



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**“PLAN DE NEGOCIOS DE CANCHAS DE FUTBOL DE GRAS
SINTÉTICO CON SERVICIO DE SAUNA A VAPOR AÑO 2021”**

AUTORES:

KIARA JHAJAIRA GARCIA SANCHEZ

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

MARTIN ANDRE LINARES LOZANO

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Asesor: Econ. Wagner Orbe Sánchez

**LINEA DE INVESTIGACION: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS**

**TARAPOTO – PERÚ
2021**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres, porque son el pilar más importante y que me demostraron siempre su cariño y apoyo incondicional.

Kiara García

Este trabajo lo Dedico a Mi Madre y mi Abuelo, gracias a ellos soy PROFESIONAL y estoy por conseguir un punto alto de mi vida, ellos son la parte fundamental de mi vida y de todo lo que estoy lo lograr, este trabajo y este titulo va para ustedes, los quiero Mucho, lo Dedico a unos cuantos profesores de mi Universidad por que ellos fueron fundamental para que yo Ame esta Carrera, ADMINISTRACION DE EMPRESAS, Este trabajo es para todos ustedes.

Martin Linares

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda la vida, a la Universidad Científica del Perú, a los docentes por sus enseñanzas brindadas, a mis padres porque gracias a sus esfuerzos voy a poder concluir con mi carrera, agradezco a mis abuelos por formar parte de mi educación. Muchas gracias

Kiara García

Agradezco a Dios por permitir hacer posible este proyecto, Agradezco bastante a los profesores que me acompañaron durante 5 años en mi nivel de preparación y también a los profesores del Plan de Negocios donde aprendí bastante sobre su método de enseñanza y la manera de solucionar los inconvenientes de la tesis,
Y que mejor, Agradezco a mi Familia, que, a mis 25 años, no dejan de estar ahí.
Muchas Gracias a todo ellos.

Martin Linares

ACTA DE SUSTENTACION

FACULTAD DE
NEGOCIOS



UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL PERÚ

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 237-2021-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 14 de mayo de 2021, se autorizó la sustentación para el día miércoles 26 de mayo de 2021.

Siendo las 15.00 horas del día 26 de mayo de 2021 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS DE CANCHAS DE FUTBOL DE GRAS SINTÉTICO CON SERVICIO DE SAUNA A VAPOR AÑO 2021.

Presentado por:

LINARES LOZANO MARTIN ANDRE

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

GARCÍA SÁNCHEZ KIARA JHAJAIRA


Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:


La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 16.55 horas culminó el acto público.


En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.



Mgr Jorge Pérez Santillán
Presidente del jurado



Lic. Adm. Marco Antonio Reátegui Meza, Mgr.
Miembro del Jurado



Lic. Est. Gilberto Fernández Arica, Mgr.
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compagnon 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

HOJA DE ANTIPLAGIO



“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ -UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**“PLAN DE NEGOCIOS DE CANCHAS DE FUTBOL DE GRAS SINTÉTICO
CONSERVICIO DE SAUNA A VAPOR AÑO 2021”**

De los alumnos: **KIARA JHAJIRA GARCÍA SÁNCHEZ Y MARTIN
ANDRÉ**

**LINARES LOZANO, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de 14% de plagio.**

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines
que estime conveniente.

San Juan, 8 de marzo del 2021.

CJRA/ri-a45-2021



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento	ii
Acta de sustentacion.....	iii
Hoja de antiplagio	iv
Índice de contenidos	v
Índice de tablas.....	vii
Indice de figuras.....	viii
Índice de cuadros.....	ix
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
I. INFORMACION GENERAL:.....	5
1.1 Nombre del negocio.....	5
1.2 Actividad empresarial.....	5
1.3 Idea de negocio.....	6
II. PLAN DE MARKETING.....	6
2.1 Necesidades de los clientes.....	6
2.2 Demanda actual y tendencias.....	7
2.3 Oferta competitiva.....	8
2.4 Programa de marketing.....	8
2.4.1. El producto.....	8
2.4.2. EL precio.....	9
2.4.3. La promoción.....	10
2.4.4. La cadena de distribución.....	10
III. PLAN DE OPERACIONES.....	10
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	10
3.2 El proceso de operaciones comerciales.....	17
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	17

4.1 La organización.....	17
4.2 Puestos, funciones y requisitos.....	18
4.3 Condiciones laborales.....	20
4.4 Regimen tributario.....	21
V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO.....	22
5.1 Estudio economico.....	22
5.1.1. Mercado y ventas.....	22
5.1.2. Compras, costo de ventas y gastos.....	23
5.2 Estudio financiero.....	24
5.2.1. Inversiones.....	24
5.2.2. Financiamiento.....	25
5.2.3. Flujo de caja e indicadores de rentabilidad.....	27
CONCLUSIONES.....	28
BIBLIOGRAFIA.....	29
GUIA DE ANEXO:.....	30
GRAFICOS:.....	32
FOTOS DE ENCUESTA:.....	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cálculo del tamaño de la demanda.....	6
Tabla 2. Cálculo de las ventas anuales.....	6
Tabla 3: Estudio del mercado	21
Tabla 4: Tamaño de la demanda.....	21
Tabla 5: Ventas totales de la empresa.....	22
Tabla 6: Compras totales.....	22
Tabla 7: Costo de compra.....	22
Tabla 8: Gastos administrativos.....	22
Tabla 9: Costo laboral.....	23
Tabla 10: Gastos comerciales.....	23
Tabla 11: Inversión pre operativa.....	23
Tabla 12: Inversión en activos fijos.....	23
Tabla 13: Depreciación y amortización	24
Tabla 14: Estado de resultados.....	24
Tabla 16: Cálculo de utilidades para balance.....	24
Tabla 17: Cambios en el capital del trabajo.....	25
Tabla 18: balance o estado de situación financiera	25
Tabla 19: Plan de pago de préstamo bancario.....	26
Tabla 20: Flujo de caja.....	26
Tabla 21: Evaluación de la inversión.....	27
Tabla 22: Costo de capital.....	27

INDICE DE FIGURAS

Figura 01. Ubicación de la empresa.....	3
Figura02: Actividades artísticas y recreativas.....	3
Figura 03: las necesidades los clientes.....	5
Figura 04. Los estilos de vida de los clientes	6
Figura 05: Cancha sintética.....	10
Figura 06: cancha de futbol.....	10
Figura 07: Vóley.....	11
Figura 08: Básquet.....	11
Figura 09: Sauna	12
Figura 10: Base.....	12
Figura 11: Estructura.....	13
Figura 12: Fibra de Vidrio.....	13
Figura 13: Muro sencillo	13
Figura 14: Calefacción	14
Figura 15: Cerámica.....	14
Figura 16: Calentador	14
Figura 17: Para el desarrollo eficaz de nuestras operaciones al servicio del consumidor, trabajaremos con el siguiente personal detallado a través del organigrama.....	16

INDICE DE CUADROS

Cuadro 01: Tema de horarios y precios	7
CUADRO 02: Precios y horarios	8
Cuadro 03: Futbol.....	10
Cuadro 04: Proceso productivo	16
Cuadro 05: Actividades y pasos	16
Cuadro 06: Salario del personal y remuneración	19
Cuadro 07: Impuesto a la renta	20

RESUMEN

Plan de negocio de cancha sintética CHAMPIONS & VAPOR, ciudad de Tarapoto, 2021.

Kiara Jhajaira García Sánchez.

Martin Andre Linares Lozano.

Ante el estilo de vida tan acelerado que vive nuestro país en la actualidad, se identificó la oportunidad de satisfacer la demanda de las personas que necesitan realizar prácticas deportivas, así como al mismo tiempo, relajarse y eliminar el estrés que provoca dicho estilo de vida. Esto es posible conseguir a través de la creación de un negocio que permita satisfacer las necesidades ya mencionadas, que permite a una empresa el obtener ganancias y mantenerse vigente en el mercado. Se ha identificado las siguientes ventajas competitivas.

Innovación de servicios únicos en alquiler de canchas de fulbito, excelentes instalaciones con equipos de última tecnología acompañado de una atención personalizada, El presente trabajo aplicativo presenta un negocio que permita el alquiler de canchas de fulbito incorporando un valor agregado referido a la seguridad, servicio adicional es como la sauna, duchas, hidromasajes, snack, los que servirá para suscitar de quien lo desee, un momento de relajación completa y eliminar el estrés.

Metodología que parte de desglosar a una empresa en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación, existentes y potenciales.

La organización es de una pequeña empresa, situación para definir el aspecto laboral y tributario. Las funciones

Los resultados económicos y financieros señalan una rentabilidad del negocio, TIR Económica de 851% y TIR Financiero de 855%; así mismo un índice de B/C 32.56%

ABSTRACT

CHAMPIONS & VAPOR synthetic court business plan, city of Tarapoto, 2021.

Kiara Jhajaira García Sánchez.

Martin Andre Linares Lozano.

Given the fast-paced lifestyle that our country lives today, the opportunity was identified to meet the demand of people who need to practice sports, as well as, at the same time, relax and eliminate the stress that this lifestyle causes. This is possible to achieve through the creation of a business that satisfies the aforementioned needs, that allows a company to make a profit and stay current in the market. The following competitive advantages have been identified.

Innovation of unique services in rental of soccer fields, excellent facilities with state-of-the-art equipment accompanied by personalized attention, This application work presents a business that allows the rental of soccer fields incorporating an added value related to safety, additional service It is like the sauna, showers, hydromassages, snacks, which will serve to awaken from whoever wishes, a moment of complete relaxation and eliminate stress.

Methodology that starts from breaking down a company into its relevant strategic activities to understand the behavior of costs and the sources of differentiation, existing and potential.

The organization is of a small company, situation to define the labor and tax aspect.

