dificultad para conseguir patrocinadores: Muchos atletas desconocen cómo presentarse ante marcas, qué tipo de contenido generar para atraer patrocinadores o cómo negociar acuerdos de colaboración de forma efectiva.

Gestión ineficiente de redes sociales: Aunque la mayoría de los deportistas utiliza plataformas como Instagram, Twitter o TikTok, no siempre lo hacen con una estrategia definida, lo que reduce su potencial de impacto y monetización.

Falta de diferenciación: En un entorno tan competitivo, destacar entre otros atletas se vuelve un reto. Sin una estrategia clara de posicionamiento y comunicación, los deportistas corren el riesgo de pasar desapercibidos para marcas y patrocinadores. (OnStrategy, 2024).

ii. Análisis de la competencia

Para comprender el posicionamiento de **“P&F Agency”** en el mercado y definir estrategias que nos permitan diferenciarnos, es fundamental analizar la competencia existente. En este apartado se examinan empresas que ofrecen servicios similares, evaluando sus características, ventajas y desventajas en comparación con nuestra agencia.

Las empresas que hemos identificado como competidores directos son las siguientes:

- **MVM Sports Group**
- **We Grow Agency**
- **Iron Stars**
- **380 AMK**
- **BETRUST**

Cada una de estas empresas opera en el ámbito de la gestión deportiva, con distintos enfoques y modelos de negocio. A continuación, se presenta un análisis detallado de cada una en los anexos: [\(Ver Anexo 5\)](#)

Tabla Comparativa de Benchmarking

La tabla de benchmarking se encuentra detallada en los anexos [\(Ver Anexo 6\)](#)

iii. Análisis PESTEL

Para comprender el entorno en el que operaremos como **“P&F Agency”**, es fundamental analizar los factores externos que pueden influir en nuestro desarrollo y toma de decisiones estratégicas. Realizar un análisis PESTEL nos permitirá examinar de manera estructurada los aspectos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales que impactan en el sector del asesoramiento deportivo para atletas de alto rendimiento.

A través de este análisis, podremos anticiparnos a posibles desafíos y adaptar nuestras estrategias para posicionar a **“P&F Agency”** como una consultora innovadora y competitiva en el mercado. ([Ver Anexo 7](#))

c. Establecimiento de estrategias

Tras analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de **“P&F Agency”**, es importante establecer estrategias clave para potenciar nuestras ventajas competitivas, mitigar riesgos y posicionarnos con éxito en el mercado.

Las estrategias las organizaremos en cuatro tipos, combinando los elementos del análisis DAFO: ([Ver Anexo 8](#))

6. Plan de Marketing

a. Marketing Mix

i. Producto (servicio)

Nuestro producto principal es el servicio integral para los deportistas de alto rendimiento en deportes individuales. Este servicio consiste en asesorar la vida del cliente en todos los sentidos, tanto desde la perspectiva más pura de rendimiento deportivo (con servicio de preparación física, nutrición, fisioterapia y psicología), hasta gestión de imagen (redes sociales y patrocinadores) y servicio de aspectos logísticos (organización de traslados, mudanzas, eventos...)

Sin embargo, ofrecer únicamente este servicio en su totalidad pensamos que nos cierra mucho el público target, ya que estamos convencidos que multitud de deportistas no tienen los recursos necesarios para contratar un servicio tan completo, y probablemente prefieran escoger solamente uno o varios servicios de los que ofrecemos.

Es por ello que hemos creado diferentes packs:

1. Gestión Integral de la carrera deportiva (mínimo 1 año)

Esta opción es la mencionada con anterioridad, incluyendo todos los servicios.

2. Pack de rendimiento deportivo (mínimo 6 meses)

En este caso el servicio contará con una asesoría enfocada exclusivamente en mejorar el rendimiento deportivo en sí, incluyendo 4 de nuestros servicios:

- Preparación física
- Nutrición
- Psicología
- Fisioterapia

3. Pack de Imagen, Creación de Contenido y Patrocinadores (mínimo 6 meses)

Este pack incluirá todos los servicios relativos a la gestión de la imagen del deportista, creación de contenido y manejo estratégico de sus redes sociales, y búsqueda de patrocinadores o campañas de patrocinio con marcas afines a él.

4. Pack de logística (por obra)

Este pack estará orientado a deportistas con problemas de organización de viajes a competiciones, compromisos, eventos... o incluso aspectos más personales como pudiese ser una mudanza. Nuestra agencia se encargará de organizar todos estos aspectos.

5. Pack Financiero (mínimo 1 año)

Este paquete está orientado a los deportistas que tengan los aspectos de rendimiento, redes sociales etc. cubiertos, pero que sienten una inseguridad a la hora de manejar su economía. Son numerosos los casos de deportistas, incluso de futbolistas millonarios, que no han sabido gestionar su patrimonio, y tras su máximo momento de esplendor, en el que ganaron grandes cantidades de dinero, lo derrocharon, y han terminado por arruinarse. Con este servicio garantizamos a nuestros deportistas una gestión eficaz de su patrimonio, invirtiéndolo estratégicamente, y con el objetivo de generar una renta en el largo plazo. Es un

servicio clave, muchos deportistas de alto rendimiento lo necesitan. Su carrera tiene una duración limitada y la correcta gestión de su patrimonio puede marcar la gran diferencia entre un futuro con una vida estable o con grandes problemas económicos. Se trabajarán aspectos tales como:

- Administración de gastos e ingresos, es decir, planificación financiera personal.
- Gestión de ahorro y planificación de la jubilación/retiro deportivo, creando un fondo de respaldo que permita al deportista mantener su economía después del momento de auge de su carrera.
- Asesoramiento en posibles inversiones rentables, con la decisión final del deportista, pero ofreciendo opciones que tenga un alto porcentaje de seguridad y rentabilidad según el perfil del cliente.
- Estrategias para minimizar impuestos de forma legal, optimizando así su fiscalidad.
- Prevención de riesgos financieros, mediante formación al deportista, y aclaración de riesgos contrastando con ejemplos de otros deportistas arruinados.

6. Opción de contrato puntual (mínimo 3 meses)

Con el objetivo de abrir nuestro abanico de clientes al máximo posible, ofreceremos también la posibilidad de contratar cualquiera de nuestros servicios de manera individual, o bien realizar el propio pack personalizado pudiendo incluir hasta 3 servicios (pudiendo ser de áreas diferentes).

Los servicios a elegir serán:

- Preparación física
- Nutrición
- Psicología
- Fisioterapia
- Gestión de RRSS
- Búsqueda de patrocinadores o colaboraciones comerciales

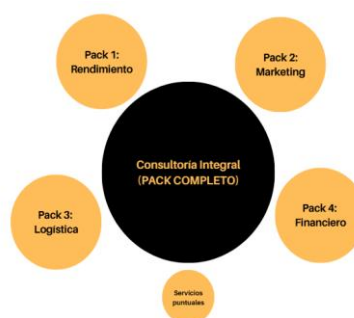
- Trabajo puntual de organización logística

Algunos de los beneficios que obtendrán nuestros clientes con la contratación de nuestros servicios serán la reducción del estrés y las distracciones en aspectos que les alejan de centrarse en sus entrenamientos y optimizar su rendimiento. Además, en el ámbito de búsqueda de patrocinadores y cierre de colaboraciones comerciales, es posible que gracias a este servicio la trayectoria de un deportista pueda impulsarse de manera exponencial, consiguiendo este deportista su sueño de dedicarse a su deporte.

El pack que nosotros siempre recomendaremos, y es el nacimiento de la idea de la creación de esta agencia, es la consultoría integral, ya que es el único que provee al cliente un soporte completo, y le permite concentrarse en su deporte completamente. Sin embargo, sabiendo que este servicio no es accesible para todo el mundo, los diferentes packs pueden ser altamente beneficiosos en esos ámbitos concretos para los clientes que los contraten.

Figura 1

Diferentes Packs de servicios de “P&F Agency”



Fuente: Elaboración propia

ii. Precio

Antes de fijar los precios, hemos analizado con detalle el contexto de nuestra empresa y somos conscientes de que es un servicio premium que va dirigido a deportistas de alto rendimiento, por lo tanto, los precios son elevados, pero reflejan la especialización, el valor, y la exclusividad que ofrece “**P&F Agency**”. Además, a la hora de establecer los precios, se ha tenido en cuenta la duración mínima del contrato y el nivel de personalización de cada aspecto.

1. Gestión Integral de la carrera deportiva (mínimo 1 año)

Como se ha explicado con anterioridad, incluye todos los servicios, con una gestión de 360 grados de la vida del deportista. Es el pack más completo y premium. El precio será de 1.700€/mes. A pesar de que en la primera impresión puede parecer un precio elevado, queremos resaltar que este pack está destinado a aquellos deportistas que de verdad quieran comprometerse con nuestra agencia, y confiar en nosotros para dar el salto que necesitan para vivir de su pasión el resto de sus vidas. El acto de confianza de pagar un precio elevado, es una buena barrera para diferenciar aquellos deportistas que quieren realmente dar este salto, frente aquellos que tienen dudas y no confían plenamente ni en nuestra agencia, ni en sí mismos para conseguirlo.

Además, a la hora de desgranar todos los servicios que incluye, se puede ser que si el deportista pagase por separado los mismos, le saldría incluso más caro, y todo ello sin tener un control holístico y sin que cada servicio esté coordinado con todos los demás para favorecer la máxima optimización de cada aspecto de su carrera deportiva. Una aproximación de lo que el deportista podría llegar a pagar si contratase por separado todos los servicios que ofrece nuestra consultoría integral sería:

- preparador físico 200€/mes (contando con acudir 1 vez/semana)
- nutricionista: 150€/mes (contando con acudir 1 vez/semana)

- psicólogo: 200€/mes (contando con acudir 1 vez/semana)
- Fisioterapeuta: 120€ mes (contando con acudir 1 vez/semana)
- Gestión de redes sociales y creación de contenido: 300-1.000€ mensuales.
- Gestión de patrocinadores: 15-20% por acuerdo que se cierre.
- Gestión logística y viajes: 300 a 500€ mensuales.
- Gestión financiera: 600-900€ mensuales

Por tanto, sumando estos servicios por separado, se puede apreciar cómo incluso el deportista ahorra dinero gracias a nuestra consultoría integral, beneficiándose además de obtener un servicio que está 100% optimizado y coordinado.

Ahora bien, nosotros como agencia somos un intermediario entre las empresas que ofrecen los servicios en sí, y los deportistas, y ofrecerles un precio a nuestros deportistas tan económico se explica mediante tres estrategias que aplicaremos de forma inteligente, las cuales nos permitirán aumentar el margen de nuestro beneficio por la reducción de costes que haremos.

Nuestra agencia negociará tarifas especiales con los acreedores de cada servicio. Como agencia, no pagaremos el mismo precio que un cliente individual. Tendremos el poder de negociar precios especiales por el número de deportistas que llevaremos a sus negocios.

Por ejemplo, en caso de contratar un preparador físico, quizá un deportista individual pueda pagar 200€ mensuales, mientras que nosotros como agencia, negociaremos una tarifa plana al proveer a dicho preparador 10 clientes, por tanto, podríamos obtener esta tarifa plana por 1.000€ mensuales, reduciendo el coste unitario por deportista a 100€/mes.

Este modelo de negociación lo aplicaremos para todos los servicios que vamos a subcontratar, obteniendo una gran reducción en el coste total de la subcontratación

de los servicios respecto a las tarifas de mercado estándar, gracias a garantizar a las empresas un flujo constante de clientes.

A pesar de que subcontratamos la gran mayoría de los servicios, especialmente en los inicios de nuestra empresa. terminaremos también contratando profesionales de diferentes disciplinas dentro de nuestra plantilla, además de establecer también colaboraciones exclusivas con otros profesionales, lo que nos ayudará a seguir reduciendo costes.

En el caso de contratar un community manager o gestor de redes sociales dentro de nuestra plantilla, reduciremos costes en este aspecto. Lo mismo ocurrirá si establecemos una colaboración exclusiva con un nutricionista exclusivo para nuestra agencia.

También podremos establecer acuerdos de “revenue sharing” con empresas que estén interesadas en este tipo de colaboración, en la cual aceptarán cobrar menos por sus servicios, pero recibirán un porcentaje de patrocinadores de nuestra agencia o colaboraciones que consigamos generar.

Por último, tendremos un modelo escalable, es decir, cuantos más clientes, menos costes fijos, ya que estos costes se irán diluyendo entre un número de clientes mayor.

Por ejemplo, al subcontratar un equipo de profesionales con una tarifa cerrada de 10.000€ al mes, con 10 deportistas, el coste por cliente se nos queda en 1.000€ mensuales, mientras que, si dentro del contrato de 10.000€ al mes con dicho equipo de profesionales, nosotros como agencia conseguimos duplicar a 20 el número de deportistas que van a beneficiarse de este servicio, el coste por cliente que nosotros estamos afrontando serpa de 500€/mes, aumentando así el margen que obtendremos.

De esta manera, esperamos obtener un beneficio de aproximadamente 200-350€/mes por deportista.

2. Pack de rendimiento deportivo (mínimo 6 meses)

Pensado para mejorar el rendimiento del atleta desde un enfoque integral.

