

ZEGEL IPAE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



“IDEA DE NEGOCIO PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE BACHILLER”

Presentado por:

Espejo Zúñiga, Joselyn Isabel

PL71269630

Mesías Ortiz, Víctor Alexander

PL41804609

Urtecho Ruiz, Daniel

PL42505245

LIMA, FEBRERO 2020

Dedicatoria

A nuestros profesores por su compromiso y enseñanzas.

A nuestros compañeros, por todo lo compartido.

*Y, sobre todo, a nuestras familias, por su apoyo, cariño y comprensión
durante todo este tiempo.*

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de negocio se da, debido al crecimiento de la tecnología, así como el de las plataformas digitales y el auge en el desarrollo de nuevas aplicaciones móviles, que va de la mano con el incremento, en la inversión para la tecnología, en nuestro país.

Es por ello que luego de observar la poca disponibilidad con la que contaban las personas interesadas en realizar algún tipo de deporte, al no poder gestionar el alquiler de campos deportivos o que al realizar este proceso se torne de manera muy tediosa, decidimos crear esta aplicación que brindará muchas facilidades, tales como: ahorro de tiempo, ahorro de dinero y que contará con información en tiempo real, de manera rápida y, fundamentalmente, segura.

Este factor se suma también a los avances tecnológicos, dentro del Perú, y el aumento del uso de Internet, a través de los teléfonos celulares, según últimas encuestas de INEI, han aumentado en 8.8%, siendo un 82 % de la población que usa Internet mediante un teléfono celular.

Es por esto que identificamos la oportunidad de desarrollar nuestra aplicación APPELOTEAR PERÚ, la cual busca satisfacer las necesidades de las personas que no cuentan con el tiempo suficiente para acercarse a realizar las reservas de forma presencial.

El aplicativo permitirá a nuestro público objetivo realizar su reserva desde la facilidad de sus dispositivos móviles, nuestro público objetivo está conformado por el segmento de hombres y mujeres, con un rango de 18 a 45 años de edad, que gusten de hacer deporte y con un uso frecuente de aplicativos móviles.

Mediante nuestra investigación, hemos determinado que, por el momento, no contamos con una competencia directa que ofrezca el servicio que brindamos, debido a que, finalmente, terminan ofreciendo el alquiler tradicional de canchas deportivas, de manera presencial; por tal motivo, nuestro aplicativo viene a ser un producto nuevo en el mercado.

EXECUTIVE SUMMARY

The business idea is given, due to the growth of technology, as well as that of digital platforms and the boom in the development of new mobile applications, which goes hand in hand with the increase in investment for technology, in our country.

That is why after observing the low availability that people interested in doing some type of sport had, not being able to manage the rental of sports fields or that when carrying out this process it becomes very tedious, we decided to create this app, that will provide many facilities, such as: saving time, money and bringing information, in real time, quickly and, fundamentally, safely.

This factor is also added to technological advances, within Peru, and the increase in Internet use, through cell phones, according to the latest INEI surveys, has increased in 8.8 percent, with 82 percent of the population, using Internet in a cell phone.

This is why we identified this opportunity: to develop our APPELOTEAR PERÚ app, which seeks to satisfy the needs of people, who do not have enough time to approach to make reservations in person.

The application will allow our target to make their reservation from the ease of their mobile devices, our target audience is made up of the segment of men and women, with a range of 18 to 45 years old, who like to play sports and with a frequent use of mobile apps.

Through our research, we have determined that, for the moment, we do not have a direct competition that offers the service we provide, because, finally, they offer the traditional service; rental of sports fields, in person; for this reason, our application is a new product on the market.

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|--|------|
| RESUMEN EJECUTIVO | |
| INTRODUCCIÓN | 9 |
| CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO | |
| 1.1 Idea del negocio..... | 10 |
| 1.2 Diagnóstico de la idea del negocio..... | 12 |
| 1.3 Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad) | 14 |
| CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO | |
| 2.1 Análisis del microentorno..... | 16 |
| 2.2 Análisis del macroentorno..... | 17 |
| CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO | |
| 3.1 Misión..... | 24 |
| 3.2 Visión..... | 24 |
| 3.3 Valores..... | 24 |
| 3.4 Objetivos estratégicos generales..... | 25 |
| 3.5 Matriz FODA..... | 26 |
| 3.6 Estrategia genérica de Porter..... | 28 |
| 3.7 Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)..... | 30 |
| CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO | |
| 4.1 Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)..... | 31 |
| 4.2 Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda)..... | 32 |
| CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN | |
| 5.1 Mercado (características y segmentación)..... | 33 |
| 5.2 Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)..... | 43 |
| 5.3 Formulación estratégica ANSOFF..... | 48 |
| 5.4 Proyección de ventas..... | 49 |

CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO

| | |
|--|----|
| 6.1 Localización de la empresa. (Matriz de localización)..... | 51 |
| 6.2 Tamaño del negocio (capacidad instalada) (LAYOUT)..... | 52 |
| 6.3 Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima)..... | 53 |
| 6.4 Costos (directos e indirectos)..... | 54 |
| 6.5 Proceso de producción u operación (diagrama de flujo)..... | 55 |
| 6.6 Certificaciones necesarias..... | 55 |
| 6.7 Impacto en el medio ambiente..... | 56 |

CAPÍTULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

| | |
|--|----|
| 7.1 Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos)..... | 57 |
| 7.2 Obligaciones (tributarias y laborales)..... | 58 |
| 7.3 Estructura organizacional..... | 60 |
| 7.4 Descripción de funciones..... | 60 |

CAPÍTULO VIII. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

| | |
|--|----|
| 8.1 Inversiones (estructura)..... | 63 |
| 8.2 Ingresos y egresos..... | 64 |
| 8.3 Flujo de caja (económico y financiero)..... | 66 |
| 8.4 Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)..... | 67 |

| | |
|---------------------------|----|
| CONCLUSIONES | 68 |
|---------------------------|----|

| | |
|------------------------------|----|
| RECOMENDACIONES | 69 |
|------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA | 70 |
|--|----|

| | |
|---------------------|----|
| ANEXOS | 71 |
|---------------------|----|

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Sondeo de preferencia por actividades deportivas y recreativas..... | 18 |
| Tabla 2 Población por sexo y segmento de edad..... | 20 |
| Tabla 3 Matriz Perfil Competitivo..... | 31 |
| Tabla 4 Segmentación de mercado..... | 33 |
| Tabla 5 Proyección de Ventas - año 1..... | 50 |
| Tabla 6 Proyección Anual..... | 50 |
| Tabla 7 Matriz de Localización..... | 51 |
| Tabla 8 Costos y Enseres | 53 |
| Tabla 9 Información Económica para evaluar proyectos de inversión..... | 54 |
| Tabla 10 Beneficios Laborales..... | 59 |
| Tabla 11 Información Económica para evaluar proyectos de inversión..... | 63 |
| Tabla 12 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado..... | 64 |
| Tabla 13 Flujo de Caja Proyectado..... | 66 |
| Tabla 14 Valor Actual Neto Económico y Tasa Interna de Retorno Económico..... | 67 |
| Tabla 15 Cuadro Para Comprobar el WACC Económico..... | 67 |
| Tabla 16 Tasa Interna de Retorno Financiero – TIRF..... | 67 |
| Tabla 17 Costo/Beneficio..... | 67 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 - Evolución Mensual de la Actividad Comercial..... | 17 |
| Gráfico 2 - Instalaciones Deportivas Administradas por los Municipios (por Tipo de Instalación Deportiva)..... | 21 |
| Gráfico 3 - Velocidades Ofrecidas en Internet Móvil, por Empresa (A Dic. 2018)..... | 22 |
| Gráfico 4 - Diagrama de Flujo Proceso de Operación..... | 55 |
| Gráfico 5 - Estructura Organizacional | 60 |

INTRODUCCIÓN

Partamos desde el siguiente caso:

¿Cuántas veces has querido realizar algún deporte colectivo con tus amigos y/o compañeros de trabajo y no lo pudiste hacer porque nadie podía realizar la reserva del campo deportivo, ya sea porque tenías que ir a realizarla de manera presencial, porque no había disponibilidad o porque, simplemente, tenías que realizar el pago, antes? ¿Fueron varias veces, no?

Es por estos inconvenientes que hemos desarrollado una aplicación que les va a permitir reservar las canchas, brindándoles toda la información necesaria, a fin de agilizar este proceso y evitar, a los usuarios, que tengan que desplazarse de la comodidad de sus hogares o centros de trabajo

En el transcurso del proceso de desarrollo, hemos ido identificando factores no considerados, inicialmente, a través de la aplicación de plantillas, métodos o técnicas, de esta manera, logramos plantear mejores objetivos y estrategias, con los que logramos potenciar nuestro servicio y desarrollar, aún más, nuestra idea de negocio y nuestra ventaja competitiva.

En nuestra proyección de ventas, nos hemos planteado obtener una ganancia, por cada reserva de canchas deportivas que los usuarios realicen a través del aplicativo **APPELOTEAR PERÚ**, en la cual podrán verificar la **disponibilidad a tiempo real, horarios disponibles, costo de alquiler y servicios adicionales** que ofrece el recinto.

El desarrollo del proyecto nos permitió, también, identificar la problemática y, a partir de esa perspectiva, ir adaptando nuestra propuesta a la necesidad de nuestros clientes, considerando variables no tomadas en cuenta anteriormente, haciéndolo más flexible y dinámico.

Finalmente, todo lo aprendido nos permitirá, en el futuro, desarrollar nuestros proyectos a partir del problema y aprovechar esto, para generar soluciones cada vez más innovadoras y disruptivas.

CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Idea del negocio

El crecimiento del uso de internet se ha incrementado en un 82% entre nuestra población, las novedades de tecnologías móviles y la tendencia al uso de aplicaciones, están ayudando a hacer las acciones tradicionales, mucho más sencillas que antes, por tal motivo nos está permitiendo contar con un ahorro en tiempo y dinero.

Las nuevas apps están siendo creadas para mostrarnos información en tiempo real, de manera fácil, ágil y segura, como funcionan actualmente los servicios de taxis, de comidas delivery, de compras de alimentos, entre otros. Es ahí que nace nuestra idea de negocio de crear un app que permita a los amigos, compañeros de trabajo y familiares, a compartir momentos agradables en donde puedan relajarse y votar el estrés que produzcan los temas laborales y /o personal, y que no les queda el tiempo suficiente para coordinar y gestionar la famosa pichanga que tanto quisieran.

Actualmente no se cuenta con un aplicativo de reserva de canchas deportivas que deje de lado el alquiler tradicional (vía telefónica y/o presencial), es por esto que nuestra idea de negocio está basada en la creación del aplicativo móvil **APPELOTEAR PERÚ**, el cual busca brindar el servicio que facilite la reserva de campos deportivos, de manera no presencial, que permitirá manejar todos los aspectos relacionados con las reservas de manera automatizada, obteniendo información en tiempo real, de manera confiable.

Nuestro servicio permitirá realizar las reservas, evitando inconvenientes de desplazamiento, visualizando los horarios disponibles y las canchas más cercanas, con sus respectivas tarifas y tener la opción de elegir la cancha por ubicación, tipo de instalaciones, costo y disponibilidad.



Figura N° 1 Logo de la empresa

LIENZO CANVAS

| | | | | |
|---|--|--|--|---|
| <p>Aliados Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propietarios de Canchas deportivas • Desarrolladores (Web, App) | <p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una App con un interfaz amigable y con constante mantenimiento. • Realizar campaña de Marketing Digital para la captación de clientes | <p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma digital para la reserva de canchas deportivas a través de una App • Fomentar el deporte y la vida saludable | <p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación Personal • Social Media • Web • Teléfono • Mail | <p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hombres • Deportistas • Edad: 18 – 45 años • NSE: B • Distrito: La Molina, San Borja, Lince, Santiago de Surco, San Miguel, Surquillo |
| <p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal (Administrativo, CM) • Equipos (laptop, móvil) • Community Manager • Programador Junior • Marketing Digital | | <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación (App) • Red Social • Web | | |
| <p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo App • Personal • Campaña de Lanzamiento • Marketing Digital | | <p>Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de Canchas (Partidos) | | |

Fuente: Elaboración propia

1.2 Diagnóstico de la idea de negocio

Nuestro aplicativo APPELOTEAR PERÚ nació como idea de negocio, al verificar, en diferentes oportunidades, la necesidad de compañeros, conocidos, amistades e incluso de nosotros mismos de querer compartir la típica “pichanguita” y no contar con el tiempo suficiente, para realizar la gestión de la reserva y pagos.

Es por esto que realizamos averiguaciones del proceso, entrevistas a diferentes personas, planteándoles la idea de tener una aplicación, en la que puedan realizar su reserva y pagos, sin invertir mucho tiempo, ni gestiones adicionales; al recibir varias respuestas positivas y percibir que el público sí estaría interesado en gestionar este servicio, vía aplicativo móvil, nos interesamos en desarrollar la idea de negocio.

Adicionalmente, revisamos como, actualmente, son administradas las canchas deportivas y obtuvimos la respuesta de que los mismos dueños del negocio no siempre administran de manera correcta, sus ganancias y costos de inversión, por lo que nuestra aplicación les resulta, también, una propuesta interesante: trabajar vía aplicativo móvil para atraer clientes y de esta manera percibir ahorro en costos administrativos y aumentar su ganancia con un mejor control, sería una gran estrategia para captar más clientela y reducir costos.

MICRO Y MACRO FILTRO

Idea 1: Aplicación reserva de canchas deportivas.

Idea 2: Elaboración cerveza artesanal sin alcohol.

Idea 3: Web para la organización de eventos deportivos corporativos.

Macro Filtro

| Preguntas Orientadoras | Idea 1 | | Idea 2 | | Idea 3 | |
|---|----------|----|----------|----|----------|----|
| | SÍ | NO | SÍ | NO | SÍ | NO |
| ¿Existe una necesidad que satisfacer en tu localidad | X | | X | | X | |
| ¿Existe un mercado para este producto o servicio? | X | | X | | X | |
| ¿Hay una demanda insatisfecha? | X | | X | | X | |
| ¿Quieres realizar este proyecto? | X | | | X | X | |
| ¿Este posible producir el producto en su Distrito/región? | X | | | X | X | |
| ¿Este proyecto permite tener ganancias? | X | | X | | X | |
| Total ideas con Sí | 6 | | 4 | | 6 | |

Fuente: Elaboración propia

Micro Filtro

| IDEAS | Idea 1 | Idea 2 | Idea 3 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Disponibilidad local de materias primas | 5 | 4 | 5 |
| Existencia de demanda insatisfecha | 5 | 4 | 4 |
| Disponibilidad de mano de obra calificada | 4 | 3 | 4 |
| Disponibilidad de mano de obra a costo aceptable | 4 | 3 | 4 |
| Tecnología localmente disponible | 4 | 3 | 4 |
| ¿El empleador tiene las habilidades Para gestionar el proyecto? | 5 | 4 | 4 |
| Puntaje Total | 27 | 21 | 25 |

Fuente: Elaboración propia

5 Muy Bueno

4 Bueno

3 Regular

2 Malo

1 Muy Malo

0 Otra

1.3 Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad)

Nuestro país cuenta con una cultura aficionada por el deporte futbolístico, en los últimos años y a raíz de los diferentes acontecimientos que se han venido celebrando, han pasado a ocupar un lugar importante en la vida de las personas. Este incremento de popularidad, se ha venido dando de manera exponencial, debido a la participación de los equipos nacionales en diversos campeonatos internacionales, tales como Copas América, Mundial de fútbol (al cual pudimos asistir después de un periodo de casi 4 décadas de ausencia), Juegos Panamericanos, Juegos Olímpicos y demás competencias.

Por otra parte, el Perú se encuentra en un constante crecimiento tecnológico, las empresas peruanas, finalmente, están decidiendo invertir en software e infraestructura tecnológica, así como, el uso de los aplicativos móviles se ha extendido en forma considerable,

En nuestro país, existen 24 millones de usuarios de internet y usuarios activos, en medios sociales por igual y 23 millones de personas acceden desde dispositivos móviles.

Estos datos nos favorecen, ya que podemos determinar que para el público es mucho más sencillo, realizar cualquier tipo de coordinación, a través de sus dispositivos móviles.

Según el diario gestión el fútbol es uno de los deportes más practicados y que más aficionados tiene, en el último mundial fuimos elegidos como la mejor hinchada y esto porque nuestro país de tiene una cultura futbolística.

El Programa de Formación Deportiva indica que el fútbol ocupa un 45% de preferencia seguido de vóley con un 25%, es por esto que vemos nuestra idea de negocio viable.

Diario Gestión: En mercado deportivo como pilar del desarrollo económico. Recuperado el 25 de mayo del 2019 de: <https://gestion.pe/opinion/mercado-deportivo-pilar-desarrollo-economico-268088-noticia/>

Diario Gestión: El valor del futbol el juego donde la repetición también genera interés. Recuperado el 09 de junio del 2020 de: <https://gestion.pe/tendencias/el-valor-del-futbol-el-juego-donde-la-repeticion-tambien-genera-interes-noticia/>

ENTREVISTA A EXPERTO

Experto: Elojelia Gutiérrez Zamora
Licenciada en Ingeniería Electrónica,
Administradora de la Web CanchasPeru.com

¿Cómo ve el desarrollo del rubro? ¿Considera que es un negocio rentable?