The functions The economic and financial results indicate a profitability of the business, Economic IRR of 851% and Financial IRR of 855%; likewise an index of B / C 32.56%.

I. INFORMACION GENERAL:

1.1.Nombre del negocio

Nombre: Cancha Sintética CHAMPIONS & VAPOR.

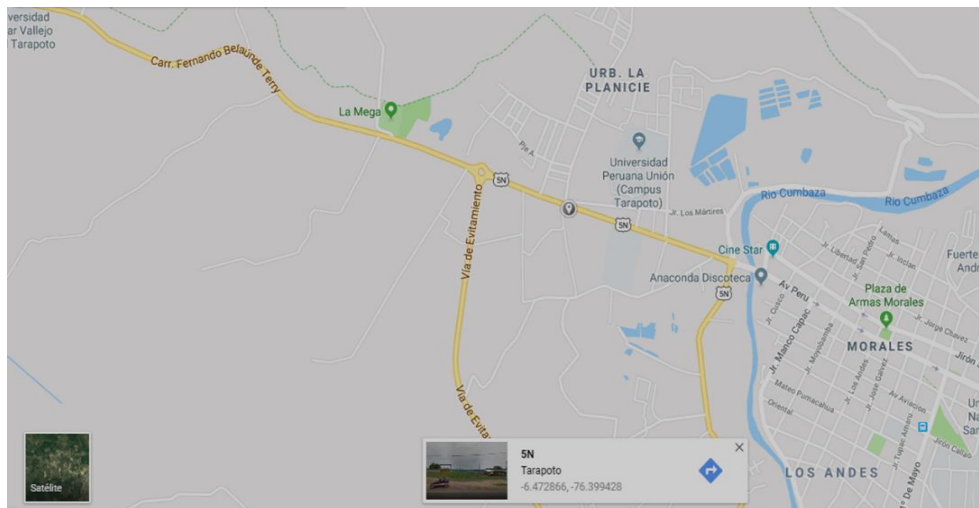
La empresa CHAMPIONS & VAPOR se dedicará al alquiler de canchas sintéticas y la sauna a vapor tanto para personas deportistas y personas individuales.

Localización: Ciudad de san Martín, distrito de Morales, Perú.

Sector de actividad: Comercial

Ubicación: carretera Fernando Belaunde Terry sur, del distrito de Morales, sector la planicie.

Figura 01. Ubicación de la empresa



Fuente: <https://www.google.com/search?q=UBICACION+LA+PLANICIE+TARAPOTO&rlz>

1.2. Actividad empresarial

“Clasificación industrial internacional uniforme – CIUU”

Figura02: Actividades artísticas y recreativas

R	ACTIVIDADES ARTISTICAS Y RECREATIVAS		
	90	ACTIVIDADES CREATIVAS Y DE ENTRETENIMIENTO	
		901	ACTIVIDADES DEPORTIVAS
			9012

Fuente: <https://www.inei.gob.pe>

1.3. Idea de negocio:

Se busca satisfacer la necesidad de clientes que están cansados de una mala atención, con buen material sintético, de tener productos de calidad, abastecimiento permanente, y a bajos precios. También, se busca satisfacer las necesidades de las empresas con trabajadores estresados, quienes buscan trabajadores eficientes y no cansados, y que tengan mayor rendimiento en su centro de trabajo, y por último trabajar con proveedores locales para así generar empleo.

Los segmentos de clientes a atender a personas naturales y personas jurídicas, que están cansados de una mala atención, cansados del mismo servicio, cansados de llegar del trabajo a dormir, lo que nosotros brindamos es un modelo excepcional y único en el mercado.

Tenemos un plus que nos hará ser los mejores y número uno en la REGION SAN MARTIN, es el tema de Sauna e Hidromasajes.

Nosotros del trabajo evaluamos esta situación y es así que surge la idea de integrar estos dos servicios en un solo concepto, que reúne a un grupo de amigos en un solo lugar para practicar fútbol y a su vez el departir y relajarse en un sauna o hidromasaje. Para verificar nuestros supuestos, se llevó a cabo una encuesta de sondeo de mercado y se puso en marcha el análisis correspondiente.

II. Plan de marketing

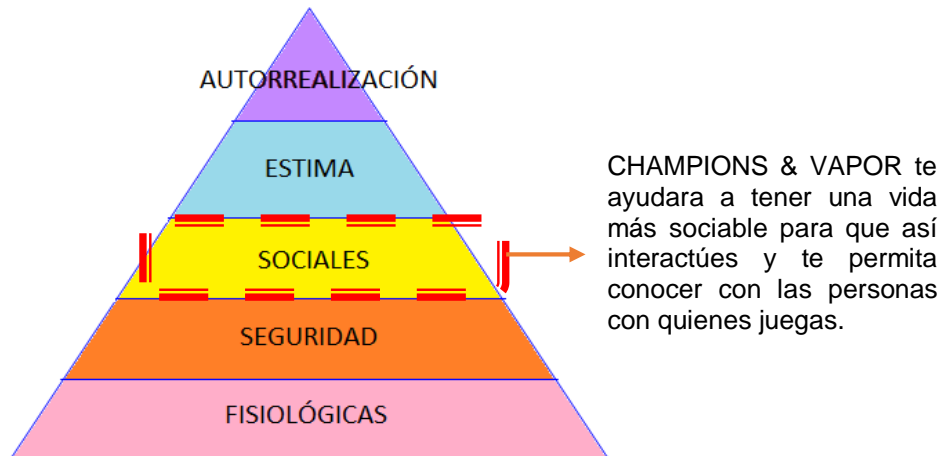
2.1. Necesidades de los clientes

Las personas sienten necesidades en las diversas etapas de su vida personal, familiar y laboral.

Las necesidades que tienen nuestros clientes son:

- a) Tener polos representativos. Para diferenciar a los equipos
- b) Vestidores implementados. Para que los jugadores se pongan sus respectivos uniformes.
- c) Duchas implementadas. Para que después de cada partido se puedan dar un baño.
- d) Zona de estacionamiento. Para que los que visitan el local se sientan seguros de dejar sus movibilidades con los vigilantes.
- e) Descuentos. A los clientes que visitan con más frecuencia al local.
- f) El servicio de sauna a vapor. Tanto como para personas individuales como para las personas deportistas.

Figura 03: las necesidades los clientes.



Fuente: <https://www.google.com/search?q=piramide+de+maslow&source>

Figura 04. Los estilos de vida de los clientes



Fuente: <https://www.google.com/search?q=estilos+de+vida&tbm=isch&:>

Las personas de sociedad alta, media y baja podrán ir al local como cualquier consumidor a alquilar la cancha o la sauna a vapor.

2.2. Demanda Actual y tendencia

La demanda actual es buena, ya que hoy en día está creciendo los alquileres de canchas sintéticas en diferentes puntos de la ciudad de Tarapoto y Morales, por los buenos ingresos que genera ya sea diario y los siete días de la semana.

Tabla 1. Cálculo del tamaño de la demanda

	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Demanda actual anual	2,515,500		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual	2,515,500	2,565,810	2,617,127
Participación de mercado	5.00%	8.00%	10.00%
Demanda del proyecto	125775	205265	261713

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Cálculo de las ventas anuales

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	125,775	205,265	261,713
Precio mercado (soles x día)	3,000	3,000	3,120
Tendencia del precio	0%	4%	5%
Precio de venta efectiva	S/.3,000	S/.3,120	S/.3,276
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.377,325,072	S/.640,426,298	S/.857,370,706

Fuente: elaboración propia.

2.3. OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS:

Cuadro 01: Tema de horarios y precios

Empresa	Precio		Horario	Hubicación
Las Vegas	Mañanas	S/.50.00	8:00am -6:00pm	Carretera Oasis 1050
	Noches	S/.60.00	6:00pm-1:00am	
El Centenario	Mañanas	S/.50.00	8:00am -6:00pm	Malecón Cumbaza 336
	Noches	S/.60.00	6:00pm-2:00am	
La Bombonera	Mañanas	S/.50.00	9:00am-6:00pm	Jr. Alfonso Ugarte 2245
	Noches	S/.70.00	6:00pm-12:00am	
Tauros	Mañanas	S/.50.00	8:00am -6:00pm	Jr. Alfonso Ugarte 1850
	Noches	S/.60.00	6:00pm-2:00am	

Fuente: elaboración propia.

2.4. PROGRAMA DE MARKETING:

OBJETIVOS:

1. Satisfacer la necesidad de diversión.
2. Rentabilidad.
3. Brindar un servicio de calidad de acorde con las expectativas de nuestros consumidores.
4. Lograr posicionamiento de nuestra marca.

METAS:

Cumplir con cada objetivo propuesto para una buena aceptación de los clientes y gracias a eso poder crecer como empresa.

2.4.1. EL PRODUCTO:

ESTRATEGIAS:

- a. El producto consistirá en el alquiler de gras sintético de lunes a domingo con los servicios adicionales de sauna e hidromasaje para los días viernes, sábado y domingo.
- b. Nuestra estrategia con nuestro servicio es entrar con precios bajos.
- c. Vestidores donde podrán ducharse después de cada partido.

- d. Vestuarios para los equipos, para poder diferenciarlos.
- e. Ofrecerá promociones de ofertas por el alquiler de la cancha sintética.

METAS:

Cumplir con todas aquellas estrategias que el servicio está ofreciendo tener clientes satisfechos por la buena atención y sobre todo diferenciarnos del resto de los establecimientos.

2.4.2. EL PRECIO:

ESTRATEGIAS:

Consideramos que nuestras competencias son muchas es por eso que nosotros entraremos al mercado con un precio bajo, accesible y atractivo para el público, el precio del alquiler de cancha sintética tendrá un costo por turnos en el turno de la mañana costara 45 soles y por las noches 55 por cada equipo que se presente el precio por las noches es un poco alto por la energía eléctrica que consume cada cancha y la sauna a pavor estaría costando S/.10.00 nuevos soles.

