



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACION

“PROYECTO DE INVERSIÓN: ALQUILER DE CANCHAS  
DE GRASS SINTÉTICO EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN  
LIMA NORTE”

Tesis para optar el título profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

**Autor:**

Bachiller: Mabel Victoria Medrano Huamani

**Asesor:**

Mg. Fernando Lucio Cieza Paredes

Lima – Perú

2017

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. MARCO TEORICO .....	14
1.1. ENTORNO Y CONDICIONES GENERALES .....	14
1.1.1. Entorno Mundial .....	14
1.1.2. Entorno Nacional.....	16
1.1.3. La realidad Política del Perú .....	18
1.1.4. La Realidad Económica de Lima .....	19
CAPÍTULO 2. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES.....	22
2.1. ENFOQUE DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	22
2.2. DEMANDA POTENCIAL .....	23
2.3. EL SEGMENTO DE NUESTRO MERCADO OBJETIVO.....	25
2.3.1. Segmentación geográfica .....	27
2.3.2. Segmentación demográfica .....	29
2.3.3. Segmentación socio económico .....	30
2.3.4. Segmentación Psicográfica .....	30
2.4. TENDENCIAS ESPERADAS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO.....	32
2.5. TENDENCIAS DEL MERCADO .....	32
2.6. DIFERENCIAS DE NUESTRO PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA .....	34
2.6.1. Ventajas Comparativas .....	34
2.6.2. Ventajas Competitivas .....	35
2.7. ANÁLISIS FODA DE NUESTRO NEGOCIO.....	36
2.7.1. Análisis de Oportunidades .....	38
2.7.2. Análisis de Amenazas.....	38
2.7.3. Análisis de Fortalezas .....	38
2.7.4. Análisis de Debilidades .....	39
2.8. COMPARACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA .....	39
2.9. MEJORAS EN EL TIEMPO INCLUIDAS EN EL NEGOCIO .....	39
2.10. PLANES PARA EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA.....	39
CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO .....	40
3.1. LOS CLIENTES .....	40
3.1.1. Clientes potenciales .....	40
3.1.2. Consumidor final .....	40
3.2. EL MERCADO POTENCIAL.....	41

3.3.	LA OFERTA EN EL MERCADO.....	41
3.4.	LA DEMANDA ESPERADA.....	42
3.5.	HÁBITOS DE CONSUMO.....	42
3.6.	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS.....	43
3.6.1.	Nuestros Competidores .....	44
3.7.	ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y DE LAS VENTAS .....	45
3.7.1.	Productos que estimas vender en el primer año .....	46
CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING .....		48
4.1.	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO.....	48
4.1.1.	Estrategia de servicio.....	48
4.1.2.	Estrategia de precios .....	49
4.1.3.	Estrategia de promoción y publicidad.....	50
4.1.4.	Estrategia de distribución.....	56
4.2.	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	56
4.3.	SERVICIO .....	56
4.3.1.	Marca .....	57
4.3.2.	Eslogan .....	57
4.3.3.	Presentación .....	57
4.4.	BONDADES O VENTAJAS DEL PRODUCTO.....	58
4.5.	POLÍTICA DE PRECIOS.....	58
4.6.	INICIO DE VENTAS DEL SERVICIO.....	58
4.7.	TÁCTICAS DE VENTAS .....	59
4.8.	OBJETIVOS DE VENTAS EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO.....	59
4.8.1.	Corto plazo.....	60
4.8.2.	Mediano plazo.....	60
4.9.	ESTRATEGIAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS.....	60
4.9.1.	Estrategias de crecimiento vertical .....	60
4.9.2.	Estrategias de crecimiento horizontal .....	60
4.10.	FUERZAS DE PORTER.....	61
4.10.1.	Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores .....	62
4.10.2.	Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos.....	65
4.10.3.	Poder de Negociación de los Proveedores.....	65
4.10.4.	Poder de Negociación de los Compradores .....	65
4.10.5.	La rivalidad entre los Competidores.....	65