Nosotros que contamos con una base de datos podemos afirmar que cada vez hay más canchas y es porque en todos lados existe un público interesado en practicar fútbol. En determinadas zonas la competencia es fuerte y esto puede afectar la rentabilidad. Los que piensan incursionar en este rubro tienen que buscar brindar un buen servicio y fidelizar a sus clientes.

¿Cuál considera que es el principal problema en el rubro?

La informalidad. Muchas canchas se inauguran sin estar implementadas por completo. Tampoco se hace mantenimiento constante y finalmente los usuarios buscan otras opciones.

¿Considera importante la implementación de una App para reservar canchas? ¿Por qué?

Sí, por un tema de agilidad. Los usuarios son cada vez más tecnológicos y siempre buscarán opciones que les simplifique la vida. Toma el ejemplo de Rappi o apps similares.

¿Por qué CanchasPeru.com no cuenta hasta el momento con una App?

Hemos ido priorizando otras actividades, como la organización de eventos, y postergando la idea. Además es un proyecto que implica una inversión fuerte, además de ejecutar previamente un estudio para conocer la rentabilidad y desarrollar el proyecto.

Muchas gracias por su tiempo.

A ustedes por la entrevista.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis del microentorno

Clientes: Poder de Negociación **Baja**. Existen muchos clientes (demanda) y pocos campos deportivos (oferta), por ende, los clientes están condicionados a la disponibilidad de los campos deportivos y a los precios fijados por estos. Además, los servicios sustitutos (ejemplo: losas deportivas) no cumplen con las características deseadas por los usuarios (dimensiones, grass sintético, servicios higiénicos etc.).

Proveedores: Poder de Negociación **Alto**. Existen diversos campos deportivos, que a la vez cuenta con una gran cantidad de usuarios asiduos que asisten por diversas características (precio, ubicación, etc). Al ser nuestra propuesta un intermediario entre las Canchas Deportivas y los usuarios, presentamos alta dependencia hacia nuestros proveedores.

Competidores Entrantes: Las barreras de entrada son **Altas** debido a la fuerte inversión de capital requerida para la implementación de una cancha deportiva con todas las características estándar. De igual manera, las barreras de salida también son **Altas** debido al costo de la infraestructura e inversión.

Competidores: Poder de Negociación **Moderada**. En el mercado existen algunas aplicaciones que ofrecen el servicio de reserva de canchas deportivas desde la propia aplicación, sin embargo, al acceder (Android-iOS) verificamos que esto no es posible. Para realizar una reserva es necesario comunicarse directamente con los responsables de las Canchas, es decir, el método tradicional. Respecto a los campos deportivos, todos brindan un servicio con características similares.

Sustitutos: Poder de Negociación **Bajo**. El principal servicio sustituto está representado por las losas deportivas. Sin embargo, éstas carecen de las características requeridas por los usuarios de las Canchas de Grass Sintético: dimensiones, servicios higiénicos, iluminación, estacionamiento, etc. Las losas deportivas, generalmente se encuentran instaladas en zonas periféricas; pertenecen o son administradas por los propios vecinos de la zona, por lo que en muchos casos no cuentan con las instalaciones adecuadas.

2.2 Análisis del macroentorno

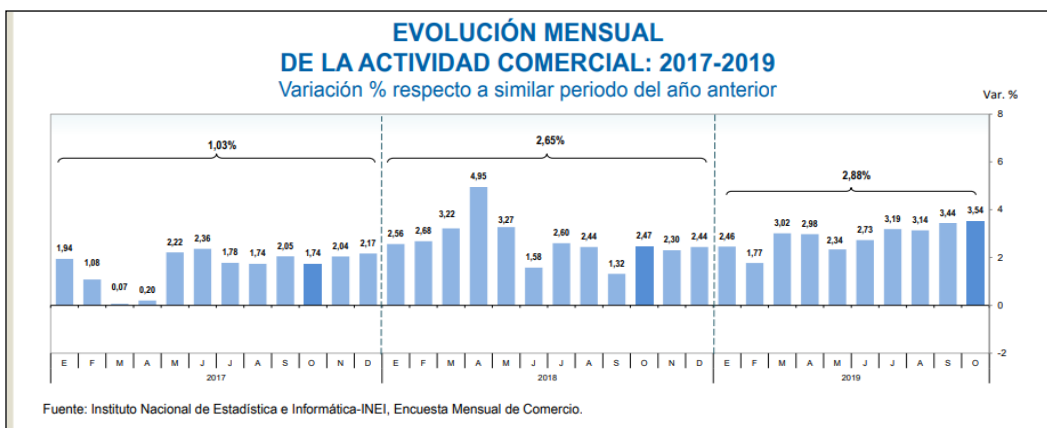
Factor económico

El gobierno peruano prevé que la economía del país crecerá en un 4% durante el periodo 2020; las proyecciones al cierre del 2019 indican que el PIB tuvo un crecimiento del 2.2%, debido a que su economía fue severamente afectada, sin embargo se indica que la economía peruana es una de las más sólidas de la región, a pesar del lento crecimiento global.

En cuanto al sector servicio del comercio se verifica que el mercado se acrecentó en cuanto a las ventas de equipos electrónicos y la adquisición por innovaciones de software y renovaciones de hardware.

Los servicios de tecnología y transformación digital seguirán dinamizándose debido al mayor consumo de soluciones y herramientas tecnológicas, el sector privado seguirá apostando por sumar tecnologías no solo para ganar eficiencia sino para ganar en el terreno netamente comercial, Según artículos publicados por ESAN se espera que el 2020 traiga avances tecnológicos más disruptivos e innovadores, que permitirán a las empresas y administraciones públicas del Perú y el mundo desarrollar más sus capacidades a corto y mediano plazos.

En **conclusión**, debido al buen crecimiento proyectado para el País en el 2020, nos enfocaremos en provechar la estabilidad económica para el financiamiento externo, a través de tasas favorables.



Factor cultural y social

El fútbol es el principal deporte dentro de nuestro país, no solo es fascinante para el hombre sino para toda la población, en general, sin distinción, es el deporte que más se practica por el sexo masculino, a pesar del incremento de participación por el sexo femenino el cual en los últimos tiempos ha decidido impulsar su participación el fútbol femenino, vóley y otros deportes.

Ya sea para combatir el estrés, como un hobby o para mantenerse saludables, en los últimos años el deporte ocupa un lugar importante en la vida de las personas. De hecho, cinco de cada 10 limeños realizan alguna actividad deportiva y el fútbol sigue siendo el deporte más practicado, de acuerdo a un estudio de CCR.

Sin embargo, el estudio también indica que los limeños no son muy constantes en sus actividades deportivas, ya que la mayoría de los que juegan fútbol solo lo hacen una vez por semana. Por otro lado se ha identificado que se tiene un sector de administradores de canchas deportivas que trabajan de forma informal, lo cual podría ser una amenaza para nuestra idea de negocio.

Hemos concluido que utilizaremos as redes sociales para transmitir mensajes positivos que reconstruyan nuestra identidad asociada al deporte, con el cual incentivamos hacer constantes y la importancia de practicar algún deporte.

| Sondeo de Preferencia por Actividades Deportivas y Recreativas | |
|---|------------------------------|
| Deporte | Ratios de Demanda (*) |
| Fútbol/futsal | 45% |
| Voleibol | 24% |
| Basquetbol | 5% |
| Atletismo | 8% |
| Gimnasia | 5% |
| Taekwondo | 4% |
| Judo | 4% |
| Otros: natación, tenis, karate, etc. | 5% |
| Total múltiple | 100% |

Fuente: DINADAF - Programa de Formación Deportiva

Factor Político

Actualmente, el gobierno viene impulsando el fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa y, desde este año, entró en vigencia el Fondo CRECER, cuyo objetivo es promover el desarrollo productivo, empresarial y reducir el costo de financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

Este beneficio nos permitirá desplegar créditos, garantías, un bono de buen pagador, a través de empresas del sistema financiero y del mercado de capitales, dicho fondo podrá cubrir hasta el 75% del crédito. Por otro lado, las Mipymes, que accedan a créditos otorgados con financiamiento del Fondo Crecer, podrán recibir un Bono de Buen Pagador de hasta S/ 15000 (quince mil Soles).

Además, la SUNAT promueve, a través del régimen tributario, que las micro y pequeña empresas logren un crecimiento en el mercado, es así que el beneficio otorgado, consta de realizar un pago menor al cotidiano, siempre y cuando, cumpla con los requisitos establecidos por la ley, cabe resaltar que el más significativo esta en base a la renta neta anual, la misma que no deberá superar las 15 UIT, con lo cual solo podríamos cubrir una tasa del 10%, esto nos permite tener un pago continuo a un monto bajo.

Sin embargo el gobierno viene atravesando por una incertidumbre política, debido a los nuevos partidos que conforman el congreso de la republica de quienes no sabemos a ciencia cierta cuál será la postura que tomarán para culminar el periodo congresal. Por otro lado tenemos el desprestigio del sistema de justicia por el vínculo entre magistrados e importantes casos de corrupción.

Ministerio de Producción MIPYME. Recuperado el 06 de noviembre del 2020 de: <https://www.innovateperu.gob.pe/quienes-somos/nuestros-fondos/mipyme>

Escuela emprendedores Perú: Te explicamos los Regímenes Tributarios para Pymes. Recuperado el 27 de abril del 2019 de: <https://escuela-emprendedores.alegra.com/administracion-finanzas/peru-regimenes-tributarios-para-pymes/>

Factor geográfico – demográfico

Según reportes de CPI, podemos verificar que tenemos mayor acogida en nuestro público objetivo, en cuanto a las edades en las que enfocaremos nuestra idea de negocio.

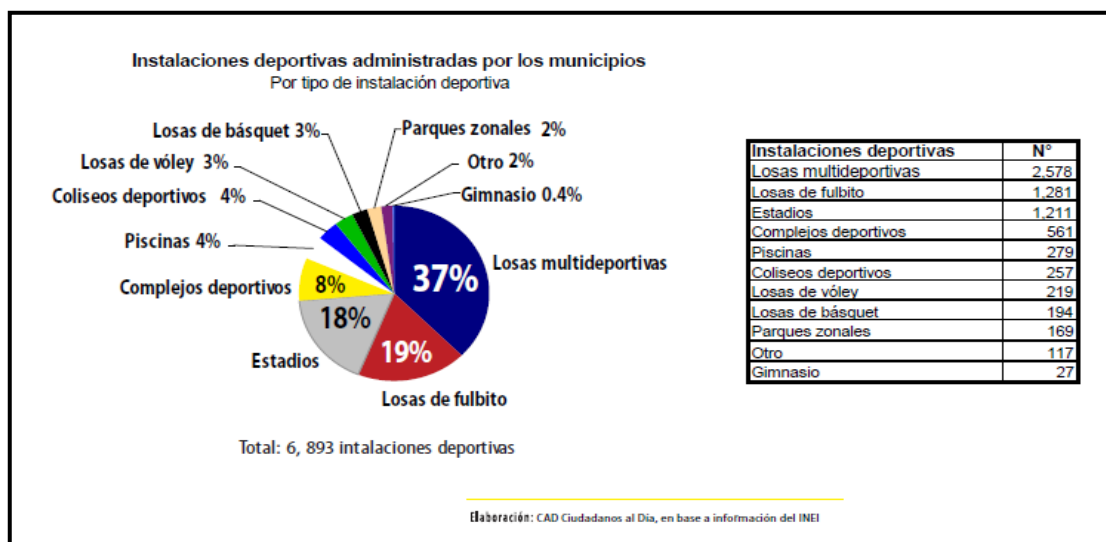
Analizando el número de instalaciones deportivas encontramos que, de las 6893 instalaciones deportivas, el 37% de éstas, son losas multideportivas (2578), seguida de un 19% que son losas de fútbol (1281) y 18% que corresponde a estadios (1211). Los estadios, a diferencia de los coliseos deportivos, son instalaciones más grandes, al aire libre y cuentan con tribunas. El INEI considera a los parques zonales como instalaciones deportivas, pues cuentan con losas.

Sin embargo, las mismas no son suficientes, para cubrir las necesidades de nuestro público objetivo, debido a la alta falta de infraestructura, para practicar diversos deportes.

Frente al exceso de demanda de campos, para practicar fútbol, el crecimiento del alquiler de canchas sintéticas resulta rentable siempre que se pueda brindar el valor agregado del ahorro de tiempo, en cuanto a las gestiones.

| Lima metropolitana 2019: Población por sexo y segmentos de edad | | | | | | |
|---|-----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
| GRUPO DE EDAD | Total | | HOMBRES | | MUJERES | |
| | Miles | % | Miles | % | Miles | % |
| 00 - 05 años | 941.7 | 8.9 | 481.3 | 9.2 | 460.4 | 8.6 |
| 06 - 12 años | 1,102.1 | 10.4 | 561.9 | 10.7 | 540.2 | 10.1 |
| 13 - 17 años | 828.5 | 7.8 | 420.4 | 8.0 | 408.1 | 7.7 |
| 18 - 24 años | 1,357.4 | 12.8 | 692.2 | 13.2 | 665.2 | 12.5 |
| 25 - 39 años | 2,683.4 | 25.5 | 1,348.8 | 25.7 | 1,334.6 | 25.0 |
| 40 - 55 años | 2,086.5 | 19.7 | 1,020.1 | 19.4 | 1,066.4 | 20.0 |
| 56 - + años | 1,581.3 | 14.9 | 722.7 | 13.8 | 858.6 | 16.1 |
| TOTAL | 10,580.9 | 100.0 | 5,247.4 | 100.0 | 5,333.5 | 100.0 |

FUENTE: IN.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - C.P.I.



Factor tecnológico

Actualmente, podemos indicar que las nuevas tecnologías han transformado, de manera radical, los procesos internos de las empresas, así como los servicios que ofrecen, a los consumidores. La tecnología se encuentra globalizada, en todo el mundo, esto permite que las personas estén conectadas, a través de diferentes dispositivos.

El Perú está en un constante crecimiento tecnológico, las empresas peruanas decidieron invertir recientemente en software e infraestructura tecnológica. Y ello ocurrió debido a que las altas direcciones, se han dado cuenta que necesitan apoyarse, en tecnologías de información, para transformar su modelo de negocio.

El uso de los aplicativos móviles se ha extendido en forma considerable, muchas empresas de diversos sectores, especialmente las de servicios, ya trabajan con apps móviles como algo natural.

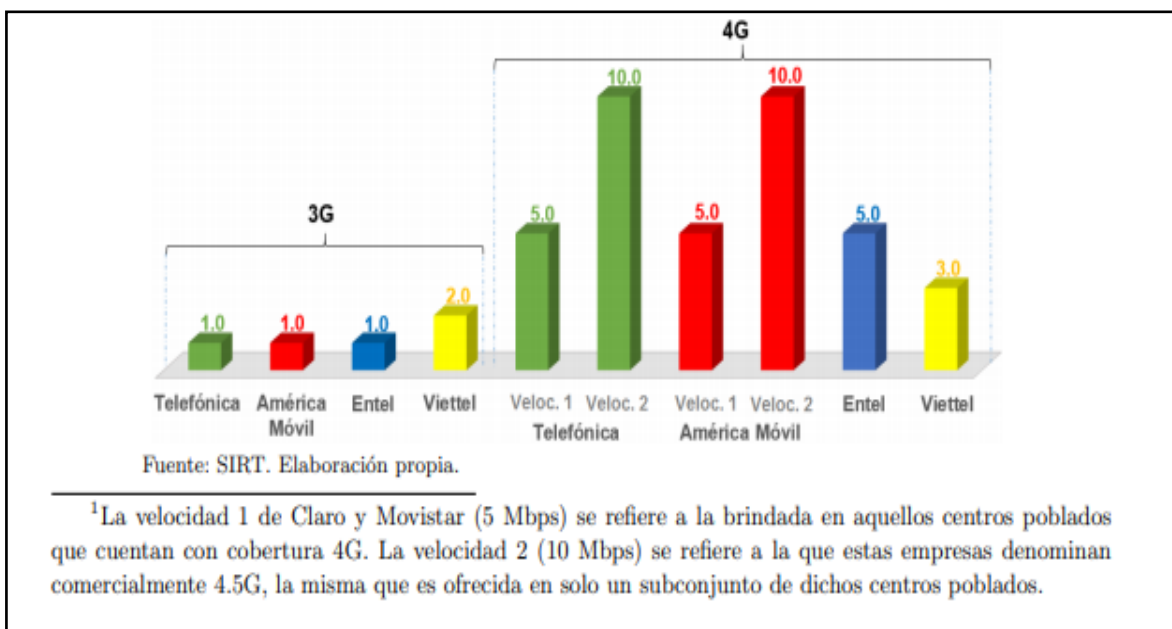
En el Perú, hemos verificado un incremento de cobertura red móvil, esto se produjo debido al ingreso de nuevos operadores, al mercado, con ofertas atractivas, para capturar más clientes.

El Perú encaminado hacia el salto tecnológico. Recuperado el 14 de agosto del 2017 de:
<https://www.esan.edu.pe/conexion/bloggers/tecnologias-de-informacion/2017/08/el-peru-encaminado-hacia-el-salto-tecnologico/>

El Internet móvil es uno de los servicios más dinámicos del sector y uno de los de mayor preferencia, por parte de los usuarios, cerca del 92% de la población de la Costa, 88% de la Sierra y 58% de la Selva puede potencialmente, hacer uso del servicio de Internet 4G-LTE.

Con relación al uso del servicio, cada vez más abonados utilizan el servicio de Internet móvil, a mayores velocidades, producto del acceso a tecnologías avanzadas.

Gráfico No.4: Velocidades ofrecidas en Internet móvil, por empresa (A Dic. 2018)



Estos resultados nos muestran que el mercado tecnológico es favorable para el desarrollo de la aplicación, la cual tiene facilidades de accesibilidad y posicionamiento en el mercado; por tal motivo se desea lograr una innovación constante en el servicio brindado, siendo cada vez más ágil y aprovechando las nuevas plataformas gratuitas.

Fuente: Osiptel

CUADRO PESTEL

| Ambientes | Oportunidad / Amenaza | Detalle | Conclusión |
|------------------------|--|--|---|
| Económico | Oportunidades | Crecimiento sector servicio | Aprovechar la estabilidad económica para el financiamiento externo, a través de tasas favorables |
| | | Crecimiento del mercado telefónico-tecnológico | |
| Amenazas | Lento crecimiento económico a nivel global | | |
| Político | Oportunidades | Impulso a las micro empresas | |
| | | Fondo Crecer con regimenes tributarios favorables | |
| | Amenazas | Gobierno lleno de enfrentamientos | |
| | | Desprestigio del sistema de justicia | |
| Sociocultural | Oportunidades | Cultura futbolística | Utilizar las redes sociales para transmitir mensajes positivos que reconstruyan nuestra identidad asociada al deporte |
| | | Cambio de estilo de vida deportista | |
| | Amenazas | Malos hábitos del estilo de vida | |
| | | Falta de profesionalismo | |
| Geográfico-Demográfico | Oportunidades | Crecimiento Urbes | Aprovechar el crecimiento de la urbe para captar nuevos clientes o impulsar la implementación de nuevas canchas deportivas |
| | Amenazas | Pocas canchas deportivas | |
| Tecnológico | Oportunidades | Tecnología globalizada | Buscar innovación constante en el servicio brindado, siendo cada vez más ágil y aprovechando las nuevas plataformas gratuitas |
| | | Alta cobertura móvil | |
| | | El Internet móvil servicio dinámico del sector | |
| | Amenazas | Abandono de prácticas deportivas por exceso de uso de tecnología | |

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1 Nuestra Misión:

Brindamos una solución integral a nuestros diferentes usuarios a través del aplicativo móvil, consiguiendo reducir los tiempos de gestión para la reserva de canchas deportivas, así como incentivas a realizar otro tipo de eventos deportivos.

3.2 Nuestra Visión:

Ser una empresa reconocida por el buen posicionamiento de nuestro aplicativo móvil, el cual logrará ser líder en el mercado de aplicativos deportivos.

3.3 Valores de la empresa:

Compromiso. - Actuación proactiva, con aptitud positiva, flexible e innovadora.

Seguridad. - Velar por la integridad de nuestros clientes y promover una cultura basada en la prevención.

Servicio. - Realizan las actividades de manera adecuada, ofreciendo respuestas oportunas y eficientes a nuestros clientes.

Eficiencia. - Trabajo en equipo para buscar soluciones efectivas, cumpliendo con estándares de excelencia y haciendo el mejor uso en nuestros recursos.

Respeto. - Escuchar, mostrar empatía y valorar al prójimo, aprecian las ideas, opiniones e inquietudes, propiciando la armonía en las relaciones laborales y comerciales.

3.4 Objetivos estratégicos generales:

- ✓ Ser uno de los aplicativos líderes en el mercado deportivo, gracias a la diferenciación de nuestro producto.
- ✓ Lograr que nuestra aplicación sea una de las más reconocidas, para la reserva de campos deportivos a nivel nacional.
- ✓ Aportar una alternativa de solución, agilizando los procedimientos de reservación de canchas de fútbol.
- ✓ Recuperar nuestra inversión inicial, en un periodo máximo de 1 año.
- ✓ Incrementar los ingresos en un 20% a partir del primer año de vida del negocio.
- ✓ Aumentar las ganancias por transacción realizada a través de nuestra aplicación.
- ✓ Fidelizar el 2% de la población que practica deporte, de cada distrito en el cual nos vamos a enfocar, mediante la realización de diferentes campañas promocionales.
- ✓ Brindar al cliente la seguridad y confiabilidad, de que el pago que está realizando es por un buen servicio.
- ✓ Conseguir diez mil seguidores en nuestras redes sociales.
- ✓ Lograr la subscripción de quinientos miembros en el club "Appelotear".
- ✓ Diversificar los servicios ofrecidos desde la aplicación.

3.5 Matriz FODA

FORTALEZAS

- ✓ Conocimiento del mercado objetivo.
- ✓ Contar con socios estratégicos en el rubro de alquiler de canchas deportivas.
- ✓ Diversificación de servicios ofrecidos.

DEBILIDADES

- ✓ Falta de experiencia en el rubro tecnológico.
- ✓ Falta de recursos financieros.
- ✓ Empresa nueva, sin opción de financiamiento externo por parte de terceros.

OPORTUNIDADES

- ✓ Incremento del uso de Smartphones.
- ✓ Incremento de transacciones online.
- ✓ Implementación de nuevas canchas deportivas.
- ✓ Nuevas tendencias pro-deporte.
- ✓ Incremento de la popularidad del fútbol.
- ✓ Cercanía próximos eventos (Copa América 2020, Clasificatorias Mundial Qatar).

AMENAZAS

- ✓ Ingreso de nuevos competidores con la misma propuesta.
- ✓ Desarrollo de la misma propuesta por parte de los competidores actuales.
- ✓ Renuencia al uso de la tecnología por parte de los propietarios de las canchas deportivas.

| <p style="text-align: center;">MATRIZ FODA CRUZADO</p> | <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento del uso de Smartphones. ✓ Incremento de transacciones online. ✓ Implementación de nuevas canchas deportivas. ✓ Nuevas tendencias pro-deporte. ✓ Incremento de la popularidad del fútbol. | <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingreso de nuevos competidores con la misma propuesta. ✓ Desarrollo de la misma propuesta por parte de los competidores actuales. ✓ Renuencia al uso de la tecnología por parte de los propietarios de las canchas deportivas. |
|--|---|---|
| <p style="text-align: center;">FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento del mercado objetivo. ✓ Contar con socios estratégicos en el rubro de alquiler de canchas deportivas. ✓ Diversificación de servicios ofrecidos. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar promociones para captar mayor cantidad de usuarios. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar promociones para fidelizar usuarios e identificarlos con la marca. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar propuestas de valor para beneficio mutuo con propietarios de canchas deportivas. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajar con propuestas a mediano plazo en donde se evidencie la rentabilidad obtenida |
| <p style="text-align: center;">DEBILIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de experiencia en el rubro tecnológico. ✓ Falta de recursos financieros. ✓ Empresa nueva, sin opción de financiamiento externo por parte de terceros. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Asociarnos con desarrolladores locales que brinden un buen servicio de mantenimiento de plataforma. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actualizar constantemente la aplicación, haciendo partícipe a los usuarios en las mejoras |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprovechar el uso de plataformas virtuales a fin de ahorrar costos en publicidad. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consolidar el nombre de la marca, a fin de poder recurrir a financiamiento por parte de terceros. |

Fuente: Elaboración propia

4.6 Estrategia genérica de Porter

- **Matriz Porter**

Competidores: La rivalidad de nuestra competencia es baja, debido a que actualmente no existen aplicativos que realicen la gestión que nuestro proyecto desea ofrecer, sin embargo existen competidores que ofrecen el servicio tradicional a través de una página web.

- ✓ Canchas Perú
- ✓ Futbol Plaza
- ✓ Hoy se juega

Clientes: Nuestros clientes son el 37% de personas que cuentan con losas multideportivas, con un alquiler tradicional, lo cual hace referencia a un poder de negociación bajo, para lo cual les brindaremos un valor agregado su servicio el cual ayudará al crecimiento de su demanda.

Les brindaremos un soporte integral a través de nuestras diferentes plataformas digitales.

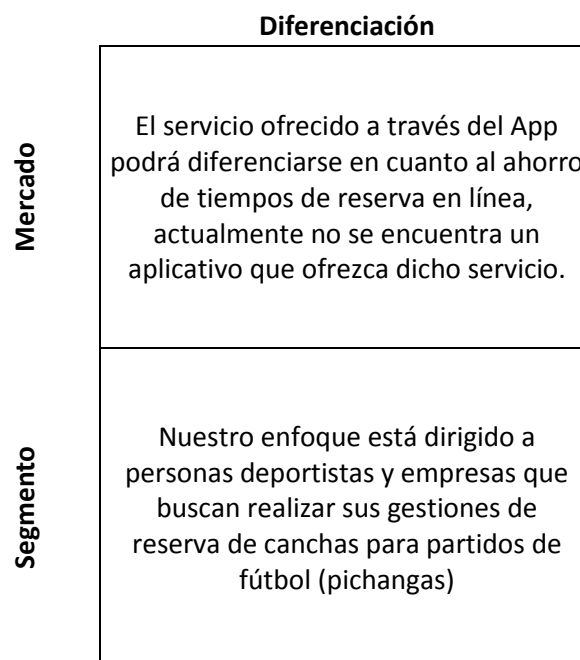
Proveedores: Para poner en marcha nuestro proyecto es necesario contar con una empresa que realice el desarrollo de nuestra aplicativo, actualmente en el mercado peruano los desarrolladores de aplicaciones aún no se ha desarrollado lo suficiente, sin embargo, su crecimiento sigue en proceso, por tal motivo el poder de negociación es bajo, debido a crecimiento del rubro.

Productos sustitutos: Las aplicaciones móviles en el Perú han incrementado en un 63% la productividad empresarial, asimismo, estas soluciones empresariales han permitido la reducción de costos operativos con ahorros de hasta 63% en uso de papel y 31% en tiempos de viaje, (*Gestión. 2017*), por lo cual la amenaza de productos sustitutos es alta gracias a la transformación digital la cual viene evolucionando de forma positiva.

Fuente: Diario Gestión

Competidores potenciales: Actualmente el mercado tecnológico no cuenta con fuertes barreras de ingreso para la creación de apps, por lo cual determinamos un alta amenaza de ingreso de competidores en la industria de nuestra idea de negocio, teniendo en cuenta el crecimiento constante del sector tecnológico.

- **Estrategia genérica de Porter**



Fuente: Elaboración propia

4.7 Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)

| Plan de Implementación de Aplicación APPELOTEAR | | | AÑO 2 | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-----------------|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--|
| ID | Nombre de tarea | Duración (días) | AÑO 1 | | AÑO 2 | | | | | | | | | | | | |
| | | | MES 1 | MES 2 | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | |
| 0 | Proyecto implementación de Aplicación AppeloTea | 293 | JEFATURA - COMITE - DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.0 | Gestión del Proyecto | 164 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Iniciación | 15 | JEFATURA | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 | Planificación del Proyecto | 15 | JEFATURA | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.3 | Presentación del Proyecto | 25 | JEFATURA | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.4 | Cierre del Proyecto | 19 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.0 | Análisis Contexto y del Entorno | 15 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 | Contexto Interno de la Organización | 15 | JEFATURA, DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.2 | Contexto Externo de la Organización | 15 | JEFATURA, DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.0 | Diagnóstico del Contexto y del Entorno | 63 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1 | Elaboración de Procesos I | 22 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.2 | Elaboración de Procesos II | 21 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3.4 | Servicios | 52 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3.5 | Logística | 52 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3.6 | RRHH | 52 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3.7 | Costos | 52 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.3.8 | Comercial | 52 | COMITE - DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.5 | Medir el Desempeño de los Procesos | 11 | JEFATURA - COMITE - DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.0 | Desarrollo de la Aplicación | 61 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.2 | Desarrollo, Prueba y Afinamiento de la Aplicación | 58 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.3 | Aprobación de la Aplicación | 3 | JEFATURA - COMITE - DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.0 | Lanzamiento de la Aplicación | 130 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.1 | Inicio Campaña Social Media | 4 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.2 | Realización Primer Evento AppeloTea | 1 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.3 | Realización Segundo Evento AppeloTea | 2 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.4 | Realización Tercer Evento AppeloTea | 1 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.5 | Realización Tercer Evento AppeloTea | 2 | JEFATURA - COMITE | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.6 | Revisión Resultados Primer Semestre | 3 | DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.7 | Revisión Plan de Trabajo 2020 | 4 | JEFATURA - COMITE - DIRECCION | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Oferta

En la actualidad, no existen aplicaciones que permitan realizar la identificación de canchas disponibles y reserva online. Por un lado, existen webs que ofrecen el alquiler a través de depósitos o transferencia; y Canchas que cuentan con su propia página web para la reserva virtual. Las aplicaciones actuales solo son informativas pues tampoco ofrecen información de la disponibilidad en tiempo real. De esta manera, Appelotear unifica todos los beneficios de la tecnología en una única aplicación.

| MATRIZ PERFIL COMPETITIVO | | | | | | | |
|---------------------------|----------|------------|-------------|----------|-------------|--------------|-------------|
| FACTOR CRÍTICO ÉXITO | Peso | APPELOTEAR | | PICHANGA | | CANCHAS PERÚ | |
| | | Rating | Puntaje | Rating | Puntaje | Rating | Puntaje |
| Participación Mercado | 0.15 | 0 | 0 | 1 | 0.15 | 3 | 0.45 |
| Calidad de Servicio | 0.2 | 2 | 0.4 | 2 | 0.4 | 3 | 0.6 |
| Precio | 0.05 | 2 | 0.1 | 2 | 0.1 | 2 | 0.1 |
| Fidelización | 0.05 | 3 | 0.15 | 2 | 0.1 | 2 | 0.1 |
| Promoción | 0.15 | 3 | 0.45 | 2 | 0.3 | 2 | 0.3 |
| Publicidad | 0.15 | 3 | 0.45 | 2 | 0.3 | 2 | 0.3 |
| Plataforma | 0.25 | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 2 | 0.5 |
| TOTAL | 1 | | 2.55 | | 1.85 | | 2.35 |

Fuente: Elaboración propia

Directos: Web Canchas Perú (Web para el alquiler de canchas deportivas a través de depósito o transferencia en cuenta de ahorros).

Indirectos: Aplicación Reva, Aplicación Pichanga, Canchas de Fútbol (Virtual o Presencial).

Potenciales: Personas o Empresas interesadas en lanzar una aplicación con características similares.

4.2 Demanda

- **Objetivo:** Como objetivo general del presente trabajo, tenemos la creación del aplicativo que ayude a facilitar la gestión de reserva de canchas deportivas.
- **Metodología:** El método de investigación que utilizaremos para desarrollar el tema elegido será el diseño de **investigación exploratoria**, que parte desde el problema hasta llegar a las conclusiones; también aplicaremos la **investigación descriptiva** que nos ayudará a identificar las características de una población, proceso social, económico, ambiental, político o cultural, así como un lugar; esto nos permitirá obtener resultados significativos que puedan contribuir a nuestra investigación. Utilizaremos dos enfoques importantes, el primero, el cualitativo, en base a los instrumentos de observación y entrevistas no estructuradas; en segundo lugar, utilizaremos el enfoque cuantitativo, a través de la elaboración de encuestas para recopilar y analizar los datos que nos ayudarán a la determinación de aspectos de nuestro estudio.

Resultados: Hemos podido identificar que si bien es cierto el Perú ha tenido una economía estática durante los últimos meses, el mercado ha empezado a moverse de forma satisfactoria, esperando que alcance un 2.7% de crecimiento según los expertos.

- **Interpretación y proyección:** Encontramos un nicho de mercado desatendido y en constante crecimiento, referente a las personas que actualmente realizan deporte y por falta de tiempo no pueden realizar las gestiones para sus diferentes eventos.

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas MEF


Siete factores a tener en cuenta para la economía en el 2020, según Apoyo Consultoría. Recuperado el 09 de diciembre del 2019 de: <https://gestion.pe/economia/7-factores-a-tener-en-cuenta-para-la-economia-en-el-2020-segun-apoyo-consultoria-noticia/>

CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

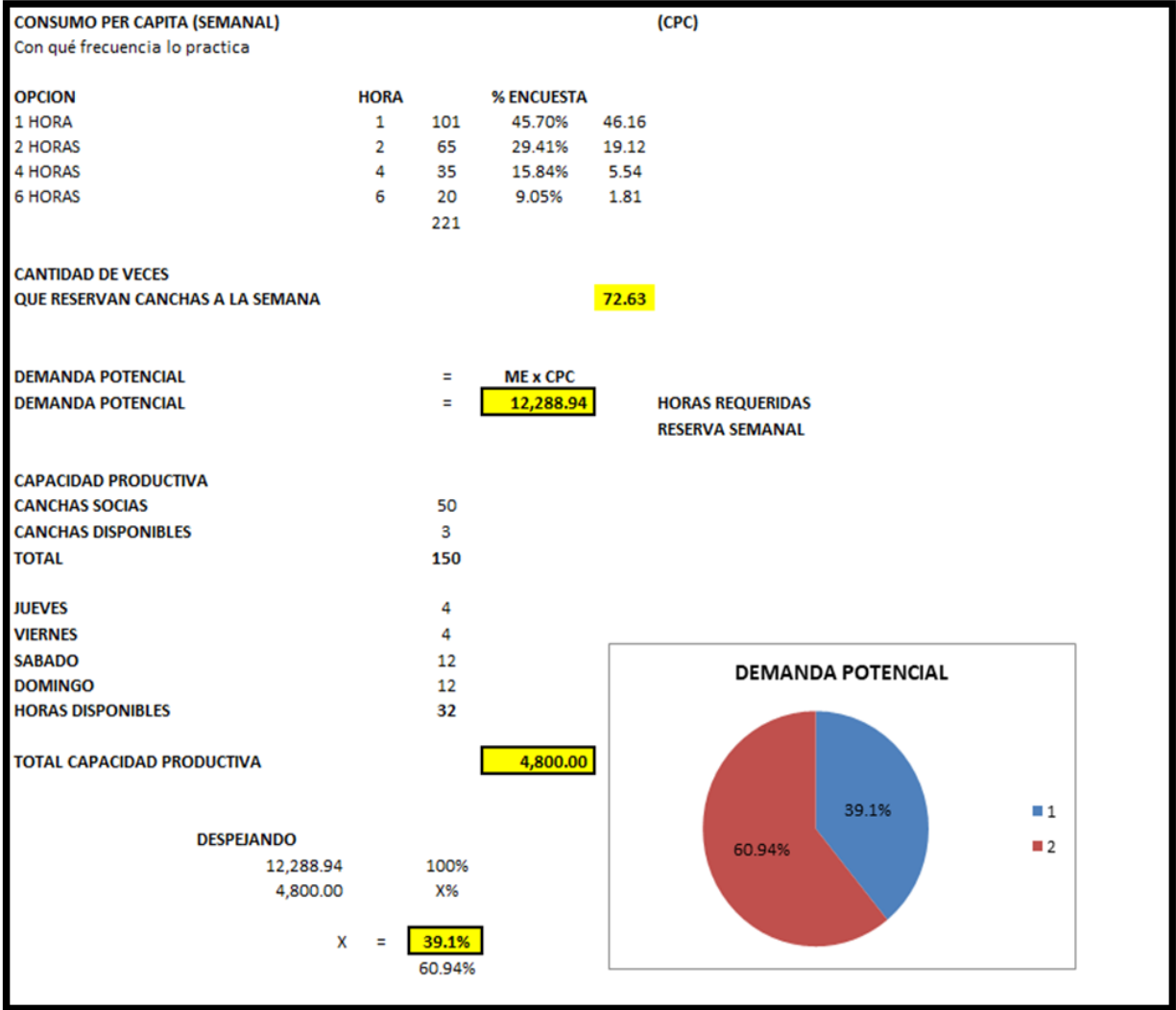
5.1 Mercado (características y segmentación)

| <u>VARIABLE</u> | PUBLICO OBJETIVO (TARGET) |
|---------------------|--|
| <u>DEMOGRÁFICA</u> | <ul style="list-style-type: none"> - Género: Masculino - Edad: 18 a 45 años - Nivel Socio Económico: B - Nivel de estudios: Técnico-Superior - Estado civil: Sin excepción - Raza: Sin excepción - Nacionalidad: Sin excepción |
| <u>GEOGRÁFICA</u> | <ul style="list-style-type: none"> - Región o País: Perú. - Ciudad: Lima - Distritos: La Molina, San Borja, Lince, Santiago de Surco, San Miguel, Surquillo. |
| <u>PSICOGRÁFICA</u> | <ul style="list-style-type: none"> - Estrato Socioeconómico: Clase media - Estilo de vida : Hombres deportistas |
| <u>CONDUCTUAL</u> | <ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia de consumo: Con frecuencias semanal y mensual. |

Fuente: Elaboración propia

| POBLACION | | % EDAD | | | | | | |
|-----------------|------------|--------|--|---|----------------|---|--------------|------------|
| DISTRITO 1 | 170,300.00 | 10% | 17,030.00 | N= | 146,860 | N < | 1 000,000.00 | |
| DISTRITO 2 | 107,800.00 | 15% | 16,170.00 | P= | 0.94 | % Aceptación | | |
| DISTRITO 3 | 59,600.00 | 15% | 8,940.00 | Q= | 0.06 | % Rechazo | | |
| DISTRITO 4 | 360,500.00 | 15% | 54,075.00 | D= | 0.03 | Error de muestra | | |
| DISTRITO 5 | 122,900.00 | 25% | 30,725.00 | Z= | 1.96 | (95%) Factor de Confianza del Estudio | | |
| DISTRITO 6 | 99,600.00 | 20% | 19,920.00 | | | | | |
| | | | 146,860.00 | | | | | |
| | | | | $n = \frac{(Z)^2 \times P \times Q \times N}{[(D)^2 \times (N - 1)] + [(Z)^2 \times P \times Q]}$ | |  | | n = 240.96 |
| TIPO | | | | | | | | |
| GRASS SINTETICO | 170 | 1) | MERCADO POTENCIAL POR SEGMENTO | | | | 241 | |
| LOSA | 28 | | | | | | | |
| CANCHA PUBLICA | 21 | | | | | | | |
| CALLE | 2 | 2) | MERCADO POTENCIAL POR HABITO DE COMPRA | | | | 185.4 | |
| | 221 | | En qué tipo de cancha practica su deporte favorito | | | | | |
| | | | GRASS SINTETICO | LOSA | CANCHA PUBLICA | CALLE | | |
| | | | 77% | 13% | 10% | 1% | | |
| | | 3) | MERCADO DISPONIBLE | | | | 169 | |
| | | | ¿Le interesaría poder reservar y hacer sus pagos en línea por las canchas deportivas? | | | | | |
| SI | 220 | | SI | NO | | | | |
| NO | 21 | | 91.29% | 8.71% | | | | |
| | 241 | | | | | | | |
| | | 4) | MERCADO EFECTIVO | | | | 169 | |
| | | | EN ESTE CASO LAS TARIFAS DEPENDEN DE LOS PROPIETARIOS DE LAS CANCHAS DEPORTIVAS ADEMÁS, ESTAMOS CONSIDERANDO USUARIOS QUE YA PAGAN UNA TARIFA PROMEDIO. EL IMPACTO DEL ESTUDIO ES SOBRE LA FACILIDAD EN LA FORMA DE PAGO | | | | | |

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

MODELO DE ENCUESTA

1. ¿Practica usted algún deporte?

Sí No

2. ¿Qué deporte practica?

Fútbol Básquet Vóley Otro especifique

3. ¿Con que frecuencia lo practica?

1 hora/semana 2 horas/semana 4 horas/semana 6 horas/semana

4. ¿En qué horario suele practicar su deporte favorito?

Antes de las 10:00 am De 10:00 am a 01:00 pm De 01:00 pm a 05:00 pm

De 5:00 pm a 08:00 pm De 08:00 pm a más

5. ¿En qué distrito practica?

Zona Centro Zona Este Zona Norte Zona Oeste Zona Sur

6. ¿En qué tipo de lugar practica su deporte favorito?

Cancha Grass Sintético Losa Otro Especifique _____

7. ¿Cómo realiza su reserva?

Vía telefónica Presencial

8. ¿Realiza pagos y/o compras online?

Sí No

9. Si su respuesta fue "Fútbol/Básquet/Vóley", ¿Le interesaría reservar y pagar en línea por las canchas deportivas?

Sí No

10. ¿Cuántas horas por semana alquila canchas deportivas?

1 hora/semana 2 horas/semana 4 horas/semana 6 horas/semana

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar adicionalmente por el servicio de una aplicación, que le permita realizar la reserva en línea de las canchas deportivas?

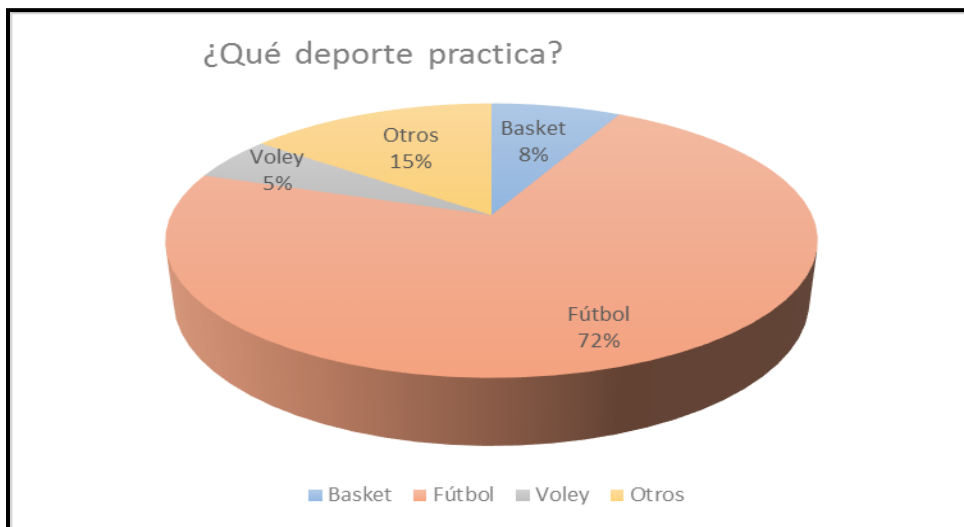
3-5 Soles 6-9 Soles 10-12 Soles 13 a más Soles No pagaría

ENCUESTA



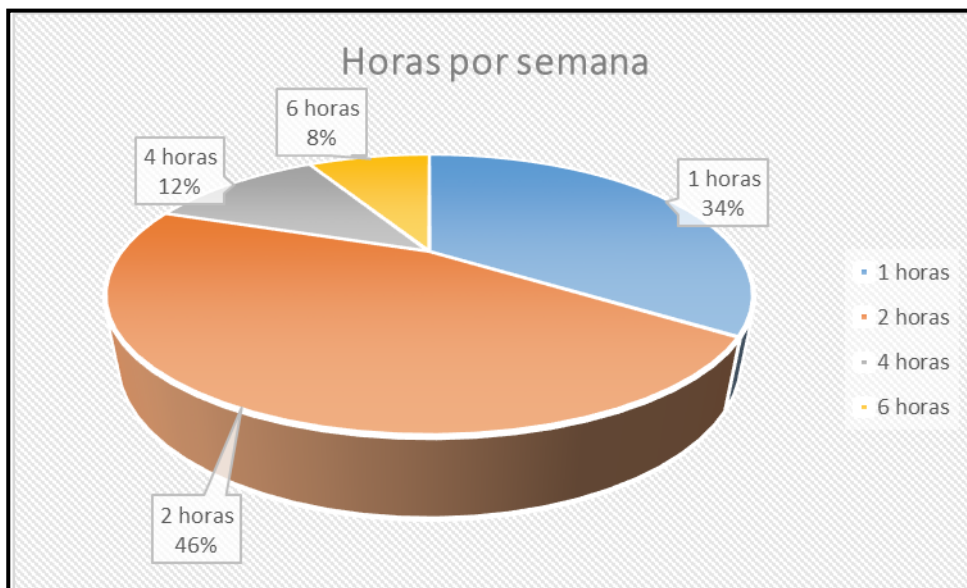
Conclusión: Se puede apreciar que el 99% de los encuestados, practica algún deporte y el 1% restante, no lo hace.

Fuente: Elaboración Propia

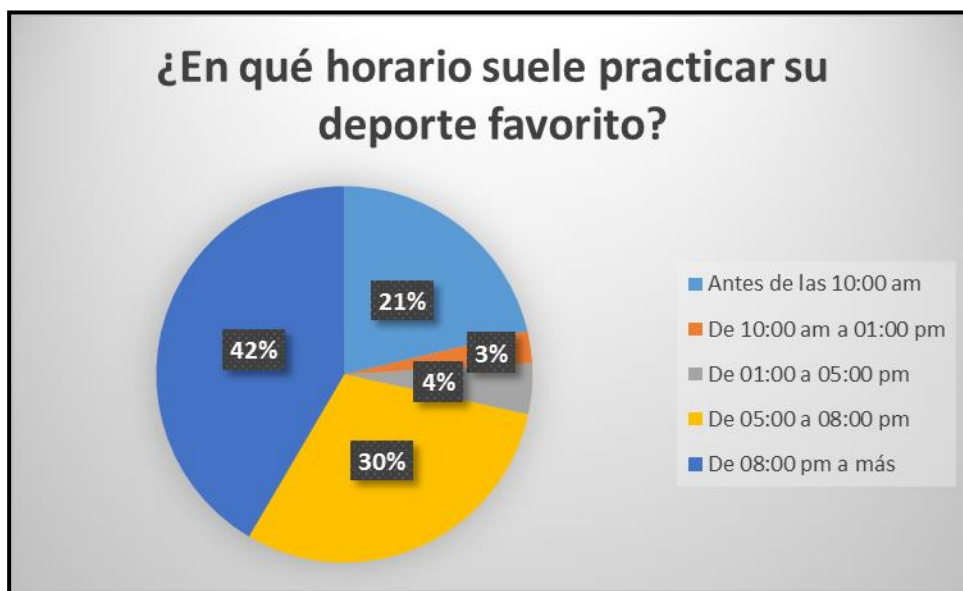


Conclusión: podemos notar que el 72% de los encuestados practican el fútbol, el 13%, practican otros deportes y el 8% de los encuestados practican básquet. Podemos determinar que la mayoría de nuestro público encuestado practica fútbol, con un 72% de preferencia.

Fuente: Elaboración Propia

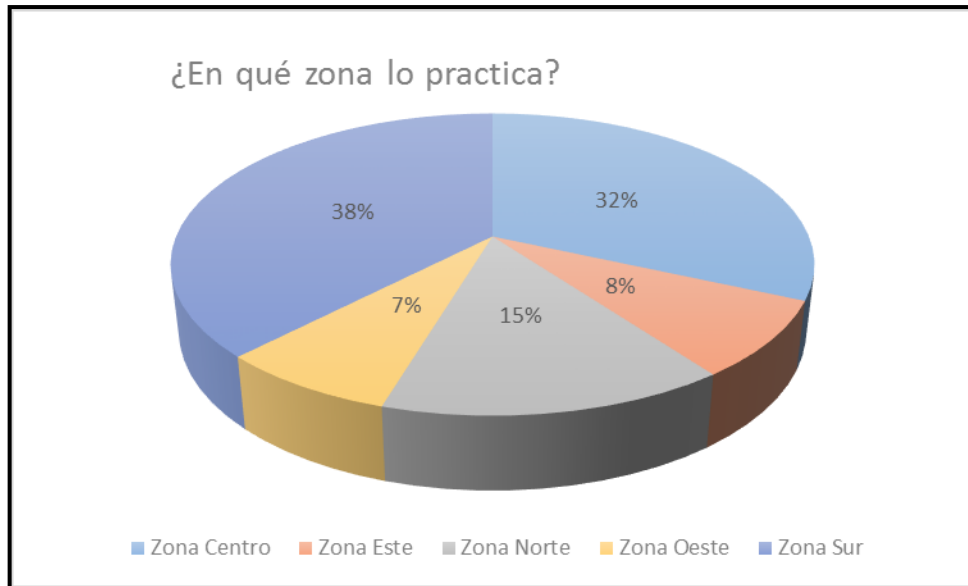


Conclusión: Se puede apreciar que 46% de los encuestados practica su deporte preferido 2 horas por semana, aproximadamente, el 34%, lo hace por 1 hora semanal y el 8% por 6 horas semanales. En promedio, podemos determinar que los encuestados practican su deporte preferido en un periodo de 2 horas a la semana.

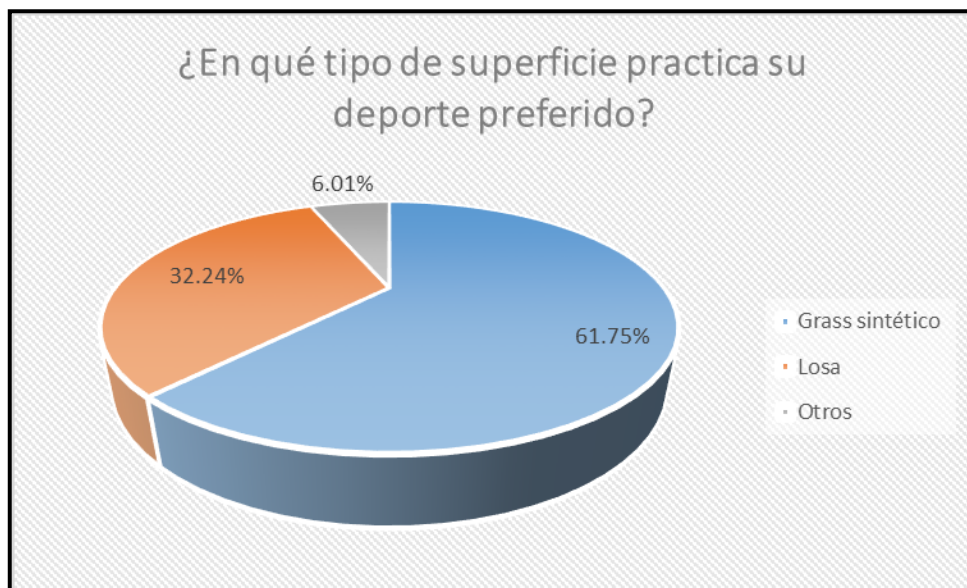


Conclusión: Se puede apreciar que 42% de los encuestados practica su deporte preferido a partir de las 8pm, el 30%, lo hace entre las 5 y 8pm y el 21%, antes de las 10 de la mañana. Podemos determinar, que la mayoría de la gente practica su deporte a partir de las 8pm.

Fuente: Elaboración Propia



Conclusión: Podemos notar que el 38% de los encuestados, practican sus deportes preferidos en la zona Sur de Lima, el 32%, en la zona Centro y el 15% de los encuestados en la zona Norte.



Conclusión: Se puede apreciar que 62% de los encuestados practica su deporte preferido, en canchas de Grass sintético, el 32%, lo hace en Losa y el 6% restante, lo hace en otras superficies.

Fuente: Elaboración Propia

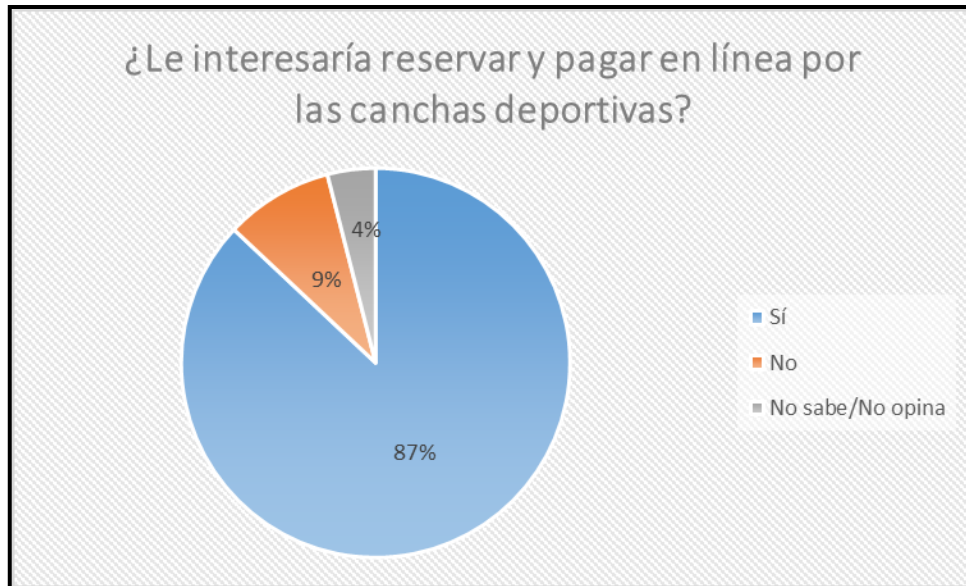


Conclusión: Podemos notar que el 68% de los encuestados realiza la reserva de los campos deportivos, vía presencial y el 32% restante, las realiza, vía telefónica.

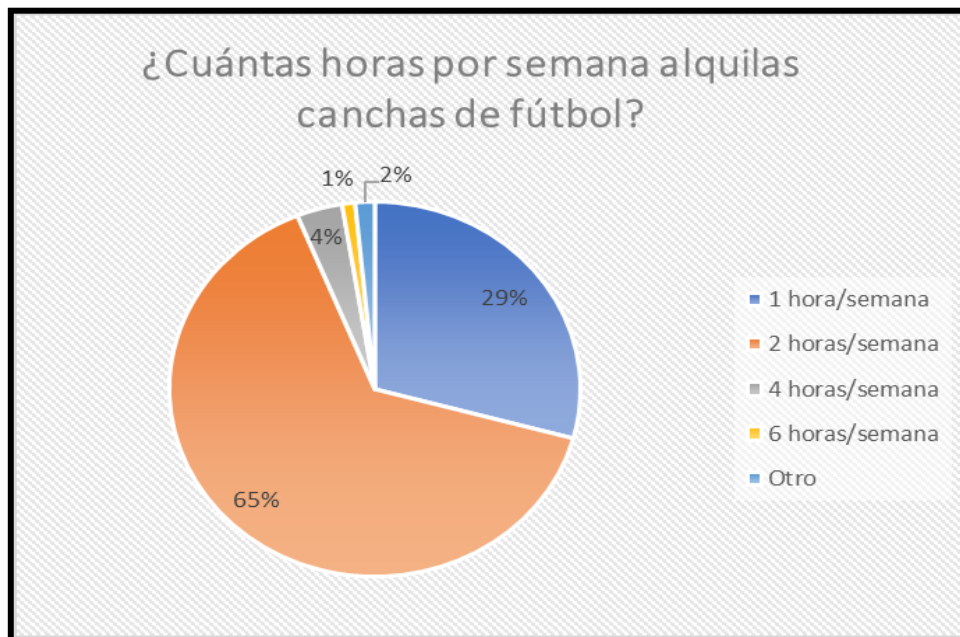


Conclusión: Podemos notar que el 80% de los encuestados realiza compras online, mientras 20% restante, no usa este método de compras.

Fuente: Elaboración Propia

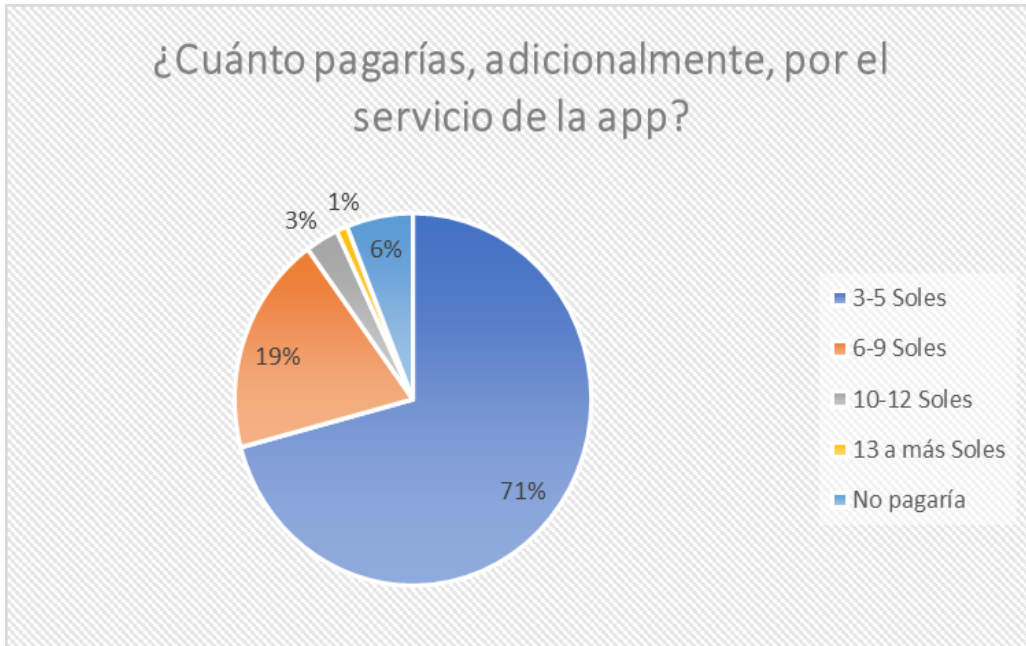


Conclusión: Nos indica que el 87% de los encuestados estaría interesado en realizar la reserva y pago de las canchas deportivas por una aplicación, un 9% indica que no lo estaría y el 4% indica que no puede opinar al respecto.



Conclusión: Notamos que el 65% de los encuestados que practican fútbol, alquila canchas de fútbol/fulbito 2 horas por semana, un 29%, 1 hora por semana y el 4%, 4 horas por semana.

Fuente: Elaboración Propia



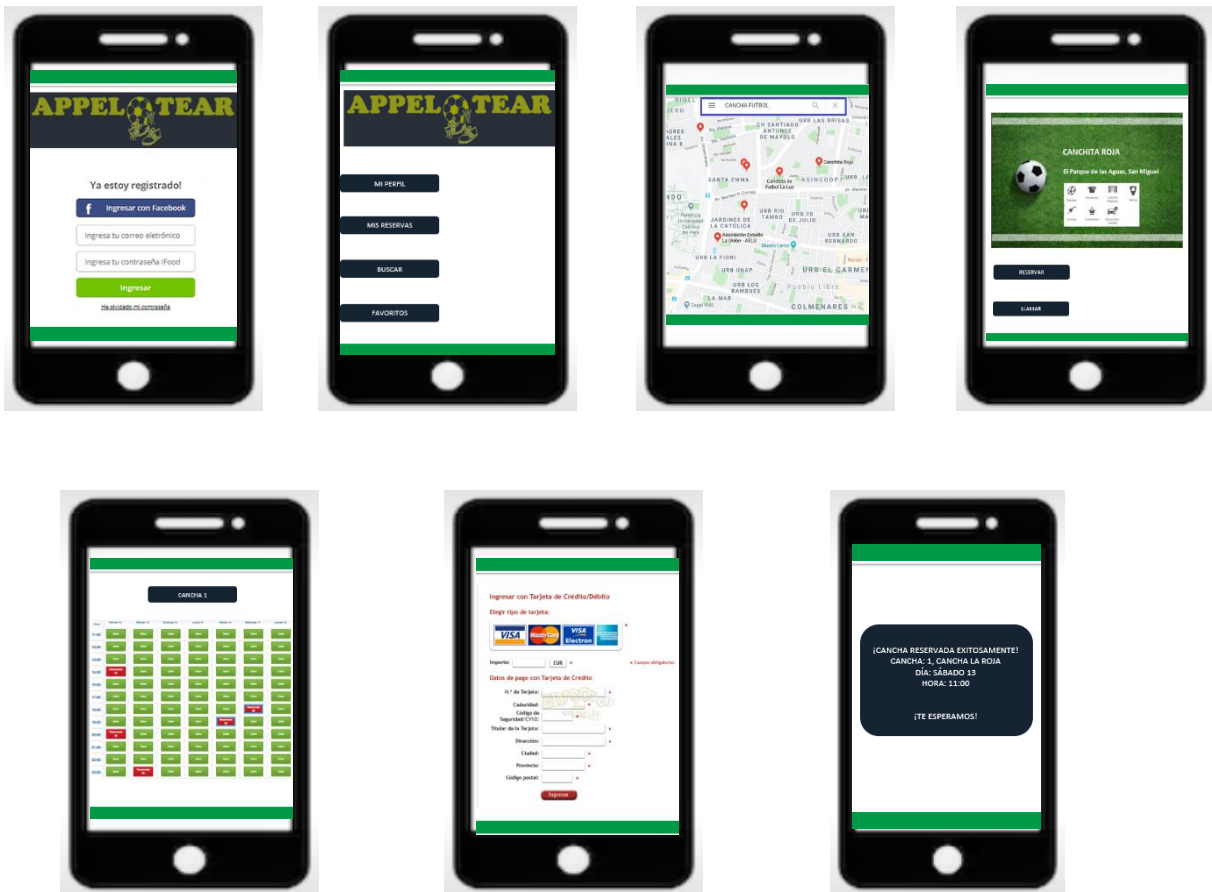
Conclusión: De acuerdo con este gráfico, verificamos que el 71% de los encuestados pagarían, por el servicio de la aplicación, el monto adicional, de entre 3 a 5 Soles, el 19%, pagaría un adicional entre 6 y 9 Soles y el 6% no pagaría por el servicio

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Marketing Mix

PRODUCTO: Aplicación que permite la ubicación y reserva online de canchas de fútbol a través de geolocalización; además de acceder al detalle de los servicios brindados (estacionamiento, duchas, etc.). Descarga gratuita a través de Play Store y App Store para Android y IOS, respectivamente. Registro gratuito mediante Facebook o Gmail.

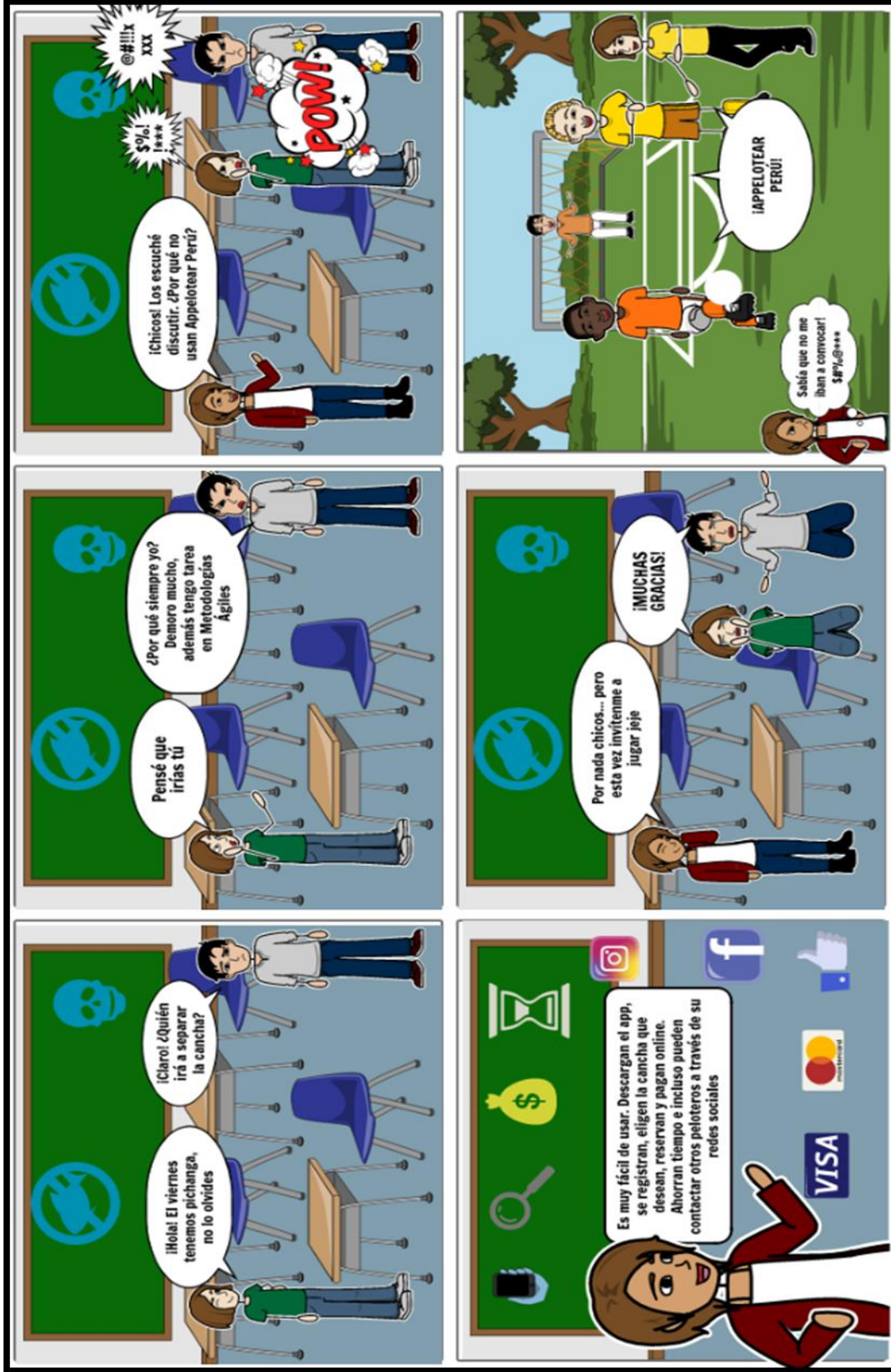
PROTOTIPO



Fuente: Elaboración Propia

Como hacer un plan de marketing para su app. Recuperado el 28 de agosto del 2020 de: <https://rankmyapp.com/es/negocio/planificacion-de-marketing-para-una-app-que-hacer-y-como-empezar/>

STORYBOARD: APPELOTEAR PERÚ



Fuente: Elaboración Propia

PRECIO: Al ser una Aplicación intermediaria entre los usuarios y las canchas deportivas, el precio está determinado por estos y varía según el distrito y los servicios adicionales que los locales ofrezcan. Se cobrará un recargo de S/.5.00 por el uso de la plataforma y la reserva. Las canchas de fútbol están diseñadas para eventos a partir de 6 versus 6, es decir para un mínimo de 12 jugadores por lo cual el impacto sería de S/.0.41 por persona.

PLAZA: Al ser un servicio virtual no contamos con una plaza física. Toda transacción se realizará a través de nuestra Aplicación, las 24 horas del día, los 365 días del año. Asimismo, las canchas corresponden a sus respectivos propietarios, es decir, nuestros socios estratégicos. Utilizando geolocalización se mostrarán las canchas disponibles en el distrito o lugar elegido.