METAS:

Nuestra meta es ganar nuestros clientes con los precios que estaremos ofreciendo en los dos primeros meses de haber inaugurado la cancha sintética y de ahí dar al precio normal que la competencia.

CUADRO 02: Precios y horarios

Periodo	Precio		Horario
Lunes - Viernes	Mañanas	S/.40.00	9:00am -05:00pm
	Noches	S/.50.00	5:00pm-12:00am
sábados y domingos	Mañanas	S/.40.00	9:00am -05:00pm
	Noches	S/.50.00	5:00pm-12:00am
Feriados	Mañanas	S/.40.00	9:00am -05:00pm

Fuente: Elaboración propia.

2.4.3. LA PROMOCION:

ESTRATEGIA:

Las estrategias que tendremos con las promociones son la publicidad de nuestro local, lo haremos mediante las redes sociales y paneles publicitarios. También al que va una semana consecutiva le daremos un vale para que la próxima a su retorno al local sea totalmente gratis su hora de juego.

METAS:

Los primeros meses de la apertura del local brindaremos llaveros con el nombre del local y los servicios que brindamos, chalecos deportivos, para que los consumidores retornen al local.

2.4.4. LA CADENA DE DISTRIBUCION:

ESTRATEGIAS:

Como inicio nuestro local será ubicado en el Distrito de Morales en el sector la planicie un lugar de fácil acceso ya que queda en una calle principal y transitable tanto al ir hacia la discoteca y recreo la Granja, Discoteca Mega Estación y así diferentes lugares que quedan por el norte.

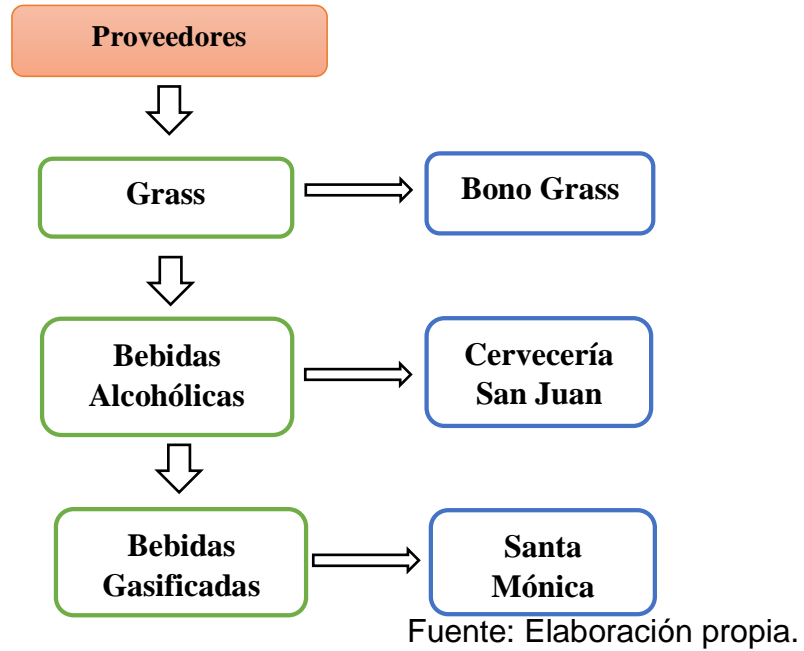
METAS:

Posicionarnos en el alquiler de canchas sintéticas y hacer una sucursal en el distrito de la Banda de Shilcayo puesto que son lugares donde no abundan las canchas sintéticas y es lejos para aquellos que quieren el servicio.

III. PLAN DE OPERACIONES:

3.1. EL ESTUDIO DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO:

Figura 05: Cancha sintética

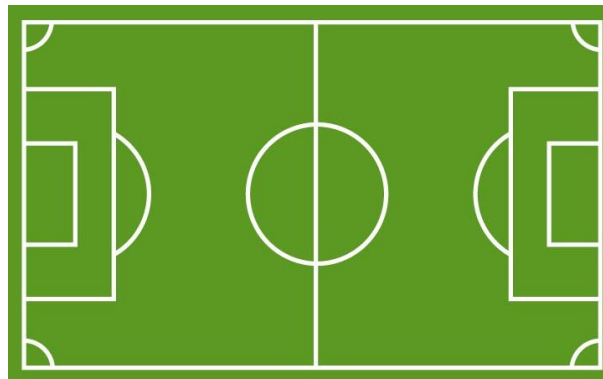


Cuadro 03: Futbol

TIPO DE CANCHA	LARGO	ANCHO	AREA
FUTBOL	40 m	25 m	1,000 m ²
VOLEY	18 m	9 m	162 m ²
BASQUET	28 m	15 m	420 m ²

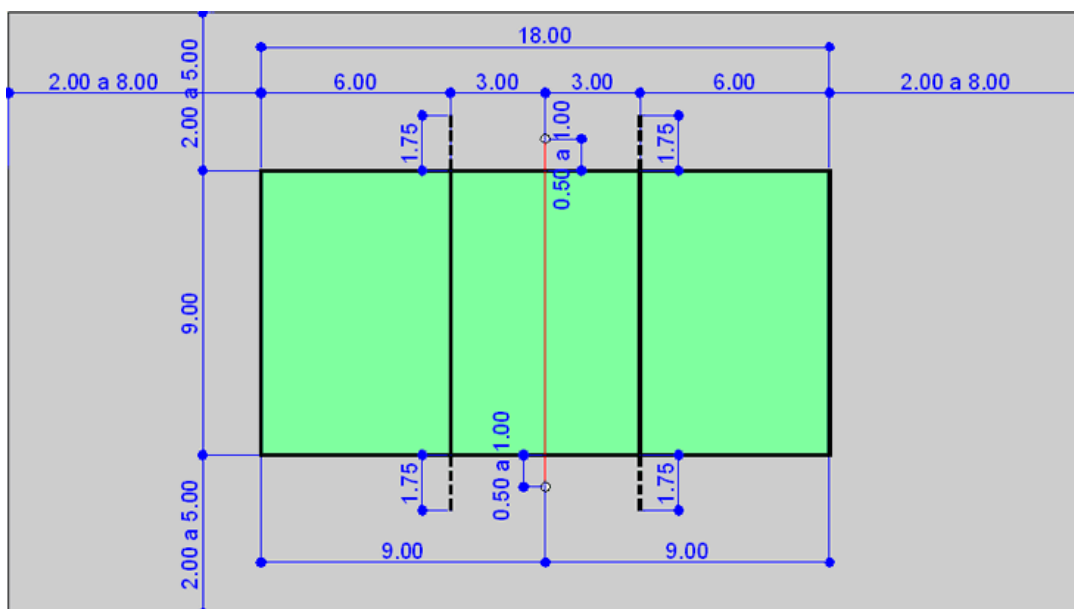
Fuente: Elaboración propia.

Figura 06: cancha de futbol



Fuente: <https://www.google.com/search?q=cancha+de+futbito&sxsrf=ALeKk00-AUoAXoECA0QAw#imgrc=2QwBOVJARvAmJM&imgdii=mTgRwneuOPHGpM>

Figura 07: Vóley



Fuente:

<https://www.google.com/search?q=cancha+de+voley&tbm=isch&ved=2ahUKEwims6XLpIDrAhUtM7kGHYjQDnwQ2c>

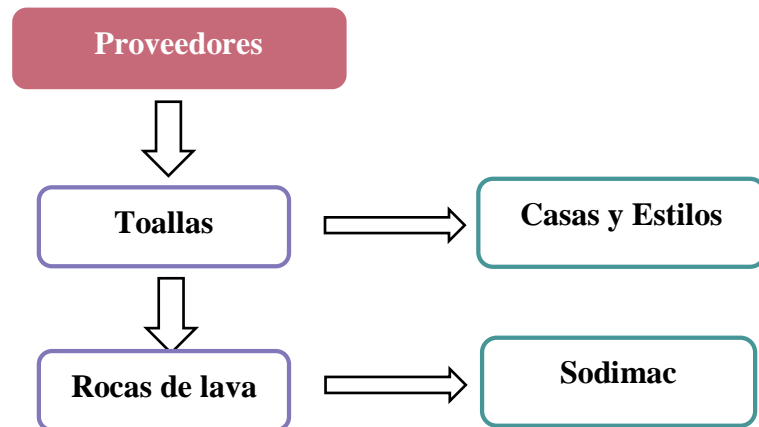
Figura 08: Básquet



Fuente:

<https://www.google.com/search?q=cancha+de+basket&tbm=isch&ved=2ahUKEwiFoJmUqIDrAhWWJrkGHfG1BsoQ2-0Aw>

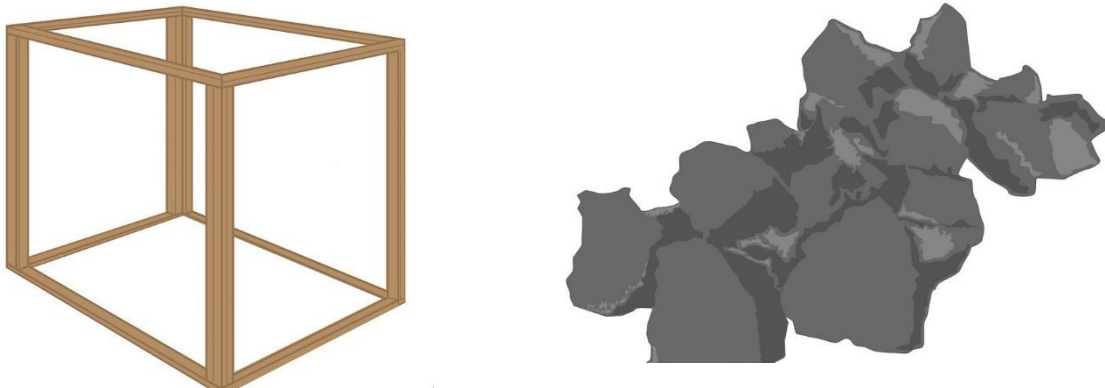
Figura 09: Sauna



Fuente: Elaboración propia.

