UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

ADMINISTRACION DE BANCA Y FINANZAS

Pelotea - Plataforma de alquiler de canchas sintéticas

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de Bachiller en Administración de Banca y Finanzas

AUTOR (ES)

Mosquera Carhuas, Susan Edith (0000-0003-1365-1745)

Jaimes Gil, Armando Joel (0000-0002-7273-9918)

Delgado Gardez, Lizbeth Paola (0000-0002-4272-1979)

ASESOR

Anne Julieth Ramirez (0000-0003-2595-6706)

Lima, 19 de diciembre de 2017

RESUMEN

En los últimos años la era digital ha tomado mayor fuerza en el mundo, por el cual las compañías han optado por implementar la tecnología en sus actividades diarias, para estar a la vanguardia tecnológica. Actualmente las personas tienen una mayor preferencia por las compras en línea desde la comodidad de su centro de trabajo, estudios y hogares. Por ello se introducirá en el mercado un nuevo modelo de negocio basado en la intermediación de establecimientos que brindan el servicio de alquiler de canchas y usuarios.

Por lo tanto el presente documento se encuentra elaborado con la finalidad de poder orientar adecuadamente a todas aquellas personas que se encuentren en la búsqueda de una alternativa de inversión, argumentando a lo largo del presente documento una serie de estadísticas y herramientas financieras que nos permiten evaluar adecuadamente si el proyecto presentado es viable y que tan bien estructurado se encuentra; motivo por el cual el proyecto de inversión; *“Pelotea”* cuenta con un estudio de mercado y económico.

“Pelotea” es una plataforma virtual que permite al usuario poder separar y reservar una cancha de grass sintético en línea, ofreciendo una alternativa diferente a lo habitual, posicionándose rápidamente en el mercado.

Palabras claves : canchas sintéticas, fútbol, aplicación, reservas en línea, plataforma virtual, alquiler de canchas.

ABSTRACT

In recent years The digital era has taken on greater strength in the world, by which companies have opted to implement technology in their daily activities, to be at the forefront of technology. Currently people have a greater preference for online shopping from the comfort of their workplace, studies and homes. For this reason, a new business model is presented in the market based on the intermediation of the services that provide the service of rental of courts and users.

Why? The project presented is viable and is so well structured; reason why the investment project; Pelotea has a market and economic study.

"Pelotea" is a virtual platform that allows the user to separate and reserve a synthetic turf court online, offering a different alternative to the usual, quickly positioning in the market.

Keywords: synthetic courts, fultbol, application, online reservations, virtual platform, rental of courts.

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo 1. Introducción.....	10
Capítulo 2. Aspectos generales de negocio	11
2.1 Idea / Nombre de negocio	11
2.2 Descripción del producto / servicio a ofrecer.....	12
2.3 Equipo de Trabajo	13
Capítulo 3. Planeamiento estratégico	15
3.1 Análisis Externo	15
3.1.1 PESTEL.....	15
3.2 Análisis Interno	19
3.2.1 Análisis de las 5 fuerzas de PORTER.....	19
3.3 Análisis FODA	22
3.3 Misión.....	23
3.4 Visión	23
3.5 Estrategias Genéricas	23
3.6 Objetivos Estratégicos.....	23
Capítulo 4 – Investigación / Validación de Mercado	24
4.1 Diseño metodológico de la investigación/metodología de validación de hipótesis	24
4.2 Resultados de la investigación	29
4.3 Informe final.....	31
Capítulo 5. Plan de marketing	34
5.1 Planteamiento de objetivos de marketing.....	34
5.2 Estrategias de marketing :	35
5.2.1 Segmentación	35
5.2.1 Posicionamiento	36
5.3 Mercado Objetivo :	36
5.3.1 Tamaño de mercado	36
5.3.2 Tamaño de mercado disponible.....	37
5.3.3 Tamaño de mercado operativo (target)	38
5.3.4 Potencial de crecimiento del mercado.....	38
5.4 Desarrollo y estrategia del marketing mix	39
5.4.1 Estrategia de producto / servicio	39
5.4.2 Diseño de producto / servicio	40

5.4.3 Estrategia de precios (Análisis de costos, precios de mercado)	41
5.4.4 Estrategia comunicacional.....	41
5.4.5 Estrategia de distribución	42
5.5 Plan de Ventas y Proyección de la Demanda	42
5.6 Presupuesto de Marketing	44
Capítulo 6. Plan de Operaciones	45
6.1 Políticas Operacionales	45
6.1.1 Calidad	45
6.1.2 Procesos.....	46
6.1.3 Planificación.....	47
6.1.4 Inventarios	48
6.2 Diseño de Instalaciones	48
6.2.1 Localización de las instalaciones	48
6.2.2 Capacidad de las instalaciones	49
6.2.3 Distribución de las instalaciones	50
6.3 Especificaciones Técnicas del Producto / servicio.....	50
6.4 Mapa de Procesos y PERT	52
6.5 Planeamiento de la Producción	53
6.5.1 Gestión de compras y stock.....	53
6.5.2 Gestión de la calidad	54
6.5.3 Gestión de los proveedores	54
6.6 Inversión en activos fijos.....	55
6.7 Estructura de costos y gastos operativos.....	56
Capítulo 7. Estructura organizacional y recursos humanos	58
7.1 Objetivos Organizacionales.....	58
7.2 Naturaleza de la Organización	58
7.2.1 Organigrama.....	59
7.2.2 Diseño de Puestos y Funciones	60
7.3 Políticas Organizacionales	65
7.4 Gestión Humana	65
7.4.1 Reclutamiento.....	65
7.4.2 Selección, contratación e inducción	66
7.4.3 Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño.....	67
7.4.4 Motivación	68

7.4.5 Sistema de remuneración	68
7.5 Estructura de gastos de RRHH.....	69
Capítulo 8. Plan económico-financiero	70
8.1 Supuestos.....	70
8.2 Inversión en activos (fijos e intangibles) y depreciación	70
8.3 Proyección de ventas	72
8.4 Cálculo del capital de trabajo	76
8.5 Estructura de financiamiento: Tradicional y no tradicional	76
8.6 Estados Financieros (Balance General, Estado de GGPP, Flujo de Caja)	78
8.7 Flujo Financiero	81
8.8 Tasa de descuento accionistas y wacc.....	81
8.9 Indicadores de rentabilidad	82
8.10 Análisis de riesgo	83
8.10.1 Análisis de sensibilidad.....	83
8.10.2 Análisis por escenarios (por variables)	84
8.10.3 Análisis de punto de equilibrio.....	89
8.10.4 Principales riesgos del proyecto (cualitativos).....	90
Capítulo 9. Conclusiones.....	92
Referencias	93
ANEXOS.....	96

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura N°1</i> Matriz Foda Cruzado	22
<i>Figura N°2</i> Landing Page – pagina principal	27
<i>Figura N°3</i> Landing Page - contenido	27
<i>Figura N°4</i> Landing Page – ficha de encuesta.....	28
<i>Figura N°5</i> Distribución de encuestados por distrito.....	29
<i>Figura N°6</i> Distribución de encuestados por distrito.....	29
<i>Figura N°7</i> Estadísticas de la pagina de facebook de PELOTEA	30
<i>Figura N°8</i> Mapa de Influencias.....	31
<i>Figura N°9</i> Mapa de Empatía	32
<i>Figura N°10</i> Matriz Canvas.....	33
<i>Figura N°11</i> Distribución de personas en Lima Metropolitana.....	37
<i>Figura N° 12</i> Mercado operativo - Target	38
<i>Figura N°13</i> Etapas de la empresa.....	39
<i>Figura N° 14</i> Matriz Ansoff	40
<i>Figura N°15</i> - Mapa de ubicación del local.....	49
<i>Figura N°16</i> - Distribución de la Instalación (local)	50
<i>Figura N°17</i> Proceso de experiencia del usuario.....	52
<i>Figura N° 18</i> Diagrama PERT - Actividades del Proyecto	53
<i>Figura N° 19</i> Organigrama	59

ÍNDICE TABLAS

Tabla N° 1 Ficha de encuesta - Usuarios	24
Tabla N° 2 Ficha de encuesta - Expertos	25
Tabla N°3 Mercado disponible	37
Tabla N°4 Proyección de la demanda	42
Tabla N°5 Proyección de ventas	43
Tabla N°6 Frecuencia de uso de canchas de grass sintetico por mes.....	43
Tabla N°7 Tabulación de preferencia de horario	43
Tabla N°8 Tablero de localización.....	48
Tabla N° 9 Actividades para poner en marcha el proyecto.....	53
Tabla N° 10 Inversiones en activos fijos.....	56
Tabla N° 11 Gastos Operativos.....	56
Tabla N° 12 - Gastos operativos Mensuales	57
Tabla N° 13 Evaluación de desempeño.....	66
Tabla N° 14 Estructura de gastos RRHH.....	69
Tabla N° 15 Tasas de descuento	70
Tabla N° 16 Activos fijos tangibles	71
Tabla N° 17 Activos fijos intangibles	71
Tabla N° 18 Depreciación de activos fijos.....	72
Tabla N° 19 Frecuencia de un usuario	72
Tabla N° 20 Proyección de ventas	74
Tabla N° 21 Proyección de ventas mensuales del 2018.....	75
Tabla N° 22 Cuadro del capital de trabajo	76
Tabla N° 23 Financiamiento tradicional y no tradicional	77
Tabla N° 24 Estado de situación financiera	78
Tabla N° 25 Estado de ganancias y pérdidas	79
Tabla N° 26 Flujo de Caja.....	80
Tabla N° 27 Flujo Financiero.....	81
Tabla N° 28 Análisis de la rentabilidad	83
Tabla N° 29 Proyección de ventas	83
Tabla N° 30 Flujo de Caja optimista.....	84
Tabla N° 31 Calculo WAC (Escenario optimista)	86
Tabla N° 32 Analisis de rentabilidad (Escenario optimista).....	86

Tabla N° 33 Flujo de caja pesimista.....	87
Tabla N° 34 Analisis de rentabilidad (Escenario pesimista).....	88
Tabla N° 35 Calculo WAC (Escenario pesimista).....	89
Tabla N° 36 Analisis de punto de equilibrio	89

Capítulo 1. Introducción

El siguiente proyecto de inversión es el lanzamiento de una plataforma virtual mediante la cual se conecta a los establecimientos que brindan el servicio de alquiler de canchas y usuarios, asimismo se brinda otras opciones como búsqueda de equipo, retar a otros equipos que sera la diferenciación de la organización.

Los ingresos se basaran en una comisión del 5% del alquiler de una cancha mediante la plataforma con la creación de este sistema los usuarios podrán reservar y separar una cancha de grass sintetico en línea y en la ubicación de su preferencia, desde la comodidad del lugar que se encuentre sin necesidad de acercarse al establecimiento, o consultar mediante correo electronico o via telefonica la disponibilidad de horarios; con esto se busca minimizar tiempo y facilitar el servicio al usuario final.

El estudio de mercado realizado a través de fuentes primarias (encuestas) y fuentes secundarias a determinado que el público objetivo para el presente proyecto está conformado por hombres de nivel socioeconómico A y B de Lima metropolitana, entre las edades de 18 y 45 años y de situación laboral dependientes e independientes.

La estrategia que se utilizara será la diversidad de canchas sintéticas en Lima Metropolitana, informacion en linea de la disponibilidad de horarios para los usuarios. Además los administradores podrán hacer seguimiento para llevar un control y buena gestión de sus canchas de grass sintetico.

Se muestra la viabilidad de la intermediación del alquiler de canchas de grass sintetico sera aprovechando la demanda potencial y que el mercado se encuentra insatisfecho; no hay actualmente una plataforma completa donde encontrar todo en una sola aplicación.

El modelo de negocio tendrá una inversión de 213921 soles pero esta será recuperado en un periodo de 1 año teniendo una rentabilidad alta, logrando que sea un modelo de negocio atractivo para los inversionistas.

Capítulo 2. Aspectos generales de negocio

2.1 Idea / Nombre de negocio

El significativo incremento en los costos del cuidado de la salud está influyendo sobre los cambios en el comportamiento del consumidor, se enfoca en mejoras claves como son la nutrición más saludable y el ejercicio constante.

Las nuevas generaciones, como los “*Millenials*” se ubican líderes en este cambio, debido a los siguientes factores : después de la familia, la salud y el bienestar son su prioridad ; el 84% hacen ejercicio una o más veces a la semana. Por último, consumen menos comida, y gastan más en salud y en ejercitarse.

Uno de los principales y más comunes pasatiempos de los hombres es el practicar fútbol, más que un deporte, es una pasión por el entretenimiento, que no pasa de moda. Un deporte popular tanto en Perú como en el resto del mundo que se vive desde la infancia.

Entre jóvenes y adultos se ha vuelto cada vez más común ir a “pelotear” a canchas de césped sintético, siendo muchísimas las razones de preferencia, antes que las losas de deportivas. Debido a que, estas emulan el jugar en una cancha de grass natural.

Estas canchas de grass sintéticas muchas veces son techadas, así que la lluvia o el sol intenso no afecta. Además, se tiene horarios flexibles, el cual les facilita ir después del trabajo o evento. Sin olvidar, de la comodidad de jugar en canchas adecuadas, casi perfectas, donde el balón rueda y con velocidad, así quienes las frecuentan pueden sentirse incluso profesionales. Convirtiéndose en un boom en los últimos años.

Sin embargo, el buscar, reservar y concretar la separación de estas canchas de grass sintéticas en Lima es complicado para los amantes del fútbol, debido a que muchos desconocen la ubicación de las mismas en sus las zonas de preferencia ; y en caso de ubicarlas por internet no se cuenta con opciones de pago. Otro problema, es que, no logran reunir a la cantidad de personas necesarias para jugar un partido, ya que, no todos disponen del mismo horario disponible. (Portal PQS, 2017).

Ante estos problemas se crea “PELOTEA”, una plataforma virtual que le permite al usuario buscar y separar la cancha de grass sintético desde la comodidad de su casa, trabajo y otros; a la vez les permite poder completar sus equipos para un partido con otros usuarios interesados en jugar, y/o retar a otros equipos.

Para realizar este proyecto se utilizará el desarrollo tecnológico que ofrece amplias posibilidades de innovar en un mundo globalizado que supera la dimensión del propio entorno. Siendo el comercio digital, cada vez más accesible, rápido y capaz de responder a las demandas y preferencias de los consumidores.

En el Perú la penetración del uso de internet, cada vez es mayor; donde el 77% de usuarios utiliza el internet para buscar y/o comprar productos y servicios, tomando mucha relevancia versus los medios tradicionales. (GO DIGITAL, 2016).

2.2 Descripción del producto / servicio a ofrecer

“Pelotea” es una plataforma web y en aplicación para celular donde se puede reservar y separar una cancha de grass sintético, ya que permite al usuario ver la disponibilidad de canchas en Lima y Callao segmentados por zonas ; y brinda opciones de pago, ya sea con tarjeta de crédito y/o débito.

Desde la plataforma los usuarios podrán crear equipos para un partido, convocando a contactos conocidos o invitando a otros usuarios ; el administrador o capitán primero crea el evento (lugar, hora y día) y luego solo tendrá que presionar el botón de invitar y seleccionar a sus contactos, e inmediato se le hará llegar al usuario invitado una notificación el cual podrá aceptar o rechazar en línea.

Además, permite a un usuario unirse a un evento, para el cual solo tendrá que ir a la sección partidos convocados, buscar el evento que se acomode a la disposición de su tiempo y presionar el botón de participar e inmediato le llegara una notificación al administrador del grupo para su confirmación.

Para hacer uso de esta plataforma, el usuario primero deberá crear su perfil que consta de ingresar su nombre, edad, zona de preferencia, disposición de horarios y posición desea ocupar en la cancha.

2.3 Equipo de Trabajo

Jaimes Gil, Armando Joel – Logística

Tiene 27 años, actualmente se encuentra a cargo de una empresa que brinda el servicio de transporte por carretera a distintas unidades mineras. Cuenta con 5 años de experiencia en el rubro de transporte, empresario y futuro administrador de la UPC. Será el encargado de realizar la labor de operaciones y logística del negocio.

Mosquera Carhuas, Susan Edith - Responsable de Finanzas

Tiene 24 años, profesional técnica en Administración Bancaria y futura Administradora en Banca y Finanzas graduada de la UPC, con experiencia de 3 años en banca y atención a clientes. Con vocación de servicio, empática, dinámica y sólidos recursos personales ; se encargará de la administración financiera, en la cual aplicará su experiencia y conocimientos para generar valor y resultados económicos en la empresa. Futura Administradora en Banca y Finanzas graduada de la UPC.

Delgado Gardez, Lizbeth Paola - Marketing

Tiene 27 años, cuenta con experiencia en diversos sectores como educación y outsourcing, desarrollándose en ventas, atención al cliente actualmente es analista de tesorería donde se encarga del pago a proveedores, créditos y cobranzas, facturación, técnica en administración bancaria y futura financista de la UPC con dominio de inglés, con la experiencia que ha obtenido a lo largo de su trayectoria profesional se enfoca en la publicidad de la aplicación.