PROMOCIÓN:

Se procederá a crear un aplicativo que permite tener la ubicación y reserva online de canchas de fútbol a través de geolocalización; además de acceder al detalle de los servicios brindados (estacionamiento, duchas, etc.). Descarga gratuita a través de Play Store y App Store para Android y IOS, respectivamente.

Registro gratuito mediante Facebook o Gmail.

Link:

<https://drive.google.com/file/d/1MupHzaaxxnCGMNaxAOwgahL7u2uINFJU/view?usp=drivesdk>

¿Cuál es el propósito de tener presencia en redes sociales?

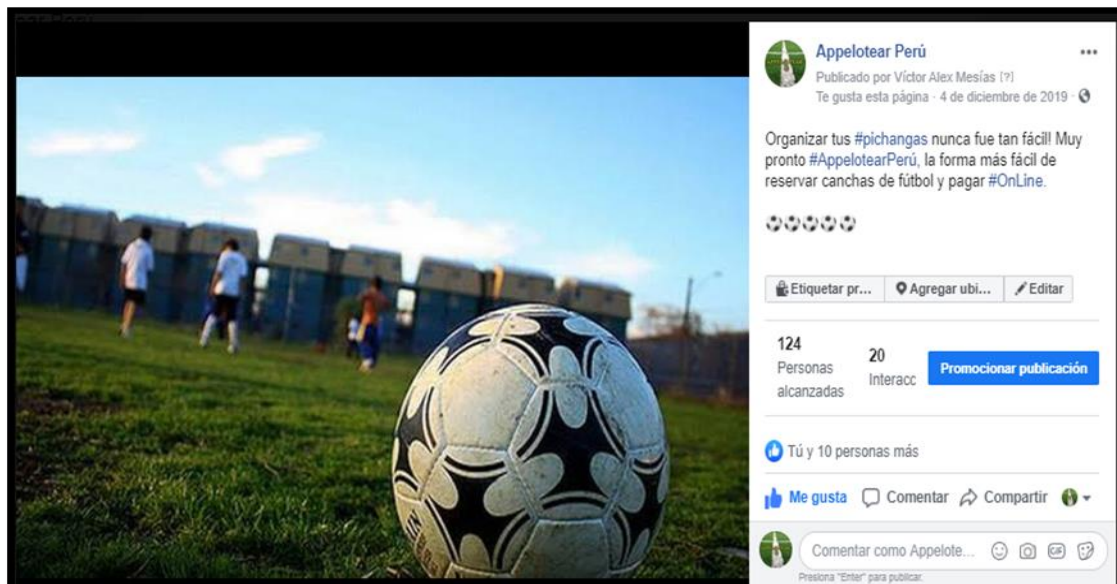
Nuestro propósito de tener presencia en las redes sociales es muy importante para *APPELOTEAR PERÚ*, debido a que podemos tener contacto directo con nuestro público y poder convencer a los potenciales clientes de nuestra propuesta de negocio, a través de nuestros contenidos informativos sobre nuestros servicios tener un plan de publicidad para dar a conocer nuestra marca, generar contenido para poder elevar nuestro posicionamiento frente a la competencia.

FAN PAGE E INSTAGRAM

La página de Facebook, será utilizada para las publicaciones de los temas de interés y promociones de nuestros servicios, podremos generar foros de consultas de nuestros clientes ante cualquier inquietud y/o asesoramiento del uso de nuestro aplicativo.



Fuente: Elaboración Propia



Plan – Desarrollo De Estrategias

- Organización Eventos: “Copa Appelotear”
- Social Media
- Emailing
- Publicidad SMS

| CAMPAÑA DE LANZAMIENTO | |
|--------------------------|--------------------|
| COSTO INFLUENCERS | S/ 1,500.00 |
| SORTEO HORAS | S/ 1,000.00 |
| FACEBOOK | S/ 700.00 |
| GOOGLE ADS | S/ 300.00 |
| TOTAL | S/ 3,500.00 |

| CAMPAÑA DE MARKETING | |
|--------------------------|--------------------|
| COSTO INFLUENCERS | S/ 500.00 |
| SORTEO HORAS | S/ 200.00 |
| FACEBOOK ADS | S/ 300.00 |
| TOTAL | S/ 1,000.00 |

| Fecha | Publicación | Tipo | Segmentación | Alcance | Participación | Promocionar |
|---------------------|-----------------------------------|------|--------------|---------|---------------|---|
| 21/01/2020 15:48 | #Peloteros, continuamos | 📎 | 🌐 | 106 | 18 13 | Promocionar publicación |
| 09/12/2019 10:51 | Si a nuestro #goleador | 📎 | 🌐 | 190 | 7 10 | Promocionar publicación |
| 09/12/2019 08:37 | #Pelotero, empezamos una | 📎 | 🌐 | 98 | 3 5 | Promocionar publicación |
| 08/12/2019 23:09 | No pudo con la altura. | 📎 | 🌐 | 128 | 12 7 | Promocionar publicación |
| 08/12/2019 14:18 | "Domingo por la tarde. Almorzar y | 📎 | 🌐 | 94 | 1 2 | Promocionar publicación |

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Formulación estratégica ANSOFF.



Fuente: Elaboración Propia

5.4 Proyección de ventas

Para la Proyección de ventas se han identificado un total de 110 canchas deportivas disponibles en los distritos con mayor número de canchas. Para ello hemos elaborado un cuadro con las principales canchas registradas en las plataformas vigentes y entrevistado a los propietarios acerca de nuestra propuesta.

| ITEM | DISTRITO | TOTAL CANCHAS | DISPONIBILIDAD |
|------|------------------------|---------------|----------------|
| 1 | SURCO | 20 | 35 |
| 2 | SURQUILLO | 8 | 22 |
| 3 | LINCE | 10 | 18 |
| 4 | SAN BORJA | 11 | 12 |
| 5 | SAN MIGUEL | 10 | 12 |
| 6 | LA MOLINA | 5 | 11 |
| 7 | JESUS MARIA | 6 | 10 |
| 8 | MIRAFLORES | 5 | 9 |
| 9 | LA VICTORIA | 2 | 9 |
| 10 | CHORRILLOS | 4 | 9 |
| 11 | SAN JUAN DE LURIGANCHO | 5 | 7 |
| 12 | BREÑA | 4 | 7 |
| 13 | LIMA | 3 | 7 |
| 14 | PUEBLO LIBRE | 5 | 7 |
| 15 | LOS OLIVOS | 4 | 7 |
| 16 | SAN ISIDRO | 4 | 6 |
| 17 | ATE | 4 | 6 |
| 18 | COMAS | 2 | 5 |
| 19 | PUENTE PIEDRA | 2 | 4 |
| 20 | RIMAC | 3 | 4 |

| DISTRITO | CANCHAS | WEB | FANPAGE | PAGO/RESERVA ONLINE | SERVICIO APPELOTEAR |
|------------|---------------|-----|---------|---------------------|---------------------|
| SURCO | FUTBOL CENTER | NO | NO | NO | SÍ |
| SURQUILLO | LA DIEZ | NO | SI | NO | SÍ |
| LINCE | CLUB MARACANA | NO | NO | NO | SÍ |
| SAN BORJA | LOS LEONES | NO | SI | NO | SÍ |
| SAN MIGUEL | LA CANCHITA | NO | NO | NO | SÍ |
| LA MOLINA | LA ROTONDA | NO | SI | NO | SÍ |

De igual manera, de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada se considerarán los días con mayor afluencia viernes (2 horas), sábados (8 horas) y domingos (4 horas); obteniéndose un total de 14 horas semanales y 56 horas al mes. También se tomará en cuenta el porcentaje de personas que practican el deporte Fútbol (72.40%) y el porcentaje de personas que están de acuerdo en realizar sus reservas a través de un App (87%), obteniéndose un total de 62.99%

| | |
|------------|-------|
| CANCHAS | 110 |
| HORAS | 56 |
| PORCENTAJE | 63% |
| TOTAL | 3,880 |

| PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| VENTAS TOTALES | | | | | | | | | | | | | |
| | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | AÑO 1 |
| VENTAS EN PAQUETES | 3,880 | 3,905 | 3,930 | 3,955 | 3,981 | 4,006 | 4,032 | 4,058 | 4,084 | 4,111 | 4,137 | 4,164 | 48,243 |

Para la proyección anual se ha considerado un incremento anual en el número de ventas del 8%.

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| VENTAS EN PAQUETES | 48,243 | 52,103 | 56,271 | 60,773 | 65,635 |
| TOTAL DE VENTAS | 48,243 | 52,103 | 56,271 | 60,773 | 65,635 |

La industria del deporte se enfría. Recuperado el 17 de octubre del 2020 de: <https://gestion.pe/mundo/la-industria-del-deporte-se-enfria-noticia/>

CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO

6.1 Localización de la empresa

Para la ubicación de la empresa *APPELOTEAR PERÚ* se están considerando 3 zonas tentativas.

Los factores que se han tomado en cuenta son: los costos de alquiler, la cercanía a las canchas, usuarios potenciales, disponibilidad de locales, seguridad y accesibilidad.

Asimismo, se ha determinado darles 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

| UBICACIÓN | | | | | | | |
|----------------------------------|---------------|-----------|-----------|-------|-----------|-----------------|-----------|
| FACTORES | ALTERNATIVAS | | | | | | |
| | PESO RELATIVO | SAN BORJA | | LINCE | | CERCADO DE LIMA | |
| | | PESO | PONDERADO | PESO | PONDERADO | PESO | PONDERADO |
| Costos de alquiler | 30% | 3 | 0.9 | 5 | 1.5 | 4 | 1.2 |
| Cercanía a las canchas | 20% | 3 | 0.6 | 4 | 0.8 | 3 | 0.6 |
| Disponibilidad de locales | 20% | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 |
| Seguridad | 15% | 4 | 0.6 | 4 | 0.6 | 2 | 0.3 |
| Accesibilidad | 15% | 2 | 0.3 | 4 | 0.6 | 3 | 0.45 |
| Totales | 100% | | 3.40 | | 4.50 | | 3.55 |

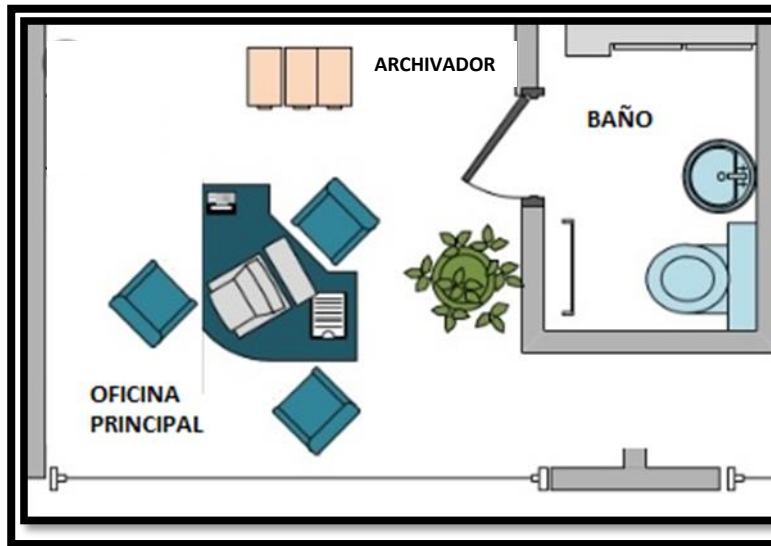
Después de realizar la matriz de localización, podemos determinar que el distrito más óptimo, para el desarrollo de nuestras actividades, es el distrito de Lince, con un ponderado de 4.50.

Fuente: Elaboración Propia

6.2 Tamaño del negocio

Al ser una empresa de gestión el espacio se utilizará para la oficina principal, en una mesa de trabajo en donde los ejecutivos puedan interactuar constantemente. Esto permitirá agilizar gestiones, así como aplicar mejora continua. El local de 30 m² también contará con un kitchen y servicios higiénicos debidamente acondicionados.

- ✓ Oficina principal
- ✓ Kitchen
- ✓ Baño



Fuente: Elaboración Propia

6.3 Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima).

Nuestro producto es un intermediario entre el proveedor (dueños de los campos deportivos) y los clientes finales (usuarios que utilizan los campos deportivos), por ende, no necesitamos de maquinaria o equipos.

INVERSIÓN PARA DESARROLLO DE PRODUCTO (App):

- Presupuesto creación de la APP:
Concepto, desarrollo wireframes, diseño ux/ui, programación, testing y publicación:
S/. 50,000.00 (cincuenta mil soles).
- Costo de mantenimiento: (anual): S/. 1,200. (mil doscientos soles)
- Costo de implementación de una oficina administrativa de **Appelotear**.
- A continuación, se muestra una tabla de Activos Fijos, donde se puede apreciar el costo unitario y el costo total; teniendo un total de activo fijo de S/. 11,030.00.

| APPELOTEAR | | | | |
|-------------------------------------|-----------------------|-----------------|--------------------|---------------------|
| INVERSIÓN GENERAL | | | | |
| 1. INVERSIÓN FIJA / TANGIBLE | | | | S/ 11,030.00 |
| EQUIPOS | | | | S/ 8,700.00 |
| | Valor Unitario | Cantidad | Valor total | |
| | | | S/ - | |
| | | | S/ - | |
| Impresora | S/ 300.00 | 1 | S/ 300.00 | |
| Laptop | S/ 1,800.00 | 3 | S/ 5,400.00 | |
| Celulares | S/ 600.00 | 5 | S/ 3,000.00 | |
| MUEBLES | | | | S/ 1,650.00 |
| | Valor Unitario | Cantidad | Valor total | |
| Escritorios | S/ 450.00 | 2 | S/ 900.00 | |
| Sillas | S/ 150.00 | 3 | S/ 450.00 | |
| Archivador | S/ 300.00 | 1 | S/ 300.00 | |
| OTROS ACTIVOS | | | | S/ 680.00 |
| | Valor Unitario | Cantidad | Valor total | |
| Útiles de oficina | S/ 250.00 | 1 | S/ 250.00 | |
| Extintor | S/ 100.00 | 1 | S/ 100.00 | |
| Camara de vigilancia | S/ 300.00 | 1 | S/ 300.00 | |
| Botiquin | S/ 30.00 | 1 | S/ 30.00 | |

Fuente: Elaboración Propia

6.4 Costos (directos e indirectos)

GASTOS OPERATIVOS MENSUALES

GASTOS ADMINISTRATIVOS S/ 6,265.33

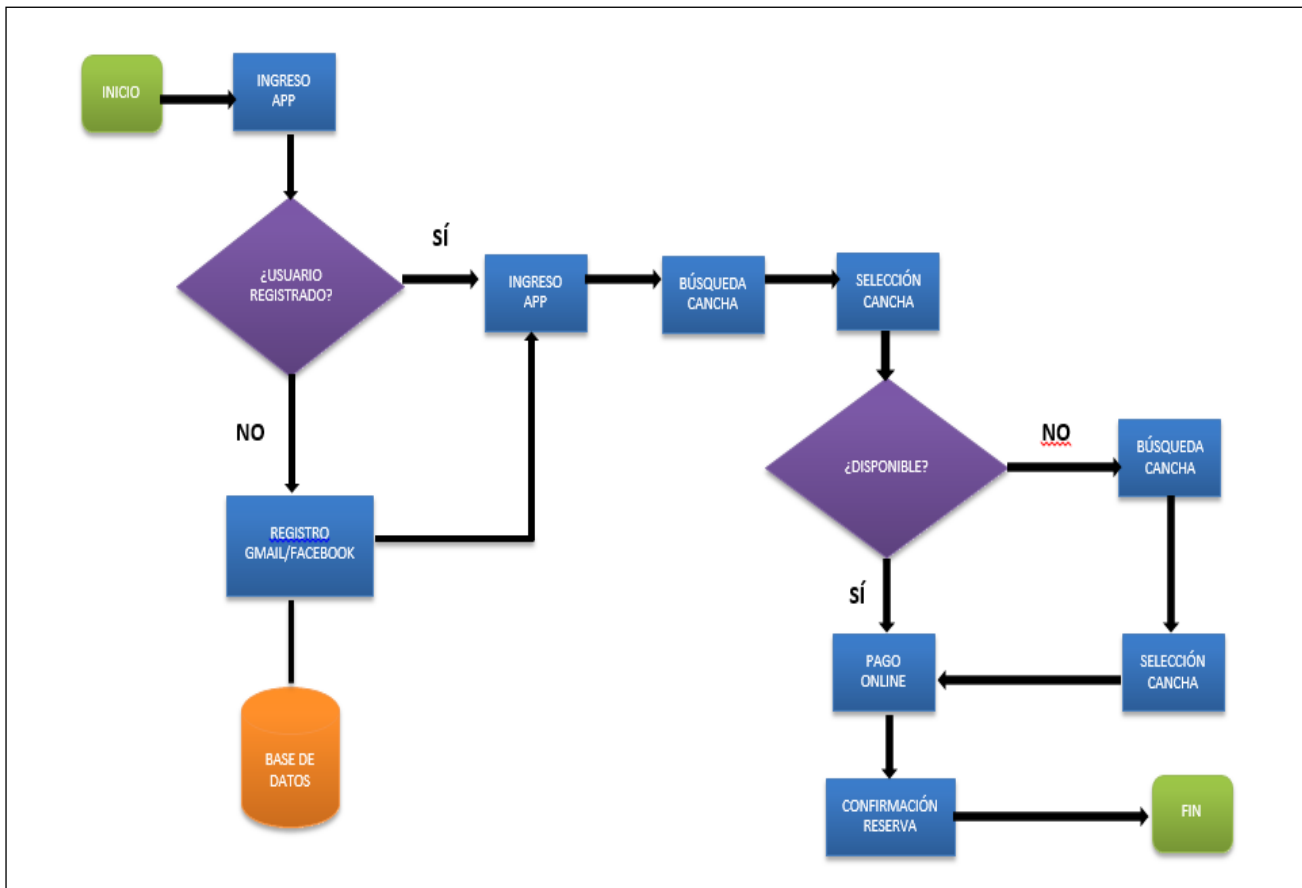
| | | |
|---|----|----------|
| ALQUILER DEL LOCAL | S/ | 500.00 |
| PLANILLA ADMINISTRATIVA | S/ | 4,775.33 |
| SERVICIOS (LUZ, AGUA, INTERNET, TELÉFONO) | S/ | 320.00 |
| LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOCAL | S/ | 120.00 |
| CONTADOR EXTERNO | S/ | 350.00 |
| MOVILIDAD ADMINISTRATIVA | S/ | 200.00 |
| | | |

GASTOS DE VENTAS S/ 4,288.00

| | | |
|------------------------|----|----------|
| PLANILLA DE VENTAS | S/ | 2,262.00 |
| MARKETING Y PUBLICIDAD | S/ | 1,000.00 |
| HOSTING Y PLATAFORMA | S/ | 1,026.00 |

Fuente: Elaboración Propia

6.5 Proceso de producción u operación (diagrama de flujo).



Fuente: Elaboración Propia

6.6 Certificaciones necesarias.

APPELOTEAR PERÚ es un aplicativo que busca ser reconocido por grandes estándares de calidad en el mercado por lo cual existe una empresa llamada VAS consulting quien ha creado un protocolo formal de certificación de aplicaciones móviles utilizando estándares de calidad reconocidos además de todos los elementos de QA del sistema operativo Android que nos permiten categorizar las funciones de una aplicación y definir los procesos críticos de cada una de ellas, asegurándonos de su correcto funcionamiento, considerando la fragmentación de teléfonos móviles del mercado y el uso correcto de todos los recursos del teléfono, en donde la meta final será siempre asegurar la mejor experiencia del usuario.

Diagrama de flujo. Recuperado el 17 de julio del 2019 de: <https://www.emprender-facil.com/diagrama-de-flujo-organiza-informacion/>

6.7 Impacto en el medio ambiente.

En cuanto a la aplicación que manejamos para *APPELOTEAR PERÚ*, son numerosas las publicaciones en prensa que relacionan las nuevas tecnologías con su gran impacto en el medio ambiente. Pero como en muchos otros casos, los elementos y dispositivos electrónicos no tienen ninguna relación con la contaminación o las malas prácticas, sino la conciencia de la población que hace uso y comercio de estas tecnologías. Así que por una parte podría verse la tecnología de una forma física y material, es decir, de qué materiales están compuestos los terminales, smartphones y ordenadores, y por otra parte el contenido de las aplicaciones y su impacto en la mentalidad de la sociedad que los utiliza.

Cuando hablamos de tecnologías y medio ambiente, normalmente, imaginamos gran cantidad de aparatos contaminando mediante su desintegración y su mala gestión el entorno natural. Pero tenemos que ser conscientes y concienciar de ello para poder cambiar la situación y aumentar la presión moral, incidiendo en el comportamiento de personas y empresas tecnológicas.

Materialmente, más del 90% de los componentes de un smatphone son reutilizables (58% de plástico, 17% es vidrio y 25% de otros metales). Y aunque cada año son más las empresas comprometidas con el reciclaje de sus terminales y componentes, los datos nos muestran como este proceso acaba de comenzar y que por motivos políticos y económicos la inversión en este campo es muy inferior a la recomendada por las instituciones medio ambientales. En cuanto a las canchas deportivas de grass sintético se ha 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 18 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).

CAPITULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1 Constitución de la empresa

Nuestro negocio va estar constituido como MYPE bajo el tipo de empresa S.A, donde el capital está constituido por el aporte de cada socio y ninguno de los socios tiene la obligación de responder con su patrimonio a posibles deudas de la empresa, realizaremos la gestión a través de COFIDE que brinda asesoría y capacitación, con el objetivo de promover el desarrollo empresarial.

Paso 1: Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos.

Realizaremos la reserva del nombre de nuestro negocio y logo “APPELOTEAR PERÚ” ante SUNARP.

Paso 2: Elaboración de la minuta

Procedemos a realizar la elaboración de nuestra minuta vía notarial, en la cual se incluirán los datos personales y acuerdos de los socios.

Paso 3: Elevar minuta a escritura pública

Elevar la escritura pública vía notarial, con lo cual necesitamos tener los siguientes documentos:

- ✓ La constancia o el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- ✓ Un inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- ✓ El certificado de búsqueda en SUNARP.

Paso 4: Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos

Una vez obtenida la Escritura Pública, debemos llevarla a la Oficina de Registros Públicos.

Paso 5: Obtención del número de RUC y régimen tributario

Realizaremos el registro de RUC ante SUNAT para el cumplimiento de obligaciones tributarias correspondientes, posteriormente determinaremos debemos determinar a qué régimen tributario nos vamos a acoger, en nuestro negocio aplicaría el RMT.

Paso 6: Inscribir trabajadores en ESSALUD

Registrar a los colaboradores ante el Seguro Social de Salud (ESSALUD) a través de un formulario que podemos obtener en la misma SUNAT.

Paso 7: Solicitud de licencia municipal

Por ultimo una vez realizada la creación de nuestra empresa procederemos a realizar las autorizaciones municipales correspondientes.

COSTOS

Constitución : S/ 760.00

Registros : S/ 500.00

Licencia : S/ 580.00

7.2 Obligaciones (tributarias y laborales)

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Nuestras obligaciones tributarias estarán basadas en régimen MYPE –RMT, creado para las micro y pequeñas empresas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

- ✓ Contar con los libros de registro de compras, ventas y diario de formato simplificado.
- ✓ Realizar el pago del impuesto a la renta e impuesto general a las ventas, para el primer caso, se declara y paga el 1 % de los ingresos mensuales siempre que no se supere las 300 UIT.
- ✓ Para el impuesto general a las ventas, la cifra es de 18 %. Para el impuesto a la renta anual en el RMT, la tasa es progresiva. Es decir, si la renta anual no supera las 15 UIT, es de 10 %; pero si supera este número, será de 29,5 %.
- ✓ Declaración y pago de impuestos.

OBLIGACIONES LABORALES

| Beneficios Laborales a tus trabajadores como MICROEMPRESA |
|---|
| Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV) ☺. |
| Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales. |
| Descanso semanal y en días feriados. |
| Remuneración por trabajo en sobretiempo. |
| Descanso vacacional 15 días calendarios. |
| Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración). |
| Cobertura de seguridad social en Salud a través del Seguro Integral de Salud - SIS ☺ (Incluye al titular del negocio, trabajadores y Derechohabientes ☺). |
| Cobertura Previsional, incluye un Sistema de Pensiones Sociales. |

Fuente: Sunat

Sunat, acogimiento al RMT. Recuperado el 06 de noviembre del 2020, de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6827-03-incorporacion-al-rmt>

7.3 Estructura organizacional



Fuente: Elaboración propia

7.4 Descripción de funciones

Puesto: Gerente General

Objetivo Principal:

Velar por el bienestar general de la empresa, verificando que se cumplan todos los requisitos y procesos de manera correcta, para obtener así, la mayor rentabilidad posible.

Funciones:

- Incrementar la productividad y rentabilidad de la empresa.
- Representar a la empresa ante la sociedad.
- Administrar y gestionar el negocio.
- Proponer y cumplir un plan de negocio.
- Velar por la contabilidad de la empresa.

Puesto: Coordinador de administración y logística

Objetivo Principal:

Llevar el control adecuado del uso de la aplicación, verificando el registro correcto de los usuarios, canchas y pagos, para poder brindarle, de esta manera, un buen servicio al cliente interno y externo.

Funciones:

- Supervisar las actividades diarias.
- Rendir informes mensuales con la frecuencia de uso de las canchas, por día y hora.
- Medir con indicadores, los resultados de la app.
- Realizar un inventario semanal de los equipos con los que contamos (pelotas, chalecos, conos, etc)

Puesto: Coordinador de marketing y ventas.

Objetivo Principal:

Diseñar el plan de marketing de la empresa.

Funciones:

- Definir las estrategias de marketing, para brindar promociones y ofertas a los clientes.
- Analizar los resultados de los informes brindados, por el CM.
- Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto destinado a la promoción de la app.
- Buscar y fomentar alianzas estratégicas, con empresas que tengan actividades relacionadas.

Puesto: Community Manager.

Objetivo Principal:

Posicionar la marca, así como crear un vínculo con nuevos clientes y fidelizar a los nuestros.

Funciones:

- Comunicarse de manera creativa y proactiva con los clientes
- Identificar y analizar los problemas, patrones y tendencias en las solicitudes de los clientes y el rendimiento del servicio.
- Crear contenido relevante en nuestras diferentes plataformas online.
- Establecer métricas e informar sobre ellas, incluyendo recomendaciones.
- Mantente el conocimiento actualizado de las nuevas herramientas de medios sociales, las mejores prácticas y cómo otras empresas están trabajando sus medios de comunicación online.
- Identificar a los defensores de la marca para colaborar con ellos.
- Escalar los problemas de forma proactiva, las observaciones, oportunidades y perspectivas.

Puesto: Programador Junior.

Objetivo Principal:

Apoyo en el desarrollo y mantenimiento de la App.

Funciones:

- Diseñar, construir y mantener aplicación Móvil.
- Desarrollo Móvil en Android Studio.
- Servicios Web API, WCF
- Arquitecturas orientadas a servicios JSON,API/Web Services.
- Acceso a Datos móvil. (Sqlite, SQL Server)

Emprende Pyme Organigrama funcional. Recuperado el 11 de enero del 2018 de,
<https://www.emprendepyme.net/organigrama-funcional.html>

CAPÍTULO VIII. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

8.1 Inversiones

| APPELOTEAR | | | | |
|--|---------------------------|-----------------|--------------------|------------------|
| INVERSIÓN GENERAL | | | | |
| 1. INVERSIÓN FIJA / TANGIBLE | | | S/ | 11,030.00 |
| EQUIPOS | | | S/ | 8,700.00 |
| | Valor Unitario | Cantidad | Valor total | |
| | | | S/ | - |
| | | | S/ | - |
| Impresora | S/ 300.00 | 1 | S/ | 300.00 |
| Laptop | S/ 1,800.00 | 3 | S/ | 5,400.00 |
| Celulares | S/ 600.00 | 5 | S/ | 3,000.00 |
| MUEBLES | | | S/ | 1,650.00 |
| | Valor Unitario | Cantidad | Valor total | |
| Escritorios | S/ 450.00 | 2 | S/ | 900.00 |
| Sillas | S/ 150.00 | 3 | S/ | 450.00 |
| Archivador | S/ 300.00 | 1 | S/ | 300.00 |
| OTROS ACTIVOS | | | S/ | 680.00 |
| | Valor Unitario | Cantidad | Valor total | |
| Útiles de oficina | S/ 250.00 | 1 | S/ | 250.00 |
| Extintor | S/ 100.00 | 1 | S/ | 100.00 |
| Camara de vigilancia | S/ 300.00 | 1 | S/ | 300.00 |
| Botiquín | S/ 30.00 | 1 | S/ | 30.00 |
| 2. INVERSIÓN INTANGIBLE / PRE-OPERATIVA | | | S/ | 55,930.00 |
| Constitución de empresa | S/ 760.00 | 1 | S/ | 760.00 |
| Licencia de Funcionamiento | S/ 580.00 | 1 | S/ | 580.00 |
| Registro de Indecopi | S/ 500.00 | 1 | S/ | 500.00 |
| Desarrollo de la Aplicación | S/ 50,000.00 | 1 | S/ | 50,000.00 |
| Acondicionamiento de local | S/ 500.00 | 1 | S/ | 500.00 |
| Campaña de Lanzamiento (Pre) | S/ 3,500.00 | 1 | S/ | 3,500.00 |
| Registro Play Store | S/ 90.00 | 1 | S/ | 90.00 |
| | | | S/ | - |
| 3. CAPITAL DE TRABAJO | | | S/ | 1,200.00 |
| Adelanto y garantía de alquiler | 1x1 (Adelanto y garantía) | | S/ | 1,000.00 |
| Caja inicial | | | S/ | 200.00 |
| Cobertura de Costos Fijos (Un mes) | | | S/ | - |
| | | | | |
| INVERSIÓN TOTAL | | | S/ | 68,160.00 |

Fuente: Elaboración propia

FINANCIAMIENTO

| TIPO | MONTO | % |
|----------------|---------------------|-------------|
| CAPITAL PROPIO | S/ 68,160.00 | 100% |
| PRÉSTAMOS | S/ - | 0% |
| | S/ 68,160.00 | 100% |

| SOCIO | APORTE | % |
|----------------|---------------------|-------------|
| VÍCTOR MESIAS | S/ 22,720.00 | 33.33% |
| JOSELYN ESPEJO | S/ 22,720.00 | 33.33% |
| DANIEL URTECHO | S/ 22,720.00 | 33.33% |
| | S/ 68,160.00 | 100% |

8.2 Ingresos y Egresos

PRECIO - COMISIÓN POR HORA

| | | | | |
|----------|---------|--|-----|---------|
| | SIN IGV | | IGV | CON IGV |
| COMISIÓN | S/ 4.24 | | 18% | S/ 5.00 |

| | |
|--------------------------|--|
| | 1500 MARKETING Y PUBLICIDAD 3880 VENTAS |
| COSTO UNITARIO (SIN IGV) | 0.39 |
| S/ | 0.33 |

COSTOS VARIABLES

| COSTO UNITARIO (CAPTACIÓN DE USUARIO) | |
|---------------------------------------|----------------|
| | COSTO UNITARIO |
| TOTAL | S/ 0.39 |

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

| VENTAS TOTALES | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | AÑO 1 |
| VENTAS EN PAQUETES | 3,880 | 3,905 | 3,930 | 3,955 | 3,981 | 4,006 | 4,032 | 4,058 | 4,084 | 4,111 | 4,137 | 4,164 | 48,243 |

PROYECCIÓN DE VENTAS - SOLES (S/)

| VENTAS TOTALES | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | AÑO 1 | |
| VENTAS DE PAQUETES | S/ 4.24 | S/ 16,451 | S/ 16,557 | S/ 16,664 | S/ 16,771 | S/ 16,879 | S/ 16,987 | S/ 17,097 | S/ 17,207 | S/ 17,317 | S/ 17,429 | S/ 17,541 | S/ 17,654 | S/ 204,552 |

RESUMEN DE VENTAS:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| VENTAS DE PAQUETES | S/204,552 | S/220,917 | S/238,590 | S/257,677 | S/278,291 |
| TOTAL VENTAS | S/204,552 | S/220,917 | S/238,590 | S/257,677 | S/278,291 |

CRECIMIENTO ANUAL 8.00%

CRECIMIENTO MENSUAL 0.64%

PROYECCIÓN DE COSTO DE VENTAS - SOLES (S/)

| COSTOS TOTALES | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | AÑO 1 | |
| VENTAS AL POR MENOR | S/ 0.33 | S/ 1,271 | S/ 1,279 | S/ 1,288 | S/ 1,296 | S/ 1,304 | S/1,313 | S/1,321 | S/1,330 | S/1,338 | S/1,347 | S/1,355 | S/1,364 | S/15,806 |

RESUMEN DE COSTO DE VENTAS:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| VENTAS AL POR MENOR | S/15,806 | S/17,070 | S/18,436 | S/19,911 | S/21,504 |
| TOTAL DE COSTO VENTAS | S/15,806 | S/17,070 | S/18,436 | S/19,911 | S/21,504 |

CRECIMIENTO ANUAL 8.00%

CRECIMIENTO MENSUAL 0.64%

8.3 Flujo de Caja (Económico)

| FLUJO DE CAJA ECONÓMICO | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------|------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|
| | AÑO 0 | | AÑO 1 | | AÑO 2 | | AÑO 3 | | AÑO 4 | | AÑO 5 | |
| INGRESOS | S/ | - | S/ | 204,552.35 | S/ | 220,916.54 | S/ | 238,589.86 | S/ | 257,677.05 | S/ | 279,491.22 |
| VENTAS | S/ | - | S/ | 204,552 | S/ | 220,917 | S/ | 238,590 | S/ | 257,677 | S/ | 278,291 |
| RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO | | | | | | | | | | | S/ | 1,200 |
| EGRESOS | S/ | 68,160.00 | S/ | 161,033.73 | S/ | 164,407.71 | S/ | 168,048.34 | S/ | 171,976.94 | S/ | 176,216.55 |
| INVERSIONES | S/ | 68,160 | | | | | | | | | | |
| COSTO DE VENTAS | | | S/ | 15,806 | S/ | 17,070 | S/ | 18,436 | S/ | 19,911 | S/ | 21,504 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | S/ | 75,184 | S/ | 75,184 | S/ | 75,184 | S/ | 75,184 | S/ | 75,184 |
| GASTOS DE VENTAS | | | S/ | 57,456 | S/ | 57,502 | S/ | 57,548 | S/ | 57,594 | S/ | 57,640 |
| GASTO FINANCIERO (PASARELA DE PAGO) | | | S/ | 7,753 | S/ | 8,373 | S/ | 9,043 | S/ | 9,766 | S/ | 10,547 |
| IMPUESTO A LA RENTA | | | S/ | 4,835 | S/ | 6,279 | S/ | 7,838 | S/ | 9,522 | S/ | 11,342 |
| SALDO DE CAJA ECONÓMICO | -S/ | 68,160 | S/ | 43,518.63 | S/ | 56,508.83 | S/ | 70,541.52 | S/ | 85,700.11 | S/ | 103,274.67 |
| COK | | | | | | | | | | | | 25.00% |
| VALOR ACTUAL NETO (VAN) | S/ | | | | | | | | | | | 107,881.62 |
| TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) | | | | | | | | | | | | 79.06% |

Fuente: Elaboración propia

8.4 Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)

COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL (COK)

| | |
|------------------------|---------------|
| | TASA |
| TASA "LIBRE" DE RIESGO | 5.00% |
| PRIMA DE RIESGO | 20.00% |
| COK | 25.00% |

| | |
|------------|---------------|
| COK | 25.00% |
|------------|---------------|

| | |
|------------|---------------|
| COK | 25.00% |
|------------|---------------|

| | |
|--------------------------------|----------------------|
| VALOR ACTUAL NETO (VAN) | S/ 107,881.62 |
|--------------------------------|----------------------|

| | |
|--------------------------------------|---------------|
| TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) | 79.06% |
|--------------------------------------|---------------|

PUNTO DE EQUILIBRIO - GENERAL

| | |
|-------------------------------|---------------------|
| COSTOS FIJOS MENSUALES | S/ 11,053.33 |
|-------------------------------|---------------------|

| | |
|------------------------|----------------|
| PRECIO PROMEDIO | S/ 4.24 |
|------------------------|----------------|

| | |
|-----------------------|----------------|
| COSTO PROMEDIO | S/ 0.33 |
|-----------------------|----------------|

| | | | |
|----------------------------|----------------------------------|--------------|----------------------|
| PUNTO DE EQUILIBRIO | COSTO FIJO (Precio - CVu) | 2,825 | HORAS POR MES |
|----------------------------|----------------------------------|--------------|----------------------|

| | | |
|---------------------|------------|----------------------|
| USO PROMEDIO | 8.0 | HORAS POR MES |
|---------------------|------------|----------------------|

| | |
|------------|-------------------------|
| 353 | USUARIOS POR MES |
|------------|-------------------------|

ESTADO DE RESULTADOS (ERI)

| | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|----|----------|-------------|------------|------------|------------|
| VENTAS | S/ | 204,552 | S/ 220,917 | S/ 238,590 | S/ 257,677 | S/ 278,291 |
| COSTO DE VENTAS | S/ | 48,243 | S/ 52,103 | S/ 56,271 | S/ 60,773 | S/ 65,635 |
| UTILIDAD BRUTA | S/ | 156,309 | S/ 168,814 | S/ 182,319 | S/ 196,904 | S/ 212,656 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | S/ | 75,184 | S/ 75,184 | S/ 75,184 | S/ 75,184 | S/ 75,184 |
| GASTOS DE VENTAS | S/ | 51,456 | S/ 51,497 | S/ 51,538 | S/ 51,580 | S/ 51,621 |
| UTILIDAD OPERATIVA | S/ | 29,669 | S/ 42,132 | S/ 55,596 | S/ 70,141 | S/ 85,852 |
| GASTOS FINANCIEROS | S/ | 7,753 | S/ 8,373 | S/ 9,043 | S/ 9,766 | S/ 10,547 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | S/ | 21,916 | S/ 33,760 | S/ 46,554 | S/ 60,375 | S/ 75,304 |
| IMPUESTO A LA RENTA | S/ | 2,191.63 | S/ 3,375.97 | S/ 4,655 | S/ 6,037 | S/ 7,530 |
| UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS | S/ | 19,725 | S/ 30,384 | S/ 41,898 | S/ 54,337 | S/ 67,774 |
| RÉGIMEN TRIBUTARIO: MYPE TRIBUTARIO | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- El incremento de popularidad, debido a la participación de los equipos nacionales en diversos campeonatos internacionales, es un factor que nos favorece, para el uso de nuestro servicio, ya que cada vez existen más personas que desean practicar fútbol, que es el deporte en el que nos estamos enfocando.
- El impulso y los incentivos que el Estado peruano vienen dando a los deportistas nacionales, es una motivación, para el público, de esta manera, esperamos contar con cada vez más usuarios.
- El constante crecimiento tecnológico, así como el uso de los aplicativos móviles nos brinda una gran oportunidad, para poder incursionar en el mercado, ya que no contamos, por el momento, con otros competidores.
- Debido al crecimiento del rubro servicios, las proyecciones son altamente positivas, para el buen desarrollo e ingreso al mercado de nuestra aplicación.
- De acuerdo a las opiniones y preferencias mostradas en las encuestas y entrevistas, los clientes están muy interesados en utilizar el servicio que brinda Appelotear Perú.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar la medición de satisfacción del cliente, mediante encuestas, esto con el fin de determinar el nivel de mejora, proyectados en un año luego de haber implementado la propuesta de mejora.
- Se recomienda llevar un control de gastos, para poder generar la mayor utilidad posible.
- Se recomienda priorizar las gestiones de marketing y ventas, para poder lograr una constante captación de clientes y así cumplir con las proyecciones planteadas.
- Se recomienda contar un área de soporte técnico, que brinde respaldo ante cualquier incidencia que pueda darse.
- Se recomienda desarrollar nuevas alternativas de ingresos adicionales a los actuales servicios que se brindan (Diversificación).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cinco de cada 10 limeños hacen deportes. *PSQ #Lavozdelpueblo*. Recuperado de <https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/cinco-de-cada-10-limenos-hacen-deporte>
- Régimen MYPE Tributario – RMT (09 de abril de 2018). Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario>
- Solo el 39% de peruanos practica deporte, la mayoría dice no hacerlo por falta de tiempo (08 de agosto del 2016). *Diario gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/39-peruanos-practica-deporte-mayoria-dice-hacerlo-falta-111576-noticia/>
- Tipos de empresas ¿Cuál es la diferencia entre SA, SAC, SRL, EIRL y SAA? (26 junio del 2019). *Diario gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/tipos-empresa-diferencia-sa-sac-srl-eirl-saa-razon-social-nnda-nnlt-251229-noticia/>
- Crecimiento del sector servicio. (01 de febrero del 2020). INEI. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/encuesta-mensual-del-sector-servicios-8536/1/>
- La industria del deporte se enfría.(20 de octubre 2020). *GESTIÓN*. Recuperado de <https://gestion.pe/mundo/la-industria-del-deporte-se-enfria-noticia/>
- Las 10 Pasarelas de Pago más utilizadas en Perú [Comparadas] (28 agosto del 2020). Recuperado de <https://www.ecommercenews.pe/ecommerce-insights/2020/pasarelas-de-pago-en-peru.html>
- ¿Cuánto cuesta desarrollar mi APP? (11 noviembre del 2020). Recuperado de <https://www.cuantocuestamiapp.com/>
- HostingLabs Servidores Cloud (11 noviembre del 2020). Recuperado de <https://www.hostinglabs.pe/servidores/cloud-vps>

ANEXOS

| | |
|---|----|
| Anexo 1 Canvas..... | 11 |
| Anexo 2 Cuadro Pestel | 23 |
| Anexo 2 FODA cruzado | 27 |
| Anexo 3 Cálculo de Tamaño de Muestra..... | 33 |
| Anexo 4 Storyboard..... | 44 |
| Anexo 5 Fanpage..... | 46 |
| Anexo 6 Fanpage - Alcance de Publicaciones..... | 47 |
| Anexo 7 Formulación Ansoff..... | 48 |
| Anexo 8 Pasarela de pagos..... | 69 |
| Anexo 9 Costos de servidor..... | 72 |
| Anexo 10 Cotización App..... | 73 |
| Anexo 11 Desarrollo de App..... | 74 |
| Anexo 12 Tasas de Intereses..... | 81 |

PASARELA DE PAGOS

1. Niubiz (Ex Visanet) **niubiz:**

- Integración: S/ 300 + IGV
- Mantenimiento mensual: S/ 50 + IGV
- Comisión por venta: 3.45% (Visa crédito y débito) + IGV
- Comisión por venta: 3.98% MasterCard + IGV
- Uso de la plataforma: \$0.15 + IGV por transacción
- Envío de estado de cuenta: S/. 5.00 + IGV

2. Mercado pago

- Afiliación: \$ 0
- Mantenimiento o membresía: 0
- Comisión por venta: 3.99% + s/1,00 + IGV si es acreditación inmediata
- Comisión por venta: 3.79% + s/1,00 +IGV si es en 14 días
- Envío de estado de cuenta: \$ 0

3. Payu

- Afiliación: \$0
- Mantenimiento y membresía: 0
- Comisión por venta: 3.79% si el volumen de venta mensual de S/.60,000
- Uso de la plataforma: 0
- Envío de estado de cuenta: S/.10.00 a partir del tercer retiro al mes

4. (Pay-me) Alignet  **Pay-me™**

- Afiliación: \$0
- Mantenimiento y membresía: 0
- Comisión por venta: 4.15% + S/ 1.00
- Uso de la plataforma: 0
- Envío de estado de cuenta: 0

5. Culqi  **Culqi**

- Mantenimiento y membresía: 0
- Comisión por venta: 4.20 % + \$/0.30 + IGV
- Uso de la plataforma: 0
- Envío de estado de cuenta: 0

6. Maximo  **máximo**

- Afiliación: 0.00
- Mantenimiento y membresía: 0.00
- Comisión por venta: 3.99% + S/0.30+IGV.
- Uso de plataforma: 0.00
- Envío de estado de cuenta: 0.00

7. MC Procesos  **Procesos**
MC PERU

Para ello necesitas una inversión en:

- Afiliación: US\$ 500 + IGV
- Mantenimiento: US\$ 300 + IGV
- Comisión por venta: s/5 +IGV
- Envío de estado de cuenta: 0

8. PagoEfectivo

Si el cliente que va a realizar una compra en tu tienda online no cuenta con una tarjeta de crédito o débito, descuida, aquí entra la solución de PagoEfectivo. Lo único que va a pagar es la comisión por venta que va desde el 4% + IGV a más, dependiendo del ticket promedio y volumen de transacción.

9. SafetyPay

La comisión por venta que va desde el 3% + IGV a más, dependiendo del ticket promedio y volumen de transacción.

10. Paypal



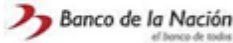
La comisión de Paypal es de 5.4% + \$USD 0.30 +IGV. A esta cantidad hay que sumarle 1.5% por retiro a través de Interbank (monto mínimo de retiro es 10 dólares).

Otra alternativa es utilizar la tarjeta Payoneer. Con ello podrás retirar en el BCP, BBVA y GlobalNet, entre otros.

COSTOS DE SERVIDOR

|  HOSTINGLABS <small>HOSTING & SERVICES CLOUD</small> <small>RealCloud / Xen Server</small> | | WEB HOSTING | SERVIDORES | SOLUC | |
|--|------------------------|------------------------|--------------------|-------------------------|---------------------------------|
| | | Aljamiento & Streaming | Soluciones Cloud | Comple | |
| Cloud 1 | RealCloud / Xen Server | 01 Intel Xeon™ | 01 GB Dedicados | 50 GB SAN / Raid 10 | S/. 110 / Mes |
| Cloud 2 | RealCloud / Xen Server | 01 Intel Xeon™ | 02 GB Dedicados | 50 GB SAN / Raid 10 | S/. 130 / Mes |
| Cloud 3 | RealCloud / Xen Server | 02 Intel Xeon™ | 04 GB Dedicados | 100 GB SAN / Raid 10 | S/. 230 / Mes |
| Cloud 4 | RealCloud / Xen Server | 04 Intel Xeon™ | 08 GB Dedicados | 200 GB SAN / Raid 10 | S/. 430 / Mes |
| Cloud 5 | RealCloud / Xen Server | 06 Intel Xeon™ | 12 GB Dedicados | 400 GB SAN / Raid 10 | S/. 670 / Mes |
| Cloud 6 | RealCloud / Xen Server | 08 Intel Xeon™ | 16 GB Dedicados | 500 GB SAN / Raid 10 | S/. 870 / Mf Conv |

COTIZACIÓN APP

| | | |
|---|---|---|
|  | COTIZACIÓN DE SERVICIO N° 0911RM | |
| DATOS DEL CLIENTE | | |
| Razón Social | Reser Master SAC | Fecha: 09/01/2020 |
| Contacto | Nathaly Revollo | Validez de la Oferta: 15 días. |
| Cargo | Gerente General | Tiempo de Ejecución: 40 días. |
| Correo | ventas@resermaster.com | Forma de Pago: 50% al iniciar el pago y 50% al finalizar. |
| Dirección | Jr. Huamachuco Nro. 1492 Dpto. 901, Jesús María - Lima. | |
| RUC | 20600961447 | |
| Teléfono | 950 576 891 | |
| Descripción del Servicio / Producto | | Precio |
| Servicio de diseño y desarrollo de aplicación para reservar citas en Línea. Este será desarrollado en responsive, de manera que podrá verse en dispositivos móviles y también en escritorio. Integración de pasarela de pagos. | | S/. 50,000 |
| <i>Forma de pago: 25% al inicio, y 25 % finalizar etapa 1, 2 y 3</i> | | <i>* Precios Incluyen el IGV</i> |
| Datos de la Empresa para realizar el Pago | | |
| Razón Social: Glajumedia SAC Ruc: 20524439973 Contacto: Maikol Malaver Correo: mmalaver@glajumedia.com Dirección: Av. Nicolás Ayllón N° 2941 Oficina 7B, Centro Empresarial Cunsac, El Agustino - Lima. Teléfonos: 965744936 - 017109590 | | |
| Cuenta Corriente en Dólares a nombre de Glajumedia SAC | | |
| N° Cuenta Dólares: 200-3001445950 N° Código Interbancario: 003-200-003001445950-34 | |  |
| Cuenta de Detracciones | | |
| Cta. Corriente Detracciones: 00-098-097864 Porcentaje Detracción: 12% | |  |
| ACEPTACIÓN DEL CLIENTE: | | |
| _____ Nombre y Firma del Cliente | | |
| Site Web: http://www.glajumedia.com | | |

DESARROLLO DE APP

¿Qué nivel de calidad estás buscando?



Calidad óptima



Buena relación calidad/precio



No me importa tanto la calidad

¿Qué tipo de app necesitas?



Aplicación Android



Aplicación iOS



Aplicación Windows
Phone



Aplicación Android +
iOS

¿Qué diseño quieres que tenga tu App?



Interfaz sencilla



Interfaz personalizada



Interfaz replicada de la
web



No necesito diseño

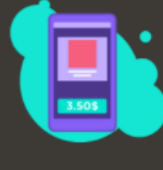
¿Cómo quieres sacar beneficio a tu App?



Aplicación gratuita con
publicidad



Aplicación de pago



Compras dentro de la
app



Otros / No lo sé
todavía

¿Tu App necesita un sistema de login ?



Sí, con redes sociales y
email



Sí, con email



No



No lo sé todavía

¿Tu App tiene que estar integrada con un sitio web?



Sí



No



No lo sé

¿Los usuarios tienen sus propios perfiles?



Sí



No



No lo sé

¿Tu app necesita un panel de administración?



Sí



No



No lo sé

¿Qué idiomas usará tu aplicación?



Un único idioma



Bilingüe



Multilingüe

¿En qué estado se encuentra tu proyecto?



Sólo es una idea



Boceto ya preparado



App en desarrollo



App ya desarrollada

TASAS DE INTERESES

| Producto | Tasa de Interés (TEA / TREA) | Ganancia Total (aprox) | Ganancia Mensual (aprox) | Monto Mínimo de Apertura | Más Info |
|--|------------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| Depositos a Plazo Fijo  | 6.25% No tiene FSD | S/ 1,375.00 | S/ 111.43 | S/ 500 | Lo quiero  |
| Plazo Fijo  | 5.25% FSD | S/ 1,155.00 | S/ 94.01 | S/ 1,000 |  |
| Depósitos a Plazos  | 5.00% FSD | S/ 1,100.00 | S/ 89.63 | S/ 500 | Lo quiero  Apertura online  |