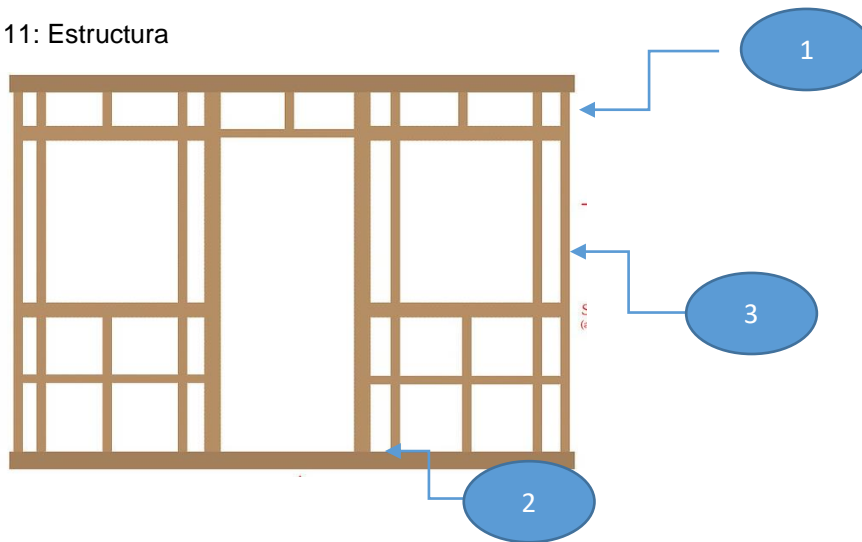
Nuestra base para la construcción de la sauna, donde quedará un espacio en la parte de abajo, se colocará las rocas de lava para el calentamiento.

Figura 10: Base



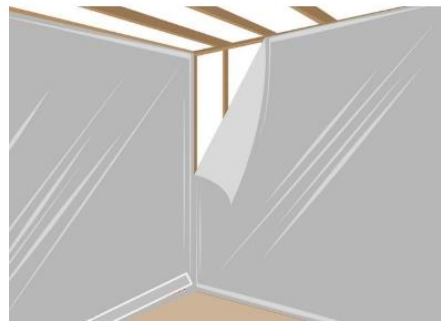
Nuestra estructura será de madera, donde dejaremos tres espacios para el punto de ventilación, uno en techo, el siguiente en el suelo y otro encima de la estufa.

Figura 11: Estructura



Cubriremos con fibra de vidrio el marco interior y añada una barrera de vapor para mantener la humedad de la fibra de vidrio y ayudar a que dure más tiempo.

Figura 12: Fibra de Vidrio



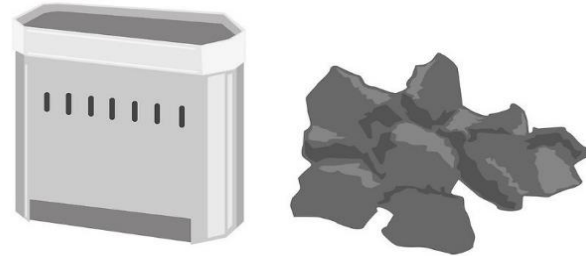
Se construye un muro exterior sencillo alrededor de un pie fuera del marco interior, y techo de la sauna de madera simple o de baldosas debes mantener un punto de ventilación abierto para que escape el vapor.

Figura 13: Muro sencillo



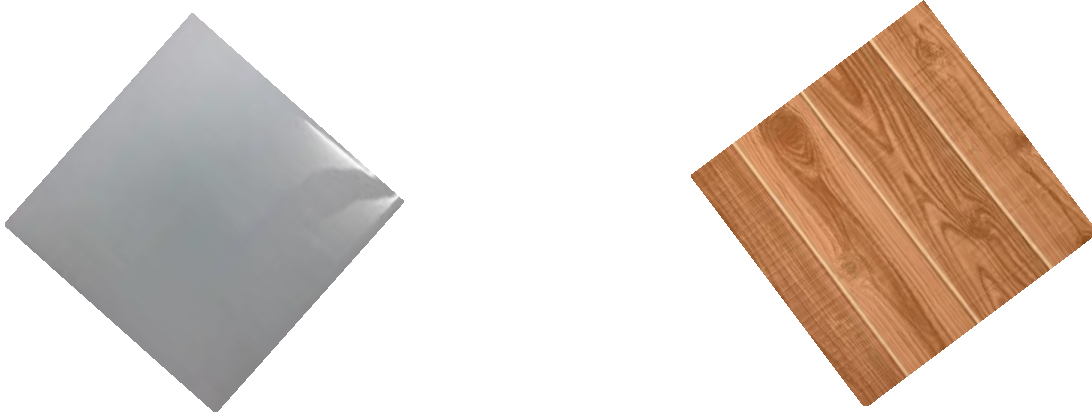
Instalación el sistema de calefacción, según las instrucciones incluidas en el sistema, y deja un espacio amplio para el calentador de la sauna.

Figura 14: Calefacción



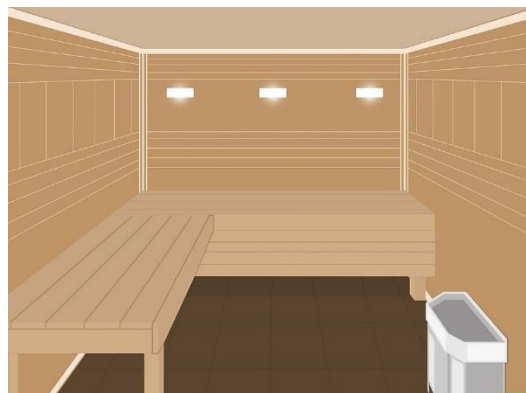
Nuestra primera capa de suelo será con mosaicos de cerámica. Esto pasa sobre el sistema de calefacción y acumula humedad. Y después colocaremos una segunda capa de piso con tablas sueltas. Las tablas se deben quitar fácilmente para limpiar los mosaicos.

Figura 15: Cerámica



Instalación del calentador de la sauna, agregamos todos los bancos y las ventanas.

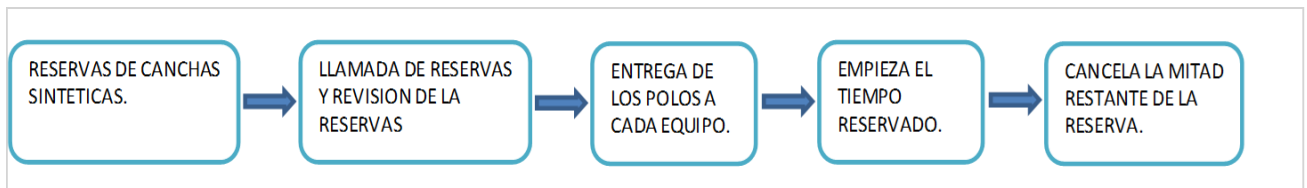
Figura 16: Calentador





3.2. EL PROCESO DE OPERACIONES COMERCIALES:

Cuadro 04: Proceso productivo



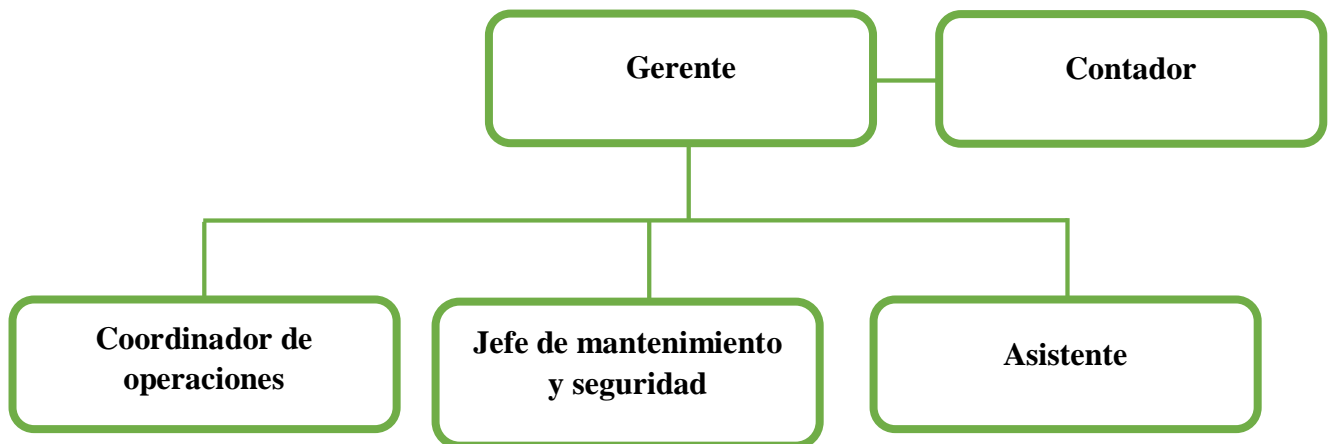
Cuadro 05: Actividades y pasos

ACTIVIDADES Y PASOS						TIPO DE ACTIVIDADES			TIEMPO	
N°	ACTIVIADES	○	□	→	▸	◇	VA	CONTROL	OTROS (*)	EFFECTIVO
										(**)
1	RESERVAS DE CANCHAS							0.03		0.03
2	LLAMADA DE RESERVAS Y REVISION DE LA RESERVA						0.03			0.03
4	ENTREGA DE LOS POLOS A CADA EQUIPO						0.05			0.05
5	EMPIEZA EL TIEMPO RESERVADO							0.20		0.20
7	CANCELACION DE LA OTRA MITAD FALTANTE						0.05			0.05
TOTAL		3	1				0.13	0.23		0.36

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS:

4.1. LA ORGANIZACIÓN:

Figura 17: Para el desarrollo eficaz de nuestras operaciones al servicio del consumidor, trabajaremos con el siguiente personal detallado a través del organigrama.