<b>CAPÍTULO 5. PLAN DE OPERACIONES</b> .....	66
5.1. INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA .....	66
5.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA .....	66
5.2.1. Ubicación de centro de operaciones .....	66
5.3. CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE VENTA .....	67
5.3.1. Equipamiento .....	67
5.3.2. Maquinarias .....	67
5.4. DIAGRAMA DE OPERACIONES DE PROCESO .....	71
<b>CAPÍTULO 6. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b> .....	72
6.1. INVERSIÓN EN REMODELACIÓN DEL LOCAL .....	74
6.1.1. Inversión en Muebles y Enseres .....	76
6.1.2. Inversión Maquinaria y equipo .....	77
6.1.3. Inversión de Herramientas .....	77
6.1.4. Inversión activos – software .....	78
6.2. CAPITAL DE TRABAJO .....	79
6.2.1. Presupuestos de ingresos y egresos .....	79
6.2.2. Presupuesto de ingresos de venta .....	80
6.2.3. Presupuesto de costos .....	82
6.3. COSTOS FIJOS – OBLIGACIONES LABORALES .....	85
6.4. COSTOS FIJOS – MATERIALES Y EQUIPOS .....	87
6.5. COSTOS FIJOS –SERVICIOS VARIOS .....	89
6.6. COSTOS FIJOS- MANTENIMIENTO .....	91
6.7. COSTOS FIJOS – SEGUROS SEGURO .....	91
6.8. DEPRECIACIÓN ANUAL .....	92
<b>CAPÍTULO 7. PLAN FINANCIERO</b> .....	93
7.1. INGRESOS GENERADOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO .....	93
7.1.1. Ingreso Generado durante la ejecución del Proyecto .....	94
7.2. EGRESOS GENERADOS DURANTE EL PROYECTO .....	95
7.2.1. Costos Fijos .....	95
7.2.2. Costos Laborales .....	96
7.2.3. Impuesto a la Renta .....	96
7.2.4. Impuesto General a las Ventas .....	96
7.3. FINANCIAMIENTO .....	96
7.4. VALOR ACTUAL NETO (VAN) .....	97

7.5.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	97
7.6.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	98
7.7.	COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.....	98
CAPÍTULO 8. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO.....		99
8.1.	CONCLUSIONES.....	99
8.2.	RECOMENDACIONES.....	100
ANEXOS.....		102
ANEXO 1: ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA EMPRESA.....		103
ANEXO 2: TRAMITES PARA INSTITUCIÓN.....		105
ANEXO 3: MODELO DE SOLICITUD DE LEGALIZACION DE LIBROS.....		107
ANEXO 10: MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.....		116

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1.</b>	Población seleccionada del ámbito .....	24
<b>Tabla N° 2.</b>	Segmentación de Nuestro Mercado Objetivo .....	26
<b>Tabla N° 3.</b>	Distrito seleccionado para el Estudio de Mercado.....	29
<b>Tabla N° 4.</b>	Rango de Edades .....	29
<b>Tabla N° 5.</b>	Rango de edades vs Distritos seleccionados .....	29
<b>Tabla N° 6.</b>	Sexo de la Población .....	30
<b>Tabla N° 7.</b>	Nivel Socioeconómico .....	30
<b>Tabla N° 8.</b>	Tendencia esperada de la demanda .....	32
<b>Tabla N° 9.</b>	Tendencia del mercado expresado en % .....	33
<b>Tabla N° 10.</b>	Demanda Potencial .....	40
<b>Tabla N° 11.</b>	Población proyectada al año 2018 .....	41
<b>Tabla N° 12.</b>	Demanda Potencial del Distrito seleccionado .....	42
<b>Tabla N° 13.</b>	Participación en el mercado y las ventas .....	45
<b>Tabla N° 14.</b>	Frecuencia de Consumo.....	46
<b>Tabla N° 15.</b>	Frecuencia Mensual de consumo del Alquiler de Canchas Sintéticas .....	47
<b>Tabla N° 16.</b>	Tabla de Precios del Alquiler de Canchas.....	49
<b>Tabla N° 17.</b>	Distribución de los horarios de alquiler del tipo de cancha.....	49
<b>Tabla N° 18.</b>	Descripción de Requerimiento de Equipos.....	67
<b>Tabla N° 19.</b>	Descripción de Requerimiento de Maquinaria.....	68
<b>Tabla N° 20.</b>	Diagrama de Gantt.....	73
<b>Tabla N° 21.</b>	Análisis de Costos en Acondicionamiento y Edificaciones.....	75
<b>Tabla N° 22.</b>	Análisis de Costos en Muebles.....	76
<b>Tabla N° 23.</b>	Análisis de Costos en Enseres y Equipos de Oficina .....	76
<b>Tabla N° 24.</b>	Análisis de Costos en Maquinaria e Infraestructura .....	77
<b>Tabla N° 25.</b>	Análisis de Costos en Herramientas Para El Alquiler de las Canchas Sintéticas.....	78
<b>Tabla N° 26.</b>	Análisis de Costos en Software .....	78
<b>Tabla N° 27.</b>	Análisis de Financiamiento del Capital de Trabajo.....	79
<b>Tabla N° 28.</b>	Análisis de Precio y Participación de Ventas Según Producto.....	80
<b>Tabla N° 29.</b>	Análisis de Precio y Participación de Ventas Según Producto.....	81
<b>Tabla N° 30.</b>	Análisis de Costos – Presupuestos de Marketing .....	82
<b>Tabla N° 31.</b>	Análisis de Costos – Presupuestos de Materiales de Oficina .....	83
<b>Tabla N° 32.</b>	Análisis de Costos - Presupuesto de Materiales para Mantenimiento .....	84
<b>Tabla N° 33.</b>	Análisis de Costos – Presupuesto de Uniformes .....	84
<b>Tabla N° 34.</b>	Análisis de Costos – Presupuesto de EPP.....	85
<b>Tabla N° 35.</b>	Presupuesto de Desembolso de Sueldos – Primer Año .....	86

<b>Tabla N° 36.</b>	Distribución de Horarios de Trabajo .....	87
<b>Tabla N° 37.</b>	Análisis Costos Fijos – Materiales y Equipos .....	88
<b>Tabla N° 38.</b>	Análisis de Costos de Promoción y Marketing .....	89
<b>Tabla N° 39.</b>	Análisis de Costos de Servicios Fijos Prestados por Terceros .....	90
<b>Tabla N° 40.</b>	Análisis de Costos de Mantenimiento de las Maquinarias .....	91
<b>Tabla N° 41.</b>	Costo de Seguro Multirisgo .....	91
<b>Tabla N° 42.</b>	Cuadro de Depreciación de los Activos.....	92
<b>Tabla N° 43.</b>	Proyección del Flujo de Ingresos del Proyecto.....	93
<b>Tabla N° 44.</b>	Distribución de las Ventas Mensuales por.....	94
	Frecuencia de Consumo .....	94
<b>Tabla N° 45.</b>	Distribución de las ventas Anuales y Crecimiento .....	95
<b>Tabla N° 46.</b>	Tabla de Estructura del Financiamiento del Proyecto .....	96
<b>Tabla N° 47.</b>	Tabla de Estructura del Financiamiento del Proyecto .....	97
<b>Tabla N° 48.</b>	Valor Actual Neto del Proyecto.....	97
<b>Tabla N° 49.</b>	Tasa Interna de Retorno.....	97
<b>Tabla N° 50.</b>	Periodo de Recuperación de Capital del Proyecto .....	98

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura N° 1.</b>	Índice de Emprendimiento en Sudamérica y El Caribe .....	15
<b>Figura N° 2.</b>	Crecimiento del PBI .....	16
<b>Figura N° 3.</b>	Evolución del Índice Mensual de Producción .....	17
<b>Figura N° 4.</b>	Producción Nacional Según Sectores Económicos .....	18
<b>Figura N° 5.</b>	Población en Edad de trabajar .....	20
<b>Figura N° 6.</b>	Población Económicamente Activa .....	21
<b>Figura N° 7.</b>	Crecimiento de la Población en el Perú.....	23
<b>Figura N° 8.</b>	Mapa de ubicación del local .....	27
<b>Figura N° 9.</b>	Población de Lima Norte por Distritos .....	28
<b>Figura N° 10.</b>	Estilo de Vida Según Arellanos .....	31
<b>Figura N° 11.</b>	Factores Internos .....	36
<b>Figura N° 12.</b>	Puntaje asignado a cada Ítem .....	36
<b>Figura N° 13.</b>	Factores Externos.....	37
<b>Figura N° 14.</b>	Puntaje asignado a cada Ítem .....	37
<b>Figura N° 15.</b>	Tarjeta de la empresa .....	50
<b>Figura N° 16.</b>	Página Web Foot Gol - Perú.....	51
<b>Figura N° 17.</b>	Imagen del Facebook de Footgol-Perú .....	52
<b>Figura N° 18.</b>	Tablero de puntuación de equipos .....	53
<b>Figura N° 19.</b>	Cartilla de Control .....	54
<b>Figura N° 20.</b>	Primer premio Gorro .....	55
<b>Figura N° 21.</b>	Segundo premio Polo .....	55
<b>Figura N° 22.</b>	Logo de la empresa .....	57
<b>Figura N° 23.</b>	Fuerzas de Porter .....	61
<b>Figura N° 24.</b>	Complejo San Pio X.....	62
<b>Figura N° 25.</b>	Complejo Deport Center .....	63
<b>Figura N° 26.</b>	Cancha Gol de Oro.....	64
<b>Figura N° 27.</b>	Compactación del terreno.....	117
<b>Figura N° 28.</b>	Extendido del Rollo .....	117
<b>Figura N° 29.</b>	Terminación .....	117
<b>Figura N° 30.</b>	Césped.....	118