Capítulo 3. Planeamiento estratégico

3.1 Análisis Externo

3.1.1 PESTEL

A. Político-Legal

Dentro del reglamento del fútbol a nivel mundial, La International Football Association Board (IFAB), órgano que define las reglas en conjunto con la FIFA, definieron 95 cambios. Dentro de los cuales uno es el “terreno de juego”. Debido a que, el césped artificial es cada vez más usado, ahora se permite intercambiar el césped natural con el artificial.(Perú21, 2016).

En la actualidad, en el Perú se promueve el deporte, siendo la institución la encargada de planificar y promover el deporte en el Perú desde el colegio. Dicha institución es el, Instituto Peruano del Deporte, además existe la ley N° 28036, de Ley de Promoción y Desarrollo del deporte; donde se incentiva la práctica y desarrollo de las diversas disciplinas deportivas. (IPD, 2004).

En Lima Metropolitana los actuales alcaldes ponen a disposición canchas de loza, parques zonales siendo para el público en general y las cuales algunas no cuentan con la adecuada infraestructura. De esta manera, la seguridad y tranquilidad de disfrutar momentos amenos con los amigos. (CERPAR, 2017).

B. Social-Cultural

El fútbol es el deporte más popular y reconocido en el mundo, a través de ello se generan ingresos como es en la venta de souvenirs, publicidad entre otros; además se impulsa el comercio como es en el caso de los grandes clubes deportivos y ligas famosas. Actualmente hay un aproximado de 240 millones de jugadores en 1 400 000 equipos de futbol de 300 000 clubes deportivos en todo el mundo. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (OMPI,2015).

El Perú es considerado un país futbolero ya que, siempre se está a la expectativa desde una perspectiva de aficionado. Asimismo, entre los varones es el deporte más popular y practicado desde niños. Por lo tanto, en el colegio se llevan a cabo diversos campeonatos o en las mismas clases de educación física, así como en el parque local.

Según información relevante, en la encuesta del 2015 de Lima Cómo Vamos, el 34.1% de personas que residen en Lima, señaló practicar algún deporte o actividad física de manera regular, del total siendo el 47.5% varones. (Lima Como Vamos, 2015).

C. Demográfico

Son aproximadamente 10.2 millones de personas que trabajan en áreas afines a servicios, ventas, administración, buscadores de una red wifi, de este total el 92% cuentan con una red social, y un tercio ha comprado alguna vez por internet. (Gestión,2017).

De junio a agosto del 2017 se incrementó la población económicamente activa al crearse 166300 empleos con ello la tasa de empleabilidad aumentó en 3.5%, logrando ser el porcentaje más alto en los últimos 52 meses. Instituto Nacional de Estadística E Informática. (INEI,2017)

Este cambio ha sido más favorable en las personas menores de 25 años con un 6.5%, luego le sigue el rango entre 45 años a mas con 6.3% y por último entre 25 y 44 años el incremento fue de 1.1%,

Los millennials o la generación “Y”, son las personas nacidas en los 80’s son modernos están a la vanguardia de la tecnología y son los que consumen más a través del comercio digital. (El Comercio, 2016).

D. Económico

La revolución de las apps en el mundo han impactado en el día a día de los usuarios y, por tanto, también en el de las compañías. Cada vez más empresas demandan especialistas en Java y en

HTML5 para el desarrollo de apps, es decir, desarrolladores de aplicaciones híbridas. (Gestión, 2016).

En el segundo trimestre del presente año el Producto Bruto Interno (PBI) el Perú presentó un crecimiento cerca del 2% en comparación al primer trimestre de 2.1%. (Gestión, 2016).

Dentro los países que han mostrado mayor avance y crecimiento en E-commerce o también llamado compra online, el Perú se ubica dentro de los cinco primeros países. (Gestión, 2017).

A nivel mundial las ventas online que se realizan es mediante aplicaciones representan el 34% en el último año, haciendo un total de ventas por más de 70 mil millones de dólares. Actualmente en el Perú, tanto empresas como usuarios optan por plataformas (aplicaciones) debido que durante los últimos años este mercado ha tenido un mayor apogeo por la población en general. (El Comercio, 2016).

La participación del sector privado en la promoción del deporte viene siendo mínima, estando relacionada a auspicios de determinadas actividades deportivas y algunos convenios de cooperación, en los cuales estas entidades están motivadas por una oportunidad de negocio. Instituto Peruano del Deporte. (IPD, 2011).

E. Medioambiental

Importantes entidades en la investigación científica alrededor del mundo como en; Noruega, Suiza, Canadá, Estados Unidos entre otros han analizado sobre la seguridad, efectos ambientales y sobre la salud pública por el uso de grama artificial para practicar deporte. En conclusión, existe total seguridad para el uso del grass sintético y no cuenta con efectos adversos sobre la salud pública y el medio ambiente. (Organización mundial de la salud, 2014)

El césped artificial le permite a millones de futbolistas; profesionales y aficionados de todo el mundo, poder practicar su deporte favorito en todas las estaciones del año y, lo que es más importante, otorga las mejores condiciones posibles. (Revista FIFA, 2010)

Dentro de la ventaja del pasto artificial sobre el natural, es que no requiere del uso de fertilizantes y pesticidas. De este modo, evita contaminar el medio ambiente y los suministros

de agua potable. Asimismo, al no tener que podarlo ; sea el caso del uso de podadoras de motor, también evitamos la emisión de gases contaminantes. (Gestores de residuos, 2017)

F. Tecnológico

Desde la innovación de un producto o servicio nuevo en el mercado, la tecnología juega un papel muy importante, genera que los usuarios estén a la vanguardia. En la actualidad, el comportamiento de mercado es estar a la moda, adquirir o utilizar la última tendencia en el mercado. Siendo la función principal de la tecnología, crear una mejora continua de herramientas que se adapten a los usuarios con la finalidad de optimizar procesos facilitando la vida diaria. (Tribuna Salamanca, 2013).

A nivel mundial el comercio electrónico ha presentado un crecimiento considerable, siendo el Peru un país con grandes ventajas de desarrollo debido a las mejoras que incentivan el e-commerce (compra online). (El Comercio, 2016).

Los Terminal Punto de Venta (TVP) o también llamado pasarela de pagos, se basa en brindar un servicio de pago telemático a través de una plataforma web (internet), que le permite al usuario contar con la facilidad al momento de realizar transacciones. Es decir, brinda una mayor confianza al momento de realizar una compra a través de tarjetas de crédito o débito. Las principales empresas que brindan el servicio de pasarela de pagos en el Perú son : Paypal, Visanet, Safetypay, Procesos Mc Perú y Culqui.

Las organizaciones con mayor acceso a la información del consumidor cuentan con una ventaja potente de crear productos y/o servicios más desarrollados, diferenciados y específicos ; con mejores costos financieros que les permite son competentes en el mercado, y esto se debe a que la tecnología en la actualidad ha logrado un gran impacto en los usuarios . Dependiendo del grado de digitalización que tenga cada empresa, el ratio de productividad de sus clientes pasa de un 15% a 25% tras implementar esta herramienta. (Gestión, 2016).

3.2 Análisis Interno

3.2.1 Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

A. Competidores

La rivalidad entre los competidores existentes es baja en este rubro, entre los principales y vigentes competidores en el Perú se puede identificar a las siguientes empresas :

- Una Pichanga
- Canchas Perú
- La Cancha
- Haz fútbol
- Perú Fulbito

Empresas que presentan una concentración en la ciudad de Lima, teniendo poca acogida por los usuarios, debido que no cuentan con un buen plan marketing, no son constantes en el mantenimiento de su página, no cuentan con una pasarela de pago que le brinde a los usuarios la opción de separar o pagar la cancha seleccionada, no responden las consultas de los usuarios.

B. Clientes

Los clientes de PELOTEA son las empresas que brindan el servicio de alquiler de cancha sintéticas, que en promedio son de 250 a 280 en Lima metropolitana; estas empresas poseen un poder de negociación bajo disminuyendo el riesgo de rechazo y considerando una demanda alta por acceder al servicio ofrecido.

C. Proveedores

Para llevar el a cabo el proyecto se requiere y es necesario contar con una empresa que brinde el servicio de programación, industria que se encuentra en creciendo constantemente, el Perú cuenta con más de 200 personas dedicadas a desarrollar apps. (Gestión, 2014).

Sin embargo, no representan una amenaza para el funcionamiento de la empresa, mejor dicho cuentan con un poder de negociación bajo, debido que son de fácil acceso y manejan costos competitivos.

Entre las mejores empresas desarrolladoras de aplicaciones en Perú tenemos :

- +1 S.A.C.
- Abcdroid
- Apps Lovers S.A.C.
- Beatrix Software
- Andes pacifico sur S.R.L.
- Beyond
- Doapps
- PeruApps

D. Productos sustitutos

Durante los últimos 5 años, el comercio electrónico y el desarrollo de apps ha tenido un gran impacto en los usuarios, que conlleva que la empresas y comercios opten por cambiar su modelo de negocio tradicional por el comercio electrónico. Escenario donde la amenaza de productos sustitutos es alta debido que la tecnología y a la transformación digital es un proceso de gestión accesible.

E. Competidores potenciales

La amenaza de nuevos participantes en la industria es muy alta, debido que las barreras de entrada son bajas, el cambio tecnológico y otros factores como la desregulación, la globalización o los cambios demográficos, y las oportunidades de innovar en el modelo de negocio son extraordinarias, que conlleva a realizar los negocios de manera distinta, creando fuentes de valor e innovando constantemente.

3.3 Análisis FODA

	Oportunidades	Amenazas
	O1 Mercado insatisfecho	A1 Nuevos competidores
	O2 Competencia débil	A2 Fallas en la plataforma
	O3 Alta demanda de alquiler de cancha de grass sintético	A3 Resistencia al cambio
	O4 Comercio digital en crecimiento	A4 Innovación de nuevos proyectos
Fortalezas	FO	FA
F1 Facilidad de reserva y confirmación	Contar con una aplicación disponible para Android y IOS, sin costo de descarga (F1, F2, O1, O4)	Fidelizar a los usuarios beneficiándolos con promociones, y manteniendo informados con noticias relacionados al futbol (F2, F4, A1, A3)
F2 Acceso a la información de canchas sintéticas en línea		
F3 Pasarela de pagos	Permitir al usuario reservar en linea la cancha de grass sintético por medio de la pasarela de pagos. (F3, F4, F5, O2, O3)	Se implementara dentro de la plataforma notificaciones para conformar equipos para los partidos. (F4,F2, A1)
F4 Servicio diferenciado y dinámico		
Debilidades	DO	DA
D1 Costos altos de implementación	Implementación de la aplicación con retorno en corto plazo debido a la demanda (D1, O1, O2)	Trabajar en un plataforma sofisticada pero de fácil uso, que sea dinámico pero diferenciado. (D1, A1, A4)
D2 Poca experiencia en el mercado		
D3 Poder de negociación media ante los proveedores	Crear y plantear alianzas estratégicas con los proveedores de canchas sintéticas para fidelizar el mercado insatisfecho. (D3, D4, O1, O2)	Contar con planes de contingencia ante posibles eventos y problemas en la plataforma que den solución inmediata al usuario. (D2, A2)
D4 Falta de estrategias		

Figura N°1 Matriz Foda Cruzado

3.3 Misión

Facilitar la organización de partidos de fútbol, mediante la tecnología como herramienta para reducir tiempos de reserva y confirmación de canchas de grass sintético a los usuarios e impulsar las ventas a nuestros clientes.

3.4 Visión

Posicionarse en el mercado peruano como empresa líder en brindar opciones de reserva y confirmación de canchas de grass sintético para los amantes del fútbol.

3.5 Estrategias Genéricas

A través de correo electrónico, whatsapp y redes sociales invitar a que descarguen la aplicación ; para estar en contacto, poner afiches en las canchas de fútbol, visitar las canchas para actualizar la información del perfil de los jugadores y preguntar sus inquietudes para realizar mejoras.

3.6 Objetivos Estratégicos

Fomentar el fútbol y que su práctica sea más frecuente para que las canchas afiliadas tengan completo sus horarios.

Fidelizar dando promociones donde puedan ser clientes asiduos y conseguir descuentos por utilizar la versión web o app de Pelotea.

Dar a conocer “Pelotea” haciendo distinción por la variedad y teniendo la información actualizada de todas las canchas afiliadas ofreciéndoles publicidad y administrar sus horarios.

Conocer a los clientes ya que ellos tendrán un perfil con sus datos actualizados y poder enviarles información a su correo electrónico de las promociones y ofertas.

Capítulo 4 – Investigación / Validación de Mercado

4.1 Diseño metodológico de la investigación/metodología de validación de hipótesis

Cualitativo

Posibles usuarios

- Perfil: Hombres que les gusta jugar futbol.
- Cantidad: 35 personas

Preguntas de la encuesta:

Tabla N° 1 Ficha de encuesta - Usuarios

¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar futbol?
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?
¿Cuál sería el principal problema?
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?

Expertos

- Perfil: Administradores de canchas de grass sintético
- Cantidad: 6 personas

Preguntas de la encuesta:

Tabla N° 2 Ficha de encuesta - Expertos

¿Cómo sueles hacer cuando alquilas una cancha de Grass sintético?
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?
¿Cuál sería el principal problema?
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?

Cuantitativo

DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS SEGÚN NSE 2017 – LIMA METROPOLITANA

"N° PERSONAS 10'190,922 (según proyecciones del INEI)"

NSE A – 4.4% NSE B – 24.5%

Perfil de Personas según NSE 2017 – LIMA METROPOLITANA

Sexo: Hombre

NSE A – 49.6% NSE B – 46.3%

Rango de Edades: 18 a 45 años

NSE A – 40.3% NSE B – 40.9%

Situación Laboral:

Independiente 1

NSE A – 6.8% NSE B – 10.1%

Dependiente 2

NSE A – 55.4% NSE B – 43.5%

Dueño PYME

NSE A – 3.9% NSE B – 3.8%

TOTAL 10'190,922

NSE A 0.044% 0.496% 0.403% 0.068% 0.554% 0.039% 132

NSE B 0.245% 0.463% 0.409% 0.101% 0.435% 0.038% 790

TOTAL = 922

Cálculo de Muestra

"El margen de error del total es ± 0.5 %, con un nivel de confianza del 95% y una máxima dispersión ($p=q=0.5$)."

$$n = \frac{pq}{e^2}$$

$$n = 90.25$$

$$n = 91 \text{ personas}$$

Para la captación de potenciales clientes se utilizaron herramientas como Facebook y landing page que se muestran a continuación:

Figura N°2 Landing Page – pagina principal

Figura N°3 Landing Page - contenido

Encuesta

Favor de llenar la encuesta no tomara mas de 5min.

*Nombre

*Correo Electrónico

*Distrito en donde vives

*¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?

*¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?

*¿Cuál sería el principal problema?

*¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?

*¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?

*Edad

☐ Entre 18 a 25 ☐ Entre 26 a 35 ☐ De 35 a mas

Enviar

Figura N°4 Landing Page – ficha de encuesta

4.2 Resultados de la investigación

En las siguientes imágenes se puede apreciar que la mayor incidencia del total de encuestados son del distrito de Jesús María con un 14.86%, seguido de San Isidro con un 13.51%

Figura N°5 Distribución de encuestados por distrito

Figura N°6 Distribución de encuestados por distrito

Cientes potenciales según encuestas realizadas la mayor cantidad se ubica en el rango de edades de 18 a 25 años.

Figura N°7 Estadísticas de la pagina de facebook de PELOTEA

4.3 Informe final

Figura N°8 Mapa de Influencias

Figura N°9 Mapa de Empatía

Figura N°10 Matriz Canvas

Capítulo 5. Plan de marketing

5.1 Planteamiento de objetivos de marketing

Corto Plazo (1 - 2 años)

Lograr el interés y preferencia de los usuarios por utilizar el APP de PELOTEA durante el primer año.

Incrementar en 30% el número de canchas asociadas a nuestra plataforma dentro de los proximos 02 años.

Incrementar en 20% el número de nuevos usuarios dentro de los proximos 02 años.

Mediano Plazo (2 - 3 años)

Fidelizar a los usuarios actuales dentro de los 02 años de operación.

Brindar el mejor servicio al cliente contando con el 80% de las canchas sintéticas disponibles en Lima Metropolitana dentro de los próximos 03 años.

Recuperar la inversión dentro de los 03 años de la operación.

Incrementar en un 10% los usuarios en relación al año anterior.

Posicionarse en Lima Metropolitana como el mejor APP para reservar y separar canchas sintéticas en todos los distritos dentro de los próximos 03 años.