4.2. PUESTOS, FUNCIONES Y REQUISITOS:

a. PUESTO: Gerente

TAREAS: Usualmente velara por todas las funciones de mercado y ventas de la empresa, así como las operaciones del día a día, el gerente también es responsable de liderar y coordinar las funciones y estrategia de la empresa o del negocio.

FUNCIONES:

- Incrementar el estado de la tecnología de la organización.
- Perpetuar la organización.
- Proporcionar dirección a la organización.
- Incrementar la productividad.
- Satisfacer a los empleados.
- Contribuir con la comunidad.

REQUISITOS:

- MBA en la carrera de Administración.
- Edad de 30 años a más.
- Experiencia mínima de 3 años en el área de gerencia.
- Tener un buen clima laboral.
- Trabajo bajo presión.
- Toma de decisiones productivas y precisas.

b. PUESTO: Coordinador de operaciones.

TAREAS: Es el ejecutivo responsable del control de las actividades diarias de la corporación y de manejo de las operaciones de la empresa. El jefe de operaciones es uno de los puestos más altos en una organización y reporta directamente a la junta de directores de la empresa.

FUNCIONES:

- Ordenar los movimientos del personal.
- Estar informado permanentemente del negocio.
- Evaluar los daños causados y los por ocurrir.

REQUISITOS:

- Lic. En economía.
- Edad de 28 a 50 años.

- Experiencia mínima de 2 años en coordinador de operaciones.
- Trabajo bajo presión.
- Buen clima laboral.
- Responsable y honesto.

c. PUESTO: Contador.

TAREAS: Un contador es un profesional encargado de registrar los diversos estados económicos financieros de la empresa, es un servicio terse rizado.

d. PUESTO: Jefe de mantenimiento y seguridad.

TAREAS: El jefe de mantenimiento es el responsable de gestionar el mantenimiento global de la empresa, Tiene la responsabilidad de asegurar el plan de mantenimiento preventivo y predictivo de todas las instalaciones de la empresa (productiva y no productiva).

FUNCIONES:

- Define y planifica la política de mantenimiento.
- Asegura el correcto funcionamiento de los equipos de trabajo y de las instalaciones de la empresa.
- Asigna los trabajos de mantenimiento.
- Dirección, gestión y motivación de los equipos de mantenimiento.

REQUISITOS:

- Estudios concluidos.
- Edad de 25 a más
- Experiencia mínima de 2 años en mantenimiento de canchas sintéticas.
- Puntualidad.
- Buen clima laboral
- Responsabilidad
- Con ganas de trabajar.
-

e. PUESTO: Asistente.

TAREAS: Asistente es alguien que asiste en la realización de las tareas diarias personales o dentro de una organización.

FUNCIONES:

- Gestión de documentos.
- Planeación de eventos.
- Atención a los clientes o consumidores.
- Atención telefónica o virtual.

REQUISITOS:

- Técnica en secretariado computarizado.
- Edad de 20 a más.
- Experiencia mínima de 2 años en el área de asistente
- Experiencia en Microsoft nivel usuario.
- Puntualidad y responsabilidad.
- Trabajo bajo presión.
- Buen clima laboral.
- Buena atención a los clientes.

4.3. CONDICIONES LABORABLES:

Es importante señalar esta característica pues impacta en el costo laboral del trabajador a tomar.

a. JORNADA DE TRABAJO:

La jornada de trabajo será de ocho horas diarias, (doble personal).

MAÑANAS:

9:00am – 5:00pm

NOCHES

5:00pm – 12am

b. Salario:

Cuadro 06: Salario del personal y remuneración

Personal	Remuneración Mensual
Gerente	S/.1800.00
Coordinador de Operaciones	S/.1000.00
Jefe de mantenimiento y Seguridad	S/.930.00
Asistente	S/.930.00

4.4. REGIMEN TRIBUTARIO:

- La empresa se regirá bajo el régimen general de impuesto a la renta: Régimen especial MYPE tributario.

Cuadro 07: Impuesto a la renta

Si la renta anual es de hasta 15 UIT	Por el exceso de más de 15 UIT
10%	29.50%

Sobre el llevado de Libros en el RMT la obligación para el llevado de cada uno se da de acuerdo a los ingresos obtenidos, así, tenemos lo siguiente:

En cuanto a los libros contables en el RMT si los ingresos netos anuales fueran hasta 300 UIT llevará:

- Registro de Ventas
- Registro de Compras
- Libro Diario de Formato Simplificado

La empresa realizara los respectivos pagos mensuales por el impuesto a la renta, así como la presentación de la declaración anual.

Figura 18: Comprobantes



V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO.

5.1. ESTUDIO ECONOMICO:

5.1.1 Mercado de ventas

Tabla 3: Estudio del mercado

	Total	Urbana	Total urbano
Población distrito Tarapoto (edades 5-54)	58,399	90%	52,559
Población distrito Morales (edades 5-54)	23,942	75%	17,957
Población distrito La banda de Shilicayo (edades 5-54)	33,130	85%	28,161
Población ciudad de Tarapoto (censada al 2007)	115,471		98,676
Crecimiento promedio anual de la población			2.0%
Población ciudad de Tarapoto (proyectada al 2018)			122,691
Promedio personas por vivienda			4
Viviendas ciudad de Tarapoto (proyectado al 2018)			24,669
Consumo del servicio (por día)			515
Consumo del servicio (por mes)			15450
Consumo del servicio (por año)			185400
Consumo del servicio ciudad de Tarapoto (diario)			4,573,637,235
Segmento B ciudad de Morales			20%
Segmento C ciudad de Morales			35%
Consumo del mercado objetivo (diarios)			2,515,500,479
Consumo del mercado objetivo (diarios)			2,515,500

Tabla 4: Tamaño de la demanda

	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Demanda actual anual	2,515,500		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual	2,515,500	2,565,810	2,617,127
Participación de mercado	5.00%	8.00%	10.00%
Demanda del proyecto	125775	205265	261713

5.1.2 Compras, costo de ventad y gastos

Tabla 5: Ventas totales de la empresa

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	125,775	205,265	261,713
Precio mercado (soles x dia)	3,000	3,000	3,120
Tendencia del precio	0%	4%	5%
Precio de venta efectiva	S/.3,000	S/.3,120	S/.3,276
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.377,325,072	S/.640,426,298	S/.857,370,706

Tabla 6: Compras totales

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (TM)		122	199	254
Inventario final (TM)	10%	12	20	25
Total requerimiento (TM)		134	219	279
.-Inventario inicial (TM)		-	12	20
Compras (TM)		134	207	259
Costo compra		S/.2,000	S/.2,000	S/.2,020
Tendencia del costo de compra		0%	1%	3%
Costo compra efectiva		S/.2,000	S/.2,020	S/.2,080.60
COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA		S/.268,400	S/.418,140	S/.539,708

Tabla 7: Costo de compra

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	122	199	254
Costo compra	S/2,000	S/2,020	S/2,081
COSTO DE LA MERCADERIA VENDIDA	S/244,000	S/401,980	S/528,472

Tabla 8: Gastos administrativos

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerentes	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,800	S/. 1,900	S/. 2,000
Jefe de mantenimiento	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 930
Asistentes	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 930
Remuneraciones del personal	S/. 3,660	S/. 3,760	S/. 3,860
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 3,977	S/. 4,086	S/. 4,195
Servicios públicos (luz y agua)	S/. 4,000	S/. 5,000	S/. 5,500
Utiles oficina	S/. 100	S/. 100	S/. 50
Utiles de limpieza	S/. 150	S/. 180	S/. 200
Total mensual	S/. 8,227	S/. 9,366	S/. 9,945
TOTAL ANUAL	S/.98,726	S/.112,390	S/.119,334

Tabla 9: Costo laboral

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				25.00%	12.50%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	4.50%
Total				42.33%	25.67%	8.67%

Tabla 10: Gastos comerciales

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 800	S/. 900	S/. 900
Local	S/. 150,000	S/. 15,000	S/. 10,000
Mantenimiento de cesp�ed	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
Promociones	S/. 100	S/. 400	S/. 800
sillas	S/. 50	S/. 100	S/. 200
Total mensual	S/. 151,950	S/. 17,400	S/. 12,900
TOTAL ANUAL	S/.1,823,400	S/.208,800	S/.154,800

5.2 Estudio financiero

5.2.1 Inversiones

Tabla 11: Inversión pre operativa

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 300	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 100	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 400	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Tabla 12: Inversión en activos fijos

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 150,000	1	S/. 150,000	20	S/. 7,500
Terreno	S/. 60,000	1	S/. 60,000	0	S/. 0
Equipos	S/. 3,000	2	S/. 6,000	5	S/. 1,200
otros	S/. 120	8	S/. 960	3	S/. 320
Total			S/. 216,960		S/. 9,020

Tabla 13: Depreciación y amortización

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.216,960	-S/.9,020	-S/.9,020	-S/.9,020	S/.189,900
Amortización activo intangible	S/.400	-S/.80	-S/.80	-S/.80	S/.160
TOTAL	S/.217,360	-S/.9,100	-S/.9,100	-S/.9,100	S/.190,060