## RESUMEN

El presente proyecto ha sido elaborado para la creación de un establecimiento de Alquiler de Canchas de Grass Sintético en Lima norte, el nombre comercial es Foot Gol Perú S.A. Se ha tomado como ubicación estratégica del establecimiento al distrito de los Olivos, considerado como la mayor afluencia de personas que hay en la zona.

El servicio será percibido de manera diferenciada ante otros establecimientos que brindan el mismo servicio en la atención al público que será nuestra mejor ventaja y atributo que nos va a diferenciar de la competencia a través de la infraestructura y las características del servicio adecuado que ofreceremos.

Se realizará un análisis utilizando diferentes herramientas como el Marketing el cual nos ayudara a reducir el grado de incertidumbre y posible fracaso al determinar el segmento de mercado al cual atacaremos, también podemos planificar los medios publicitarios que utilizaremos como estrategias para las diferentes etapas del proyecto; también se utilizará el análisis foda con el objetivo de verificar el grado de rentabilidad de la inversión.

Al lograr la conexión comercial entre el cliente y el negocio, se reflejará de manera positiva o negativa la rentabilidad de la empresa, que es el motivo de investigación del proyecto en mención.

Por último, por medio del estudio de viabilidad Económico Financiero, se puede arribar a la conclusión de que el proyecto de inversión, es altamente rentable, ya que el mismo arroja a través de los indicadores utilizados, resultados positivos.

## ABSTRACT

The present project has been developed for the creation of a Rental of Fields of Synthetic Grass in North Lima, the commercial name is Foot Gol Peru S.A. It has been taken as the strategic location of the establishment to the district of Olivos, considered as the largest influx of people in the area.

The service will be perceived in a differentiated way before other establishments that provide the same service in the attention to the public that will be our best advantage and attribute that will differentiate us from the competition through the infrastructure and the characteristics of the appropriate service that we will offer

An analysis will be made using different tools such as Marketing which will help us to reduce the degree of uncertainty and possible failure in determining the market segment to which we will attack, we can also plan advertising media that we will use as strategies for the different stages of the project ; Also the foda analysis will be used with the objective of verifying the degree of profitability of the investment.

By achieving the commercial connection between the client and the business, the profitability of the company, which is the reason for investigation of the project in question, will be reflected positively or negatively.

Finally, through the Economic Economic feasibility study, it can be concluded that the investment project is highly profitable, since it shows positive results through the indicators used.

Nota de acceso:

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

## REFERENCIAS

- <http://elcomercio.pe/economia/peru/peru-quinta-economia-mundial-mayor-emprendimiento-noticia-1796849>.
- Espinoza, R. (s.f.). <http://robertoespinosa.es>. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- Internacional, F. M. (2016). *Perspectivas de la Economía Mundial*. Washinton. Marketing, O. *Estilos de Vida* .
- Perú, B. C. (2017). *Reporte de Inflación 2016*. Lima.
- Perú, B. C. (2017). *Reporte de Inflación*. Economico y estadístico , Lima.
- Bank, T. W. (2017). *Perspectivas Económica Muldiales*. Económico, Washinton. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>
- Espinoza, R. (s.f.). <http://robertoespinosa.es>. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- Internacional, F. M. (2016). *Perspectivas de la Economía Mundial*. Washinton. Obtenido de <http://www.imf.org/external/spanish/>
- Marketing, O. (s.f.). *Estilos de Vida* . Obtenido de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estilos-de-vida/>
- P hilip Kotler, John T B Owen, James C. Makens, Jesus Garcia de Madariaga, J avie Flores Zamora. (2011). *MARKETING TURISTICO*. Madrid: PEARSON EDUCACION SA.
- Perú, B. C. (2017). *Reporte de Inflación*. Economico y estadístico , Lima. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2017/marzo/reportede-inflacion-marzo-2017.pdf>
- Perú, B. C. (2017). *Reporte de Inflación 2016*. Lima. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2016/setiembre/reportede-inflacion-setiembre-2016.pdf>
- Turismo, O. M. (2015). *UNWTO Tourism Highlights*. Estadístico . Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>
- Tesis, Universidad Tecnológica del Perú