Largo Plazo : (4 a más años)

Expandir la afiliación canchas de grass sintetico a nivel nacional dentro de los próximos 05 años.

Aumentar la participación en el mercado en 5% dentro de los próximos 04 años.

Posicionarse en el mercado peruano como la mejor opción para buscar, reservar y separar canchas. Ser el App con mayor uso en Lima Metropolitana dentro de los próximos 05 años.

Ser líder en el mercado dentro de los próximos 05 años.

Alcanzar el 60% de la participación del mercado dentro de los próximos 10 años.

5.2 Estrategias de marketing :

Actualmente, el mercado está conformado por clientes (usuarios) y/o personas con diferentes gustos y preferencias. Por tal motivo, para optimizar las estrategias de marketing se realiza una segmentación del mercado en grupos de personas que posean características, preferencias y necesidades similares. Con el fin, de ofrecer una propuesta diferente con un valor agregado que satisfaga las necesidades actuales del mercado objetivo.

5.2.1 Segmentación

Geográfica :

Inicialmente PELOTEA se enfoca en Lima Metropolitana, conformada por 43 distritos y la Provincia Constitucional del Callao (7 distritos); y posteriormente se expandirán a nivel nacional. Para el cálculo de la muestra se toma como referencia la distribución de personas según nivel socioeconómico en Lima Metropolitana al 2017 del Instituto Nacional de Estadísticas - INEI.

Psicográfica :

El perfil psicográfico de los usuarios son personas dependientes e independientes que tengan un estilo de vida saludable, que practiquen y les guste el fútbol, sea por hobby o pasatiempo. Personas que tengan preferencia por las canchas de grass sintético y aficionados al fútbol.

Demográfica :

Los usuarios de PELOTEA se encuentran en el nivel socioeconómico A y B, que representa el 28.9% de la población de Lima Metropolitana, debido que cuentan con mayor poder de adquisición. Siendo el público objetivo hombres de 18 a 45 años de edad.

5.2.1 Posicionamiento

La estrategia que utilizará PELOTEA para posicionarse en el mercado es a través del modelo B2C (Business to consumer) , ofreciendo al cliente un servicio diferenciado por los siguientes factores:

Mantenimiento permanente de nuestras plataformas, usando un app más accesible, amigable, dinámica y fácil de entender para todos los usuarios.

Respuestas inmediatas, a consultas y reclamos que puedan tener los usuarios.

Ofrecer diversas modalidades de pago inmediato sin tener que acercarse al establecimiento y que este les demande el uso innecesario del tiempo.

Información en línea y a tiempo real de los horarios disponibles de las canchas.

5.3 Mercado Objetivo :

5.3.1 Tamaño de mercado

El mercado objetivo al cual se dirige el presente proyecto está representado por los habitantes que se encuentran en Lima Metropolitana, que de acuerdo al último informe de APEIM del 2017 ; indica que la cantidad de habitantes asciende a 10'190,922.

Figura N°11 Distribución de personas en Lima Metropolitana

5.3.2 Tamaño de mercado disponible

Del total de habitantes de Lima Metropolitana, el proyecto se enfoca en el segmento del NSE A y NSE B que representa el 28.9% ; dirigido a hombres que simboliza el 49.6% del NSE A y el 46.3% del NSE B ; siendo el rango de edades de 18 a 45 años, de situación laboral dependiente e independientes.

Tabla N°3 Mercado disponible

Total de habitantes de Lima Metropolitana / 2017		10190922
Nivel socioeconómico	A	B
	4.40%	24.50%
	448401	2496776
Sexo Hombres	49.60%	46.30%
	222407	1156007
Rango de edades entre 18 y 45 años	40.30%	40.90%
	89630	472807
Situación laboral		
Dependientes	55.40%	43.50%
Independientes	10.70%	13.90%
	59245	271391
Mercado disponible		3.2% 330637

De acuerdo a la segmentación por nivel socioeconómico, sexo, rango de edades y situación laboral; el mercado disponible será de 330,637 personas.

5.3.3 Tamaño de mercado operativo (target)

Para el cálculo del mercado operativo se basó en fuentes primarias donde se obtuvo a través de encuestas realizadas muestra de 91 personas. Para lo cual, se utilizó la siguiente pregunta :

¿Si existiera un APP que te permitiera buscar, reservar o separar una cancha de gras sintético en línea lo usarías ?

Target

Figura N° 12 Mercado operativo - Target

De acuerdo a la gráfica mostrada se encontró que el 68.8% de usuarios si utilizarían el APP de PELOTEA, aplicando dicho resultado al mercado disponible tenemos como mercado operativo 227,478 personas en Lima Metropolitana.

La empresa PELOTEA considera que atender al 10% de la demanda efectiva o mercado operativo, por lo tanto el mercado objetivo será 22,748 personas.

5.3.4 Potencial de crecimiento del mercado

En la actualidad cada vez más personas pasan de realizar sus comprar de forma convencional a la forma digital. En la entrevista realizada al gerente de estudios multicitientes de Ipsos Perú, Javier Álvarez, comenta que el ecommerce en Perú al finalizar el año crecerá en un 11% , en comparación al cierre del 2016 que se obtuvo un crecimiento del 9%, y considera un crecimiento del 16% para el cierre del 2018. Perú Retail (2017) [Entrevista]

De acuerdo a la tendencia mencionada en líneas superiores se puede determinar un crecimiento promedio del 2% anualmente, siendo un mercado potencial y de constante crecimiento para proyecto presentado.

5.4 Desarrollo y estrategia del marketing mix

5.4.1 Estrategia de producto / servicio

PELOTEA está enfocado a brindar y/o facilitar a los usuarios que practican o juegan fútbol en buscar, reservar y separar canchas de grass sintético de acuerdo a la zona de preferencia, brindando opciones de pago.

Según el ciclo de vida de un producto o servicio, PELOTEA se encuentra en la etapa de introducción, y considerando las variables precio y promoción se optara por la estrategia de marketing de Penetración rápida; que consta de fijar un precio inicial bajo y realizar una promoción intensa debido que el mercado potencial es amplio y el servicio no es conocido. De esta manera se atraerá y conseguirá una gran cuota del mercado objetivo.

Figura N°13 Etapas de la empresa

Basándose en la matriz ansoff, para el crecimiento estratégico y una mejor dirección del servicio, se emplea la estrategia del desarrollo de servicio por tratarse de un mercado existente. Dentro del cual aún no ha sido satisfecho hasta la actualidad. El servicio que brinda PELOTEA se enfoca en satisfacer las necesidades de los usuarios actuales, cumpliendo las expectativas del mercado potencial.

Figura N° 14 Matriz Ansoff

5.4.2 Diseño de producto / servicio

El servicio de PELOTEA consiste en brindar al usuario la ubicación, la opción de reserva y separación de canchas de grass sintético mediante un aplicación móvil, el cual contará con pasarela de pagos y maneja información en línea con los establecimientos. Mediante la aplicación el usuario también podrá crear su equipo para un partido o participar de un equipo ya conformado.

Para poder a llevar a cabo el servicio, previo se negociará con los dueños y/o administradores la afiliación a la data de canchas de grass sintético en Lima Metropolitana, al cual los usuarios tendrán acceso mediante el APP de PELOTEA.

Se contará con personal especializado para atender las consultas de los usuarios, con el fin de brindar respuestas inmediatas y los usuarios no se sientan desatendidos.

Se maneja la información de horarios disponibles de las canchas de grass sintético en línea entre el usuario y proveedor, con el fin que no haya duplicidad y el usuario pueda separar con una información en tiempo real, sin necesidad de: acercarse hasta la ubicación de la cancha a realizar el pago o perder el tiempo llamando para confirmar la disponibilidad.

5.4.3 Estrategia de precios (Análisis de costos, precios de mercado)

Los ingresos de PELOTEA se genera por comisión, que se le cobrará al establecimiento de canchas de grass sintético siempre y cuando la separación se dé mediante el APP de PELOTEA. El alquiler de las canchas de grass sintético oscila entre ochenta y ciento sesenta soles, por el cual la comisión que se cobrará es del 5%; el establecimiento asociado tendrá la ventaja de llegar a más usuarios y por ende sus ingresos se verían incrementados puesto que tendría una mayor demanda.

Sin embargo los usuarios podrán descargar el app de forma gratuita. Esto se debe por el comportamiento de los smartphones, de acuerdo al último estudio realizado por Ipsos, el perfil de descarga de aplicaciones tiene una preferencia hacia las aplicaciones gratuitas del 81%. (Ipsos Marketing, Perú) (2016)

5.4.4 Estrategia comunicacional

PELOTEA es un negocio de la industria del e-commerce que sigue la estrategia B2C de la empresa al consumidor por tratarse de un mercado masivo. Por ello se utilizará publicidad en medios masivos tradicionales como radio, redes sociales, anuncios en diarios, revistas o Internet.

También se utilizara el programa de referidos y programas de lealtad para poder llegar a más usuarios mediante comunicación de boca a boca.

5.4.5 Estrategia de distribución

Al enfocarse en un servicio que permite al usuario no desgastar tiempo en un proceso tradicional para buscar, reservar y separar una cancha de grass sintético en Lima Metropolitana; el proyecto PELOTEA brindará el servicio de forma digital, mediante un APP y una plataforma virtual.

5.5 Plan de Ventas y Proyección de la Demanda

El mercado operativo es de 227,478 personas en Lima Metropolitana, del cual la empresa PELOTEA considera que atender al 10%, por lo tanto el mercado objetivo será 22,748 personas.

Para hallar la proyección de la demanda se considerará la tasa de crecimiento del 2% anualmente.

Sin embargo en un escenario más realista solo se considerará un abarcar un 50% de nuestro mercado objetivo con un crecimiento anual del 10% a partir del 2018.

Tabla N°4 Proyección de la demanda

AÑO		2018	2019	2020	2021	2022
Habitantes Lima Metropolitana		10,298,159	10,453,874	10,609,166	10,764,428	10,920,309
Mercado disponible	3.2%	334,116	339,168	344,206	349,244	354,301
Mercado Operativo (Encuestas)	68.8%	229,872	233,347	236,814	240,280	243,759
Crecimiento anual		12%	14%	16%	18%	20%
Captación Inicial de Usuarios		50%	60%	70%	80%	90%
Mercado Objetivo		13,792	16,801	19,892	23,067	26,326
Tasa de crecimiento anual		2%				

Para la proyección de las ventas se divide el mercado objetivo (usuarios) entre 12, la cantidad de usuarios que conforman un equipo y se multiplica por el promedio de frecuencia.

Tabla N°5 Proyección de ventas

AÑO	2018	2019	2020	2021	2022
Usuarios	13,792	16,801	19,892	23,067	26,326
Cantidad de Equipos (Usuarios / 12)	1,149	1,400	1,658	1,922	2,194
Frecuencia Promedio	40	40	40	40	40
Cantidad de ventas en el año	45,974	56,003	66,308	76,889	87,753
Ingreso por Turno Día (S/.)	70,421	108,895	128,932	149,507	170,631
Ingreso por Turno Noche (S/.)	223,486	272,239	322,330	373,768	426,578
Total de INGRESOS (S/.)	293,907	381,134	451,262	523,275	597,210
Ingresos sin IGV (S/.)	249,074	322,995	382,425	443,454	506,110
Promedio Mensual sin IGV (S/.)	20,756	26,916	31,869	36,954	42,176

Para hallar el promedio de la frecuencia y la preferencia de horario en % se recurre a la fuente primaria, encuestas realizadas a la muestra de 91 personas.

Tabla N°6 Frecuencia de uso de canchas de grass sintetico por mes

Frecuencia por mes	Personas	%	Veces al año	Prom.
5 veces	16	18%	60	10.5
4 veces	28	31%	48	14.8
3 veces	24	26%	36	9.5
2 veces	15	16%	24	4.0
1 vez	8	9%	12	1.1
N =	91	100%	-	40

Tabla N°7 Tabulación de preferencia de horario

Preferencia de horario	Personas	%
Día 8am - 5pm	26	29%
Noche 6pm - 10pm	65	71%
N =	91	100%

5.6 Presupuesto de Marketing

Presupuesto diseño gráfico - Especialista Aaron Hosoya (Profesor Diseño Gráfico - UPC)

Diseño de logotipo — USD \$150

Diseño de página web — USD \$50 (precio por ventana)

Presupuesto Pag. Web - Especialista Paolo Falconí (Guru Imagen)

Landing Page 01 Se estima 3 semanas para su creación S/1,200 (Mil Doscientos y 00/100)

INVERSIÓN PARA DESARROLLO DE PRODUCTO

Presupuesto creación de la APP - Julio Cesar (Peru APP)

Concepto, desarrollo wireframes, diseño ux/ui ,programación, testing y publicación - \$8,000.00

*COMUNICACIÓN (depende de los objetivos y 4 P's).

Capítulo 6. Plan de Operaciones

6.1 Políticas Operacionales

A continuación, se desarrolla las siguientes políticas operacionales que se implementarán en “Pelotea”, dichas políticas brindará los lineamientos de cómo va a funcionar diariamente el negocio. Asimismo, quiénes asumirán cada una de las tareas dentro de la empresa, así como necesidades de capital y gasto que se vaya a incurrir para poner en marcha este proyecto.

Pelotea busca a través de su proceso operacional facilitar al usuario el alquiler de una cancha sintética de acuerdo a la zona de preferencia; y satisfacer a los socios estratégicos, quienes son los referentes, mediante publicidad para el servicio que brindan.

La estrategia operativa consiste en brindar:

Confianza en el alquiler de canchas sintéticas, la forma de pago y calidad de contenido en la plataforma, mediante experiencias recomendadas.

Flexibilidad ya que el usuario puede optar por el servicio de acuerdo a sus necesidades y preferencias: lugar, fecha y tiempo.

Servicio de forma en línea, segura, confiable y fácil.

Siendo la principal política operacional de ofrecer a los usuarios el servicio de búsqueda, comparación y pago en línea desde cualquier lugar, sin necesidad de recurrir a la forma tradicional.

6.1.1 Calidad

La política de la calidad de PELOTEA se enfoca en lograr el objetivo principal que es calidad ante todo y satisfacción total del usuario final. Siendo un camino clave al éxito económico y supervivencia en el mercado, para llevarlo a cabo PELOTEA implementará las siguientes acciones fundamentales:

- Dedicación constante a sus principios
- Disponer de unos medios humanos y materiales racionales, económicos, seguros y adecuados para dar soporte al servicio.
- Contar con soporte técnico para un mantenimiento continuo del APP
- Atender consultas o reclamos al menor tiempo posible
- Operar los equipos e instalaciones de manera que garanticen la seguridad de nuestro personal y de la comunidad, así como el respeto al medio ambiente.
- Mantener siempre el compromiso de la mejora continua.

Sistema de Medición

Para poder tangibilizar la calidad de servicio PELOTEA utilizara el sistema de valoración por el APP, donde es usuario podrá calificar de 1 a 5 considerando 1 insatisfecho y 5 muy satisfecho, de acuerdo a la utilidad y la satisfacción que haya tenido con la APP. De la misma forma el usuario podrá calificar la cancha que haya utilizado con una puntuación del 1 al 5, siendo 5 el más alto de acuerdo al servicio que haya recibido en el establecimiento y/o cancha sintética alquilada.

6.1.2 Procesos

El proceso de PELOTEA está enfocado a la generación de valor, así como también la optimización de tiempo al alquilar una cancha de grass sintético, logrando eficiencia en la prestación del servicio como intermediarios entre los usuarios y establecimientos.

El proceso de alquiler de una cancha demanda un tiempo promedio de 5 minutos como máximo. A continuación se detalla los paso que un usuario debe de seguir para concretar el alquiler de una cancha de grass sintético:

- Se registra como usuario
- Ingresa a la plataforma de PELOTEA

- En la opción de canchas, selecciona el distrito de preferencia
- Selecciona la cancha y la disponibilidad de horarios
- Confirma su reserva y separación
- Realiza pago mediante pasarela de pagos

Objetivo: Asegurar que el servicio de reserva, así como los servicios adicionales que serán entregados a través de la aplicación por “Pelotea” estén acorde a los objetivos organizacionales. De este modo, lograr así su sostenibilidad durante el tiempo y el éxito que se espera de este servicio de reserva de canchas que entrará en mercado peruano.

Alcance: Desde la búsqueda de canchas disponibles y/o partidos por/para completar el cual le dará al usuario/equipo la posibilidad a incorporarse o completar su equipo a través de “Pelotea” como a los demás servicios que tendrán los usuarios a su alcance. Asimismo, del buen funcionamiento del APP, siendo la seguridad, el costo y la rapidez los principales valores agregados que tendrá el servicio. También, parte de la mejora continua del servicio será la recopilación de las sugerencias por parte de los usuarios, así como todas aquellas implementaciones sugeridas por parte del equipo de Operaciones que se requieran para brindar al cliente un mejor servicio.