5.2.2 Financiamiento

Tabla 14: Estado de resultados

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas (Cuadro 3)	S/.377,325,072	S/.640,426,298	S/.857,370,706
Costo ventas (Cuadro 5)	-S/.244,000	-S/.401,980	-S/.528,472
Margen Bruto	S/.377,081,072	S/.640,024,318	S/.856,842,234
Gastos administrativos (Cuadro 6)	-S/.98,726	-S/.112,390	-S/.119,334
Depreciación (Cuadro 11)	-S/.9,100	-S/.9,100	-S/.9,100
Gastos comerciales (Cuadro 8)	-S/.1,823,400	-S/.208,800	-S/.154,800
Margen operativo	S/.375,149,845	S/.639,694,028	S/.856,559,000
Tributos	-S/.71,278,471	-S/.121,541,865	-S/.162,746,210

Tabla 15: Tributación tax

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	10%	10%	10%
Impuesto a la renta	10%	10%	10%
Tasa tributaria (TAX)	19.00%	19.00%	19.00%

Tabla 16: Cálculo de utilidades para balance

	Año 1	Año 2	Año 3
Margen operativo	S/.375,149,845	S/.639,694,028	S/.856,559,000
Gastos financieros (Cuadro 17)	-S/.36,068	-S/.32,288	-S/.28,508
Margen antes de tributos	S/.375,113,778	S/.639,661,740	S/.856,530,492
Impuesto a la renta	-S/.71,271,618	-S/.121,535,731	-S/.162,740,794
Utilidad neta	S/.303,842,160	S/.518,126,009	S/.693,789,699

Tabla 17: Cambios en el capital del trabajo

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	2.0%	2.0%	2.0%	
Monto	-S/.37,732,507	-S/.5,262,025	-S/.4,338,888	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		0	0	0	
Monto		S/.0	S/.0	S/.0	
Inventario					
Número de días		0	0	0	
Monto		S/.0	S/.0	S/.0	
Cuentas x pagar					
Número de días		0	0	0	
Monto		S/.0	S/.0	S/.0	
TOTAL	-S/.37,732,507	-S/.5,262,025	-S/.4,338,888	S/.0	S/.47,333,420

Tabla 18: balance o estado de situación financiera

Balance	Año 0	Año 1		
Activo corriente	S/37,732,507	S/341,562,767		
Caja Bancos	S/37,732,507	S/341,562,767		
Cuentas por cobrar		S/0		
Inventarios		S/0		
Activo no corriente	S/217,360	S/208,260		
TOTAL	S/37,949,867	S/341,771,027		
Pasivo corriente		S/0		
Pasivo No Corriente	S/210,000	S/189,000		
TOTAL PASIVO	S/210,000	S/189,000		
Patrimonio				
Capital	S/37,739,867	S/37,739,867		
Utilidades retenidas				
Resultado del ejercicio		S/303,842,160		
TOTAL PATRIMONIO	S/37,739,867	S/341,582,027		
TOTAL	S/37,949,867	S/341,771,027		

Tabla 19: Plan de pago de préstamo bancario

Deuda a tomar	S/. 210,000			
19.56%	Anual	1.5%	mensual	
		120	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	210,000	3,150	1,750	4,900
2	208,250	3,124	1,750	4,874
3	206,500	3,098	1,750	4,848
4	204,750	3,071	1,750	4,821
5	203,000	3,045	1,750	4,795
6	201,250	3,019	1,750	4,769
7	199,500	2,993	1,750	4,743
8	197,750	2,966	1,750	4,716
9	196,000	2,940	1,750	4,690
10	194,250	2,914	1,750	4,664
11	192,500	2,888	1,750	4,638
12	190,750	2,861	1,750	4,611
		36,068	21,000	

5.2.3 Flujo de caja e indicadores de rentabilidad

Tabla 20: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.377,325,072	S/.640,426,298	S/.857,370,706	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.217,360				S/.190,060
Capital de trabajo	-S/.37,732,507	-S/.5,262,025	-S/.4,338,888	S/.0	S/.47,333,420
Compras		-S/.244,000	-S/.401,980	-S/.528,472	
Gastos administrativos (Cuadro 6)		-S/.98,726	-S/.112,390	-S/.119,334	
Gastos comerciales (Cuadro 8)		-S/.1,823,400	-S/.208,800	-S/.154,800	
Pago impuestos		-S/.71,278,471	-S/.121,541,865	-S/.162,746,210	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.37,949,867	S/.298,618,450	S/.513,822,374	S/.693,821,890	S/.47,523,480
Préstamo recibido	S/.210,000				-S/.147,000
Amortización		-S/.21,000	-S/.21,000	-S/.21,000	
Gastos financieros		-S/.36,068	-S/.32,288	-S/.28,508	
Escudo fiscal		S/.6,853	S/.6,135	S/.5,416	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.37,739,867	S/.298,568,236	S/.513,775,221	S/.693,777,799	S/.47,376,480

FCE	-S/.37,949,867	S/.298,618,450	S/.513,822,374	S/.741,345,370
FCF	-S/.37,739,867	S/.298,568,236	S/.513,775,221	S/.741,154,279

Tabla 21: Evaluación de la inversión

VAN Económico	S/.1,192,403,023
Tasa de descuento (CAPM)	10.91%
TIR Económica	851%
Indice B/C	32.42
VAN Financiero	S/.1,191,209,838
Tasa de descuento (WACC)	10.96%
TIR Financiero	855%
Indice B/C	32.56

Tabla 22: Costo de capital

Beta apalancada NYSE	1.00
TAX USA	31.00%
Relación endeudamiento D / E	0.70
Beta desapalancada USA	0.674

Beta apalancada Empresa Perú	0.674
TAX Perú	19.00%
Relación endeudamiento empresa Perú	0.01
Beta apalancada empresa Perú	0.68
Tasa libre riesgo	4.93%
Rentabilidad mercado	9.55%
Riesgo país	2.85%
CAPM	10.91%

CONCLUSIONES

1. El estudio demuestra un mercado potencial, tendremos el mejor servicio y es un plan único, por más que hay empresas similares a la nuestra.
-El cliente Tarapotino y sanmartinense siempre busca cosas nuevas.
2. El estudio técnico señala, que hay que tener mucho cuidado con los cambios climatológico, por eso estaremos bien implementados y a nuestros clientes les garantizaremos seguridad, que es lo importante.
3. En el aspecto organizacional se trabajará con un diseño de pequeñas empresas, bajo el Régimen especial MYPE tributario.
4. Nosotros como futuros Líderes del futuro llegamos a la conclusión que este proyecto es 100% viable, es un proyecto único que tiene muchas ventajas competitivas a diferencia de los demás.
5. Lo que nos caracteriza de los demás será: la eficiencia, la calidad, seguridad y el buen servicio.
6. Por ultimo llegamos a la conclusión final que este proyecto sirva de ejemplo para las demás generaciones, ya que es un buen proyecto, con buen estudio y que será rentable, esto ayudara mucho para cualquier emprendedor y que nos tomen de ejemplo para salir adelante, que nada es imposible.

BIBLIOGRAFIA

GUIA DE ANEXO:

ENCUESTA

Buenos días/ Tardes somos de la Universidad Científica del Perú estamos realizando una encuesta para evaluar la creación de un nuevo establecimiento de alquiler de cancha sintética en el distrito de morales. Le agradeceremos por brindarnos un minuto de su tiempo y respondernos las siguientes preguntas:

NOMBRE:.....

D.N.I......

¿A qué cancha sintética acudes con más frecuencia?

- a. Maracaná
- b. Bombonera
- c. La chacra
- d. Tauro
- e. Las vegas
- f. Master Gol
- g. El centenario

¿Qué deporte practica con más frecuencia?

- a. Futbol
- b. Vóley
- c. Básquet

¿Cuántas veces al mes acudes a una cancha sintética?

- a. Diario
- b. Semanal
- c. Dos veces al mes
- d. O más.

¿Qué valor agregado le pusieras a un establecimiento de cancha sintética?

.....

¿Cuánto es el monto que pagarías por hora en el alquiler de una cancha sintética (noche)?

- a. S/.20.00
- b. S/.25.00
- c. S/.30.00
- d. S/.40.00

¿Cuál de las canchas sintéticas que asiste tiene una tarifa más alta?

- a. Maracaná
- b. Bombonera
- c. La chacra
- d. Tauro
- e. Las vegas

- f. Master Gol
- g. El centenario

¿Cuál es el costo más alto que pago en un alquiler de cancha sintético por la noche?

.....

¿Favorece que las canchas sintéticas sean en lugares céntricos?

- a. Si
- b. No
- c. En ocasiones
- d. Siempre

¿Cuáles son los medios por la cual usted hace su reservación para el alquiler de la cancha sintética?

- a. Redes sociales
- b. Vía telefónica
- c. En recepción

¿Cuáles son las promociones que le gustaría encontrar en establecimiento que asiste?

- a. Precios bajos un día de la semana
- b. Premiar al equipo que asiste con más frecuencia (media hora gratis)
- c. A mitad de precios los productos al consumir (al cliente más frecuente)

¿Qué publicidad lo ve conveniente para dar a conocer la cancha sintética?

- a. Redes sociales.
- b. Televisión
- c. Radio
- d. Volantes
- e. Panel publicitario

GRAFICOS:

1. ¿A qué cancha sintética acudes con más frecuencia?