Incluye una sesión de 1h semanal de preparación física, nutrición, psicología y fisioterapia. No será estrictamente necesario que sea 1h de cada servicio a la semana, sino que el deportista obtendrá un bono de 4 sesiones de cada servicio para utilizar ese mes, es decir, 16h el total dedicadas exclusivamente a mejorar su rendimiento deportivo. Ej. El deportista tiene una semana de descarga de entrenamiento, puede esa semana descansar, no consumir ninguna sesión de preparación física, y en cambio, acudir 2 veces esa semana al fisioterapeuta y otras 2 veces al psicólogo. El deportista podrá gestionar este bono como desee, pero siempre haciendo reserva del servicio con 1 semana de antelación como mínimo, y solo pudiendo cancelarlo hasta 72h antes de la cita con el especialista.

El precio será de 800€/mes, lo que hace una media de 50€ cada sesión, lo que convierte este pack en un precio muy competitivo en comparación con contratar por separado cada servicio.

3. Pack de Imagen, Creación de Contenido y Patrocinadores (mínimo 6 meses)

Incluye gestión de redes sociales, creación de contenido en las mismas, y búsqueda de patrocinadores. Este pack es para deportistas que quizá ya tienen pautado sus rutinas de entrenamiento y nutrición, pero que quieren construir su marca personal y atraer oportunidades económicas.

En este caso el pago completo por los 6 meses será de 3.000€, pudiéndose dividir en pagos mensuales de 500€. Es un precio totalmente justificado, ya que el deportista no solo ganará visibilidad, sino que aumentará exponencialmente las

probabilidades de monetizar su marca personal, y, por tanto, su carrera. Como se ha explicado, este pack incluye:

- Un servicio de manejo total de redes sociales (grabación y publicaciones estratégicas de contenido), en el que se garantizarán 3 publicaciones semanales en el feed de redes sociales junto con una storie diaria. Además, dos veces al mes se podrá documentar cualquier contenido que el atleta desee con nuestro equipo de grabación, ya sea un vlog, un entrenamiento...
- Búsqueda de patrocinadores: Se garantizará el contacto con patrocinadores de manera continua, pero será el atleta quien negocie después los términos del contrato. A pesar de esto, tras los 6 meses de duración del contrato de este pack de nuestra agencia con el cliente, se garantiza al cliente el cierre, al menos, de 6 colaboraciones en total (1 al mes). Se entiende como colaboración cualquier relación comercial entre alguna marca deportiva y él, por mínima que sea (es decir, puede ser que una marca de suplementación le envíe un producto a su casa, y el deportista deba publicar una storie sobre ello).

4. Pack de logística (por obra)

Es el paquete que incluye la organización de viajes, eventos y mudanzas. Perfecto para deportistas que necesitan optimizar su tiempo y reducir el estrés logístico. Este precio se ha establecido por obra, ya que el número de veces que un deportista viaja es totalmente variable en función de su nivel, su deporte, y multitud de variables individuales. Un deportista de alto nivel puede llegar a viajar 20-30 veces al año, a veces incluso más, y es por ello que delegar la logística les quitará de encima una gran responsabilidad y les permitirá centrarse en su rendimiento. Se gestionará al deportista cualquier traslado que deba realizar (gestión de desplazamientos a cualquier lado, ya sea un avión para viajar a un torneo en otro país o un taxi para un plan personal). En caso de que en el mes del contrato se quiera incluir un traslado con mudanza a otra ciudad de destino, nuestra agencia

solicitará un suplemento en el precio que dependerá del volumen de logística necesario.

5. Pack financiero (mínimo 1 año)

El precio oscilará entre 600 y 900€ mensuales, dependiendo de la cantidad de patrimonio que requiera la gestión. Es un servicio que es completamente individualizado, y requerirá la intervención de grandes expertos en gestión de patrimonio. Este servicio aporta un valor que puede llegar a ser incalculable para el deportista, marcando el devenir de su futuro. Para deportistas que generan grandes masas de dinero, se aplicará una tarifa aumentada por el trabajo y responsabilidad que implica manejar tales cantidades de patrimonio. De igual manera, buscaremos precios competitivos para nuestros clientes, y en lugar de un único pago que sea muy elevado, ofreceremos asesoramiento continuo y adaptado al deportista, buscando también su formación y hacerles parte del proceso con un aprendizaje que les servirá para el resto de sus vidas.

6. Opción de contrato puntual

En esta opción ofreceremos el mismo servicio, con las mismas empresas subcontratadas y con las mismas condiciones, pero con la posibilidad de contratarlos de manera puntual. Los clientes tendrán la posibilidad de elegir entre todos nuestros servicios de rendimiento, imagen, logística, servicio financiero...

Esto permitirá una gran flexibilidad para quienes no necesiten contratar un pack completo, y se ajustarán los precios en función del número de servicios elegidos, ya que podrán elegirse hasta 3 (creando su propio pack).

iii. Place (Distribución)

En este apartado explicaremos dónde y cómo llegaremos a nuestros clientes potenciales y cómo prestaremos nuestros servicios.

Nuestra agencia ofrecerá servicios tanto presencialmente, como de manera online. Principalmente nuestra actividad será online, conectando con los clientes a través de nuestra plataforma online y a través de mensajes y llamadas telefónicas. Servicios como fisioterapia, tendrán que ser lógicamente de manera presencial, sin embargo, habrá otros muchos servicios que podrán ser presenciales u online en función de las necesidades del cliente, incluso pudiéndose alternar. Nuestro objetivo siempre es facilitar al máximo el aprovechamiento del servicio a nuestros clientes.

En cuanto a la distribución de los servicios que provee nuestra empresa, tendremos gran parte que será a través de canales online. Contaremos con una plataforma completamente profesionalizada donde los deportistas podrán acceder a cualquier contenido de sus servicios contratados. Además, esta web también estará disponible para todo el público, pero solo entrando con usuario y contraseña se podrá acceder al contenido al completo. Nuestra página será uno de nuestros principales ganchos para nuevos clientes, por tanto, tendremos disponible un formulario de contacto para nuevos clientes y un formulario de contratación para empresas que estén interesadas en colaborar con nosotros. La web también contará con apartados que abarcan desde casos de atletas de éxito con nuestra agencia, testimonios... hasta otros apartados como recursos y recomendaciones de entrenamiento, hábitos... e incluso podrán suscribirse a nuestra newsletter. Además, desarrollaremos también una aplicación móvil para trasladar todos los contenidos web también a los teléfonos de nuestros usuarios.

La atención a cada uno de nuestros clientes, como hemos repetido en numerosas ocasiones, será 100% individualizada y adaptada a su contexto, con multitud de reuniones vía Zoom, además de llamadas telefónicas semanales y mensajes en WhatsApp prácticamente diarios. Además, se creará un grupo de WhatsApp con cada cliente individual, junto con un trabajador propio de nuestra agencia, y los profesionales de los servicios que haya contratado. Ej. si un tenista contrata el pack

de entrenamiento, se le agregará a un grupo de WhatsApp junto con su entrenador personal, su nutricionista, su psicólogo, su fisioterapeuta, y un miembro de nuestra agencia que actuará como moderador y supervisará que todo esté correcto.

Cabe destacar que no contaremos con ninguna sede física. Tras hacer un estudio sobre los posibles beneficios y desventajas, llegamos a la conclusión de que era un gasto innecesario, y más aun queriendo abarcar todo el territorio español. En los momentos de reuniones con colaboradores, deportistas, marcas, y otras empresas, se buscarán oficinas de coworking, cafeterías u otras opciones puntuales y de bajo coste.

Tendremos colaboraciones con academias y asociaciones deportivas, con el objetivo de captar también grupos de deportistas. Es decir, por un lado, buscaremos obtener clientes de deportes individuales, como pueda ser un tenista que quiera contratar nuestro pack entero de entrenamiento. Pero otro nicho de mercado serán asociaciones deportivas y clubes. Colaborar con estas entidades nos ayudará a difundir nuestra empresa dando charlas, teniendo presencia en torneos, congresos, y otras convenciones deportivas. Además, de esta manera estaremos en contacto permanente con entrenadores, preparadores físicos, nutricionistas... además de estar sumergidos también en el mundo de la gestión deportiva, lo que nutrirá nuestro círculo de stakeholders notablemente.

iv. Comunicación

En cuanto a las estrategias de comunicación y marketing que utilizaremos para que los deportistas nos conozcan en primera instancia, y terminen por contratar nuestros servicios finalmente, tendremos varias estrategias de promoción.

La primera será el Marketing digital y las redes sociales, de las cuales intentaremos exprimir el máximo beneficio, y apostaremos fuerte por crecer mediante esta vía.

Contaremos con redes de todos los tipos, es decir, más informales y formales. En Instagram, Facebook y TikTok publicaremos contenido atractivo, corto y en formato vertical, que será mayormente casos de éxito de deportistas que han trabajado con nosotros, testimonios de clientes, y consejos y pequeñas píldoras de contenido informativo y divulgativo sobre los servicios que ofrecemos (ej. vídeo sobre nutrición, consejos sobre un estiramiento concreto, truco para publicar en redes sociales y obtener más alcance...). Por otro lado, en LinkedIn y Twitter trataremos de ofrecer una imagen más seria, formal y profesional, con publicaciones sobre la importancia de una buena gestión holística de la vida del deportista, además de anuncios de nuevas alianzas con empresas y patrocinadores, noticias de actualidad relevantes de nuestro sector etc.

Por último, también haremos una inversión en publicidad pagada, con el objetivo de llegar a los máximos deportistas posibles, y que, de primera mano, al menos, sepan quiénes somos. También se lanzarán más adelante campañas digitales segmentadas en base a disciplinas deportivas concretas o campañas con especial atención en alguno de nuestros servicios o packs.

A algunos de nuestros clientes les ofreceremos ser embajadores de la Agencia. Esto consistirá en ofrecerles algún tipo de descuento o beneficio, y que ellos hablen en redes sociales sobre su caso de éxito y como la Agencia ha conseguido llevar su rendimiento al siguiente nivel. Esto promocionará nuestra agencia y generará confianza entre, como mínimo, el mundo del atletismo y el círculo cercano de deportista, pudiendo atraer a nuevos clientes.

Como hemos mencionado anteriormente en el apartado de Distribución, aliarnos con entidades deportivas y clubes nos abrirá las puertas de poder impartir charlas en federaciones, academias etc. También será interesante ofrecer descuentos exclusivos a estos centros, en caso de que nos provean un volumen grande de deportistas.

Por último, trataremos de tener una Newsletter semanal (cada domingo a las 19:00) que aporte valor, en el que se tratarán 2 o 3 temas por semana, siendo uno consejos fitness del estilo de las píldoras de las redes sociales como Instagram, otro, algún caso de éxito o información de cualquiera de nuestros deportistas, y por último, frases motivadoras y casos de éxito de deportistas o personajes relevantes que no sean necesariamente clientes nuestros.

b. Activaciones

Las activaciones de patrocinio serán un aspecto clave para diferenciar a **“P&F Agency”** y ofrecer valor, no solo a los deportistas representados, sino también a las marcas patrocinadoras. La clave estará en crear experiencias originales, memorables y que generen visibilidad para ambas partes. Hemos creado 3 activaciones diferentes ([Ver Anexo 9](#))

7. Plan de Operaciones

a. Descripción del lugar físico

P&F Agency es una empresa de consultoría y gestión deportiva, por las características de la empresa, y las ventajas que nos otorga esta decisión, hemos decidido desarrollar el negocio principalmente en un entorno virtual y digital, es decir, no tendremos oficinas físicas de **“P&F Agency”**, al menos, en el corto plazo.

Tanto nosotros, los fundadores, como nuestros empleados, trabajarán desde sus respectivas ubicaciones, pero utilizando siempre herramientas digitales de alta calidad para la gestión y comunicación con nuestras empresas colaboradoras y con nuestros deportistas.

En caso de ser necesario, se alquilarán, en momentos puntuales, oficinas de coworking o salas de reuniones en las ciudades que lo requieran.

Habrán servicios, que el contacto empresa colaboradora-deportista, sea estrictamente necesario de manera presencial, como puedan ser las sesiones de fisioterapia entre uno de nuestros deportistas y una empresa colaboradora de fisioterapia.

Además, para estimular el team building y la calidad de las relaciones profesionales dentro de la empresa, asistiremos regularmente a competiciones y reuniones con patrocinadores, federaciones, entidades deportivas, clientes... todo ello cara a cara para reforzar las relaciones.

b. Materiales y equipamientos necesarios

Un listado del material básico para empezar a desarrollar nuestra actividad empresarial será:

- Ordenadores portátiles
- Suscripción (anual) a un Software de Gestión y CRM

Tras investigar sobre los mejores CRM para 2025, hemos escogido “Zoho CRM”, debido a que nos ofrece una solución integral tanto para la automatización de ventas y marketing, como para la gestión de relaciones con clientes, aspecto crucial en nuestra empresa. (Zunzunegui, 2024; Camilo, 2025; Lavergne, 2024)

Además, es ideal para pequeñas/medianas empresas, como es el caso de “**P&F Agency**”, siendo personalizable y escalable. También incluye ciertas funciones con IA de análisis predictivo que podrían resultar útiles de cara al futuro. Además, el coste es moderado, siendo el Plan estándar 144€ al año.

- Suscripción Pro (anual) a plataforma de videoconferencias

En este caso hemos escogido la aplicación “Microsoft Teams”, principalmente por la integración con el resto del paquete Microsoft 365, que será muy utilizado por nuestro equipo, y facilitará la colaboración en documentos o comunicaciones. Ofrece en la misma plataforma videollamadas, llamadas y chat, con diferentes funcionalidades dentro de las mismas y cumpliendo normativas de seguridad como GDPR e HIPAA. (Flores, 2025)

La idea sería comprar el “Microsoft 365 Business Basic”, en el que se incluye también Microsoft Teams, con un precio aproximado de 61€ al año por cada usuario.

- Dominio Web y Hosting (suscripción anual)

Hemos escogido “Hostinger” debido a las reseñas encontradas sobre su buen rendimiento y gran soporte técnico. Además, tiene una interfaz muy intuitiva. Otra ventaja es su bajo precio, ya que hemos encontrado planes desde apenas 3€ al mes, lo que significarían 36€ al año.

- Diseño web y Branding.
- Marketing Digital (RRSS, publicidad, SEO...).
- Material de oficina y coworking.

Otros costes de mantenimiento de cara a los próximos 5 años podrían ser: Renovación de la licencia del software, pago de otras licencias y suscripciones digitales; inversiones recurrentes en marketing y publicidad; renovación de los equipos informáticos cada 3-4 años; costes de asistencia a eventos, reuniones con patrocinadores...

c. Procesos de la empresa

En este apartado describiremos los procesos estratégicos, operativos y de soporte. Además, tras la descripción, mostraremos la relación entre los procesos mediante un mapa de procesos. Contaremos con tres tipos de procesos diferentes:

- **Procesos estratégicos:** Aquellos relacionados con las responsabilidades de la dirección y con la planificación. Son las decisiones clave, y relativas al crecimiento de la empresa. Serán:
 - Captación de nuevos clientes (deportistas de alto rendimiento)
 - Búsqueda de patrocinadores y empresas colaboradoras
 - Expansión de servicios y posicionamiento dentro del mercado

- **Procesos operativos:** Relacionados con el servicio al que se dedica nuestra organización, es decir, todo lo relativo a los servicios que ofrecemos a los deportistas. Serán
 - Procesos concretos de cada tipo de servicio ofertado (ej. nutrición, psicología...).
 - Negociación de contratos.
 - Organización logística y coordinación entre empresas colaboradoras que provean estos servicios.

- **Procesos de soporte:** Sirven de apoyo y hacen posible que los procesos operativos se desarrollen, se trata de la gestión interna de la empresa. Son:
 - Administración y facturación.
 - Gestión de herramientas digitales y tecnológicas.
 - Comunicación interna y atención al cliente (externa).

El siguiente mapa muestra un ejemplo de los procesos generales, tomando como ejemplo para los procesos operativos y los procesos de soporte, el servicio de gestión de imagen y RRSS. [\(Ver Anexo 10\)](#), [\(Ver Anexo 11\)](#) y [\(Ver Anexo 12\)](#)

Además, para los procesos clave más relevantes desarrollaremos lo que es conocido como la documentación de procesos, que comprenderá:

- Diagrama de flujo: reflejando las actividades que se realizan, su orden y la relación entre ellas.
- Ficha de procesos: reflejará la información que no está dentro del diagrama de flujo, pero que es igualmente necesaria para la comprensión del proceso.

Ej. Proceso de servicio de Gestión de Imagen y RRSS.

En el siguiente diagrama de flujo se mostrarán los diferentes procedimientos del servicio Gestión de Imagen y RRSS. [\(Ver Anexo 13\)](#). Este servicio consiste en planificar, crear y difundir contenido en las redes sociales del deportista, con el objetivo de mejorar su imagen, su visibilidad, y nutrir su marca personal para atraer a patrocinadores. Los pasos que conlleva este proceso son:

1. Análisis del perfil del deportista: Evaluar su posición actual en RRSS, identificar posibles fortalezas a explotar y debilidades a corregir de su marca personal, y establecer objetivos concretos de comunicación.
2. Definición de la estrategia de contenido: Escoger estratégicamente el tono de comunicación y tipo de contenido que se va a crear, todo acorde al perfil del deportista y los objetivos propuestos. Se determinará también la frecuencia de las publicaciones y las plataformas donde se publicará el contenido.
3. Creación del calendario de publicaciones: Se planificará con detalle cuándo se publicará cada post, cada historia, cada colaboración... También se coordinarán las publicaciones con las competiciones del deportista y las campañas de los patrocinadores.

4. Producción de contenido: Es la parte más importante de este servicio. Se acordarán sesiones de rodaje de contenido, estrategias de edición de foto y vídeo y de redacción de textos, utilización de hashtags...
5. Publicación y gestión de interacciones: Se publicará el contenido creado en el apartado anterior acorde al calendario establecido en los pasos previos, se responderán mensajes clave y comentarios, y se interactuará con los patrocinadores y seguidores, con el objetivo de establecer una comunidad.
6. Monitorización y análisis de resultados: Se procederá a la evaluación del engagement del contenido (ya sea likes, comentarios, tiempo de visualización, veces compartido etc.), se analizará también el crecimiento de seguidores y el impacto de cada campaña de patrocinio. En función de estos resultados se ajustará la estrategia de creación de contenido para mejorar las métricas de rendimiento.

Finalmente se resumirán todos estos datos en un informe que se entregará al deportista como prueba tangible de los beneficios de la contratación de este servicio.

d. Proveedores iniciales y/o habituales

[\(Ver Anexo 14\)](#)

e. Coordinación entre servicios (horarios, distribución de la cartera de servicios, etc.)

[\(Ver Anexo 15\)](#)

8. Plan de Recursos Humanos

a. Organigrama

[\(Ver Anexo 16\)](#)

b. Descripción de las funciones, responsabilidades y competencias (Perfiles de puesto)

Tabla 1

Perfiles de puesto

Puesto	Funciones Principales	Competencias Clave	Formación Requerida
Director/a de Área	Supervisión y dirección estratégica de cada departamento (Deportivo, Imagen y Patrocinadores, Logística, Financiero). También trabajarán directamente para la propia agencia en su área de especialidad.	Liderazgo, visión estratégica, habilidades comunicativas, gestión de equipos.	Grado universitario afín al área (Ej: CAFYD, Marketing, Finanzas) + experiencia mínima 3 años.
Coordinador/a de Pack	Gestión directa con los deportistas, planificación de su itinerario dentro del pack contratado, coordinación con profesionales subcontratados.	Organización, orientación al cliente, trabajo en equipo, conocimientos técnicos.	Formación técnica o superior según el área (Ej: Nutrición, Fisioterapia, Gestión deportiva).
Profesionales Especialistas/Subcontratados	Prestación del servicio técnico al cliente: preparación física, fisioterapia, nutrición, diseño de contenido, etc.	Profesionalismo, actualización constante, empatía.	Titulación oficial del sector + acreditaciones específicas según legislación vigente.

c. Sistema de reclutamiento y selección

El proceso de selección comenzará mediante el anuncio de vacantes en portales de empleo especializados (InfoJobs, LinkedIn, sitios de empleo en el ámbito deportivo etc.). Además, cooperaremos con universidades que ofrecen títulos y másteres relacionados con el sector deportivo. Una vez cerrado el proceso de envío de currículums se procederá a una criba de estos. A continuación, los CV que resulten interesantes se les llamará para una entrevista individual y una actividad en grupo, y finalmente deberán superar una prueba técnica si es necesario (por ejemplo, manejo de redes sociales, capacidad de redacción, conocimientos en contabilidad etc.).

En cuanto a las contingencias, si hay una baja temporal o el contrato se termina, se utilizará una lista de colaboradores que ya han sido evaluados. Algunos puestos estarán subcontratados, lo que proporciona más flexibilidad y rapidez en las sustituciones.

d. Análisis de desempeño y formación

Para una correcta evaluación del desempeño, se procederá a realizar una revisión semestral fundamentada en los indicadores de rendimiento (KPI's) establecidos por cada área. También tendremos en cuenta comentarios cualitativos de los clientes y encuentros de seguimiento. Respecto a la formación, queremos estar siempre actualizados y tener a nuestros empleados en continuo desarrollo y aprendizaje. Se realizará un programa anual de capacitación en habilidades técnicas (por ejemplo, software CRM, trato con clientes). Además participaremos en numerosas ferias, conferencias y cursos especializados. También haremos hincapié en la formación interna sobre la cultura de la empresa y en el desarrollo de una marca personal que genere valor.

e. Tipos de contratos y política salarial

En “**P&F Agency**”, la decisión entre contratos laborales y mercantiles se basa en el tipo de relación que se establecerá con cada profesional y en el volumen de trabajo y flexibilidad que la empresa requiere.

- **Contratos Laborales (fijos o temporales):** Estos contratos se aplican principalmente a aquellos que forman parte del equipo central y estable de la empresa, como:
 - Coordinadores para cada Pack (de rendimiento deportivo, imagen, logística y finanzas).
 - Técnicos internos que solo trabajen para “**P&F Agency**”.

Esto nos asegura un mayor compromiso, control y alineación con la visión a largo plazo de la empresa y facilita una planificación más eficiente y coherente de la carga laboral, garantizando así la exclusividad del profesional con la agencia y cumpliendo con todas las normativas de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

- **Contratos Mercantiles o Subcontratación:** Estos se aplicarán en las siguientes situaciones:
 - Profesionales externos especializados que trabajan por proyecto o en intervenciones puntuales (como fisioterapeutas, nutricionistas, entrenadores, community managers, diseñadores gráficos o fotógrafos).
 - Empresas asociadas que ofrecen un servicio específico (por ejemplo, agencias de viajes, compañías de alquiler de espacios de coworking o productoras de contenido audiovisual).
 - Colaboraciones freelance, especialmente durante períodos de alta demanda o para servicios específicos no cubiertos por el personal interno.

Estos contratos proporcionan mayor flexibilidad a la empresa para adaptarse al crecimiento gradual de la clientela, evitando costos fijos en las primeras etapas, cuando la cantidad de clientes todavía es limitada. También permite la colaboración con expertos de primer nivel sin tener que asumir un coste fijo mensual. Es perfecto para profesionales que ofrecen sus servicios a varios clientes y no buscan exclusividad. Por tanto, al optar por una combinación de contratos laborales y mercantiles, **“P&F Agency”** puede tener un equipo interno sólido y comprometido. ofrecer un servicio personalizado y de alta calidad gracias al acceso a profesionales especializados y adaptarse al crecimiento real de la empresa, sin asumir compromisos económicos excesivos al inicio. Esta estrategia nos proporciona tanto eficiencia económica, como calidad en el servicio, dos elementos esenciales en el desarrollo de una consultora de élite como lo es **“P&F Agency”**.

9. Plan Jurídico

Elección de la Modalidad Jurídica

Para la creación de P&F Agency, será esencial constituir la a raíz de una forma jurídica que se adapte a nuestras necesidades concretas. La empresa estará constituida por dos socios fundadores, concretamente los dos autores de este Trabajo de Fin de Grado, Francisco Pablo Cavataio Sánchez y Pablo Fernández Rodríguez. Teniendo en cuenta este dato, y que la actividad principal de la empresa será ofrecer servicios de consultoría deportiva, hemos optado por constituirnos como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.).

Esta decisión la hemos tomado en base a diferentes beneficios que creemos poder obtener a partir de esta forma jurídica. Al ser una Sociedad Limitada, tenemos el patrimonio personal protegido. Nuestra responsabilidad como socios se limita al capital aportado, evitando de esta manera riesgos personales innecesarios.

La inversión inicial con esta forma jurídica será asequible para nosotros como fundadores, requiriendo un capital social mínimo de 3.000€, que repartiremos equitativamente entre cada socio.

Ser una S.L. nos permite transmitir más confianza como empresa a nuestros colaboradores. Este aspecto nos ha parecido especialmente relevante, ya que serán múltiples empresas colaboradoras las que necesitaremos para el correcto funcionamiento de nuestra actividad. Además, como S.L. podremos acogernos a algunas ventajas fiscales, como pueda ser la tarifa reducida del Impuesto de Sociedades.

Requisitos Legales de Apertura y Trámites para la constitución y Puesta en Marcha.

[\(Ver Anexo 17\)](#)

Ayudas fiscales y financieras

[\(Ver Anexo 18\)](#)

10. Plan económico-financiero y de viabilidad.

Con el objetivo de garantizar una mayor rentabilidad desde el inicio, se ha planteado una estrategia optimizada para **“P&F Agency”**, basada en una captación inicial más ambiciosa de clientes, diversificación de ingresos y optimización de costes operativos.

8.1. Previsión Financiera a 5 Años

- Inversión inicial: 7.102 €. Desglosados de la siguiente manera detallados en el anexo: [\(Ver Anexo 19\)](#)

Costes fijos mensuales optimizados: 11.800 €, gracias a la renegociación de tarifas de subcontratación y reducción de gastos operativos. [\(Ver Anexo 20\)](#)

- Ingresos mensuales iniciales: 16.900 €, desglosados en el anexo. [\(Ver Anexo 21\)](#)

Se proyecta un crecimiento anual del 25% en la captación de clientes e ingresos.

Tras simular nuestros ingresos y gastos durante el año 1 podemos concluir que nuestros beneficios mensuales serán de aproximadamente 5.100 euros (16.900-11.800), teniendo en cuenta que pueda existir un porcentaje de variación de nuestros costes fijos que pueda modificar nuestros beneficios mensuales.

a. Análisis del Flujo de Caja

[\(Ver Anexo 22\)](#)

b. Cálculo del VAN

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, se han calculado los siguientes indicadores financieros utilizando una tasa de descuento del 8%:

- Valor Actual Neto (VAN): 769.850 €

c. Plazo de recuperación

El plazo de recuperación es un indicador clave que permite conocer el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial a través de los flujos netos generados por la actividad de la empresa.

En el caso de **“P&F Agency”**, la inversión inicial asciende a 7.102 €, destinada principalmente a la constitución de la sociedad, herramientas digitales y acciones de marketing.

Según la previsión financiera optimizada, el proyecto genera un flujo neto positivo de 53.798 € al finalizar el primer año de actividad. Esto permite calcular el plazo de recuperación de la siguiente manera:

Plazo de recuperación= Inversión inicial/Flujo neto del año 1 * 12 meses

Plazo de recuperación= 7.102/53.798 * 12 = 1.58 meses

Esto nos indica que la inversión inicial se podría recuperar en un plazo no superior a los dos meses lo que indica que es un negocio realmente rentable.

d. Conclusión de Viabilidad

Los resultados obtenidos demuestran que **“P&F Agency”** es un proyecto altamente viable y rentable. La estrategia optimizada permite:

- Generar un beneficio mensual superior a los 5.000 € desde el primer año.
- Alcanzar un VAN elevado, garantizando el retorno de la inversión inicial y una excelente rentabilidad a medio y largo plazo.
- Asegurar un crecimiento sostenible gracias a la digitalización, la subcontratación eficiente y la diversificación de servicios.

Por tanto, se concluye que la empresa no solo es capaz de mantenerse operativa sin riesgos financieros significativos, sino que también presenta un gran potencial de expansión en el sector de la representación deportiva.

11. Responsabilidad social corporativa.

En “**P&F Agency**”, entendemos que el éxito empresarial no solo se mide en términos económicos, sino también en el impacto positivo que generamos en la sociedad y en nuestro entorno. Por ello, incorporamos la Responsabilidad Social Corporativa como un pilar fundamental de nuestra estrategia empresarial. ([Ver Anexo 23](#))

12. Cronograma to-start.

A continuación, se detallan las fases previstas para la puesta en marcha de la empresa, organizadas en un cronograma que abarca los primeros seis meses de actividad. Las diferentes fases estarán detalladas en el anexo ([Ver Anexo 24](#)): Fase 1: Preparación y Constitución (Mes 1); Fase 2: Desarrollo de la Marca y Plataforma Digital (Mes 2); Fase 3: Captación de Clientes y Networking (Meses 3 y 4); Fase 4: Inicio de la Actividad y Optimización (Meses 5 y 6). ([Ver Anexo 25](#))

13. Conclusiones

([Ver Anexo 26](#))

14. Referencias

1. Camilo, A. (2025, 3 enero). *Los mejores 5 CRM's para tu empresa en 2025* - *Creativa*. Creativa. <https://www.creativa.marketing/los-mejores-5-crms-para-tu-empresa-en-2025>

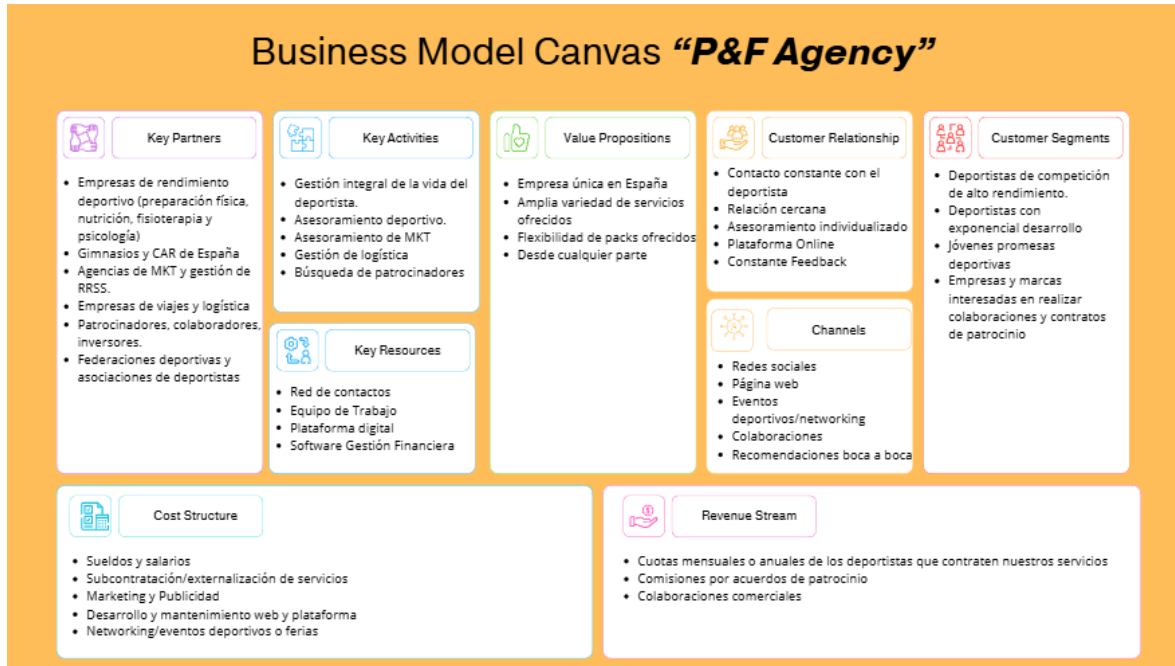
2. Comunidad de Madrid. (2025). *Ayudas y becas para el desarrollo de startups*. Comunidad de Madrid. <https://sede.comunidad.madrid/ayudas-becas-subsuenciones/ayudas-desarrollo-startups>
3. Crespo, C. (2022). *Afecciones como la depresión, la ansiedad y los trastornos alimentarios se encuentran, como una oscura sombra silenciada, en el gran pódium de los fracasos del deporte de élite*. <https://www.nationalgeographic.es/ciencia/2022/01/la-salud-mental-en-el-deporte-de-elite-la-gran-asignatura-pendiente-en-espana>
4. Deportiva, V. C. (s. f.). *Blog - Valgo | Consultoría deportiva | Marketing y Gestión | Gimnasios*. Valgo. <https://www.valgo.es/blog/el-patrocinio-deportivo-alcanza-los-1961-millones-en-espana-un-ano-marcado-por-grandes-eventos>
5. Dircom. (2021). *Primer estudio sobre el estado del patrocinio deportivo en España*. <https://dircom.org/wp-content/uploads/2021/03/PRIMER-ESTUDIO-ESTADO-PATROCINIO-DEPORTIVO-ESPANA.pdf>
6. Florencia. (2025, 26 febrero). *Las mejores plataformas de videoconferencias en 2025: Análisis y Comparativas*. Newtech Group. <https://newtechgroup.com/plataformas-videoconferencias-2025>
7. García-Mas, A., Ponseti, F. J., Núñez Prats, A., & Marcolino, P. (2020). *Resumen ejecutivo: ELIT-in – Guía informativa y directrices para mejorar la transición de las carreras deportivas de alto rendimiento al mercado laboral*. Universidad de las Islas Baleares y Fundación Deportiva. https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/7b1ecda2-04b2-467a-a50f-95bdd6d55686/Executive%20Summary%20IO3_ES.pdf
8. InfoAdex. (2024). *Presentación del Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2024* (30ª ed.). <https://www.infoadex.es/wp-content/uploads/2024/02/Presentacion-Estudio-InfoAdex-2024.pdf>
9. La Comunidad de Madrid ha aprobado ayudas de hasta 20.000 euros por. (2025, 25 marzo). *Comunidad de Madrid*.

- <https://www.comunidad.madrid/noticias/2025/03/05/comunidad-madrid-aprueba-ayudas-20000-euros-incentivar-proyectos-emprendimiento>
10. Lavergne, A. (2024, 9 abril). *Top 9 Software CRM para PYMES y microempresas en 2025*. Salesdorado. <https://salesdorado.com/es/crm/best-crm-tpe-pme>
 11. López de Subijana, C., Barriopedro, M., Conde, E., Sánchez, J., Ubago, E., & Gallardo, L. (2015). Análisis de las barreras percibidas por los deportistas de élite españoles para acceder a los estudios. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 15(1), 265–274. <https://doi.org/10.4321/s1578-84232015000100025>
 12. Los deportistas individuales transforman el patrocinio en una herramienta de conexión emocional. (s. f.). *PuroMarketing*. <https://www.puromarketing.com/39/214872/deportistas-individuales-transforman-patrocinio-herramienta-conexion-emociona>
 13. Madrid Emprende. (2024, 20 diciembre). *Ventanilla única del emprendimiento - Plataforma Madrid Emprende*. <https://www.madridemprende.es/ventanilla-unica-del-emprendimiento/>
 14. Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. (2024). *Anuario de estadísticas deportivas 2024*. <https://www.educacionfpydeportes.gob.es/dam/jcr:fbf05df0-5e3f-4b57-9d5b-6588d4ad34a9/aed-2024.pdf>
 15. OnStrategy. (2024). *Patrocínio Embaixador*. https://www.onstrategy.com.pt/xms/files/Reports/2024/Patrocinio_Embaixador.pdf
 16. Rodríguez, V. (2025, 11 abril). *Cadena SER*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/cmadrid/2025/04/11/comienza-a-funcionar-el-centro-de-ayuda-al-autonomo-de-pinto-la-fabrica-ser-madrid-sur>
 17. Zunzunegui, A. (2024, 13 noviembre). *Los mejores CRM para empresas en 2025*. Blog de Acumbamail. <https://acumbamail.com/blog/mejores-crm-empresas>

15. Anexos

Anexo 1

Business Model Canvas



Fuente: Elaboración propia

- Key Partners:

Empresas de nutrición y suplementación deportiva, marcas deportivas y de equipamiento (posibles patrocinadores de nuestros clientes), gimnasios y centros de alto rendimiento en España, fisioterapeutas, preparadores físicos, agencias de MKT y de gestión de redes sociales, empresas de viajes y logística para los traslados de los deportistas, inversores, federaciones deportivas y asociaciones de deportistas de los diferentes deportes con los que vamos a trabajar.

- Key Activities:

Dependiendo del pack o servicio que el deportista quiera contratar: gestión integral de la carrera del deportista, búsqueda de patrocinadores y negociación de colaboraciones, gestión de redes sociales, creación de contenido y manejo de la imagen del deportista, organización de traslados y logística durante competiciones (o situaciones personales), asesoramiento en nutrición, preparación física o fisioterapia.

- Key Resources:

El elemento principal será contar con una amplia red de contactos que nos permita cubrir cualquier servicio que nos soliciten nuestros clientes. Necesitaremos también un equipo (en caso de no externalizar directamente el servicio) de nutricionistas, preparadores físicos, expertos en gestión de redes sociales, fisioterapeutas...). Contaremos con una plataforma digital para gestionar los servicios de todos nuestros deportistas. Tendremos una gran presencia en redes sociales y un software de gestión financiera para nuestra empresa.

- Value Propositions:

Nuestra empresa es única en España debido a que no existe ninguna con el abanico de posibilidades que ofreceremos a nuestros deportistas: gestión integral y personalizada de la vida del deportista, o, en caso de que el deportista no necesite una gestión integral de su carrera y su vida, podrá contratar, tanto en packs, como de forma individual cualquiera de nuestros servicios (asesoramiento deportivo buscando rendimiento (nutrición, preparación física, fisioterapia y psicología), búsqueda de patrocinadores, optimización de marca personal y soporte logístico).

- Customer Relationship:

La agencia tendrá un contacto constante con los deportistas, y cuidar este aspecto será clave para el buen desarrollo de nuestra actividad. Tendremos una relación cercana y altamente personalizada con cada atleta, comunicación constante vía Whatsapp, teléfono móvil, email, reuniones periódicas... El asesoramiento será

completamente individualizado para cada deportista, adaptándonos a las diferentes necesidades y contextos, y contacto con una plataforma online a la que el deportista tendrá acceso para facilitar cualquier aspecto que pueda surgir. Solicitaremos también feedback continuo a nuestros deportistas.

- Customer Segments:

Deportistas de competición de alto rendimiento en deportes individuales que requieran una inversión alta (especialmente golf, tenis, deportes de invierno y deportes de motor), deportistas con un exponencial desarrollo que se están acercando a la profesionalidad, promesas deportivas que buscan apoyo para dar el salto a vivir de su desempeño deportivo, y empresas y marcas interesadas en realizar colaboraciones y contratos de patrocinio.

- Channels:

La agencia llegará a nuestros clientes vía redes sociales, página web, eventos deportivos y networking, colaboraciones con academias/centros deportivos y recomendaciones tradicionales de boca a boca.

- Revenue Stream:

Generaremos ingresos principalmente por las cuotas mensuales o anuales de los deportistas que contraten nuestros servicios, aunque también obtendremos ganancias procedentes de comisiones por acuerdos de patrocinio y colaboraciones comerciales.

- Cost Structure:

Los principales gastos de la agencia serán los sueldos de nuestro equipo profesional junto con la subcontratación de los servicios que externalizamos.

Además, tendremos también gastos en marketing y publicidad de nuestra propia empresa, en el desarrollo y mantenimiento de la web y la plataforma online, además de gastos de networking y asistencia a diferentes eventos deportivos o ferias.

Anexo 2

Perfil de los empleadores

Francisco Pablo Cavataio Sánchez

Como cofundador de **“P&F Agency”** y graduado en Gestión Deportiva por la Universidad Europea de Madrid, he estado ligado a las disciplinas deportivas durante toda la vida, no solo como deportista de alto rendimiento, sino que el deporte ha sido el ámbito al cual me he dedicado los últimos 8 años. Actualmente trabajo entrenando deportistas de alto rendimiento que ya comienzan a conectar con el mundo profesional, de manera que conozco de primera mano realmente las necesidades de estos, y como son los procesos de estos deportistas de alto rendimiento que aspiran a convertirse en deportistas de élite. Como cualidades, destacaría mi capacidad para desarrollar mis habilidades sociales, la capacidad para solventar problemas y soluciones adversas, la experiencia en relaciones con deportistas y allegados de los mismos, además de mi gran predisposición al trabajo.

Pablo Fernández Rodríguez

Como cofundador de **“P&F Agency”** y graduado en Gestión Deportiva por la Universidad Europea de Madrid, he trabajado durante estos últimos años en el impulso del deporte de competición de alto rendimiento en España. Tanto como entrenador, como propio deportista, llevo años sumergido en este área, y he vivido de primera mano como empresas, tales como **“P&F Agency”**, pueden ser una revolución para muchos deportistas a punto de dar el salto al profesionalismo. Si destaco en algo, es en la capacidad de esfuerzo y trabajo para llevar adelante algo de lo que estoy convencido. Además, tengo una gran capacidad resolutiva para resolver los inconvenientes que aparecen en el camino, con el foco puesto en que

nada me desvíe de él. Tengo una buena capacidad de trabajo en equipo, especialmente si los compañeros son afines a los altos estándares de trabajo que tengo. En este caso, mi compañero Francisco y yo, por nuestra semejanza en valores y en la forma de trabajar, creo que somos una pareja completamente idónea para realizar de manera exitosa este Trabajo Fin de Grado.

Anexo 3

DAFO



Fuente: Elaboración propia

Anexo 4

CAME



Fuente: Elaboración propia

CORREGIR (Debilidades)

- Estrategia de branding y posicionamiento: Desarrollar una identidad de marca sólida con estrategias de marketing digital y redes sociales.
- Ampliar el alcance más allá de la red de contactos: Crear campañas de captación para atraer nuevos clientes mediante publicidad digital y eventos.
- Buscar financiación o modelos de ingresos escalables: Explorar subvenciones, inversión externa o modelos de pago flexibles para clientes.
- Educación del mercado sobre el valor del asesoramiento sin representación: Explicar los beneficios de la consultoría integral frente a la representación tradicional.

AFRONTAR (Amenazas)

- Diferenciación clara frente a agencias de representación: Potenciar el mensaje de que P&F Agency ofrece un enfoque alternativo y más flexible.
- Adaptación a cambios en regulaciones de patrocinio: Mantenerse actualizado sobre normativas deportivas y asesorar a los clientes sobre mejores prácticas legales.
- Diversificación de clientes y servicios: No depender solo de atletas individuales; buscar acuerdos con clubes, academias y marcas.
- Ofrecer servicios de alto valor agregado: Incorporar herramientas digitales, networking con patrocinadores y estrategias de marca personal avanzadas.

MANTENER (Fortalezas)

- Seguir aprovechando la red de contactos y conocimiento del sector: Fortalecer relaciones con deportistas, clubes y marcas para obtener referencias.

- Potenciar la diferenciación con un servicio integral: Destacar el asesoramiento en imagen, redes sociales y patrocinio como valor clave.
- Consolidar el expertise en gestión deportiva y marketing: Seguir formándose y actualizando conocimientos para ofrecer un servicio de calidad.
- Mantener la flexibilidad y adaptación a las necesidades de los deportistas: Ajustar los servicios según el perfil de cada cliente para mayor fidelización.

EXPLOTAR (Oportunidades)

- Aprovechar la digitalización del marketing deportivo: Crear contenido atractivo en redes sociales y explorar plataformas online para conectar con clientes.
- Posicionarse como la alternativa a la representación deportiva tradicional: Comunicar los beneficios de un servicio de asesoramiento sin exclusividad.
- Colaboraciones estratégicas con gimnasios, academias y marcas deportivas: Establecer acuerdos donde P&F Agency se convierta en su asesor de referencia.
- Focalizarse en deportes emergentes y nichos menos explotados: Trabajar con atletas de disciplinas con menor presencia de agencias tradicionales.

Anexo 5

Analisis de competidores

MVM Sports Group

MVM Sports Group es una agencia dedicada a la representación y gestión de deportistas. Aunque la información disponible sobre sus servicios es limitada, se deduce que su modelo de negocio está basado en la gestión de contratos y la intermediación entre los atletas y las marcas patrocinadoras. La ausencia de una oferta integral de servicios adicionales, como el asesoramiento en nutrición,

preparación física o gestión de redes sociales, podría ser una desventaja frente a P&F Agency, que proporciona un enfoque más amplio en la carrera del deportista.

We Grow Agency

We Grow Agency se define como una agencia con un enfoque 360°, que ofrece planificación, acompañamiento y trabajo en equipo para el desarrollo del atleta. Su misión es liberar a los deportistas de las preocupaciones extradeportivas, permitiéndoles centrarse únicamente en su rendimiento. Aunque su filosofía es similar a la de P&F Agency, su enfoque se centra más en el seguimiento y la planificación del atleta, sin una estructura clara de servicios individuales personalizables como la que ofrecemos. La personalización y la flexibilidad en los paquetes de servicios son, por tanto, una ventaja competitiva para nuestra agencia.

Iron Stars

Iron Stars es otra empresa que se dedica a la gestión y asesoramiento de deportistas, aunque no se ha encontrado información detallada sobre sus servicios en la búsqueda realizada. En caso de ofrecer una oferta similar a la de P&F Agency, sería importante estudiar su posicionamiento y especialización dentro del sector.

380 AMK

380 AMK es una agencia con más de 20 años de experiencia en el sector del marketing deportivo y la representación de deportistas profesionales. Su enfoque se centra en el desarrollo digital, la gestión de patrocinios y la consultoría deportiva. Su larga trayectoria le otorga una ventaja en términos de reconocimiento y red de contactos, sin embargo, su foco principal es el marketing deportivo, sin ofrecer una gestión integral de la vida del deportista como lo hace P&F Agency. Esta diferencia en el modelo de negocio puede permitirnos posicionarnos como una alternativa innovadora y diferenciada.

BETRUST

BETRUST es una agencia especializada en la representación integral de deportistas, ofreciendo servicios que van más allá de la gestión contractual. Entre sus principales servicios se incluyen la negociación de contratos, asesoramiento fiscal, gestión de redes sociales, logística personal, gestión patrimonial y

planificación de la vida post-retiro. Su modelo de negocio se asemeja en gran medida al de P&F Agency, aunque su enfoque es más tradicional, basado en la representación directa de los deportistas. Nuestra propuesta diferenciadora radica en ofrecer servicios modulares y flexibles, sin necesidad de un contrato de representación exclusiva, lo que nos permite atender a un rango más amplio de clientes.

Anexo 6

Tabla de Benchmarking

Para visualizar mejor la posición de P&F Agency en el mercado frente a sus competidores, se ha elaborado la siguiente tabla de benchmarking, donde se comparan los servicios clave de cada empresa en una escala del 1-5 dependiendo el nivel de competencia que signifique para P&F Agency:

Servicios Empresas /	MVM Sports Group	We Grow Agency	Iron Stars	380 AMK	BETRUST
Representación de deportista	5	4	3	3	5
Gestión de contratos	4	3	3	2	5
Asesoramiento fiscal	2	2	1	1	5
Gestión de redes sociales	1	3	2	3	5
Logística personal	1	2	1	1	5
Gestión patrimonial	1	2	1	2	5
Planificación post-retiro	1	2	1	1	5

Marketing deportivo	3	3	2	5	3
Consultoría deportiva	3	4	3	5	4
Organización de eventos	2	2	2	5	3

Fuente: Elaboración propia

Tras realizar este análisis de la demanda poder resaltar diferentes conclusiones:

Diferenciación en el modelo de negocio: Mientras que la mayoría de las agencias analizadas se enfocan en la representación tradicional de deportistas, P&F Agency ofrece una propuesta más flexible y modular, permitiendo a los clientes contratar solo los servicios que realmente necesitan.

Oferta de servicios integrales: A diferencia de agencias como MVM Sports Group o 380 AMK, nuestra agencia no solo gestiona contratos y patrocinios, sino que también cubre áreas como nutrición, preparación física, gestión de redes sociales, logística y asesoramiento financiero.

Competencia fuerte en el sector: Empresas como BETRUST y We Grow Agency ofrecen servicios similares a los de P&F Agency, por lo que será clave desarrollar estrategias de marketing y diferenciación para destacar en el mercado.

Oportunidad de crecimiento: Aunque 380 AMK cuenta con una amplia trayectoria en el sector, su enfoque en el marketing deportivo deja margen para que P&F Agency se posicione como la opción ideal para atletas que buscan una gestión integral de su carrera.

Anexo 7

PESTEL



Fuente: Elaboración propia

Anexo 8

Establecimiento de estrategias

- Estrategias Ofensivas (Fortalezas + Oportunidades)

Estas estrategias aprovechan las fortalezas de la empresa para explotar las oportunidades del mercado.

Networking y alianzas estratégicas:

- Utilizar nuestra red de contactos para atraer a los primeros clientes y establecer relaciones con marcas deportivas.
- Cerrar acuerdos con gimnasios, academias y clubes deportivos para ofrecer servicios de asesoramiento a sus atletas.
- Participar en eventos deportivos y ferias de patrocinio para ampliar la red de contactos y ganar visibilidad.

Estrategia de diferenciación a través del servicio 360°:

- Posicionar a **P&F Agency** como una agencia de asesoramiento integral que ofrece más que representación deportiva.
- Destacar los servicios personalizados de branding, redes sociales y conexión con marcas como un valor diferencial frente a la competencia.

Expansión digital y presencia en redes sociales:

- Crear contenido de valor en redes sociales para atraer deportistas y marcas interesadas en el asesoramiento deportivo.
- Implementar campañas de publicidad digital dirigidas a atletas en fase de crecimiento profesional.
- Desarrollar una plataforma online donde los deportistas puedan gestionar su imagen y acceder a oportunidades de patrocinio.

Estrategias Defensivas (Fortalezas + Amenazas)

El objetivo de estas estrategias es proteger la empresa de las amenazas externas utilizando nuestras fortalezas.

Estrategia de captación temprana de talento emergente:

- Identificar y trabajar con jóvenes promesas del deporte antes de que sean captados por agencias de representación.
- Ofrecer asesoramiento gratuito o con tarifas reducidas a deportistas con gran potencial mediático para fidelizarlos desde el inicio.

Modelo de negocio flexible para reducir la dependencia económica de los deportistas:

- Implementar planes de pago escalables según el nivel y la capacidad financiera de los clientes.

- Explorar modelos de suscripción donde los atletas puedan acceder a servicios básicos y pagar extras según sus necesidades.
- Facilitar el pago a través de colaboraciones con patrocinadores que cubran parte del coste del asesoramiento.

Asesoramiento especializado en sectores con menor competencia:

- Focalizarse en deportes menos explotados por agencias tradicionales (ej. deportes olímpicos, eSports, deportes de nicho).
- Ofrecer servicios personalizados en nichos donde los deportistas necesiten una estrategia de marca fuerte para obtener patrocinios.

Estrategias de Reorientación (Debilidades + Oportunidades)

Estas estrategias buscan reducir las debilidades aprovechando nuestras oportunidades de mercado.

Estrategia de marketing agresivo para ganar reconocimiento de marca:

- Invertir en publicidad digital y colaboraciones con influencers del mundo deportivo.
- Realizar campañas de testimonios con los primeros clientes para generar credibilidad.
- Organizar eventos gratuitos o webinars sobre patrocinio y branding deportivo para atraer público objetivo.

Buscar inversión externa para acelerar el crecimiento:

- Presentar el proyecto a inversores o fondos de capital interesados en startups deportivas.

- Solicitar subvenciones o ayudas para empresas emergentes en el sector deportivo.

Capacitación en gestión empresarial y expansión de conocimientos internos:

- Invertir en formación para el equipo fundador en áreas clave como finanzas, derecho deportivo y marketing.
- Contratar consultores especializados en las primeras fases para estructurar el negocio de manera eficiente.

Estrategias de Supervivencia (Debilidades + Amenazas)

Estas Intentaran reducir los efectos negativos de las debilidades ante las amenazas del mercado.

Estrategia de fidelización y retención de clientes:

- Crear un programa de beneficios para deportistas que mantengan una relación continua con la agencia.
- Ofrecer descuentos o servicios adicionales a clientes recurrentes.

Estrategia de reducción de costos en la fase inicial:

- Externalizar servicios como diseño gráfico, producción de contenido y asesoramiento legal hasta que la empresa tenga estabilidad financiera.
- Operar principalmente en el ámbito digital para minimizar costos de oficina y estructura física.

Diversificación de ingresos para evitar dependencia de un solo mercado:

- Explorar líneas de negocio adicionales, como consultoría para clubes deportivos o academias que necesiten mejorar su estrategia de marca.

Anexo 9

Activaciones

Activación 1: “P&F Agency” Performance Day: Evento experiencial para marcas, deportistas y público general.

Inspirados en el evento que realizó la marca “Technogym” el pasado mes de marzo en las instalaciones del Comité Olímpico Español, y al cual tuvimos el privilegio de asistir, se nos ocurrió la siguiente activación.

Realizaremos un evento en presencial, en las propias instalaciones del COE (si no fuese posible tendremos otras opciones como puede ser El Polideportivo Gallur, o finalmente el casino de Aranjuez, donde tenemos constancia de que realizar este evento sería posible siempre que sea en horario de día/tarde) como de inauguración de nuestra empresa, en el que los participantes (público general, marcas invitadas y medios de comunicación) podrán conocer lo que significa ser un deportista de élite.

Todo esto se basa en la filosofía de **“P&F Agency”**: rendimiento, imagen, bienestar y gestión total.

El evento será una feria con diferentes stands repartidas en diferentes áreas:

- Área de rendimiento (patrocinada por una marca de suplementos, ropa deportiva o tecnología para el ejercicio): Se realizarán talleres de entrenamiento funcional dirigido por entrenadores profesionales y la opción de realizar una prueba de rendimiento utilizando dispositivos (ej. Garmin, Polar, etc.). Además, habrá demostraciones de recuperación con fisioterapeutas, cámaras hiperbáricas, botas de compresión, etc. Todo ello lo llevarán a cabo las empresas colaboradoras de nuestra empresa, con el objetivo de que puedan darse a conocer.

- Área de imagen personal en redes sociales (con marca de tecnología o contenido): Se impartirá un taller sobre “cómo grabar un video profesional para Instagram o TikTok”. Habrá una cabina fotográfica profesional, para que los asistentes obtengan contenido como si fueran atletas y una magistral sobre branding personal en el ámbito deportivo.
- Área de bienestar y mentalidad (con marcas de nutrición o salud mental): Sesiones breves de pautas básicas de nutrición, charlas cortas sobre motivación, manejo del estrés y psicología deportiva.
- Área financiera y charlas de profesionales (patrocinada por un banco o empresa de fintech): Se organizará una mesa redonda con ejemplos reales de deportistas que hayan hecho buenas (y malas) inversiones.

Además de todo lo anterior, se entregará un kit de bienvenida con obsequios de los patrocinadores y habrá sorteos de productos o experiencias deportivas

El público experimentará la verdadera vida de un deportista, las marcas obtendrán visibilidad, interacción directa con su público objetivo y se asociarán con el alto rendimiento. **“P&F Agency”** se dará a conocer como una consultoría integral que crea experiencias y tiene la capacidad de movilizar talento y marcas.



Fuente: Elaboración propia mediante IA

Activación 2: “P&F Agency” Social Impact Sponsorship

Con esta activación, se buscará no solo asociar las marcas que patrocinan a “**P&F Agency**” con el alto rendimiento y la élite del deporte, sino también con un verdadero compromiso hacia el desarrollo del deporte base, además de la igualdad de oportunidades. Se trata de una iniciativa que convierte cada patrocinio en una acción que genera un impacto social directo: ayudar a jóvenes con talento que no tienen los recursos necesarios para continuar con su carrera deportiva.

Por cada mes que una marca firme un patrocinio con uno de los deportistas de **“P&F Agency”**, por ejemplo, conseguimos que uno de nuestros deportistas, mediante nuestro servicio de marca personal, consiga firmar un patrocinio con una marca de suplementación deportiva. Una de las cláusulas será que la marca contribuirá (a través de la agencia) con una ayuda económica o material para satisfacer durante ese mes alguna necesidad de un joven atleta sin recursos.

“P&F Agency”, se encargará de elegir a los beneficiarios en colaboración con clubes, federaciones, fundaciones, etc. y realizar la donación económica o en especie de manera transparente. Además, será muy importante, para todas las partes, registrar y comunicar el impacto de estas acciones tanto para la marca como para la comunidad, y es por ello que se hará mucho hincapié en este aspecto:

- Campaña digital: Historias mensuales en redes mostrando al joven beneficiario y el impacto real del patrocinio.
- Etiqueta o hashtag: #TalentoConFuturo o #P&FImpulsa
- Vídeo resumen: Documental al final del año con todos los beneficiarios y los logros alcanzados.
- Branding compartido: La marca aparece como “patrocinador con propósito” en todos los soportes.

Activación 3: “P&F Agency” Behind The Sponsorship

Esta tercera activación tiene como objetivo mostrar al público el proceso auténtico y humano que vive un atleta para conseguir un patrocinio. En lugar de solo lanzar un anuncio que contenga un logo, esta iniciativa documenta de manera cercana, breve y emocional cómo **“P&F Agency”** apoya a los deportistas hasta el momento decisivo en que una marca decide invertir en ellos. La idea es crear una historia valiosa tanto para la marca patrocinadora como para el atleta y para la agencia, subrayando el esfuerzo que hay detrás del éxito.

La activación se centra en la producción de vídeos cortos tipo “reel” o fragmentos documentales que tengan una duración de entre 60 y 90 segundos. El estilo debe ser rápido, visual, sincero y cinematográfico, similar a los contenidos que se disfrutan en Instagram, TikTok o YouTube Shorts. Estos vídeos serán compartidos tanto en los canales de **“P&F Agency”** como en las plataformas del atleta y la marca patrocinadora. Se puede incluir un hashtag exclusivo como #DetrasDelPatrocinio o #P&FApoyaSueños.

La marca patrocinadora obtendrá diversos beneficios:

- Visibilidad auténtica: su logotipo no aparece únicamente como un elemento publicitario, sino como una parte esencial de la narrativa y el avance del deportista.
- Conexión emocional: el contenido humaniza el patrocinio, creando un vínculo con el público que reconoce el apoyo genuino al talento.
- Contenido valioso: la marca obtiene material audiovisual de calidad, que puede ser útil para sus propias redes sociales, con valores de superación, esfuerzo y compromiso.
- Reputación con propósito: el patrocinio deja de ser visto como un simple trato comercial y se convierte en una apuesta por el desarrollo deportivo y humano.

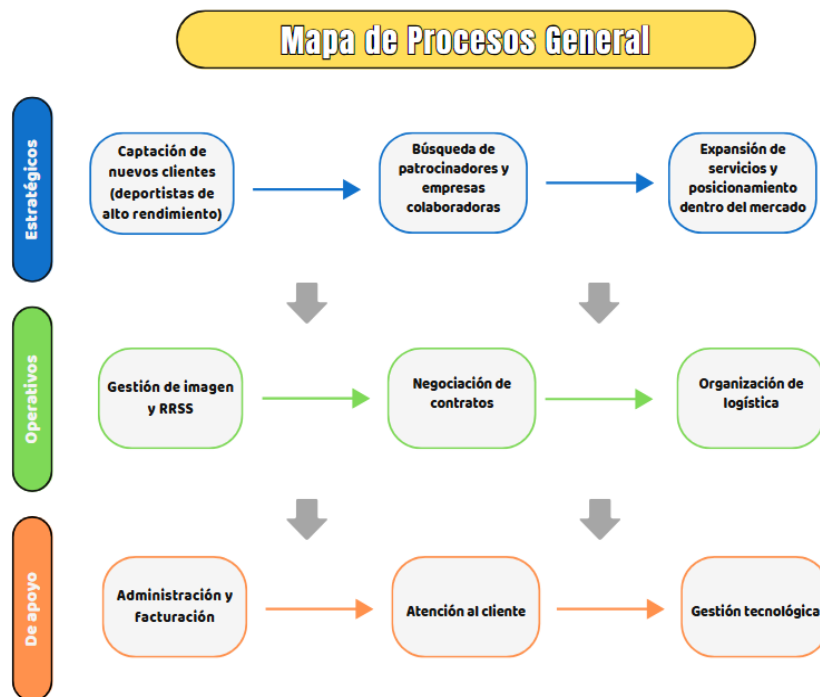
Y también los obtendrá **“P&F Agency”**:

- Refuerza la imagen como una agencia que gestiona integralmente las carreras deportivas.
- Destaca el trabajo estratégico y el esfuerzo que apoyan cada éxito.
- Genera contenido regular y de alto valor para sus plataformas digitales.
- Funciona como un instrumento convincente para atraer nuevas marcas interesadas en este tipo de actividades con impacto.

Se comenzará únicamente con uno o dos atletas que tengan historias significativas, logrando su primer patrocinio con una marca, y se distribuirá en varias de nuestras plataformas: Instagram, TikTok, YouTube Shorts y LinkedIn (para la parte más empresarial del mensaje).

Anexo 10

Mapa de Procesos General



Fuente: Elaboración propia

Anexo 11

Tabla de Proceso del servicio de Gestión de Imagen y RRSS.

Proceso	Input	Output	Responsable	Cientes del Proceso	Herramientas Necesarias	Personas Implicadas (Agentes)	Indicadores	Instrucciones	Hitos y Plazos	Límites del Proceso
1. Análisis del perfil	Redes sociales actuales, entrevistas, estadísticas	Informe de diagnóstico y objetivos	Community Manager / Consultor de Marca	Deportista, Agencia de Representación	Redes sociales, herramientas de análisis (Metricool, Hootsuite)	Deportista, Analista de RRSS	Alcance, tasa de engagement actual	Evaluar sin sesgo, establecer benchmarks	1 semana desde inicio	Información pública disponible, privacidad del deportista
2. Definición de estrategia	Informe de análisis	Documento de estrategia de contenido	Estrategia Digital	Deportista, equipo de comunicación	Canva, Google Docs, Notion	Community Manager, Deportista, Estratega	Claridad de objetivos, adecuación al público	Alinear contenido con valores personales y deportivos	1 semana tras el análisis	No debe contradecir la imagen real del deportista
3. Creación de calendario	Estrategia de contenido	Calendario mensual/trimestral	Community Manager	Deportista, seguidores, patrocinadores	Google Calendar, Trello, Excel	Community Manager, Deportista	Cumplimiento de publicaciones programadas	Considerar eventos clave, evitar sobrecarga	Debe entregarse al menos 2 semanas antes del mes	No se incluyen eventos personales no públicos
4. Producción de contenido	Calendario, ideas creativas	Imágenes, videos, textos	Equipo de contenido	Deportista, seguidores, marcas	Cámara, software edición (Premiere, Canva), IA de diseño	Fotógrafos, Videógrafos, Copywriters	Calidad visual, originalidad, adecuación al mensaje	Mantener coherencia estética y narrativa	1-2 días por sesión de contenido, edición semanal	Limitado por presupuesto y disponibilidad del deportista
5. Publicación e interacción	Contenido producido	Publicaciones activas e interacciones	Community Manager	Seguidores, patrocinadores	Meta Business Suite, TikTok, YouTube Studio	CM, Deportista (opcional en lives/stories)	Tasa de respuesta, interacciones positivas	Evitar respuestas automáticas, ser genuino	Según calendario - publicaciónes diarias o semanales	No se pueden automatizar todas las interacciones
6. Monitorización y ajuste	Datos de engagement, KPIs	Informe de resultados y propuestas de mejora	Analista Digital	Deportista, patrocinadores, agencia	Google Analytics, Metricool, Excel	Community Manager, Analista	Crecimiento de seguidores, ROI en campañas	Comparar con objetivos iniciales	Evaluación mensual o tras cada campaña importante	Limitado por acceso a datos y herramientas premium

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 12

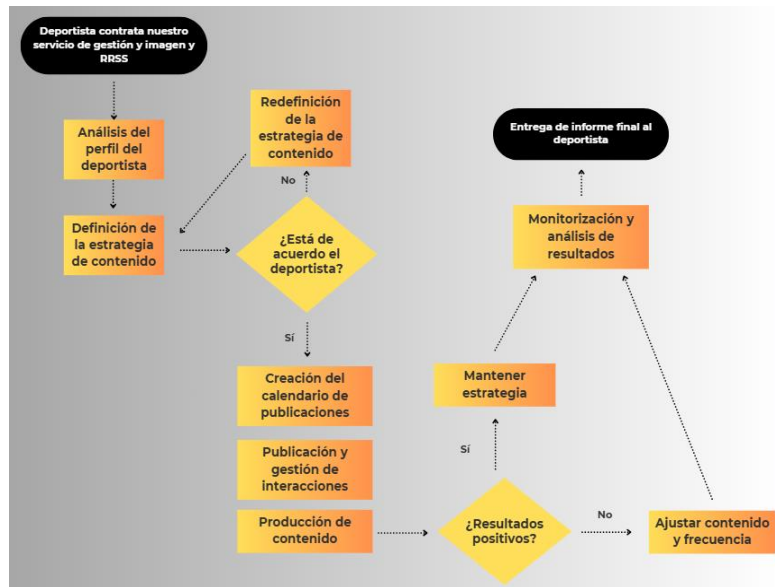
Tabla explicativa de indicadores del servicio de Gestión de Imagen y RRSS.

Indicador	Responsable de la recogida de datos	Periodicidad de la recogida de la información	Responsable del tratamiento de la información	Periodicidad del tratamiento de la información	Destinatario	Fecha o momento de entrega al destinatario	Unidad de medida	Valor esperado	Procedimiento de cálculo
Crecimiento de seguidores	Community Manager	Semanal	Analista Digital	Mensual	Deportista, Agencia, Patrocinadores	1ª semana de cada mes	Nº de seguidores	+10% mensual	$\left(\frac{\text{Seguidores fin} - \text{Seguidores inicio}}{\text{Seguidores inicio}}\right) * 100$
Tasa de engagement	Community Manager	Tras cada publicación	Analista Digital	Semanal	Community Manager, Deportista	Lunes de cada semana	Porcentaje (%)	≥ 3%	$\left(\frac{\text{Likes} + \text{Comentarios} + \text{Shares}}{\text{Alcance}}\right) * 100$
Frecuencia de publicación	Community Manager	Diaria	Community Manager	Semanal	Estratega Digital, Deportista	Revisión semanal	Nº de publicaciones	3-5 por semana	Total publicaciones por semana
Interacción con seguidores	Community Manager	Diaria	Community Manager	Semanal	Deportista, Agencia	Cada lunes	Respuestas / mensajes	≥ 80% respondido	Mensajes o comentarios respondidos / Total recibidos * 100
Impacto de campañas	Analista Digital	Post-campaña	Analista Digital	Por campaña	Patrocinadores, Agencia	Dentro de 5 días tras campaña	ROI, Alcance, Engagement	ROI ≥ 1.5	Ingresos generados / Coste campaña

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 13

Diagrama de flujo



Fuente: Elaboración Propia

Anexo 14

Proveedores iniciales y/o habituales

En “P&F Agency”, el enfoque del negocio se basa en una red sólida de proveedores especializados que ayudan a mejorar los servicios que se brindan a los atletas de alto rendimiento. Debido a que nuestra organización es adaptable y cooperativa, gran parte de estos servicios es ofrecida por personas externas, sobre todo en los primeros años de operación, cuando la empresa está en una etapa de crecimiento controlado.

El empleo de herramientas tecnológicas es fundamental para asegurar una administración eficaz, comunicación efectiva y buen nivel en los servicios brindados. A continuación, se presenta un resumen de la tecnología básica y plataformas digitales que son necesarias para iniciar actividades empresariales:

- Ordenadores: Cada integrante del equipo realizará sus labores desde su propio lugar, por lo tanto, disponer de ordenadores de calidad media-alta es esencial para asegurar la continuidad en la realización de tareas, videollamadas y uso de software de gestión.
- Software de Gestión y CRM: Hemos escogido “Zoho CRM” como hemos explicado en anteriores apartados.
- Plataforma de Videoconferencia: “Microsoft Teams” (dentro del paquete 365)
- Dominio Web y Alojamiento: Como hemos explicado también anteriormente, hemos elegido “Hostinger”
- Otras herramientas adicionales: Canva Pro (diseño gráfico para redes sociales): 110 €/año y Google Drive (almacenamiento compartido).

También se contará con la ayuda de expertos externos para proporcionar un servicio integral y especializado a nuestros clientes, sin los gastos fijos asociados a tener todo el personal en plantilla. Estos expertos, en muchos casos, trabajarán de manera independiente o mediante acuerdos de colaboración, lo que nos permitirá ajustar los recursos según la demanda.

- Fisioterapeutas: Se firmarán acuerdos con profesionales que ofrecerán sesiones presenciales a los atletas. Se elegirán clínicas o especialistas autónomos en deporte, preferiblemente aquellos con experiencia en alto rendimiento.
- Nutricionistas deportivos: Serán expertos en nutrición específica para las diferentes disciplinas deportivas de nuestros clientes, y ayudarán a crear planes alimenticios personalizados.
- Preparadores físicos: Se contratarán profesionales externos que se encargarán de la preparación física de los deportistas, dependiendo de su disciplina y metas.
- Community Managers y Diseñadores Gráficos: Se subcontratarán para gestionar las redes sociales de nuestros clientes, crear contenido visual,

desarrollar la imagen corporativa y llevar a cabo campañas de posicionamiento.

- Agentes de patrocinio y RRPP: Se contará con profesionales del marketing deportivo, con experiencia en negociación y obtención de patrocinios, que trabajarán bajo comisión o tarifa fija según lo acordado.
- Psicólogos deportivos: Se establecerá una red de colaboración con psicólogos especializados en alto rendimiento, ofreciendo este servicio como un valor añadido.

Anexo 15

Coordinación entre servicios (horarios, distribución de la cartera de servicios, etc.)

La coordinación dentro del equipo será esencial para lograr una experiencia fluida, consistente y eficaz para los atletas y los colaboradores. A pesar de que operamos principalmente en un entorno digital y no tenemos oficinas físicas, la estructura de trabajo estará bien organizada usando herramientas digitales para gestión y comunicación.

La cartera de servicios se organizará en tres áreas principales:

1. Área de Rendimiento Deportivo Incluye los servicios de fisioterapia, nutrición, entrenamiento físico y psicología deportiva. Estos servicios se gestionarán directamente con los colaboradores designados y se coordinarán semanalmente, según la disponibilidad del atleta.
2. Área de Imagen y Patrocinio: Este área abarca la gestión de redes sociales, el branding personal, el diseño gráfico y la búsqueda de colaboradores y patrocinadores. Se llevarán a cabo reuniones regulares para fijar objetivos y evaluar resultados mensuales.
3. Área de Logística y Organización: Abarca la planificación de traslados, hospedajes, inscripciones a competencias, y gestión administrativa. Esta

área brindará apoyo a las demás, dependiendo de los compromisos deportivos de cada cliente.

Cada cliente tendrá un coordinador de servicios que actuará como enlace entre el atleta y los diferentes profesionales, garantizando una visión completa de su situación y necesidades.

En cuanto a los horarios y planificación. se definirá un horario base de atención en línea de lunes a viernes, de 9:00 a 18:00, con la opción de atender emergencias fuera de este horario si se coordina previamente.

Habrán reuniones virtuales del equipo cada semana, para revisar casos, intercambiar información y analizar el progreso de los atletas. Al comienzo de cada mes, se elaborará un plan con los servicios que recibirá cada deportista (sesiones, publicaciones, viajes, competencias...) para asegurar una buena coordinación entre profesionales y evitar solapamientos.

El principal objetivo es proporcionar una experiencia integral, en la cual el atleta no tenga que preocuparse por organizar su propio trabajo, sino que pueda concentrarse en entrenar y rendir al máximo, confiando en que su equipo trabaja de manera coordinada con una planificación clara, eficiente y bien comunicada.

Anexo 16

Organigrama

A lo largo de este apartado desarrollaremos todos los aspectos relacionados con la política de recursos humanos.

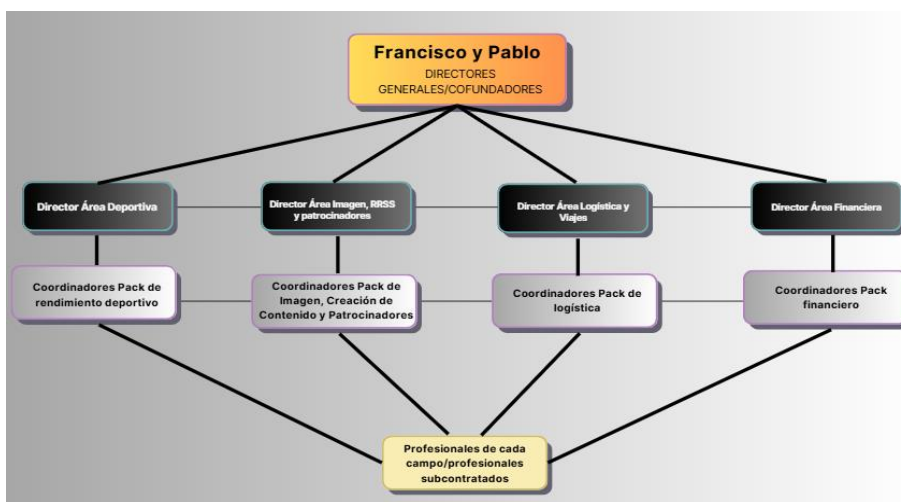
Durante la fase inicial de P&F Agency, el equipo estará formado por un número reducido de profesionales multidisciplinares. Nuestra idea es optimizar al máximo

los recursos que disponemos, pero sin sacrificar la calidad del servicio, ya que se trata de un servicio premium.

En un principio, los dos autores de este TFG, y cofundadores ficticios de “P&F Agency” serán los responsables de todos los procesos de la empresa, ya que todavía tendrá un número de clientes reducido, pero la idea es aumentar el número de trabajadores en función del crecimiento progresivo de la empresa.

Una vez los clientes aumenten, los dos cofundadores se seguirán ocupando de los clientes que hayan contratado nuestro servicio principal, es decir, el asesoramiento integral, y se contratarán diferentes coordinadores que se ocupen de los clientes que estén dentro de otro de los packs que ofrecemos. Cuando los clientes sean demasiado numerosos para un solo coordinador, se contratarán diferentes coordinadores por pack si fuese necesario, y finalmente un director para cada área que se ocupe de supervisar todo el funcionamiento de dichos servicios. Además, estos directores tendrán también la función de ejercer su especialidad para “P&F Agency”, por ejemplo, el director del Área de Imagen, RRSS y patrocinadores, además de supervisar el buen funcionamiento del servicio a todos los clientes de este área, será el encargado de ejercer el cargo de gestión de RRSS, búsqueda de patrocinadores, etc. para la propia empresa, para “P&F Agency” y no para los clientes, que es a lo que se dedicarán tanto los coordinadores como los profesionales que tendremos en nuestro equipo de este campo concreto, en este caso, por ejemplo, un Community Manager que gestione las RRSS a nuestros deportistas (estos últimos profesionales estar subcontratados o ser contratados directamente por “P&F Agency”).

Con un escenario optimista, al cabo de un año la idea de estructura de RRHH que tendríamos sería la siguiente:



Fuente: Elaboración propia

Como se ha comentado al inicio de este apartado, durante la fase inicial de la empresa serán Francisco y Pablo quienes se ocupen de todas las funciones de la empresa, lo que permitirá optimizar recursos en este periodo reciente de creación. Es cierto que las funciones serán numerosas, pero creemos que es el escenario más realista, en el que los cofundadores deberán trabajar de manera exigente para sacar la empresa de reciente creación adelante. Sin embargo, al tratarse de una empresa que se caracteriza por un servicio muy personalizado, el hecho de que el cliente esté asesorado directamente por los cofundadores de la empresa, puede resultar en una valoración positiva.

A medida que el número de clientes aumente se irán incorporando progresivamente diferentes profesionales, comenzando por coordinadores que serán los responsables de los profesionales de campo de los diferentes packs ofrecidos por “**P&F Agency**”. En una etapa todavía más avanzada se designarán directores por Área, que tendrán una doble función: desarrollar la propia empresa “**P&F Agency**” y supervisar y liderar sus respectivas Áreas.

Por último, “**P&F Agency**” contará con una red de profesionales, que serán principalmente colaboradores o subcontratados, en diferentes áreas. Con estos profesionales también se valorará que lleguen a formar parte del equipo de “**P&F Agency**”, es decir, que un fisioterapeuta podrá ser contratado directamente por “**P&F Agency**”, o bien podrá pertenecer a una clínica a la cual “**P&F Agency**” subcontrata para satisfacer el servicio de alguno de los clientes de “**P&F Agency**” que tenga contratado un servicio de fisioterapia.

En un futuro, con un crecimiento optimista, y en un plazo más largo, podrán incorporarse también diferentes figuras en el organigrama, como puedan ser la de subdirectores de Área. Debido a la estructura escalable y modular del organigrama de “**P&F Agency**”, no habrá problema en incorporar progresivamente nuevos trabajadores, ya que esta estructura garantiza un crecimiento sostenible y progresivo en función de las necesidades de la empresa, permitiendo siempre mantener un servicio premium y personalizado a cada cliente.

Anexo 17

Requisitos Legales de Apertura y Trámites para la constitución y Puesta en Marcha.

1. Registro del nombre de la empresa en el Registro Mercantil. Se necesitará una certificación negativa del nombre P&F Agency, verificando que este nombre de empresa no está ya en uso.
2. Obtención del Número de Identificación Fiscal (NIF) en la Agencia Tributaria. Se obtendrá en primera instancia un NIF provisional, que servirá de manera temporal para comenzar los trámites.
3. Redacción y firma de los estatutos sociales. Aquí se detallarán las normas de funcionamiento de la empresa. Se deberá elaborar un documento con las normas internas de la empresa. Se hará en una Notaría.

4. Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la empresa con el depósito del capital social mínimo (3.000€).
5. Escritura pública (ante notario) para formalizar la constitución de la sociedad.
6. Inscripción (obligatoria para operar legalmente) en el Registro Mercantil. Se realizará en el Registro Mercantil Provincial, formalizando así la creación de la Sociedad limitada.
7. Obtención del Número de Identificación Fiscal (NIF) definitivo, reemplazando este al provisional obtenido en el punto número 2 de este apartado.
8. Alta en Hacienda. Inscripción en el Impuesto de Sociedades, IVA, etc.
9. Alta en la Seguridad Social. Registro de la empresa y de los socios administradores.

*En nuestro caso concreto, al ser una consultoría sin sede física no necesitaremos la Licencia municipal del Ayuntamiento: Licencia de Actividad y Funcionamiento. La temporalidad de estos trámites oscilará entre las 2 y las 4 semanas hasta que estén completados.

Anexo 18

Ayudas fiscales y financieras

En España existen actualmente diferentes ayudas para emprendedores a las que podríamos acogernos para disfrutar de algunos de sus beneficios:

España cuenta con varias ayudas para emprendedores que pueden beneficiar a **“P&F Agency”** (La Comunidad de Madrid Ha Aprobado Ayudas de Hasta 20.000 euros, 2025) entre ellas:

- Tarifa plana de autónomos: Si alguno de los dos socios se diera de alta como autónomo de forma paralela, podría beneficiarse de una cuota reducida de 80€/mes.
- Subvenciones del ICO (Instituto de Crédito Oficial): Financiación con condiciones favorables para startups.

- Ayudas a jóvenes emprendedores: Dependiendo de la comunidad autónoma, hay incentivos para nuevos negocios. En nuestro caso, en la Comunidad de Madrid podremos acogernos a diferentes ayudas y programas dirigidos a perfiles como el nuestro:
- Deducciones fiscales en el Impuesto de Sociedades: Durante los primeros años de actividad, **“P&F Agency”** podría tributar al 15% en lugar de hacerlo al 25%.
- Subvenciones de la Cámara de Comercio y ENISA: Financiación para empresas innovadoras y de alto crecimiento.

Como conclusión de este apartado jurídico, creemos que constituir **“P&F Agency”** como una Sociedad Limitada es la opción más adecuada teniendo en cuenta todo el contexto que le rodea. Ser una Sociedad Limitada nos proporcionará seguridad jurídica, credibilidad frente a otras empresas, y flexibilidad en la gestión de la entidad. Cumpliendo con los trámites y requisitos legales nos permitirá trabajar de manera formal, pudiendo aprovechar también numerosas ayudas fiscales y financieras para emprendedores como nosotros. (Rodríguez, 2025; Madrid Emprende, 2024)

Anexo 19

Inversión inicial

- ✓ Inversión Inicial 7.102€ inversión inicial desglosados en:
- ✓ Capital social (S.L) - 3000€
- ✓ Suscripción Zoho CRM (anual) - 144€
- ✓ Microsoft 365 business basic 2 usuarios - 122€
- ✓ Dominio web y hosting (anual) - 36€
- ✓ Diseño web y Branding inicial - 1200€
- ✓ Marketing digital RRSS - 1500€

- ✓ Material de oficina - 600€
- ✓ Asistencia a eventos y networking - 500€

Anexo 20

Costes fijos

- Subcontratación de servicios - 8000€
- Gestión interna (Salarios) - 3000€
- Marketing y publicidad - 500€
- Otros gastos operativos - 300€

Anexo 21

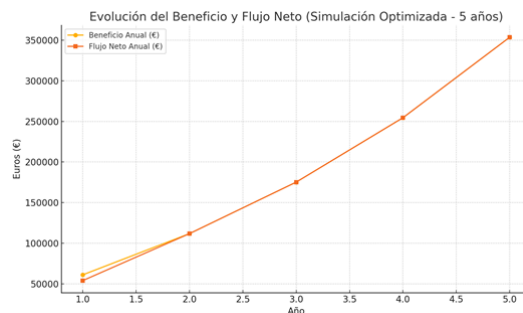
Ingresos estimados desglosados

- Clientes gestión integral 7x1.700 - 11.900€
- 4 clientes resto de packs 750€ de media - 3000€
- Contratos puntuales 2x300 - 600€
- Patrocinios - 1400€

Anexo 22

Análisis flujos de caja

La previsión del flujo de caja a 5 años muestra una evolución claramente positiva, con beneficios significativos desde el primer año y un crecimiento sostenido gracias al modelo escalable de la empresa.



Fuente: Elaboración propia

Año	Ingresos (€)	Costes (€)	Beneficio (€)	Flujo Neto (€)
1	202800	141600	61200	54098
2	253500	141600	111900	111900
3	316875	141600	175275	175275
4	396093.75	141600	254493.75	254493.75
5	495117.19	141600	353517.19	353517.188

Fuente: Elaboración propia

Anexo 23

Responsabilidad Social Corporativa

Compromiso Ético y Profesional

- Garantizamos una gestión transparente y ética en todas nuestras relaciones, tanto con los deportistas representados como con patrocinadores, colaboradores y proveedores.
- Fomentamos la igualdad de oportunidades, asegurando que todos los deportistas, independientemente de su origen, género o situación económica, reciban un trato justo y equitativo.
- Rechazamos cualquier tipo de práctica discriminatoria o que atente contra los valores del deporte limpio y el juego justo.

Apoyo al Deporte Base y al Talento Joven

- Desarrollaremos programas de colaboración con escuelas deportivas y clubes locales para apoyar a jóvenes talentos que no cuentan con recursos suficientes para acceder a una representación profesional.
- Ofreceremos asesoramiento gratuito o tarifas reducidas a deportistas en etapas iniciales de su carrera, promoviendo así el crecimiento del deporte desde la base.

Sostenibilidad y Medio Ambiente

- Apostamos por una gestión sostenible, reduciendo al máximo el uso de recursos físicos mediante la digitalización de procesos y fomentando el uso de herramientas online.
- Priorizamos el trabajo en espacios de coworking sostenibles, que cuenten con políticas medioambientales activas.
- Minimización de desplazamientos innecesarios, impulsando reuniones virtuales siempre que sea posible.

Impacto Social y Comunitario

- Participaremos activamente en iniciativas solidarias relacionadas con el deporte, como eventos benéficos, campañas de concienciación o apoyo a causas sociales.
- Fomentaremos que nuestros deportistas representados también se involucren en acciones sociales, utilizando su imagen e influencia para promover valores positivos en la sociedad.

Buenas Prácticas Laborales

- Compromiso con el bienestar de todos los colaboradores y profesionales asociados a la agencia, garantizando condiciones laborales justas, flexibilidad y conciliación.
- Promoción de la formación continua tanto para los fundadores como para los trabajadores externos, asegurando una mejora constante en la calidad del servicio.

Como conclusión podemos decir que la implementación de una política activa de Responsabilidad Social Corporativa permitirá a P&F Agency diferenciarse en el sector de la representación deportiva, generando confianza tanto en sus clientes como en la sociedad en general. Este compromiso no solo refuerza la imagen corporativa, sino que también contribuye al desarrollo de un entorno más justo, sostenible y responsable.

Anexo 24

Fases del Cronograma

Fase 1: Preparación y Constitución (Mes 1)

Durante el primer mes se llevarán a cabo todas las gestiones necesarias para la constitución legal de la empresa y la preparación inicial de recursos. Entre las principales acciones destacan:

- Definición definitiva del modelo de negocio y los servicios a ofrecer.
- Tramitación de la constitución de la sociedad, incluyendo la elección de la forma jurídica, solicitud de NIF y alta en los organismos correspondientes.
- Apertura de la cuenta bancaria para la aportación del capital social.
- Contratación de las herramientas digitales básicas, como el dominio web, hosting y el CRM.
- Inicio del diseño de la imagen corporativa (logotipo, colores, manual de identidad).
- Selección y contratación del espacio de coworking para establecer la sede operativa.

Fase 2: Desarrollo de la Marca y Plataforma Digital (Mes 2)

En esta fase se centrará el esfuerzo en el desarrollo de la presencia digital de la empresa y el lanzamiento oficial:

- Finalización del diseño y publicación de la página web corporativa.
- Configuración de cuentas profesionales de correo electrónico y demás herramientas de gestión.
- Creación y optimización de perfiles en redes sociales.
- Elaboración e implementación del plan de marketing digital inicial.
- Establecimiento de acuerdos con proveedores y colaboradores externos.

- Lanzamiento oficial de la marca a través de canales online y comienzo de las primeras acciones de captación.

Fase 3: Captación de Clientes y Networking (Meses 3 y 4)

Durante estos dos meses se desarrollarán acciones enfocadas en conseguir los primeros clientes y establecer relaciones estratégicas:

- Contacto directo con deportistas potenciales para presentar los servicios de la agencia.
- Participación en eventos y ferias deportivas para ampliar la red de contactos.
- Firma de contratos con los primeros clientes, con el objetivo de alcanzar al menos siete acuerdos.
- Negociación de acuerdos con patrocinadores y empresas colaboradoras.
- Seguimiento de oportunidades comerciales mediante el uso del CRM.

Fase 4: Inicio de la Actividad y Optimización (Meses 5 y 6)

Una vez iniciada la actividad con los primeros clientes, se procederá a consolidar los procesos internos y mejorar la eficiencia operativa:

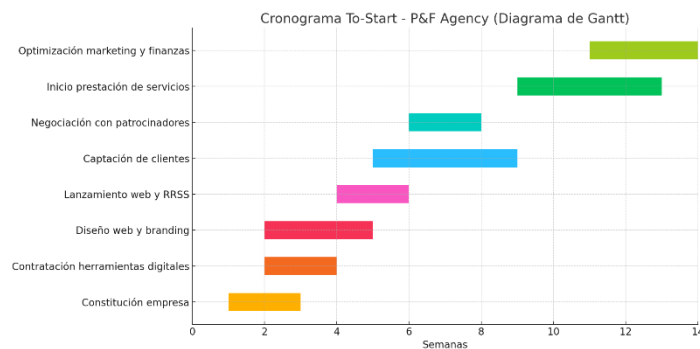
- Prestación efectiva de los servicios contratados por los deportistas.
- Coordinación continua con los colaboradores externos para garantizar la calidad del servicio.
- Implementación de indicadores de seguimiento y control de calidad.
- Revisión y ajuste de las estrategias de marketing en función de los resultados obtenidos.
- Análisis financiero preliminar para verificar el cumplimiento de las previsiones económicas.
- Ampliación de la cartera de clientes mediante nuevas acciones comerciales.

- Refuerzo de la presencia online y posicionamiento de la marca.

Anexo 25

Cronograma TO-Start

El siguiente cronograma detalla las fases y acciones necesarias para la puesta en marcha de P&F Agency, abarcando un periodo de 6 meses, desde la constitución de la empresa hasta la consolidación de nuestros primeros clientes.



Fuente: Elaboración propia

El desarrollo ordenado de estas fases permitirá a P&F Agency alcanzar una implantación efectiva en el mercado en un plazo de seis meses. Este cronograma ha sido diseñado para garantizar que, desde el inicio, la empresa cuente con una estructura sólida, una presencia digital adecuada y una cartera inicial de clientes que asegure la viabilidad económica del proyecto.

La planificación detallada de cada etapa, junto con la flexibilidad para adaptar las acciones según las circunstancias del mercado, facilitará el cumplimiento de los objetivos estratégicos y sentará las bases para un crecimiento sostenido a medio y largo plazo.

Anexo 26

Conclusiones

Este Trabajo de Fin de Grado ha permitido explorar una situación cada vez más evidente en el mundo del deporte: la creciente demanda de una gestión completa y adaptada a las necesidades de atletas de alto rendimiento, especialmente en deportes individuales. A través del estudio, evaluación y evolución del modelo de negocio de “P&F Agency”, se ha mostrado cómo la ausencia de estructuras de apoyo en varias disciplinas individuales en España provoca una carga adicional en los deportistas, quienes deben manejar no solo su entrenamiento y competiciones, sino también cuestiones logísticas, financieras, comunicativas y personales.

“P&F Agency” surge como una solución a esta falta de estructura, posicionándose como una agencia innovadora y esencial que brinda un apoyo integral al deportista. Su propuesta de valor consiste en liberar al atleta de la gestión de tareas secundarias (aunque muy importantes para su desarrollo) tales como la búsqueda de patrocinadores, la organización de traslados, las estrategias en redes sociales o la coordinación de servicios complementarios (fisioterapia, nutrición, entrenamiento físico, etc.). Además, se ha demostrado que la gestión de la imagen y las redes sociales es fundamental para la visibilidad, reputación y financiamiento de los deportistas. Aquellos que logran establecer una marca personal fuerte y profesional tienen mejores posibilidades de atraer oportunidades, crear conexiones con marcas y proyectar su carrera más allá de los resultados deportivos. Este estudio también ha permitido observar que la profesionalización en la gestión del entorno del deportista no solo eleva su rendimiento a corto plazo, sino que también es crucial para la sostenibilidad de su carrera en el largo plazo. Asignar tareas a expertos especializados y contar con una organización que coordine todos los aspectos fuera del deporte permite que el deportista se enfoque en lo verdaderamente esencial: entrenar, competir y mejorar. Asimismo, la investigación ha revelado que hay un mercado claro en España para una agencia como la

nuestra, especialmente en deportes individuales que requieren altos costes y cuentan con poco apoyo estructural. Esta oportunidad comercial, fundamentada en una necesidad real y palpable, justifica la viabilidad y la relevancia del proyecto.

En conclusión, este TFG no solo ha sido una propuesta académica, sino también un proyecto empresarial con un alto potencial de impacto en el mundo deportivo. Se concluye que una gestión profesional y completa del deportista es crucial para su éxito y bienestar, y que iniciativas como “P&F Agency” son no sólo innovadoras, sino también esenciales para el progreso del deporte individual de alto rendimiento en España.