6.1.3 Planificación

Para en lanzamiento y continuidad del negocio PELOTEA planifica sus actividades para minimizar los riesgos e incertidumbre. A la vez contar con un plan de continuidad de negocio en los posibles eventualidades que se puedan presentar.

La política de planificación se centra en: identificar, analizar, clasificar, tratar o implementar, y finalmente monitorear.

Conforme se inicie las operaciones de Pelotea, se establecerá cronogramas de actividades a mediano y largo plazo, los mismos que se estarán actualizando e incorporando a esta planificación. Además, estar íntimamente alineados con los objetivos estratégicos y específicos de la organización.

6.1.4 Inventarios

El modelo de negocio de PELOTEA es brindar un servicio de intermediación entre el usuario y el establecimiento, por lo tanto no cuenta con un inventario debido que no es una empresa productora o comercializadora.

Para el desarrollo del negocio de PELOTEA solo se requiere de 4 escritorios, 4 laptops y útiles de oficina.

6.2 Diseño de Instalaciones

6.2.1 Localización de las instalaciones

Para la selección de la oficina de PELOTEA se considera 3 zonas tentativas entre las que reúnen los factores predominantes.

Los factores que se toma en cuenta son: la cercanía a las canchas y usuarios potenciales, costo de alquiler, disponibilidad de locales, seguridad y accesibilidad. Asimismo se ha determinado pesos para cada factor según el nivel o grado de importancia para el proyecto y también una escala de puntuaciones donde:

- 1 = Muy malo
- 2 = Malo
- 3 = Regular
- 4 = Bueno
- 5 = Muy bueno

Tabla N°8 Tablero de localización

UBICACIÓN							
Factores	Peso Relativo %	Alternativas					
		Surco		San Borja		San Isidro	
		Peso	Ponderado	Peso	Ponderado	Peso	Ponderado
Cercanía a Proveedores	20%	3	0.60	5	1.00	4	0.80
Transporte y accesibilidad	10%	3	0.30	4	0.40	3	0.30
Disponibilidad de locales	10%	5	0.50	5	0.50	5	0.50
Seguridad de la zona	15%	4	0.60	4	0.60	4	0.60
Costo de Alquiler	45%	2	0.90	4	1.80	3	1.35
Totales	100%		2.90		4.30		3.55

Como se puede apreciar, las ponderaciones reflejan el nivel de importancia para el éxito de proyecto, por el cual luego de haber calculado el promedio ponderado para cada zona tentativa, se obtiene como mejor opción el distrito de San Borja (4.3).

Por lo tanto se define que la oficina de pelotea será alquilada y estará ubicado en: Ca. Gozzoli Norte 415 San Borja, siendo el costo de alquiler de s/. 800 fijos y 35 soles por mantenimiento.

Figura N°15 - Mapa de ubicación del local

6.2.2 Capacidad de las instalaciones

La oficina de PELOTEA, servirá para operaciones internas de soporte, reuniones, capacitaciones, siendo su capacidad de aforo máximo 9 personas. Siendo solo 4 empleados al inicio de actividades quienes desarrollarán las funciones administrativas y de soporte.

6.2.3 Distribución de las instalaciones

Oficina independiente 15m², para uso interno cuenta con un ambiente privado, más área de recepción y kitchenette compartido con baño de visita 2do. piso, con ascensor, a una cuadra de Aviación y estación San Borja Sur cerca a bancos centros comerciales la rambla, real plaza.

Distribución de la instalación

Pelote a su apertura contara con solo una oficina en la cual se ubicaran 4 escritorios debidamente acondicionadas para 4 colaboradores, a medida que se vaya expandiendo, tenga mayor cuota de mercado, y requiera de mayor personal administrativo se optará por alquilar una oficina con compartimientos individuales para cada colaborador.

Figura N°16 - Distribución de la Instalación (local)

6.3 Especificaciones Técnicas del Producto / servicio

“Pelotea” ofrece un servicio exclusivo de alquiler y reserva de canchas de grass sintético del cual se podrá acceder desde la aplicación de la misma. Además, el servicio tendrá una página Web en donde los usuarios podrán acceder a toda la información del servicio, tales como horarios, ubicación de las canchas, precios y otros temas de interés que sean valorados por los potenciales usuarios.

El servicio de alquiler contará con los siguientes beneficios los cuales el usuario podrá tener acceso con tan solo ingresar a la aplicación:

- Búsqueda de canchas de acuerdo a la zona de preferencia.
- Seguridad al momento de reserva y confirmación.
- Sistema de emparejamiento para un usuario o equipo que busque usuarios.
- Modalidades de juego, como apuesta y calificación de equipos.
- Pasarela de pagos.
- Página Web con información relevante del servicio.
- Diversidad de canchas para maximizar búsquedas.

El servicio contará con una operación sincronizada e integral en todas sus actividades. De este modo, así puedan satisfacer todas las necesidades de los usuarios. También, el servicio exclusivo de reserva entregará a los usuarios información relevante para obtener de manera segura y económica a través de su sistema de aplicación la mejor opción para su partido. Este servicio se desarrollará y diseñará de manera que resulte para el potencial usuario muy atractivo y sobre todo económico en comparación con los demás servicios y/u opciones con las que cuenta el usuario para alquiler y reserva de actuales campos de grass sintético.

Detalles técnicos de la Página Web:

Página WEB/APP: Alojada en servidores externos, compatible con los principales navegadores y sistemas operativos.

Google Chrome

Firefox

Internet Explorer

iOS

Android

Los usuarios podrán descargar la aplicación desde su celular de los 2 principales sistemas operativos que son para iOS y android de manera gratuita, allí encontraran la manera mas facil

y sencilla de reservar y pagar una cancha de grass sintético, además se podrá buscar equipo, retar a un rival, búsqueda libre, se encontrarán las últimas noticias sobre fútbol.

Pasarela de pago: Utilizaremos las plataformas de pago más seguras del mercado, ya que a través de este medio podrá facilitar el pago con tarjeta de crédito o débito en cualquier lugar y hora.

6.4 Mapa de Procesos y PERT

En el siguiente mapa de procesos, se presenta una visión general del sistema de gestión y procesos destinados a definir y controlar los objetivos de la organización. En la parte superior se tienen los procesos estratégicos, que generan mayor valor en los procesos operativos. También, en la parte central definimos los procesos operativos, los mismos que permiten generar el servicio que se entrega al cliente o usuario. Asimismo, los procesos de soporte y apoyo se muestran en la parte inferior del mapa, son actividades necesarias para el correcto funcionamiento y asegurar el valor actual entregado por los procesos operativos.

Figura N°17 Proceso de experiencia del usuario

Para la implementación ordenada y exitosa del proyecto, a continuación se muestra el diagrama PERT que permite poner en orden los procesos y tiempos para el funcionamiento del negocio, de manera se proyecta el cumplimiento de los compromisos frente a los usuarios.

Tabla N° 9 Actividades para poner en marcha el proyecto

Clave	Actividad	Predecesora	Tiempo Optimista	Tiempo Probable	Tiempo Pesimista	Tiempo Esperado
A	Constitución legal de la personería jurídica	N/A	7	9	10	9
B	Alquiler e implementación de la oficina de PELOTEA.	A	3	4	5	4
C	Licencia de funcionamiento	A	2	3	5	3
D	Selección, Capacitación y Contratación del Personal.	B	2	4	6	4
E	Afiliación de los establecimientos de alquiler de canchas de grass sintético.	D	10	12	15	12
F	Cotización para la creación de página Web y APP.	D	3	5	8	5
G	Diseño y desarrollo de la página web.	F	5	8	10	8
H	Desarrollo y alojamiento de la página web y APP en servidores.	G - E	20	25	30	25
I	Contratación y afiliación a medios de pago on-line para usuarios.	H	7	10	12	10
J	Configuración de medios de pago en la página web.	H	5	6	7	6
K	Inicio de Promociones y Publicidad del servicio para la captación de clientes.	H - J	7	8	10	8
L	Pruebas previas al inicio de las Operaciones – Reservas referidos.	K	5	6	7	6
M	Inicio de las Operaciones de la primera reserva de alquiler de cancha de grass sintético a través de la APP.	L	1	2	4	2

Figura N° 18 Diagrama PERT - Actividades del Proyecto

6.5 Planeamiento de la Producción

6.5.1 Gestión de compras y stock

En Pelotea la gestión de compras que se empleará, será de materiales e insumos que deben ser adquiridos por la empresa en forma periódica, pues se usaran en el abastecimiento de la oficina. También, se realizará compras que tengan relación con el servidor de la aplicación, tales como alojamiento, según características y requerimientos para clientes corporativos y/o frecuentes.

La atención de problemas y/o consultas sobre el servidor o APP será atendida a través de un outsourcing, programador. Dichos requerimientos deben ser atendidos a más tardar dentro de las 24 horas de recibida la comunicación.

6.5.2 Gestión de la calidad

Para la gestión de calidad PELOTEA se basará en 7 principios básicos, con los cuales desarrollará sus gestiones diarias con la finalidad de hacer sus procesos más eficientes.

1. Enfoque al Cliente. Satisfacer necesidades actuales y futuras del usuario.
2. Liderazgo. Crear y mantener un ambiente interno cálido, en el cual todos se involucren con el logro de los objetivos de PELOTEA.
3. Compromiso y Competencias de las Personas. El compromiso de los colaboradores sea en beneficio de PELOTEA.
4. Enfoque Basado en Procesos. Alcanzar resultados mediante la administración de procesos
5. Mejora. Objetivo permanente para PELOTEA es la mejora continua
6. Toma de Decisiones Informadas. Investigar antes de la toma de una decisión
7. Gestión de las Relaciones. Mantener buenas relaciones con los clientes aliados

6.5.3 Gestión de los proveedores

En cuanto a los proveedores, se identifica los más idóneos ubicados en la zona céntrica de Lima, así como clientes aliados que brindan los mejores precios del mercado sin alterar la calidad del servicio, verificando la calidad de las canchas como el de las instalaciones. Se evaluará precios competitivos, créditos, facilidades de pago, cumplimiento de las reservas requeridas y características de los establecimientos. Asimismo, consideraremos un mínimo de tres (3) proveedores dentro de cada distrito de los usuarios con mayor demanda.

Inicialmente, se cumplirá con pagos de los compromisos en efectivo, posterior a ello se busca solicitar créditos que permita mejorar las condiciones de compras cumpliendo estrictamente con las fechas y cronogramas de pago.

Los criterios en orden de importancia a aplicar para determinar la elección del proveedor serán los siguientes:

- Calidad de establecimiento.
- Oportunidad en la reserva y confirmación.
- Precio competitivo.
- Amplia gama de canchas.
- Capacidad de aforo de usuarios.
- Capacidad crediticia.

Se distinguirá que hay varios tipos de proveedores para este negocio, por un lado están los que prestan el servicio de Internet, por otro lado están los que proporcionan el dominio para la Página Web y que brindan también el alojamiento de la web. Podemos mencionar que entre los primeros tenemos a Entel, Movistar, Olo y Claro. Por otro lado, luego están Android, iOS, Windows Phone, Firefox OS entre otros, destacando dentro de estos a Android que acapara más del 50% del mercado. Para el servicio de mantenimiento y monitoreo de la plataforma y APP, inicialmente se podrá optar por la empresa Perú APP, dado a que la aplicación será producida por ellos. Sin embargo, esto puede ser analizado con posterioridad si se encuentra un proveedor que mejore los costos pero que tenga igual nivel de confiabilidad

6.6 Inversión en activos fijos

Dentro del modelo de negocio, no se necesita de grandes inversiones en activos fijos. Es por ello, que solo se gestionará aquellos activos fijos que estén vinculados en la implementación de la oficina administrativa.

Tabla N° 10 Inversiones en activos fijos.

ACTIVOS FIJOS	Nro de Unidades	Costo Unitario	Costo Total	IGV	Total	VALOR. LIQUIDACIÓN
Mobiliario y Equipo de Oficina						
Escritorio	4	600	2,400	432	2,832	200
Silla	4	95	380	68	448	30
Archivador	2	480	960	173	1,133	150
Mueble para Visita	1	490	490	88	578	100
Laptop	4	2,000	8,000	1,440	9,440	1,000
Impresora	1	500	500	90	590	500
Total			12,730	2,291	15,021	1,980

6.7 Estructura de costos y gastos operativos.

Los costos que se van a tener al iniciar el proyecto y serán fijos son los que se muestran a continuación

Tabla N° 11 Gastos Operativos

INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES	COSTO (S/.)	IGV	TOTAL S/.
Minuta de constitución	450	81	531
Inscripción de Minuta de Registros Públicos	50	9	59
Compra de Libros Contables (8)	100	18	118
Legalización de Libros Contables	150	27	177
Búsqueda de nombre comercial – indecopi	30	5	35
Registro de nombre	300	54	354
Lic. Municipal Aprox. (varía según Municipio)	600	108	708
Registro Sanitario	300	54	354
Derechos Notariales	1200	216	1416
Derechos Registrales	630	113	743
Desarrollo APP	32500	5850	38350
Total Inversión en Gastos Preoperativos	36310	6536	42846

Gastos operativos Mensuales

Para poder amueblar la oficina y contar con las herramientas necesarias para poder trabajar serán la siguiente lista donde se detalle en los gastos operativos en los que se va incurrir.

Tabla N° 12 - Gastos operativos Mensuales

Concepto	Año 0
Electricidad y Agua	420
Telefonos celulares	2,875
Telefonia e Internet	2,220
Alquiler oficina	10,200
Servicios Contables	4,200
Administracion y Mantenimiento Web	24,000
Materiales de Oficina	1,200
Alquiler de Servidor	3,600
Limpieza y Almacenamiento	6,000
Total	54,715

Capítulo 7. Estructura organizacional y recursos humanos

7.1 Objetivos Organizacionales

Los objetivos organizacionales de PELOTEA están alineados a su visión de “ Posicionarse en el mercado peruano como empresa líder en brindar opciones de reserva y confirmación de canchas de grass sintético para los amantes del fútbol” y orientados a cumplir con su misión. A continuación se listan los objetivos organizacionales:

Lograr captar el personal idóneo capaz de desarrollar habilidades y capacidades necesarias para la empresa.

Retener los mejores talentos de la organización mediante la motivación y crecimiento profesional.

Impulsar el desarrollo profesional y personal de cada miembro de la empresa.

Generar un ambiente cálido dentro de la organización.

Mejorar y mantener una comunicación interna entre colaboradores y directivos.

7.2 Naturaleza de la Organización

Pelotea, se formará bajo la personería jurídica SRL (Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada): donde el capital está constituido por el aporte de cada socio, siendo 3 socios a la fecha de su constitución. Se opta por la personería SRL debido que los socios tienen la ventaja de no responder con su patrimonio personal frente a posibles obligaciones antes una disolución o quiebra.

Pelotea se iniciara como micro empresa de capitales privados con fines de lucro que contará con 4 colaboradores directos en planilla y una red de clientes aliados, quien brindaran el servicio final.

7.2.1 Organigrama

La organización de PELOTEA será de tipo horizontal, debido que las las estructuras horizontales de las organizaciones son más apropiadas para la era de la información. Con ello se busca que la gestión sea colaborativa con el fin de lograr el compromiso por parte de todos los miembros de la organización.

Figura N° 19 Organigrama

7.2.2 Diseño de Puestos y Funciones

Ficha de características y funciones del Gerente general

A. DATOS DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	GERENTE GENERAL
Área:	Administrativa
Jefe Inmediato	Directorio
Supervisa a:	Gerencias
B. MISIÓN	
Representar legalmente a la sociedad, incrementar la productividad y rentabilidad de la empresa.	
C. REPOSABILIDADES PRINCIPALES DEL PUESTO	
Responsable en forma complementaria a las obligaciones del directorio, deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones.	
D. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL PUESTO	
<p>Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad.</p> <p>Organizar el régimen interno de la sociedad, y cuidar que la contabilidad esté al día.</p> <p>Representar a la sociedad ante entidades publicas y privadas.</p> <p>Ejecutar y proponer un plan de negocio.</p> <p>Celebrar y firmar los contratos y obligaciones de la sociedad.</p> <p>Abrir, cerrar y administrar cuentas bancarias</p>	
E. FORMACIÓN	
Profesión	Administración de Empresa, Economía
Grado de Instrucción	Universitaria completa
D. OTROS CONOCIMIENTOS	
Ingles	Ingles Avanzado
Informatica	Manejo de office Avanzado
E. EXPERIENCIA	
Mayor a 3 años	
F. UBICACIÓN Y CONDICIONES	
Ubicación	Lima
Disponibilidad para viajar a provincia	SI
G. COMPETENCIAS PERSONALES	
<p>1) Motivación para dirigir 2) Inteligencia 3) Capacidad de análisis y de síntesis 4) Capacidad de comunicación 5) Dotes de Psicología 6) Capacidad de escucha 7) Espíritu de observación 8) Dotes de mando 9) Capacidad de trabajo 10) Perseverancia y constancia.</p>	

Ficha de características y funciones del Gerente de Logística

A. DATOS DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	GERENTE DE LOGISTICA
Área:	Administrativa
Jefe Inmediato	Gerente General
Supervisa a:	Ninguno
B. MISIÓN	
Asegurarse de tener suficiente cantidad de servicio disponible en el lugar correcto y en el momento adecuado.	
C. RESPONSABILIDADES PRINCIPALES DEL PUESTO	
Es responsable de asegurarse de que el usuario final o consumidor, reciba los productos o servicios pedidos.	
D. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL PUESTO	
<p>Supervisar las actividades diarias, prever los requerimientos del cliente y mantener una buena relación con el mismo, así como gestionar el lanzamiento de nuevos programas dentro de la planta. Todo ello para garantizar la satisfacción del cliente.</p> <p>Dirigir los equipos de logística y establecer los objetivos.</p> <p>Supervisar las actuaciones de logística e implementar las acciones de mejora necesarias de manera coordinada con otras funciones de la planta (Calidad, Producción, Eficiencia del Sistema, etc.).</p>	
E. FORMACIÓN	
Profesión	Administración de Empresa, Ingeniero Industrial
Grado de Instrucción	Universitaria completa
D. OTROS CONOCIMIENTOS	
Ingles	Ingles Avanzado
Informatica	Manejo de office Avanzado
E. EXPERIENCIA	
Mayor a 2 años	
F. UBICACIÓN Y CONDICIONES	
Ubicación	Lima
Disponibilidad para viajar a provincia	SI
G. COMPETENCIAS PERSONALES	
<p>1) Poder de negociación 2) Inteligencia 3) Iniciativa 4) Capacidad de comunicación 5) Autocontrol 6) Capacidad de escucha 7) Creatividad 8) Trabajo en equipo 9) Capacidad de comunicación 10) Pensamiento crítico.</p>	

Ficha de características y funciones del Gerente de Finanzas

A. DATOS DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	GERENTE DE FINANZAS
Área:	Administrativa
Jefe Inmediato	Gerente General
Supervisa a:	Ninguno
B. MISIÓN	
Garantizar el adecuado soporte, apoyo y fortalecimiento administrativo y financiero de la empresa.	
C. RESPONSABILIDADES PRINCIPALES DEL PUESTO	
Dirigir y supervisar el pleno cumplimiento de los sistemas, normas, políticas y procedimientos administrativos, contables y financieros, así como los registros y controles necesarios que garanticen la capacidad (rentabilidad) económica y financiera de la organización	
D. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL PUESTO	
Elaborar y hacer seguimiento del presupuesto anual Planificar, analizar y evaluar la información registrada Buscar fuentes de financiamiento y seleccionar la más conveniente para el emprendimiento. Buscar opciones de inversión con las que pueda contar el negocio Controlar las operaciones ejecutadas Poner en marcha un sistema adecuado de control de costes	
E. FORMACIÓN	
Profesión	Administración de Empresa, Finanzas, Economía
Grado de Instrucción	Universitaria completa
D. OTROS CONOCIMIENTOS	
Inglés	Inglés Avanzado
Informática	Manejo de office Avanzado
E. EXPERIENCIA	
Mayor a 2 años	
F. UBICACIÓN Y CONDICIONES	
Ubicación	Lima
Disponibilidad para viajar a provincia	SI
G. COMPETENCIAS PERSONALES	
1) Capacidad de comunicación, gestión y liderazgo 2) Negociación y contratación 3) Iniciativa 4) Capacidad de comunicación 5) Cultura organizacional 6) Capacidad de escucha 7) Trabajo en equipo 9) Capacidad de comunicación 10) Pensamiento crítico.	

Ficha de características y funciones del Gerente de Marketing

A. DATOS DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	GERENTE DE MARKETING
Área:	Administrativa
Jefe Inmediato	Gerente General
Superivisa a:	Community Manager
B. MISIÓN	
Desarrollar e implementar las estrategias de marketing a corto y largo plazo de la empresa.	
C. REPONSABILIDADES PRINCIPALES DEL PUESTO	
Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización.	
D. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL PUESTO	
<p>Definir las estrategias de marketing para la oferta de productos o servicios.</p> <p>Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.</p> <p>Analizar las acciones del departamento y evaluar y controlar los resultados de las mismas.</p> <p>Dirigir y liderar el equipo de trabajo.</p>	
E. FORMACIÓN	
Profesión	Marketing
Grado de Instrucción	Universitaria completa
D. OTROS CONOCIMIENTOS	
Ingles	Ingles Avanzado
Informática	Manejo de office Avanzado
E. EXPERIENCIA	
Mayor a 2 años	
F. UBICACIÓN Y CONDICIONES	
Ubicación	Lima
Disponibilidad para viajar a provincia	SI
G. COMPETENCIAS PERSONALES	
<p>1) Inteligencia competitiva 2) Relaciones públicas 3) Iniciativa 4) Capacidad de comunicación 5) Cultura organizacional 6) Carismático 7) Trabajo en equipo 9) Empático 10) Accesible.</p>	

Ficha de características y funciones del Community Manager

A. DATOS DEL PUESTO		
Nombre del Puesto:	COMMUNITY MANAGER	
Área:	Administrativa	
Jefe Inmediato	Gerente de Marketing	
Superivisa a:	Ninguno	
B. MISIÓN		
Construir, sostener y mejorar el vínculo con el público, así como posicionar la marca.		
C. REPONSABILIDADES PRINCIPALES DEL PUESTO		
Navegar entre la gestión de la comunicación online o digital y el marketing digital, pues debe cumplir los objetivos y establecer un plan de acción		
D. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL PUESTO		
<p>Cumplir los objetivos de marketing digital, de social media y de redes sociales.</p> <p>Monitorizar a la marca.</p> <p>Realización del calendario de publicaciones para cada red social.</p> <p>Generar comunicación digital para establecer relaciones con la comunidad, prescriptores, clientes y usuarios interesados en nuestros contenidos.</p> <p>Análisis de la actividad de los principales competidores de la marca.</p>		
E. FORMACIÓN		
Profesión	Marketing	
Grado de Instrucción	Universitaria completa	
D. OTROS CONOCIMIENTOS		
Inglés	Inglés Avanzado	
Informática	Manejo de office Avanzado	
E. EXPERIENCIA		
Mayor a 2 años		
F. UBICACIÓN Y CONDICIONES		
Ubicación	Lima	
Disponibilidad para viajar a provincia	SI	
G. COMPETENCIAS PERSONALES		
<p>1) Metodológico 2) Escucha activa 3) Ordenado 4) Capacidad de comunicación 5) Cultura organizacional</p> <p>6) Carismático 7) Metodológico 9) Empático</p>		

7.3 Políticas Organizacionales

Pelotea opta por 4 políticas organizacionales con el propósito de generar el criterio dentro de ciertos límites; de tal manera que le permita a un empleado tomar decisiones acertadas en cualquier momento aún sin la ayuda de superiores, pero dentro de los parámetros establecidos.

Las políticas organizacionales son las siguientes:

- 1.- Los empleados de Pelotea deberán cumplir con sus compromisos
- 2.- Brindar trato justo y esmerado a los usuarios
- 3.- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- 4.- Cumplir con todos los estándares de calidad.

7.4 Gestión Humana

7.4.1 Reclutamiento

Para el reclutamiento del personal de Pelotea se opta por tercerizar este proceso mediante una consultora con la finalidad de ahorrar tiempo y costos en el reclutamiento. A ello se sumas que las consultoras cuentan con una amplia experiencia en el rubro de gestión humana, con psicólogos especializados para una selección idónea de personal a los requerimientos y necesidades que la empresa solicita.

A continuación se muestra el proceso de reclutamiento:

Identificar las características importantes según la descripción del puesto, basándose en competencias profesionales y personales que se requiera.

Elaboración de una tabla de evaluación que permite realizar un análisis de cada candidato para el puesto.

Tabla N° 13 Evaluación de desempeño

Criterios	Competencias profesionales				Competencias personales		
	Título universitario o bachiller	Experiencia en el puesto	Idioma	Experiencia en gestión de equipo	Edad	Habilidades de comunicación	Habilidades sociales
1							
2							
3							
4							
5							

Luego de la selección de los primeros candidatos se realiza una primera entrevista de reclutamiento en la cual cada participante se presenta; este paso permite validar los datos del curriculum vitae y tener una primera impresión.

Como segunda selección se realiza un estudio más exhaustivo de las actitudes y aptitudes del postulante así como la capacidad de gestión y trabajo en equipo

Por último se realizara la entrevista por la organización para determinar quién ocupará el puesto luego de ser filtrado a través de la consultora.

7.4.2 Selección, contratación e inducción

Selección

En esta etapa Pelotea facilitara a la consultora las características, aptitudes, habilidades, conocimientos del personal que se requiera de acuerdo a la ficha de características funciones de cada puesto. En el último filtro de selección el gerente general será participe de la entrevista final de las personas seleccionadas para el puesto requerido, brindando su visto bueno para la contratación.

Contratación

El contrato de trabajo será por un año, sin embargo deberá pasar por un período de prueba de 3 meses, donde será evaluado según el perfil del cargo que ocupa, y este podría ser renovado, además tendría un aumento en el sueldo según la evaluación de desempeño.

Inducción

La inducción se realizará post contratación, el cual durará en promedio 4 horas, donde se impartirá la cultura organizacional, la misión, la visión, los valores y políticas organizacionales.

Asimismo, se informará sobre los beneficios laborales, incentivos por desempeño, charlas de seguridad en el trabajo, casuísticas laborales, formas de trabajo y se atenderá las inquietudes y consultas.

7.4.3 Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño

Capacitación

De acuerdo a los puestos de trabajo y al desempeño de cada colaborador, se brindara cursos cortos de especialización en su campo, con la finalidad de promover el desarrollo profesional y el crecimiento de la empresa.

A la vez anualmente se brindara una capacitación de 3 dias en servicio al cliente, tecnicas de ventas, con la finalidad de reforzar las habilidades.

Desarrollo

A medida del crecimiento y la expansión de la empresa se abra nuevos puestos de trabajo para el cual los colaboradores con mayor antigüedad y experiencia tendrán la ventaja de ser convocados para cubrir estos requerimientos, dependiendo del desempeño desarrollado previamente. Con ello se busca que los colaboradores de Pelotea puedan realizar un alineamiento de carrera dentro de la organización.

Evaluación de desempeño

Dentro de la organización cada año se analizará la gestión que se va realizando en este caso será a 180° es decir pares, jefe y la autoevaluación, ya que se desea tener una retroalimentación

acerca de los procesos que se desea mejorar, esto ayudaría a que se determine los errores y que se pueda tener un mejor desempeño.

7.4.4 Motivación

Para motivar a los trabajadores de la empresa, Pelotea realizará las siguientes acciones :

Promover la creatividad, la participación y la iniciativa en las reuniones, respetando y considerando las opiniones de cada integrante. Para esto cada mes se reunirá a todos los colaboradores para analizar la situación actual y para que expresen su opinión y tomarlas en cuenta en las decisiones futuras.

Involucrar y ser participes a los colaboradores en los resultados de la empresa, la información será compartida para que a través de esta, tengan conocimiento acerca de los cambios que se realicen.

Incentivar los logros destacados, mediante un bono dinerario y un diploma, a quien tenga un excelente desempeño durante el año.

Realizar actividades de integración tales como almuerzos, desayunos entre otros, que permitan compartir e interactuar al equipo de trabajo, fomentando un buen clima laboral. Para ello anualmente se realizará una actividad general en la cual se compartirá experiencias, logros, dinámicas, juego de roles entre otros con la finalidad de interactuar y compartir en otro ámbito no laboral.

Se impulsará el desarrollo profesional de los colaboradores más destacados, brindarles el acceso a becas para cursos y/o especializaciones afines a su línea de carrera, para el cual se considerará el desempeño que hayan realizado durante 2 años consecutivos.

7.4.5 Sistema de remuneración

En la empresa se maneja con contrato por un periodo de un año, la remuneración será fija y cada año será evaluada para un incremento según el presupuesto.

Los pagos de la remuneración se realizará el día 30 de cada mes, además tendrá los beneficios de ley como son CTS, gratificaciones en julio y diciembre, vacaciones por 30 días programadas durante el año.

7.5 Estructura de gastos de RRHH

La planilla de Pelotea inicialmente estará compuesta por 4 posiciones las cuales se detallan en el cuadro presentado en líneas inferiores. De acuerdo al crecimiento y la expansión de la empresa, la plantilla se modificara de acuerdo a los requerimiento o necesidades de la empresa, en otras palabras puestos que requiera cubrir en un futuro.

Tabla N° 14 Estructura de gastos RRHH

Cargo	N° Personas	Sueldo soles	Mes	Sueldo Total Mensual (en S/.)	Sueldo Anual (en S/.)
Community Manager	1	2000		2000	24,000
Operativos	3	2200		6600	79,200
Total	4	4,200		8,600	103,200

Capítulo 8. Plan económico-financiero

8.1 Supuestos

Para el desarrollo del proyecto se toma en consideración la tasa de amortización de intangibles del 10%, para el impuesto a la renta se aplica la tasa de 29.5% de acuerdo al último Decreto Legislativo N° 1261. Al Impuesto General a las Ventas - IGV se aplica una tasa de 16% en las operaciones gravadas con el IGV, a esa tasa se añade la tasa de 2% del Impuesto de Promoción Municipal (IPM). De tal modo a cada operación gravada se le aplica un total de 18%: IGV + IPM. Asimismo se considera tasa de fondo de AFP, CTS, ESSALUD, impuesto de 5ta categoría, valor de UIT y Reserva legal.

Tabla N° 15 Tasas de descuento

DATOS BASE - AÑO 2018	
CONCEPTO	VALOR
Tasa de amortización de intangibles	10%
Tasa de impuesto a la Renta	29.5%
Tasa de aporte a fondo de pensiones (AFP)	12.00%
Tasa de compensación por tiempo de servicios (CTS)	16.67%
Tasa de Essalud	9%
Tasa de impuesto de quinta categoría (<= S/. 60,750 anual)	14%
Valor de una UIT (soles)	4,050
Tasa de IGV (sólo para compras en Lima)	18%
Reserva Legal	10%

8.2 Inversión en activos (fijos e intangibles) y depreciación

Para poner en marcha el negocio, se requiere de inversión en activos fijos; en la implementación de la oficina administrativa de Pelote se requiera de mobiliario y equipo, escritorio, silla, archivador mueble de visita, laptops e impresoras. A continuación se muestra una tabla de Activos Fijos, donde se puede apreciar el costo unitario, costo total, IGV y el valor de liquidación; teniendo un total de activo fijo de s/. 1,980.00.

Tabla N° 16 Activos fijos tangibles

ACTIVOS FIJOS	Nro de Unidades	Costo Unitario	Costo Total	IGV	Total	VALOR. LIQUIDACIÓN
Mobiliario y Equipo de Oficina						
Escritorio	4	600	2,400	432	2,832	200
Silla	4	95	380	68	448	30
Archivador	2	480	960	173	1,133	150
Mueble para Visita	1	490	490	88	578	100
Laptop	4	2,000	8,000	1,440	9,440	1,000
Impresora	1	500	500	90	590	500
Total			12,730	2,291	15,021	1,980

En el siguiente cuadro podemos apreciar la inversión de activos intangibles, que se deriva del proceso de constitución y formalización de la sociedad; y la creación de la plataforma virtual. Siendo el costo total de activos intangibles de s/. 42,846.00.

Tabla N° 17 Activos fijos intangibles

INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES	COSTO (S/.)	IGV	TOTAL S/.
Minuta de constitución	450	81	531
Inscripción de Minuta de Registros Públicos	50	9	59
Compra de Libros Contables (8)	100	18	118
Legalización de Libros Contables	150	27	177
Búsqueda de nombre comercial - indecopi	30	5	35
Registro de nombre	300	54	354
Lic. Municipal Aprox. (varia según Municipio)	600	108	708
Registro Sanitario	300	54	354
Derechos Notariales	1200	216	1416
Derechos Registrales	630	113	743
Desarrollo APP	32500	5850	38350
Total Inversión en Gastos Preoperativos	36310	6536	42846

En los siguientes cuadros se muestra la depreciación de los activos fijos (mobiliario y equipo) para el cual se considera una tasa de depreciación del 10%, en un periodo de 5 años.

Tabla N° 18 Depreciación de activos fijos

Depreciación de Activos fijos tangibles	Costo sin IGV	Tasa de Depreciación / Amortización	Depreciación y Amortización Anual	Depreciación y Amortización Mensual
Mobiliario y Equipo	12,730	10%	1,273	424

	2018	2019	2020	2021	2022
Depreciación Anual	4,904	4,904	4,904	4,904	4,904
Depreciación Anual Acumulada	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520

8.3 Proyección de ventas

A continuación se muestra la proyección de ventas de los 5 años siguientes, en el cual se considera una segmentación por género, nivel socioeconómico A y B, situación laboral ; que representa el 3.2% del total de habitantes de Lima Metropolitana. Asimismo, para hallar el mercado operativo recurrimos a los resultados de las encuestas de la fuente primaria (usuarios), el equivalente al 68.8% de los encuestados estaría dispuesto a utilizar el APP de Pelotea para alquilar una cancha de grass sintético. De este modo, el mercado objetivo se considera comenzar con el 10% de participación del mercado operativo, y a la vez una tasa de crecimiento del 2% anual. Siendo un total de 27,585 usuarios teniendo como objetivo inicial llegar al 50% del total de usuarios equivalente a 13792 usuarios.

La cantidad de ventas al año es el resultado de dividir el mercado objetivo entre 12, cantidad de usuarios que forman dos equipos y alquiler por 01 hora; y la multiplicación por la frecuencia promedio de alquiler por año.

Tabla N° 19 Frecuencia de un usuario

Frecuencia por mes	Personas	%	Veces al año	
5 veces	16	18%	60	10.5
4 veces	28	31%	48	14.8
3 veces	24	26%	36	9.5
2 veces	15	16%	24	4.0
1 vez	8	9%	12	1.1
N =	91	100%	-	40

Para el calculo de los ingresos por turno se toma los resultados de las encuestas realizadas de preferencia de horario, donde el 71% de encuestados prefiere el horario noche de 6 :00 pm a 10 pm y el 29% restante prefiere el turno día.

Preferencia de Turno	Personas	%
Día 8am - 5pm	26	29%
Noche 6pm - 10pm	65	71%
N =	91	100%

Cabe resaltar que los ingresos de PELOTEA se basa en comisiones por el alquiler de las canchas sintéticas mediante el APP a través de su pasarela de pagos, comisiones que van a depender del turno de preferencia del usuario. Para iniciar el proyecto se manejara una comisión estandar del 5%.

Tabla N° 20 Proyección de ventas

AÑO		2018	2019	2020	2021	2022
Habitantes Lima Metropolitana		10,298,159	10,453,874	10,609,166	10,764,428	10,920,309
Mercado disponible	3.2%	334,116	339,168	344,206	349,244	354,301
Mercado Operativo (Encuestas)	68.8%	229,872	233,347	236,814	240,280	243,759
Crecimiento anual	12%	12%	14%	16%	18%	20%
Captación Inicial de Usuarios	50%	50%	60%	70%	80%	90%
Mercado Objetivo		13,792	16,801	19,892	23,067	26,326
Tasa de crecimiento anual		2%				
AÑO		2018	2019	2020	2021	2022
Usuarios		13,792	16,801	19,892	23,067	26,326
Cantidad de Equipos (Usuarios / 12)		1,149	1,400	1,658	1,922	2,194
Frecuencia Promedio		40	40	40	40	40
Cantidad de ventas en el año		45,974	56,003	66,308	76,889	87,753
Ingreso por Turno Día (S/.)		70,421	108,895	128,932	149,507	170,631
Ingreso por Turno Noche (S/.)		223,486	272,239	322,330	373,768	426,578
Total de INGRESOS (S/.)		293,907	381,134	451,262	523,275	597,210
Ingresos sin IGV (S/.)		249,074	322,995	382,425	443,454	506,110
Promedio Mensual sin IGV (S/.)		20,756	26,916	31,869	36,954	42,176

Proyección de ventas mensuales en el 2018

Para el cálculo de las ventas mensuales, se considera una tasa de crecimiento mensual basandose en el resultado de las encuestas a expertos, así como los meses de mayor y menor venta.

TASA DE CRECIMIENTO %	ANUAL
Cancha La 10	10%
Centenario	14%
Club Leones	15%
La 7	16%
Promedio	14%
Tasa mensual de crecimiento	1.15%

	% de mayores ventas	% de menores ventas
Cancha La 10	18%	15%
Centenario	25%	17%
Club Leones	18%	21%
La 7	21%	8%
Promedio	21%	15%

Tabla N° 21 Proyección de ventas mesuales del 2018

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Crecimiento %	1.15%	0.97%	1.15%	0.97%	1.15%	1.15%	0.97%	1.15%	1.38%	1.38%	1.15%	0.97%
Cantidad de ventas Mensual	3052	3022	3056	3027	3061	3097	3067	3102	3144	3188	3224	3193
Ingreso por Turno Día (S/.)	4,674	4,629	4,682	4,636	4,689	4,743	4,697	4,751	4,817	4,883	4,939	4,891
Ingreso por Turno Noche (S/.)	14,834	14,690	14,858	14,714	14,882	15,053	14,907	15,077	15,286	15,497	15,674	15,522
Total de INGRESOS (S/.)	19,508	19,318	19,540	19,350	19,572	19,796	19,604	19,828	20,102	20,380	20,613	20,413

8.4 Cálculo del capital de trabajo

Para el cálculo de capital de trabajo, se realiza en base al año de inversión y los gastos relacionados. Podemos observar que el total de ingresos s/. 119,259 contra el total de egresos s/. 241,951 al cierre del 2018

Tabla N° 22 Cuadro del capital de trabajo

Año de Inversión					
	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS	199,259	322,995	382,425	443,454	506,110
Total Ingresos	199,259	322,995	382,425	443,454	506,110
EGRESOS					
Compra	2,068	2,068	2,068	2,068	2,068
Sueldo Totales	145,507	149,873	154,369	159,000	163,770
Gastos Generales	66,501	68,496	70,551	72,667	74,847
Pago de préstamo	27,874	27,874	27,874	27,874	-
Total Egresos	241,951	248,311	254,862	261,610	240,685
Saldo inicial	- 42,692	-	31,993	159,556	341,400
Ingresos	199,259	322,995	382,425	443,454	506,110
Egresos	241,951	248,311	254,862	261,610	240,685
Saldo final	42,692	31,993	159,556	341,400	606,825
Saldo acumulado	42,692	31,993	159,556	341,400	606,825

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de Trabajo	-42,692	31,993	159,556	341,400	606,825
Variación Capital de Trabajo	-42,692	-10,699	148,857	490,257	1,097,082

8.5 Estructura de financiamiento: Tradicional y no tradicional

Pelotea es un proyecto de inversión basándose en una nueva start up así que tendremos financiamiento externo es decir no tradicional para poder realizar la idea de negocio y volverla realidad, es por eso que hemos tenido en cuenta opciones de diferentes entidades bancarias entre ellas Scotiabank, banco de credito del Peru y Banco BBVA continental.

Tabla N° 23 Financiamiento tradicional y no tradicional

Prestamos Bancario S/.	Scotiabank	BCP	BBVA
Tipo Prestamo	Credito Efectivo -	Credito Efectivo -	Credito Efectivo -
Plazo	Garantia	Garantia	Garantia
Monto Minimo	36 meses	36 meses	36 meses
	25000	25000	30000
Garantia	Prestamo de	Prestamo de	Prestamo de Accionistas
	Accionistas + Flujo de	Accionistas + Flujo	+ Flujo de caja
	caja	de caja	
TEA	16%	14%	18%
comision desembolso	0.45%	0.50%	0.40%
Costo Efectivo	15%	11.20%	14.00%
Cuota	Mensual	Mensual	Mensual

Estructura de Capital		215,278
Capital Propio	60%	129,167
Deuda	40%	86,111

Cuadro de Amortizacion				
Año	Deuda	Cuota	Amortizacion	Intereses
0	86,111			
1	86,111	27,874	18,230	9,644
2	67,881	27,874	20,272	7,603
3	47,609	27,874	22,542	5,332
4	86,111	27,874	25,067	2,807.50

	2017	2018	2019	2020	2021
Cronograma Anual	Año 0	Año 1	Año 2	Año3	Año 4
Saldo Inicial	86,111	86,111	67,881	47,609	25,067
Amortización		18,230	20,272	22,542	25,067
Interés		9,644.43	7,602.67	5,332.23	2,807.50
Cuota		27,874	27,874	27,874	27,874
Saldo final	86,111	67,881	47,609	25,067	0
Monto Financiado	86,111				
Interés Anual	11.20%				
Interés Mensual	0.89%				
Cuota Anual	27,874				

8.6 Estados Financieros (Balance General, Estado de GGPP, Flujo de Caja)

Balance General

En el año 2018 y 2019 el asiento de caja y bancos presenta saldo en negativo, el cual se debe que, el periodo de recuperación es de 1.8, quiere decir al finalizar el segundo años se estaría recuperado el capital invertido.

Tabla N° 24 Estado de situación financiera

	2018	2019	2020	2021	2022
Activo Corriente					
Caja y Bancos	-76,887	-27,912	10,709	50,315	90,923
Total Activo Corriente	-76,887	-27,912	10,709	50,315	90,923

Activo No Corriente					
Activos Fijos	49,040	49,040	49,040	49,040	49,040
Depreciación Acumulada	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520
Activo Fijo Neto	44,136	39,232	34,328	29,424	24,520
Total Activo No Corriente	44,136	39,232	34,328	29,424	24,520

Total Activo	-32,751	11,320	45,037	79,739	115,443
---------------------	----------------	---------------	---------------	---------------	----------------

Pasivo Corriente	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tributos por Pagar	0	0	0	0	0
IGV por Pagar	0	0	0	0	0
Total Pasivo Corriente	0	0	0	0	0

Pasivo No Corriente	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deuda a Largo Plazo	86,111	67,881	47,609	25,067	0
Total Pasivo	86,111	67,881	47,609	25,067	0

Patrimonio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Social	129,167	129,167	129,167	129,167	129,167
Utilidad del Ejercicio	20,266	82,908	132,543	129,486	166,613
Resultados Acumulados	0	20,266	103,173	235,716	365,202
Reservas	2,252	11,464	26,191	40,578	59,090
Total Patrimonio	151,684	243,804	391,073	534,946	720,071

Total Pasivo & Patrimonio	237,795	311,685	438,682	560,013	720,071
--------------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

En el estado ganancias y pérdidas del periodo del 2018 al 2022 las ventas se van incrementando considerablemente en el cual se debe a la mayor captación de cuota de mercado, sin embargo el costo de ventas se mantiene como costo fijo; como consecuencia del giro del negocio el cual permite tener mayor margen de utilidad.

Tabla N° 25 Estado de ganancias y pérdidas

	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	249,074	322,995	382,425	443,454	506,110
Costo de Ventas	49,876	51,372	52,913	54,500	56,135
Utilidad Bruta	199,198	271,623	329,512	388,953	449,974
Gastos Administrativos	162,133	166,997	172,007	177,167	182,482
Depreciación	4,904	4,904	4,904	4,904	4,904
Utilidad Operativa	32,162	99,723	152,602	206,883	262,589
Gastos Financieros	9,644	7,603	5,332	2,807	0
Utilidad antes de Impuestos	22,517	92,120	147,270	204,075	262,589
Impuesto a la renta	6,643	27,175	43,445	60,202	77,464
Utilidad Neta	22,517	92,120	147,270	143,873	185,125
Reserva legal 10%	2,252	9,212	14,727	14,387	18,513
Utilidad del Ejercicio	20,266	82,908	132,543	129,486	166,613
Utilidad de Libre disposición	20,266	103,173	235,716	365,202	531,814
Reservas Acumuladas	2,252	11,464	26,191	40,578	59,090

	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Bruto	79.98%	84.10%	86.16%	87.71%	88.91%
Margen Operativo	12.91%	30.87%	39.90%	46.65%	51.88%
Margen neto	9.04%	28.52%	38.51%	32.44%	36.58%

El Margen neto será en el primer año 9.04% y este irá ascendiendo, porque a partir del segundo año de operación se recupera la inversión.

En estado de ganancias y pérdidas podemos observar que los ingresos se incrementan considerablemente, sin embargo el costo de venta se mantiene en un rango de 50 mil soles a 57 mil soles y esto es debido al giro de negocio « SERVICIO », donde los costos de ventas son fijos.

Tabla N° 26 Flujo de Caja

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingresos por ventas	-	199,259	322,995	382,425	443,454	506,110
Total Ingresos	-	199,259	322,995	382,425	443,454	506,110
Egresos						
Costo de Ventas		198,053	199,694	201,385	203,126	204,920
Gastos Administrativos	-	162,133	166,997	172,007	177,167	182,482
Gastos de Instalación	-					
Total Egresos	-	360,185	366,691	373,391	380,293	387,401
EBITDA	-	(160,926)	(43,696)	9,034	63,161	118,708
Depreciación	-	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520
EBIT	-	(165,830)	(53,504)	(5,678)	43,545	94,188
Pago de Impuesto a la Renta	-	(48,920)	(15,784)	(1,675)	12,846	27,786
Depreciación	-	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520
Flujo de Caja Operativo	-	(112,006)	(27,912)	10,709	50,315	90,923
Inversiones						
- Activo fijo	15,021				64,900	
- Intangibles	42,846					
- Variación Capital de trabajo	(157,410)	(6,790)	(4,864)	(5,010)	(5,160)	(5,315)
Valor residual						1,074,025
Flujo de Inversiones	(215,278)	(6,790)	(4,864)	(5,010)	(70,060)	1,068,710
Flujo de caja Económico	(215,278)	(118,796)	(32,776)	5,699	(19,745)	1,159,633
Flujos Descontados	(215,278)	(107,377)	(26,778)	4,209	(13,179)	699,615
Flujos Acumulado	(215,278)	(322,654)	(349,432)	(345,223)	(358,403)	341,213

8.7 Flujo Financiero

Según el cálculo del flujo financiero a partir del tercer año se puede optar por nuevas formas de financiamiento. Esto permite contemplar un posible crecimiento a mediano plazo.

Tabla N° 27 Flujo Financiero

Flujo de caja Económico	(215,278)	(83,677)	(32,776)	5,699	45,155	1,159,633
Flujos Descontados	(215,278)	(75,633)	(26,778)	4,209	30,140	699,615
Flujos Acumulado	(215,278)	(290,911)	(317,689)	(313,480)	(283,340)	416,275

Flujo de financiamiento

Préstamo	86,111					
- Amortización	-	(18,230)	(20,272)	(22,542)	(25,067)	
- intereses	-	(9,644)	(7,603)	(5,332)	(2,807)	
- Escudo tributario por financiamiento	-	2,845	2,243	1,573	828	
Total Flujo de financiamiento	86,111	(25,029)	(25,632)	(26,301)	(27,046)	

Flujo Financiero o de Accionistas	(129,167)	(108,706)	(58,408)	(20,602)	18,109	1,159,633
Flujos Descontados	(129,167)	(97,806)	(47,281)	(15,005)	11,867	683,712
Flujos Acumulado	(129,167)	(226,972)	(274,254)	(289,259)	(277,393)	406,320

8.8 Tasa de descuento accionistas y wacc

$$WAAC = K_a * A / (A+D) + K_d * (1 - t) * D / (A + D)$$

Costo promedio ponderado de las fuentes de capital.

- Costo de Capital de los accionistas (Ka)	=	11.14%
---	----------	---------------

$$K_e = r_f + B * (r_m - r_f) + r_p$$

a.	- Tasa libre de riesgo (rf)	2.14%	(Daily Treasury Bill US Department 5 years)
b.	- Beta promedio de empresas afines	0.99	(Beta sector)
c.	- Beta Apalancado (B)	1.46	(Beta x 1 + ((1-T) x D/P))
d.	- Prima de mercado (rm - rf)	7.40%	(Total Equity Risk Premium al 2017)
e.	- Riesgo país	1.35%	(Riesgo país según JP Morgan a Nov 17)

Costo de la deuda tomando como alternativa de financiamiento la opción con el Banco de Credito del Peru (BCP). Tasa 14%

- Costo de la deuda (Kd)		=	14.00%
- Estructura Patrimonio / Deuda			
	Proporción de Patrimonio (A)		60%
	Proporción de Deuda (D)		40%
- Impuesto a la renta (t)			29.5%
WACC			10.6%

Fuentes:

- a. US Department of Treasury
- b. Damodaran
- c. Elaboracion Propia
- d. Damodaran
- e. JP Morgan

8.9 Indicadores de rentabilidad

Van Económica indica y muestra que el proyecto es rentable y luego al tener como resultado una Van Financiera con un valor igualmente positivo se muestra que el proyecto es viable.

Por otro lado, al encontrar una TIR financiera equivalente al 31.3% y teniendo como alternativa una fuente de financiamiento del inversionista a una tasa de 11.14% nos muestra que estamos dentro de lo proyectado para la viabilidad del negocio.

Tabla N° 28 Análisis de la rentabilidad

Análisis de la Rentabilidad	
WACC	10.6%
VAN ECONOMICO	S/. 341,212.78
TIR ECONOMICA	28.4%
Ke (Costo Capital)	11.1%
VAN FINANCIERO	S/. 332,192.61
TIR FINANCIERO	31.3%

8.10 Análisis de riesgo

8.10.1 Análisis de sensibilidad

Cuando el factor del porcentaje de mercado que se va abarcar no sea el esperado por lo tanto sea del 30% este se vera reflejado en nuestras ventas. Por ende, al cierre del ejercicio del primer año sera negativo y reflejara una perdida ascendente a S/ -7711.00.

Tabla N° 29 Proyección de ventas

(-20% de cuota de mercado)

AÑO		2018
Habitantes Lima Metropolitana		10,298,159
Mercado disponible	3.2%	334,116
Mercado Operativo (Encuestas)	68.8%	229,872
Crecimiento anual		12%
Captación Inicial de Usuarios		30%
Mercado Objetivo	10.0%	8,275

	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Ventas	149,444	322,995	382,425	443,454	506,110
Costo de Ventas	49,876	51,372	52,913	54,500	56,135
Utilidad Bruta	99,569	271,623	329,512	388,953	449,974
Gastos Administrativos	162,133	166,997	172,007	177,167	182,482
Depreciación	4,904	4,904	4,904	4,904	4,904

Utilidad Operativa	-67,468	99,723	152,602	206,883	262,589
Gastos Financieros	9,644	7,603	5,332	2,807	0
Utilidad antes de Impuestos	-77,112	92,120	147,270	204,075	262,589
Impuesto a la renta	-22,748	27,175	43,445	60,202	77,464
Utilidad Neta	-77,112	92,120	147,270	143,873	185,125
Reserva legal 10%	-7,711	9,212	14,727	14,387	18,513
Utilidad del Ejercicio	-69,401	82,908	132,543	129,486	166,613
Utilidad de Libre disposición	-69,401	13,507	146,049	275,535	442,148
Reservas Acumuladas	-7,711	1,501	16,228	30,615	49,128

8.10.2 Análisis por escenarios (por variables)

Supuestos	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	0	1	2	3	4	5
Costo del salario y Gastos	-4%	-2%	-2%	-2%	-1%	-1%
Aumento de Ventas	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Riesgo País	1.35%					

Escenario optimista - Incremento de las ventas anuales en un 10% y reducción del costo de salario y gastos.

Tabla N° 30 Flujo de Caja optimista

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingresos por ventas	-	273,981	355,295	420,668	487,799	556,721
Total Ingresos	-	273,981	355,295	420,668	487,799	556,721
Egresos						
Costo de Ventas		198,053	199,694	201,385	203,126	204,920
Gastos Administrativos	-	158,890	163,657	168,566	175,395	180,657
Total Egresos	-	356,943	363,351	369,951	378,521	385,577
EBITDA	-	(82,961)	(8,056)	50,717	109,278	171,144
Depreciación	-	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520

EBIT	-	(87,865)	(17,864)	36,005	89,662	146,624
Pago de Impuesto a la Renta	-	(25,920)	(5,270)	10,621	26,450	43,254
Depreciación	-	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520
Flujo de Caja Operativo	-	(57,041)	(2,786)	40,095	82,828	127,890

Inversiones

- Activo fijo	(15,021)	-	-	-	64,900	-
- Intangibles	(42,846)	-	-	-	-	-
- Variación Capital de trabajo	(157,410)	(6,790)	(4,864)	(5,010)	(5,160)	(5,315)
Valor residual						1,074,025
Flujo de Inversiones	(215,278)	(6,790)	(4,864)	(5,010)	59,740	1,068,710

Flujo de caja Económico	(215,278)	(63,831)	(7,650)	35,086	142,568	1,196,600
Flujos Descontados	(215,278)	(57,820)	(6,277)	26,077	95,984	729,751
Flujos Acumulado	(215,278)	(273,098)	(279,375)	(253,297)	(157,313)	572,438

Flujo de financiamiento

Préstamo	86,111					
- Amortización	-	(18,230)	(20,272)	(22,542)	(25,067)	
- intereses	-	(9,644)	(7,603)	(5,332)	(2,807)	
- Escudo tributario por financiamiento	-	2,845	2,243	1,573	828	
Total Flujo de financiamiento	86,111	(25,029)	(25,632)	(26,301)	(27,046)	

Flujo Financiero o de Accionistas	(129,167)	(88,861)	(33,282)	8,784	115,521	1,196,600
Flujos Descontados	(129,167)	(80,417)	(27,257)	6,510	77,484	726,336
Flujos Acumulado	(129,167)	(209,583)	(236,841)	(230,330)	(152,846)	573,490

Tabla N° 31 Calculo WAC (Escenario optimista)

Costo Capital	11.1%
$Ke = rf + B * (rm - rf) + rp$	
Tasa libre de riesgo (rf)	2.14%
Beta promedio de empresas afines - USA	0.99
Beta Apalancado (B)	2.16
Prima de mercado (rm - rf)	7.40%
Riesgo país	1.35%
Costo de Deuda	10.5%
Proporción de Patrimonio (A)	80.00%
Proporción de Deuda (D)	20.00%
Tasa impositiva	29.5%
WACC	10.4%

Tabla N° 32 Analisis de rentabilidad (Escenario optimista)

Análisis de la Rentabilidad		
WACC		10.4%
VAN ECONOMICO	S/.	572,437.84
TIR ECONOMICA		40.87%
COK		10.5%
VAN FINANCIERO	S/.	573,490.24
TIR FINANCIERO		46.48%

Escenario pesimista - Descenso de las ventas anuales en un 10% y aumento del costo de salario y gastos.

Supuestos	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	0	1	2	3	4	5
Costo del salario y Gastos	8%	8%	8%	8%	8%	8%
Ventas	-10%	-10%	-10%	-10%	-10%	-10%
Riesgo País	1.35%					

Tabla N° 33 Flujo de caja pesimista

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Descripción	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingresos por ventas	-	179,333	290,696	344,183	399,108	455,499
Total Ingresos	-	179,333	290,696	344,183	399,108	455,499
Total Egresos						
Costo de Ventas		198,053	199,694	201,385	203,126	204,920
Gastos Administrativos	-	175,103	180,356	185,767	191,340	197,080
Gastos de Instalación	-					
Total Egresos	-	373,156	380,050	387,152	394,466	402,000
EBITDA	-	(193,822)	(89,355)	(42,969)	4,642	53,499
Depreciación	-	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520
EBIT	-	(198,726)	(99,163)	(57,681)	(14,974)	28,979
Pago de Impuesto a la Renta	-	(58,624)	(29,253)	(17,016)	(4,417)	8,549
Depreciación	-	4,904	9,808	14,712	19,616	24,520
Flujo de Caja Operativo	-	(135,198)	(60,102)	(25,953)	9,059	44,950
Inversiones						
- Activo fijo	(15,021)	-	-	-	64,900	-
- Intangibles	(42,846)	-	-	-	-	-
- Variación Capital de trabajo	(157,410)	(6,790)	(4,864)	(5,010)	(5,160)	(5,315)
Valor residual						1,074,025
Flujo de Inversiones	(215,278)	(6,790)	(4,864)	(5,010)	59,740	1,068,710
Flujo de caja Económico	(215,278)	(141,988)	(64,966)	(30,963)	68,799	1,113,660
Flujos Descontados	(215,278)	(127,713)	(52,559)	(22,531)	45,031	655,631
Flujos Acumulado	(215,278)	(342,990)	(395,549)	(418,081)	(373,050)	282,581

Préstamo	86,111				
- Amortizacion	-	(18,230)	(20,272)	(22,542)	(25,067)
- intereses	-	(9,644)	(7,603)	(5,332)	(2,807)
- Escudo tributario por financiamiento	-	2,845	2,243	1,573	828
Total Flujo de financiamiento	86,111	(25,029)	(25,632)	(26,301)	(27,046)

Flujo Financiero o de Accionistas	(129,167)	(167,018)	(90,597)	(57,264)	41,753	1,113,660
Flujos Descontados	(129,167)	(143,981)	(67,329)	(36,687)	23,060	530,228
Flujos Acumulado	(129,167)	(273,147)	(340,476)	(377,163)	(354,103)	176,125

Tabla N° 34 Analisis de rentabilidad (Escenario pesimista)

Costo Capital	11.1%
$Ke = rf + B * (rm - rf) + rp$	
Tasa libre de riesgo (rf)	2.14%
Beta promedio de empresas afines - USA	0.99
Beta Apalancado (B)	1.19
Prima de mercado (rm - rf)	7.40%
Riesgo país	1.35%
Costo de Deuda	16.0%
Proporción de Patrimonio (A)	40.00%
Proporción de Deuda (D)	60.00%
Tasa impositiva	30.0%
WACC	11.2%

Tabla N° 35 Calculo WAC (Escenario pesimista)

Análisis de la Rentabilidad	
WACC	11.2%
VAN ECONOMICO	S/. 311,010.77
TIR ECONOMICA	27.48%
COK	16.0%
VAN FINANCIERO	203,373.00
TIR FINANCIERO	30.16%

8.10.3 Análisis de punto de equilibrio

Segun el analisis de Punto de Equilibrio se calcula que como mínimo se tiene que cubrir con una venta anual de 32,652 horas alquiladas. Esto representa un alquiler promedio anual de afiliación de 7 canchas con una demanda del 25% de nuestra proyección de canchas afiliadas. De esta forma, el **nivel de ventas donde los costos fijos y variables se van a encontrar cubiertos**. Por ende, la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

Tabla N° 36 Analisis de punto de equilibrio

	2018	2019	2020	2021	2022
Total costos variables	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total costos fijos	162,132.6	166,996.6	172,006.5	177,166.7	182,481.7
Ventas	249,074	322,995	382,425	443,454	506,110
Costo variable (soles)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Costo fijo por hora (soles)	3.5	3.6	3.7	3.9	4.0
Costo unitario total por hora (soles)	3.5	3.6	3.7	3.9	4.0
Precio unitario por hora (soles)	5.16	5.16	5.16	5.16	5.16
Margen de contribución (soles)	5.16	5.16	5.16	5.16	5.16
Punto Equilibrio en horas	31,449	32,393	33,365	34,365	35,396

Asimismo, se calcula la cantidad de canchas que se va a necesitar afiliar como mínimo para cubrir con la demanda de nuestro mercado. Ascendente a 46 canchas. Esto refiere a la cantidad

de equipos por la frecuencias, que es 40 veces al año, por el porcentaje correspondiente al uso de los turnos durante el día y noche.

Stock de Horas - Demanda de Horas = Mayor a 0 para cubrir con la demanda.

Cantidad de Canchas Afiliadas	28	
Cantidad de Canchas por Complejo (02)	14	
Horario	8am a 10pm	
Turno dia	9	
Turno noche	4	
Cantidad de Horas por cancha	13	360
Cantidad de dias por cancha	7	
Cantidad de semanas por mes	4	
Cantidad de meses por año	12	
Total de horas disponibles	131040	
Total de horas requeridas	1149	
Total de horas requeridas al año (x40)	45974	
Turno	DIA	NOCHE
Total de horas disponibles	37440	93600
Stock de Horas	90720	40320
Demanda de horas	13136	32839
Total de horas faltantes	77584	7481

8.10.4 Principales riesgos del proyecto (cualitativos)

El riesgo al que se enfrenta Pelotea seria en su mayoría riesgo bajo; el caso de que salga un sistema operativo que quite mercado a los actuales sistemas en los que se proyecta ser lanzado, los cuales son IOS y Android; podría generar un gasto adicional al proyecto pero este es muy poco probable.

El usuario tenga miedo y cambie sus hábitos de consumo, realizarlo de manera física en vez de por aplicación por temor de robo de información, este sería un riesgo bajo ya que la pasarela de pagos es una de las empresas más grande y que cuenta con la seguridad informática necesaria para que los usuarios les genere la confianza de realizar sus transacciones..

La aplicación les parezca compleja para algunos usuarios por eso deberá contar con un Interfaz amigable para los usuarios este es un riesgo bajo además Pelotea tendra videos tutoriales mostrando sus procedimientos; el riesgo que se podría generar es bajo.

Al crecer el negocio la cantidad de usuarios aumenta de manera proporcional, por tal motivo el servidor tendrá que ser mejor. Por lo tanto, la infraestructura usada para dicha aplicación necesita mejoras continuas y rápidas.

Enseñanza y asesoramiento para la afiliación de las canchas al sistema del negocio. (Tecnología).

Actualmente no hay una plataforma completa sin embargo por ser un negocio rentable puede que aparezca los competidores pero a través del plan de marketing, se podrá mantener la fidelidad de los clientes.

Mitigar el riesgo de nivel de penetración de las aplicaciones en este mercado.

Riesgo de conocimiento sobre la administración de las ventas realizadas por parte de las canchas a través de la Aplicación.

Capítulo 9. Conclusiones

Actualmente, el Perú se encuentra en una nueva etapa de crecimiento futbolístico por su inclusión al Mundial Rusia 2018, lo que originara un incentivo de práctica de este deporte en el mercado peruano.

Con el impulso que el estado peruano está dando a los deportistas sobre todo en el ambito futbolistico hay un mercado que se podrá conquistar cada vez más, ya que cada vez desde el colegio se les incentiva al deporte.

La aplicacion sera la mas completa en el mercado y lograra conquistar a los usuarios y afiliar a las canchas de futbol en todo Lima, proyectándose a nivel nacional.

Las estrategias a emplear para afiliar a los clientes administradores de canchas de grass sintetico debe estar enfocada en la fidelización mediante beneficios calzadas con sus necesidades.

En lo que respecta al estudio financiero se puede determinar que el proyecto es viable dado que la TIR es de 28.4% siendo mayor al COK de 11.1%, y un VAN positivo de s/. 341,212.61.

Nuestro proyecto al ser evaluado en los tres escenarios arroja resultados positivos, siendo así factible para la inversión.

El periodo de recuperación es de 1.8%, generando ingresos a partir del tercer año ; siendo una inversión atractiva.

Referencias

CERPAR.(2017).*Categoría: Club Zonales.* Recuperado de <http://www.serpar.gob.pe/category/club-zonales/> [Consulta el 29 de setiembre].

(El Comercio).(2016). *Ahora sí el comercio electrónico está creciendo en el Perú.* Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/comercio-electronico-creciendo-peru-209869> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(El Comercio).(2016). *Arellano Márketing: 6 grandes tendencias del consumidor peruano.* Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/dia-1/arellano-marketing-6-grandes-tendencias-consumidor-peruano-152039> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(El Comercio).(2016). *Las 5 mejores aplicaciones hechas en el Perú.* Recuperado de <http://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/5-mejores-aplicaciones-hechas-peru-393265> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(E Multiplied).(2016). *Las mejores empresas desarrolladoras de apps en Lima Perú.* Recuperado de <https://emultiplied.pe/las-mejores-empresas-desarrolladoras-apps-lima-peru/> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(GoDigital).(2016). *Panorama Digital en el Perú.* Recuperado de <http://godigital.pe/estadistica-de-marketing-digital/> [Consulta: 07 de Setiembre de 2017].

(Gestión).(2014). *El Perú creará 1,500 aplicaciones móviles al 2015.* Recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/peru-creara-1500-aplicaciones-moviles-al-2015-apps-2085807> [Consulta: 29 de Setiembre de 2017].

(Gestión).(2016). *Las profesiones que revolucionan el mercado laboral.* Recuperado de <https://gestion.pe/economia/profesiones-que-revolucionan-mercado-laboral-2159363> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(Gestión).(2016). *¿Debe su empresa invertir en una 'app'?*. Recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/su-empresa-invertir-app-2173880> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(Gestión).(2017). *Las cinco principales tendencias del consumidor peruano*. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/cinco-principales-tendencias-consumidor-peruano-2195307> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(Gestión).(2017). *Perú en el top 5 de países que han mostrado mayor avance en e-commerce, según CCR*. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/peru-top-5-paises-que-han-mostrado-mayor-avance-commerce-segun-ccr-2200907> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

<http://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/publicaciones-digitales/>

<http://www.canchasperu.com/>

<http://www.lacancha.pe/>

<http://www.hoysejuega.com/>

(IPD).(2004). *Ley de promoción y desarrollo del deporte*. Recuperado de http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2005/juventud/Ley_promocion_%20y_desarrollo_d_el_deporte.pdf [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

Instituto Peruano del Deporte.(IPD).(2011). *PLAN NACIONAL DEL DEPORTE*. Recuperado de <http://www.ipd.gob.pe/images/documentos-digitales/documentos-mapasitio/plan-nacional-deporte-2011-2030.pdf> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

Instituto Nacional de Estadística E Informática.(INEI).(2017). Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/4/> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(Lima Como Vamos).(2015). *Evaluando la gestión en Lima*. Recuperado de <http://www.limacomovamos.org/cm/wp-content/uploads/2016/11/InformeGestion2015.pdf> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.(OMPI).(2015). *Deporte y desarrollo*. Recuperado de <http://www.wipo.int/ip-sport/es/development.html>. [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(Peru21).(2016). *FIFA: ¿Cuáles son las nuevas reglas que se verán en la Copa América Centenario y la Eurocopa 2016?*. Recuperado de <https://peru21.pe/deportes/fifa-son-nuevas->

[reglas-veran-copa-america-centenario-eurocopa-2016-219579](#) [Consulta: 09 de Setiembre de 2017].

(Perú Retail).(2017). Javier Álvarez: gerente de estudios multiclientes de Ipsos Perú. *El ecommerce en el Perú crecería un 16% para el 2018*. [Entrevista]. Recuperado de <http://www.peru-retail.com/entrevista/ecommerce-peru-creceria-para-2018/> [Consulta: 07 de Octubre del 2017]

(Portal PQS).(2017). *Diez canchas en Lima para que juegues 'pichangas'*. Recuperado de <http://www.pqs.com.pe/actualidad/noticias/canchas-futbol-en-lima> [Consulta: 09 de Setiembre de 2017].

(Tribuna Salamanca).(2013). *La tecnología actual en nuestra sociedad*. Recuperado de <https://www.tribunasalamanca.com/noticias/la-tecnologia-actual-en-nuestra-sociedad/1369849795> [Consulta: 27 de Setiembre de 2017].

(Ipsos Marketing, Perú).(2017). *Perfil del Smartphonero 2016*. Recuperado de: <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-smartphonero-2016> [Consulta: 08 de Octubre del 2017]

Anexos

PRESUPUESTOS:

Presupuesto

Recibidos x

Aaron Hosoya Komatsudani <aaron.hosoya@gmail.com>
para mí

Armando, te envío el presupuesto solicitado.

Diseño de logotipo — USD \$150
2 bocetos de logotipo
Tiempo estimado: 1 semana

Diseño de página web — USD \$50 (precio por ventana)

Saludos,

Aaron Hosoya

GURU IMAGEN INSTITUCIONAL S.A.
RUC: 20600722566
DIRECCIÓN: AVENIDA LOS RUISEÑORES 738, SANTA ANITA
TELÉFONO: (01) 999 919 928
CORREO: contacto@guruimagen.pe

Lunes 25 de setiembre de 2017

Destinatario: Armando Jaimés
Empresa: Pelotea
Solicita: Creación de landing page

Estimado Armando

Según lo conversado y ya sabiendo los requerimientos específicos como también objetivos del proyecto web, te enviamos la siguiente cotización detallada abierta a cualquier comentario.

Producto y/o Servicio	Cantidad	Tiempo	Costo
Landing Page	01	Se estima 3 semanas para su creación	S/1,200 (Mil Doscientos y /00)

- Costo total por el proyecto web - S/1,200 (inc. IGV)
- El trabajo será iniciado al ser cancelado el 50% del costo total y la entrega final al abonarse la diferencia.
- El tiempo estimado para la creación de la página web será de 3 semanas.
- Usted como cliente queda en propiedad de la página web e ilustraciones.
- Se recomienda tener toda la información lista (requerimientos más abajo) para ser enviada a nosotros al inicio del proyecto y que de esta forma se pueda lograr un flujo de trabajo continuo y el proyecto sea acabado en el plazo estimado.

Incluye:

- Utilización de colores corporativos y elementos de la marca.
- Estará optimizada en lo más posible para velocidad (También influye la velocidad del servidor en el que se aloje la página web)
- Diseño moderno, de fácil lectura con buena diagramación y adaptable (se podrá visualizar en celulares y tabletas).
- Página en español.
- Opcional instalación de Google Analytics.

Se requiere:

- Textos, Imágenes, logotipos y fotos que se quieran mostrar. Necesitaremos el logotipo con transparencia, en cualquiera de los siguientes formatos: PNG, PDF o en Adobe Illustrator.
- Videos Institucionales, de procesos o de cualquier tipo que se desee colocar en la página web.
- Usuario y Contraseña del Hosting en donde será alojada la página web para poder subirla y configurarla. Esto se necesitará al finalizado el trabajo.

Encuesta

Nombre	Edu
Correo Electrónico	eduardo.nakandakari@gmail.com
Distrito en donde vives	Jesus maria
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Confirmo mi asistencia para las pichangas organizadas por amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Horario, tráfico, diferentes tamaños de canchas, disposición de participantes
¿Cuál sería el principal problema?	Disposición de participantes
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Se trata de completar como se pueda
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Probablemente con la confirmación previa de los participantes antes de separar la cancha
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Carlos Carty
Correo Electrónico	carlitrox275@hotmail.com
Distrito en donde vives	Surco
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Alquiler cancha sintética
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Disponibilidad Estado de la cancha
¿Cuál sería el principal problema?	Los horarios
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Esperando
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	De forma inmediata
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Rafael Maldonado
Correo Electrónico	rafaelmg087@gmail.com
Distrito en donde vives	La Molina
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Coordinamos entre grupos de amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Disponibilidad de personas
¿Cuál sería el principal problema?	Disponibilidad de personas
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Se buscan amigos para completar
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Enviando un aviso a un grupo de personas y ver quiénes pueden
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Alvaro castro
Correo Electrónico	alvarocastro758@hotmail.com
Distrito en donde vives	Lima
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Contacto a amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	No hay cancha, no hay teléfonos de contacto de las canchas
¿Cuál sería el principal problema?	La poca disponibilidad de horarios para jugar y que los administradores de las canchas no tienen formas efectivas de hacer reservas
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Voy a la cancha y reservo
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que exista una web donde puedas separar con diferentes formas de pago
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Franklin Altamirano
Correo Electrónico	f.altamirano@pucp.pe
Distrito en donde vives	Jesús María
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Coordino con mis amigos para ver quién puede separar cancha.
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Falta de canchas disponibles, falta de gente disponible.
¿Cuál sería el principal problema?	Falta de cancha disponible
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Separando con anticipación
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Una plataforma virtual que brinde varias opciones
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Marcos Reyes
Correo Electrónico	eyj_acabados@hotmail.com
Distrito en donde vives	Ate vitarte
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Juntar 2 equipos de 6 personas
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Lluvia y canchas gastadas
¿Cuál sería el principal problema?	El clima, (lluvia)
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Buscando canchas q tenga techos o mallas q eviten q la cancha se moje
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Q las canchas sean con techo, cosa q se evita q la cancha este resbalosa x la lluvia
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Joshua
Correo Electrónico	joshuacartyd10@gmail.com
Distrito en donde vives	Surco
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Entreno en algun club, pichangas
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Falta de tiempo, falta gente
¿Cuál sería el principal problema?	Falta de gente
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Organizandome
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Mediante mejor comunicación
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Danny Riquelme
Correo Electrónico	danny_rp37@hotmail.com
Distrito en donde vives	Ate
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	espero que me llamen o me junte con amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Puntualidad y se pongan de acuerdo
¿Cuál sería el principal problema?	Ponerse de acuerdo
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Presionando o buscar un día y hora con todos
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que todos le pongan el mismo interés al partido
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Mayckol chavez
Correo Electrónico	mayckol.chavez1@gmail.com
Distrito en donde vives	Surco
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Buscar equipo
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Cancha cercania, horarios
¿Cuál sería el principal problema?	Horarios
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Llamando a la cancha
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que este online los horarios
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Cesar Inafuku
Correo Electrónico	cesar_inafuku50@hotmail.com
Distrito en donde vives	Breña
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Grupo de whatsapp o amigos o hermanos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Gente que falla, no hay cancha disponible
¿Cuál sería el principal problema?	Falta de cancha disponible
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Separando siempre
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Con una App
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Angel aliaga
Correo Electrónico	chino222_1@hotmail.com
Distrito en donde vives	Villa maria del triunfo
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Junto a mis amigos de mi barrio
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	La respiración el asma
¿Cuál sería el principal problema?	El asma se me cierra el pulmón
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Controlandome
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que ya nome de nunca mas
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Eli omar
Correo Electrónico	addict_somke@hotmail.com
Distrito en donde vives	Chorrillos
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Cruzó la pista y entro a la loza deportiva
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Quizás dolor se rodilla
¿Cuál sería el principal problema?	La rodilla
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Calentando bien.
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Visitando a un traumatólogo
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Juan Aguilar
Correo Electrónico	juan.96.aguilar@gmail.com
Distrito en donde vives	Surco
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Convoco a mis amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Cancha llena, tienen sus equipos ya formados
¿Cuál sería el principal problema?	Sin gente contra quien jugar
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Jugando entre nosotros, convocando amigos de amigos
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Ya teniendo equipos listos para jugar
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Luis Z.
Correo Electrónico	luis89zm@gmail.com
Distrito en donde vives	Ate
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Coordino con amigos por whatsapp o facebook Mínimo 1 vez al mes (Jueves)
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	No siempre van todos los que indican que irían No siempre llegamos todos a tiempo Siempre hay un cojo en el equipo
¿Cuál sería el principal problema?	No siempre van todos los que indican que irían
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Presionando mas y haciendo "recordar" día y hora
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Tal vez jugando 1 ves por semana se aria un habito para todos, tendríamos ya separado un día específico.
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Aaron
Correo Electrónico	aaron.hosoya@gmail.com
Distrito en donde vives	Jesús María
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Separamos cancha
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	No hay disponibilidad
¿Cuál sería el principal problema?	Falta de información a la mano
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Llamando por teléfono
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Internet
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Miguel Guevara
Correo Electrónico	miguelgzap@gmail.com
Distrito en donde vives	Surco
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Whatsapp con amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Amigos de amigos o entre los del grupo sacamos dos equipos
¿Cuál sería el principal problema?	Encontrar cancha en un lugar centrico
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Adaptandonos a la disponibilidad de cancha
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Una app con opciones de canchas disponibles por horarios y distritos.
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Alonso Ramirez Gutierrez
Correo Electrónico	alonsorg98@hotmail.com
Distrito en donde vives	Los Olivos
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Voy a la cancha más cercana
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Es pequeña y es de losa
¿Cuál sería el principal problema?	Usualmente para lleno
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Espero a que se desocupe
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Con un complejo deportivo amplio
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Frank
Correo Electrónico	frank251997@hotmail.com
Distrito en donde vives	San Juan de Miraflores
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Juntarme con amigos a cierta hora
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	campos en mal estado , zonas no muy seguras para jugar
¿Cuál sería el principal problema?	el mal estado de los campos de futbol
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Vamos solo a 1 campo cierto día cada semana
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que arreglaran los demás campos del distrito
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Jose Miguel Melquiades Ortiz
Correo Electrónico	melquiades173@gmail.com
Distrito en donde vives	San Miguel
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Junto a mis amigos por celular o me llaman
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Que todos esten disponibles
¿Cuál sería el principal problema?	Tiempo
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Anticipacion
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Todo se puede resolver y se resuelve por un grupo de wassap teniendo varios miembros para cubrir una falta.
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Daniel
Correo Electrónico	daralico05@hotmail.com
Distrito en donde vives	Lince
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Alquilar cancha
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	No hay sitio, falta de estacionamiento
¿Cuál sería el principal problema?	Falta de espacio en la cancha
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Ir a otra cancha
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Aplicación para ver que cancha está disponible y poder reservar
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Omar León
Correo Electrónico	omar.leon.11.89@gmail.com
Distrito en donde vives	Ate
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Contactar con patas del cole
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Coordinar fecha y hora
¿Cuál sería el principal problema?	Disponibilidad de toda la gente
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Quedamos en una hora a la que pueda la mayoría, veces algunos no podemos ir
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que pueda ir a la hora que acuerde la mayoría
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Jose Luis Caballero
Correo Electrónico	chibisora20@gmail.com
Distrito en donde vives	Miraflores
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	no juego
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	ninguno
¿Cuál sería el principal problema?	ninguno
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	no tengo problemas en ese ambito
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	nada
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Sebastian
Correo Electrónico	20151472@aloe.ulima.pe
Distrito en donde vives	San Isidro
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Organizo un grupo de amigos y quedamos para una fecha.
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Las canchas estan llenas y son en lugares muy alejados.
¿Cuál sería el principal problema?	Canchas llenas.
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Reservo con demasiada anticipacion.
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que haya mayor oferta para la demanda tan grande.
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	James
Correo Electrónico	alastor_2006@hotmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	mandar mensaje a los jugadores
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	horarios de los jugadores
¿Cuál sería el principal problema?	no pueden jugar por diferencia de horarios
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	esperar a que la mayoría pueda
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Todos los posibles jugadores escriban los horarios que tienen disponibles para jugar...
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Jorge Ventura
Correo Electrónico	jorged.ventura@gmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Contacto con amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Falta de horarios de canchas, canchas en mal estado.
¿Cuál sería el principal problema?	Falta de horarios
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Contactando a varios locales
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Un catálogo de canchas o una web donde sea más fácil ver la disponibilidad
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Eduardo
Correo Electrónico	sheedman@hotmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	me pongo de acuerdo, en un chat de whatsapp, con la gente que juega
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Coordinación de horarios y encontrar cancha libre
¿Cuál sería el principal problema?	Creo que coordinar un día en que todos puedan
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Tratamos de ponernos de acuerdo con días de anticipación para poder organizarnos mejor
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Que todos tengan tiempo siempre
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Ernesto Alejandro Marmolejo Tellez
Correo Electrónico	niru.15pumas@gmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Me esfuerzo por tener condición
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Gente que no confía en ti
¿Cuál sería el principal problema?	Q no soy muy bueno
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Entrenando
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Con aceptación de mis compañeros de equipo
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre Sergio Alexis Huamani Rojas

Correo Electrónico sergioal_16_87@hotmail.com

¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol? Voy a una cancha

¿Contra qué problemas te sueles enfrentar? Mala ubicación del local

¿Cuál sería el principal problema? Tiempo

¿Cómo resuelves actualmente dicho problema? No lo resuelvo.

¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema? Más Cercanos

Edad Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Miguel Alva
Correo Electrónico	m.alvamejia@gmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Separamos cancha a una determinada hora y preguntamos quienes podrían entre mi grupo de amigos
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Que los horarios de la cancha estén ocupados.
¿Cuál sería el principal problema?	Que el horario en que nosotros podemos jugar no este libre para separar.
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Separamos con anticipación un horario y vemos quien podría ir
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que el encargado de la cancha separe la hora apenas le decimos porque a veces se demora en contestar y termina reservando a otra gente.
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Fernando ROdríguez
Correo Electrónico	ness_13666@hotmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Voy a la plaza y juego
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	no hay equipos
¿Cuál sería el principal problema?	Falta de amigos
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Intento comunicarme con la gente
¿Cómo te gustaría que se resuelva este problema?	Que la gente sea mas abierta
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Félix González Morales
Correo Electrónico	felixgm14@hotmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Voy a el parque más cercano o al campo de fútbol más cercano
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Que esté ocupado el lugar
¿Cuál sería el principal problema?	Que esté ocupado el lugar
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Buscar otro lugar o esperar a que se desocupe
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Teniendo más canchas de fútbol o más parques con una
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Raul
Correo Electrónico	ra96cp@hotmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Busco canchas sintéticas
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Horarios
¿Cuál sería el principal problema?	Horarios
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Cambiar de día
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Más horarios o disponibilidad de canchas
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Arian
Correo Electrónico	arianalpiste@gmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Llamo a mis patas para acordar una pichanga
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Que no tengan tiempo o que la cancha no se encuentre disponible
¿Cuál sería el principal problema?	Que la cancha no se encuentre disponible
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Reservando mucho antes la cancha
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Con más Zona deportivas
Edad	Entre 18 a 25

Encuesta

Nombre	Andres herrera
Correo Electrónico	andres_herreraz@hotmail.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Contacto con mis amigos y buscamos cancha disponible
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	Horarios Disponibilidad de cancha
¿Cuál sería el principal problema?	Disponibilidad de canchas
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Separando la cancha con anticipación
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Con más canchas disponibles
Edad	Entre 26 a 35

Encuesta

Nombre	Christopher Diaz
Correo Electrónico	cfdiaze@indracompany.com
¿Cómo sueles hacer cuando quieres jugar fútbol?	Llamo a mis amigos, se coordina la hora y se separa la cancha de fútbol .
¿Contra qué problemas te sueles enfrentar?	En algunas ocasiones solo se puede pagar en efectivo. En época de verano, en el día, no todas las canchas tienen toldo o techo que cubra los rayos del sol. También, el estado de las canchas de loza o grass sintético no siempre es la ideal. Por último, algunas de las pelotas se encuentran en mal estado.
¿Cuál sería el principal problema?	No tener un medio de pago por internet ni visibilidad si las canchas están reservadas.
¿Cómo resuelves actualmente dicho problema?	Uno se acerca personalmente y paga en efectivo. Se llama por teléfono para saber si hay canchas libres.
¿Cómo te gustaría que se resolviera este problema?	Mediante pagos por internet y teniendo una página web en donde se muestre las canchas libres y datos relevantes.
Edad	Entre 26 a 35