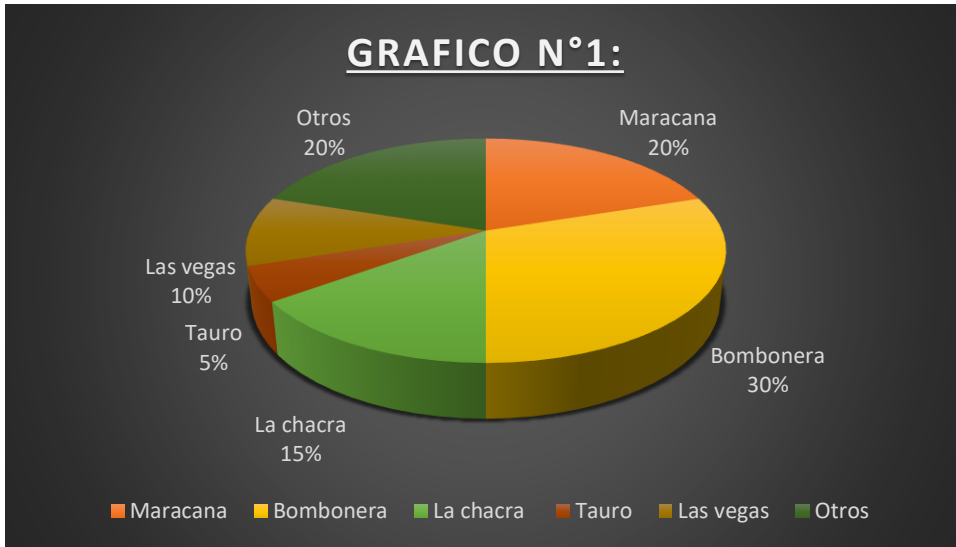


GRAFICO 1

INTERPRETACION:

El grafico N°1: Nos muestra que la población San Martinence acude con más frecuencia a la cancha sintética BOMBONERA, Y con el menos margen de visita es la cancha sintética TAURO.

2. ¿Qué deporte practica con más frecuencia?

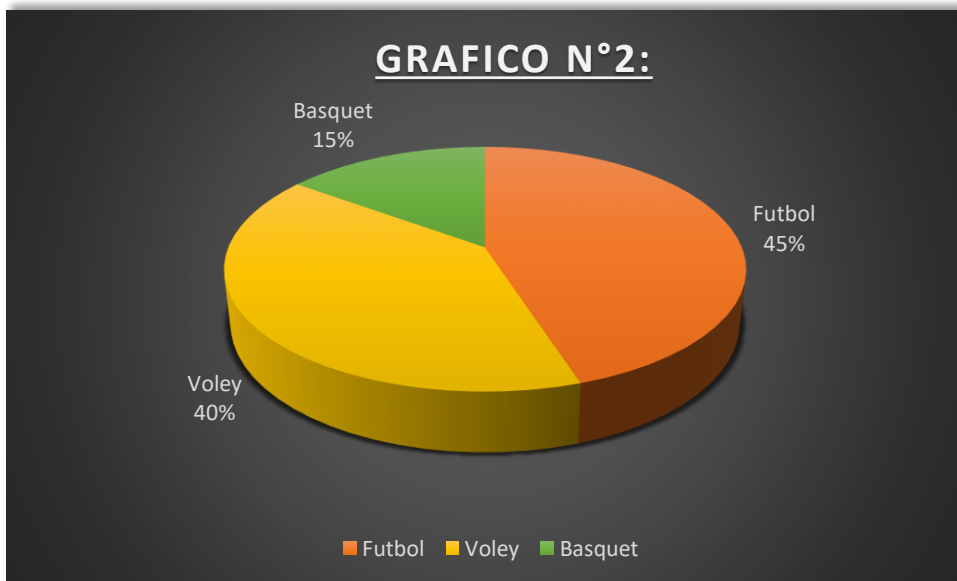


GRAFICO 2

INTERPRETACION:

El grafico N°2: Nos muestra que el deporte que más desean practicar es el futbol, y el deporte que menos juegan o practican es el básquet.

3. ¿Cuántas veces al mes acudes a una cancha sintética?



GRAFICO 3

INTERPRETACION:

El grafico N°3: Los pobladores acuden mayormente semanal o mejor dicho los fines de semana para practicar es el deporte de su preferencia, y los días menos visitados son dos veces al mes.

4. ¿Qué valor agregado le pusieras a un establecimiento de cancha sintética?

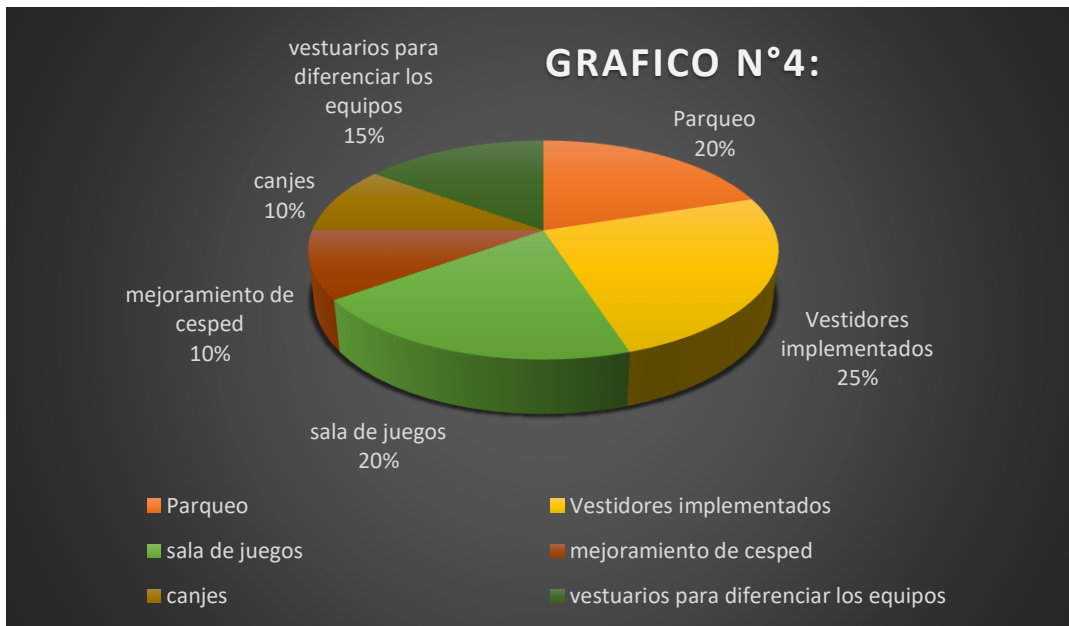


GRAFICO 4

INTERPRETACION:

El grafico N°4: Muestra que el valor agregado que más votos tiene es el parqueo para que los consumidores se sientan seguros de donde dejar sus vehículos, y el que menos votos tiene para un valor agregado son los canjes.

5.  Cu nto es el monto que pagar as por hora en el alquiler de una cancha sintética (noche)?

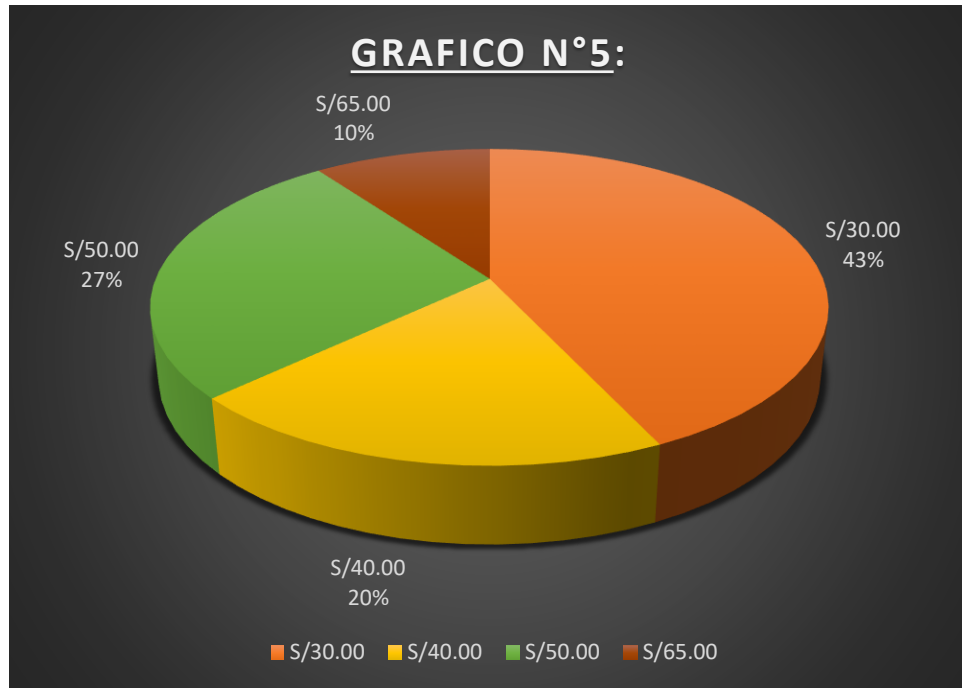


GRAFICO 5

INTERPRETACION:

El grafico N°5: Los pobladores desean pagar por una hora de alquiler de una cancha sintética S/30.00 soles por hora, y no desean pagar S/65.00 soles por hora porque es un precio alto.

6. ¿Cuál de las canchas sintéticas que asiste tiene una tarifa más alta?

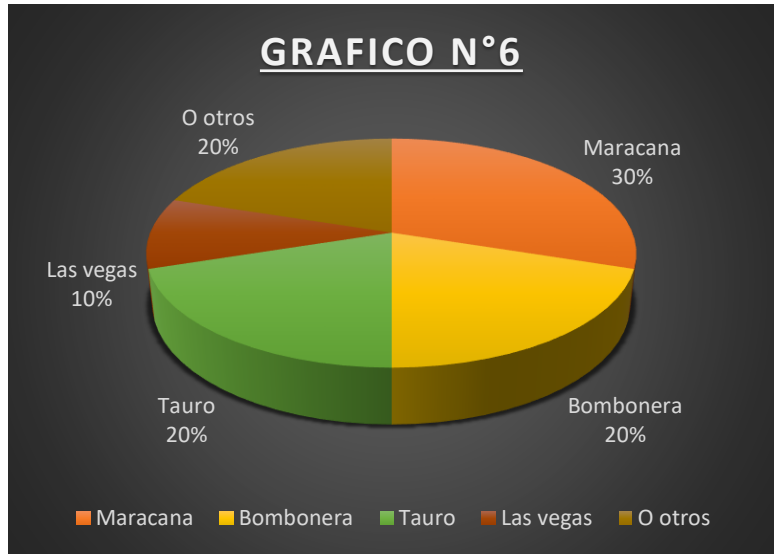


GRAFICO 6

INTERPRETACION:

El grafico N°6: Nos muestra que los pobladores optaron que la cancha sintética MARACANA tiene la tarifa más alta en el momento del alquiler, y la cancha sintética LAS VEGAS su costo por el alquiler de la cancha sintética es baja.

7. ¿Cuál es el costo más alto que pago en un alquiler de cancha sintético por la noche?

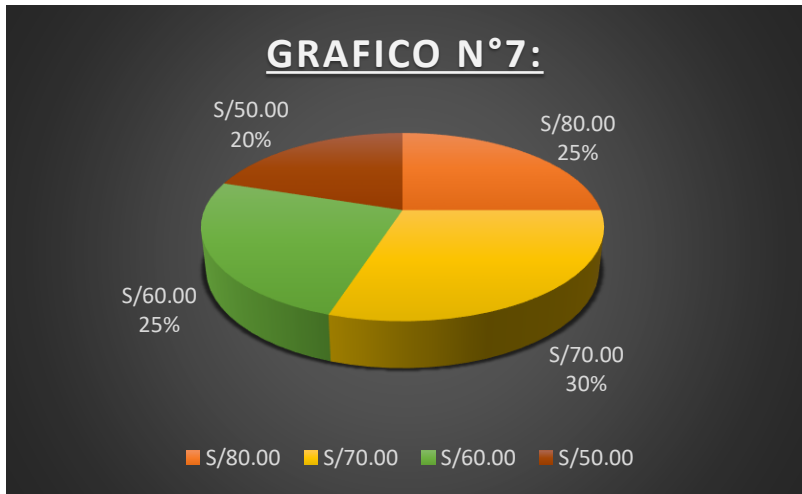


GRAFICO 7

INTERPRETACION:

El grafico N°7: El costo más alto que pagaron por el alquiler de una cancha sintética es de S/70.00 soles, y el 20 % de las personas encuestadas pagaron S/50.00 soles este es el pago de menos costo.

8. ¿Favorece que las canchas sintéticas sean en lugares céntricos?



GRAFICO 8

INTERPRETACION:

El grafico N°8: El 30 % de las personas encuestadas opinan que si es favorable de que el local este en un lugar céntrico para la fácil llegada al local, y el 20 % de personas encuestadas, que es el más bajo del porcentaje que no siempre tiene que ser en lugares céntricos.

9. ¿Cuáles son los medios por la cual usted hace su reservación para el alquiler de la cancha sintética?



GRAFICO 9

INTERPRETACION:

El grafico N°9: El 45% de personas encuestadas prefieren separar o hacer reservaciones por vía telefónica el de menos porcentaje, es de hacer reservación por las redes sociales es una opción que no es muy votada para las personas encuestadas.

10¿Cuáles son las promociones que le gustaría encontrar en establecimiento que asiste?

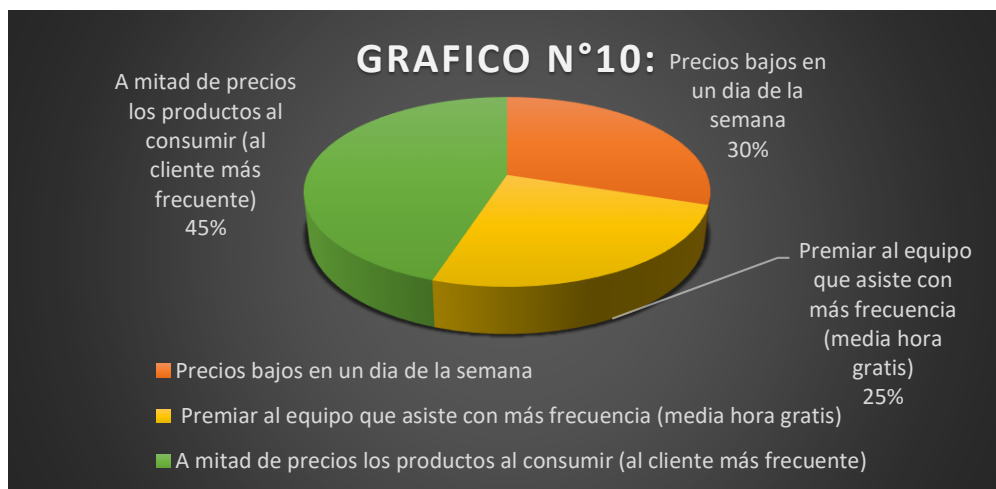


GRAFICO 10

INTERPRETACION:

El grafico N°10: A las personas encuestadas les gustaría encontrar de promoción que al cliente más frecuente les den a mitad de precio los productos al consumir, y el de bajo porcentaje es premiar al equipo que asiste con más frecuencia.

11. ¿Qué publicidad lo ve conveniente para dar a conocer la cancha sintética?

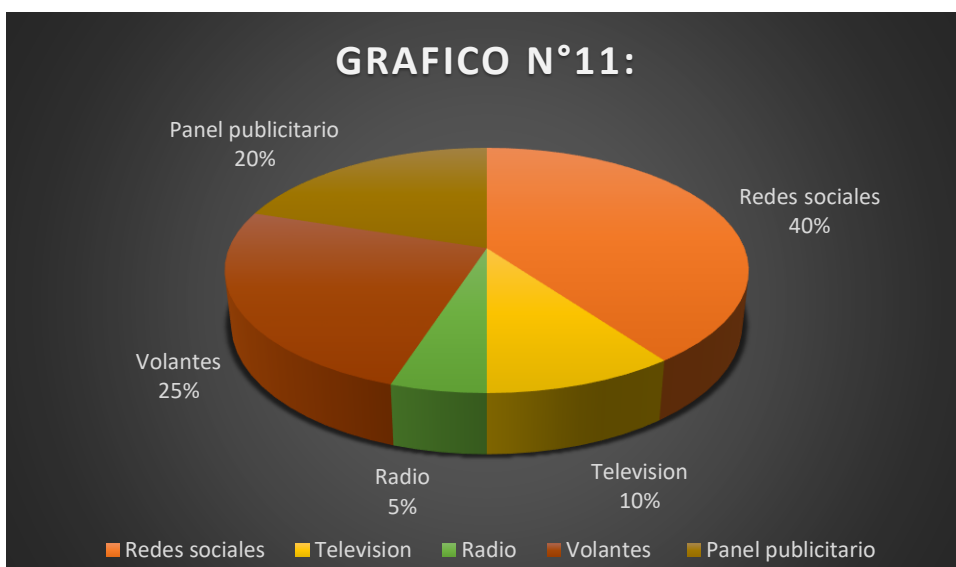


GRAFICO 11

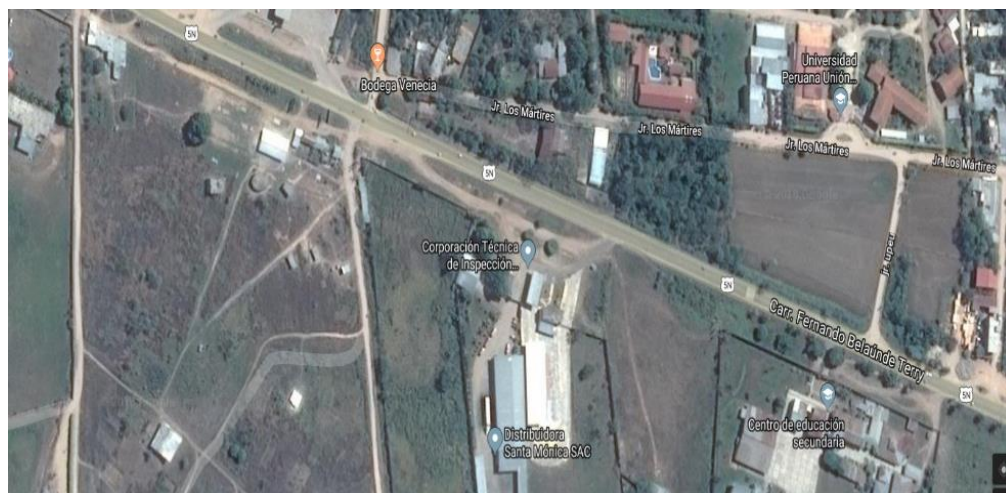
INTERPRETACION:

El grafico N°11: Las personas encuestadas prefieren que la publicidad lo hagamos mediante las redes sociales que tiene como votos el 40 %, y que no deberíamos promocionar por la radio porque es menos rentable que lo escuchen y tiene como votos el 5%.

MATRIZ PC:

MATRIZ PC DE LA EMPRESA Campo Sintético "CHAMPIONS"									
FACTORES CLAVE DE ÉXITO	LA EMPRESA			LAS VEGAS		BOMBONERA		CENTRNARIO	
	PESO	VALOR	PONDERACION	VALOR	PONDERACION	VALOR	PONDERACION	VALOR	PONDERACION
Atencion al cliente	0.22	4	0.88	4	0.88	4	0.88	4	0.88
Precios Comodos	0.12	4	0.48	3	0.36	4	0.48	4	0.48
Promociones -Ofertas	0.12	2	0.24	2	0.24	2	0.24	4	0.48
Infraestructura	0.17	4	0.68	2	0.34	4	0.68	4	0.68
Facil acceso	0.09	4	0.36	3	0.27	4	0.36	4	0.36
Vestudario	0.09	3	0.27	2	0.18	2	0.18	2	0.18
Sala de juegos	0.10	3	0.30	2	0.20	2	0.20	2	0.20
Publicidad	0.09	3	0.27	4	0.36	3	0.27	3	0.27
TOTAL	1.00		3.48		2.83		3.29		3.26

UBICACIÓN:



FOTOS DE ENCUESTA:

