

Juan Antonio Tovar Díaz, Daniel Sánchez de Arévalo, Ezequiel Carranza Vilchez
2ºBACH - FUNDAMENTOS Y GESTIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE LA EMPRESA



Índice

- 1- Portada (página 1)
- 2- Introducción (página 2)
- 3- LAS NECESIDADES
- 4- LA IDEA
- 5- LA ACTIVIDAD
- 6- MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS
- 7- LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN
- 8- FORMA JURÍDICA
- 9- TRÁMITES CREACIÓN
- 10- TRÁMITES PUESTA MARCHA
- 11- ANÁLISIS DEL MERCADO
- 12- ANÁLISIS DE ENTORNO
- 13- MODELO CANVAS
- 14- DAFO
- 15- ORGANIZACIÓN
- 16- PERSONAL
- 17- LOS CLIENTES
- 18- MARKETING: 4 “P”
- 19- PRODUCTO
- 20- PRECIO
- 21- PROMOCIÓN
- 22- DISTRIBUCIÓN
- 23- DISTRIBUCIÓN
- 24- INVERSIÓN INICIAL
- 25- PRESUPUESTO
- 26- PRÉSTAMOS Y/O CRÉDITO
- 27- CONCLUSIÓN

LISTA DE LOGROS.	REQUISITOS	REALIZADO/pendiente
PRIMERA EVALUACIÓN. APROXIMADAMENTE FIN DE NOVIEMBRE		
PORTADA	Nombre del trabajo, nivel, materia y miembros del grupo. Uso de alguna imagen (fuente)	Hecho.
ÍNDICE	Tras la portada. Relación de contenidos y la página en la que se sitúa cada apartado	Hecho
INTRODUCCIÓN.	Explican: que es un trabajo para la materia, la finalidad que tiene, como se ha realizado, qué dificultades han tenido, y que han aprendido durante su realización.	semihecho
LAS NECESIDADES	¿Dónde y a quién han visto que tienes necesidades de un bien o servicio sin cubrir? ¿Creen que la gente podría pagar por tenerlo y por qué? ¿Hay algo similar que ya existe pero que Ustedes intentan mejorar: más barato, más rápido, más calidad, ¿...? ¿La han visto, oído, encontrado por internet, ...?	Hecho (en el público objetivo).
LA IDEA	¿Cómo y por qué creen que podría resolver esa necesidad, resolver un problema? ¿En qué página o empresa han encontrado algo similar? Describe el producto con detalle, si es un bien: tamaño, forma, color, envase, Si es un servicio: horario, lugar, tipos, material, seguros, que haría cada persona, ... La idea es ¿posible, realizable, rentable? Origen. Tipo de emprendimiento, innovación. Nivel de digitalización	Hecho.
LA ACTIVIDAD	Nuestro logo: imagen y explicación. ¿Nombre de la empresa? ¿cómo se haría la actividad?	Hecho
MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS	¿Qué objetivos tenemos, empresariales y sociales? ¿Son objetivos SMART: específico, medible, alcanzable, relevantes y temporales? ¿Cuáles son nuestra visión y misión?	Hecho.
LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN	¿Dónde se sitúan? ¿Dificultades y ventajas del lugar? Factores tenidos en cuenta para elegir la ubicación de la empresa, local, oficina, ... Y criterios para definir el tamaño de salida de nuestro proyecto.	Hecho.
FORMA JURÍDICA	Capital necesario (inversión inicial) Aportación de cada socio. ¿Quiénes son los socios o propietarios? La responsabilidad patrimonial limitada o ilimitada. Los impuestos a pagar: IRPF e I SOCIEDAD Transmisión de la propiedad.	Hecho.
TRÁMITES CREACIÓN	Agencia tributaria. Notario. Registro Mercantil	Hecho.

TRÁMITES PUESTA MARCHA	Agencia tributaria. Ayuntamiento Seguridad social	hecho
ANÁLISIS DEL MERCADO	¿Cuántos competidores existen? ¿Quiénes son, qué y cómo lo hacen? Tipos de mercado ¿Qué posibilidades habría de imitadores? Segmentación y público objetivo	hecho
SEGUNDA EVALUACIÓN		
ANÁLISIS DE ENTORNO	PESTEL	Hecho.
MODELO CANVAS	Completar los nueve bloques de estudio del modelo canvas de negocio: Segmento de clientes, propuesta de valor, ...	Hecho.
DAFO	¿Qué debilidades tiene nuestra empresa? ¿Qué fortalezas tiene nuestra empresa? ¿Qué amenazas tenemos o podríamos tener? ¿Qué oportunidades tenemos o podríamos tener?	Hecho.
ORGANIZACIÓN	Reparto de tareas Relaciones y responsabilidades del personal Elaboración de un organigrama	Hecho.
PERSONAL	Selección de personal Tipos de contratos. Costes laborales.	Hecho.
LOS CLIENTES	¿A quién me voy a dirigir? ¿Qué edad, sexo, renta, lugar, ... tienen? ¿Cómo voy a saber que quieren/necesitan?	Hecho.
MARKETING: 4 "P"	Explica que son todas las actividades comerciales dirigidas a aumentar ventas y cubrir las necesidades de posibles clientes. Y que están formada por las 4 "p" inglesas: Price, product, promotion, y place.	Hecho
PRODUCTO	Describirlo con todo detalle Imagen del producto o del lugar (servicio)	Hecho
PRECIO	Señalar que precio, van a poner y si lo han puesto en relación a: coste, demanda y/o competencia. Formas de pago para cobrar al cliente. Tipos de precio: promoción, paquete, descuentos, bonos, ...	Hecho
PROMOCIÓN	Crear una página web de la empresa. Contiene imagen con fuente y derechos de autor. ¿hay web de empresa? Explicar como se van a dar a conocer: tiendas, radio, buzones, colegios, ...	Hecho
DISTRIBUCIÓN.	¿Cómo vamos a hacer llegar nuestro producto hasta el cliente?	Hecho
INVERSIÓN INICIAL	Cuadro resumen de todos los gastos para iniciar el negocio Explica al menos las principales partidas.	Falta añadirlo
PRESUPUESTO	Cuadro de ingresos y gastos mensuales previsto en la actividad diaria de la empresa. Incluir la devolución de préstamo o crédito inicial para la puesta en marcha.	Falta añadirlo
PRÉSTAMOS Y/O CRÉDITO	Nombrar el TAE de los préstamos y cálculo de las cuotas a pagar a través de la web del banco de España (captura de imagen y breve comentario o explicación de esos gastos)	hecho
CONCLUSIÓN	Destaca la importancia de planificar y conocer las necesidades y aportar algo que otras empresas no hacen o hacen de otra manera y de realizar controles periódicos para ver si se cumple nuestros objetivos.	hecho

Introducción

Este es un trabajo grupal formado por 3 integrantes, Daniel Sanchez, Ezequiel Carranza y Juan A. Tovar. En esta tarea estamos creando un proyecto de empresa que consta en organizar un torneo de fútbol entre varios equipos donde las personas van a poder crear y organizar su alineación a su gusto y con quien quieren hacerlo.

Lo hemos hecho respondiendo las preguntas de las tareas del classroom a lo largo de todo el año, que nos han ayudado a realizar esta actividad de una manera más apropiada.

En cuanto a nuestra experiencia durante la realización del trabajo a lo largo de todo el curso [...].

1. La idea clave

Nuestra empresa, torneos de fútbol Tenerife, existe para organizar competiciones de fútbol con premio entre los jóvenes. En cinco años queremos hacernos conocer a lo largo de toda la isla para así aumentar cada vez más el número de participantes y, de esta manera, recaudar más dinero.

2. Valores

1. Pasión
2. Fair-play y espíritu deportivo
3. Colaboración
4. Diversión y experiencia memorable
5. Inclusión y Diversidad

3. Personalidad

1. Apasionada
2. Fiable
3. Cercana
4. Dinámica
5. Justa

5. Público Objetivo

Nuestro público objetivo son jóvenes y adultos, principalmente entre 15 y 40 años, apasionados por el fútbol y que buscan participar en torneos organizados para competir, divertirse y compartir con amigos o compañeros. También nos dirigimos a clubes, escuelas y empresas que desean fomentar el deporte y la convivencia a través de competiciones bien organizadas.

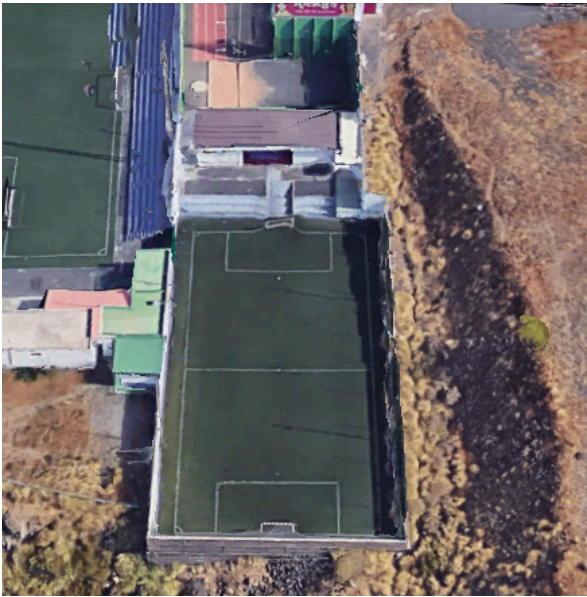
Les hacemos la vida más fácil porque nos encargamos de toda la organización del torneo: inscripción de equipos, arbitraje, gestión de horarios, campos y resultados, ofreciendo una experiencia deportiva completa y sin complicaciones. Así, solo tienen que preocuparse por disfrutar del juego y dar lo mejor en la cancha.

6. Posicionamiento

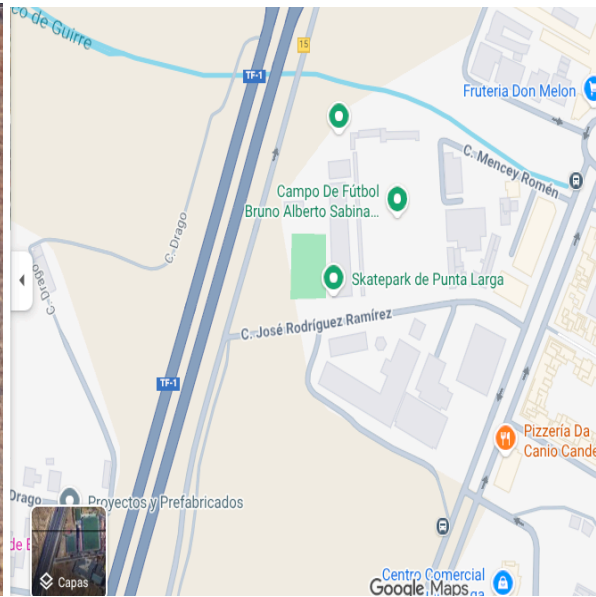
1. Ligas Tenerife / Ligas Intermunicipales
2. Clubes deportivos y escuelas municipales
3. Empresas privadas locales de eventos deportivos
4. Universidades y centros educativos
5. Aplicaciones o plataformas de gestión deportiva (Competize Tournify, SportMember)

Localización y Dimensión de la Empresa

1.- Sitúa la empresa a través del google maps. (captura de pantalla). Infórmate del coste de local, oficinas, o metro cuadrado para construir y señala los motivos de ese lugar (al menos 5 razones) Y estima el coste de pago único o mensual que va a suponer a tu empresa el local, oficina, terreno...



Vista periférica satelital del campo de fútbol.



Campo de fútbol visto desde google maps.



Acceso al campo de fútbol.

Este lugar ya es propiedad de los dueños de la escuela municipal de fútbol Candelaria. Gracias, a que los conocemos y tenemos una muy buena relación con ellos, hemos conseguido alquilarles el espacio del campo de fútbol 5 a un precio de 5 euros la hora. Por tanto, si decimos que los torneos se jugarán cada domingo y durarán un periodo de 3h por día, obtendremos un resultado de unos 60 euros al mes (si el mes tiene 4 domingos).

Hemos elegido este lugar porque: nos queda cerca, el campo está en buen estado, tiene cantina, cuenta con baño y conocemos a los dueños.

2.- Determina el tamaño, dimensión (superficie, personal, instalaciones, equipos informáticos, materiales, ...) de partida. Y estima el coste.

Nuestro torneo de fútbol se realizará en un campo de fútbol 5 que tiene de perímetro: 133,76 m, y su área: 1017,1 m². El campo tiene 2 porterías ya instaladas y vamos a necesitar unos balones. En el personal, los que organizamos el formato del torneo, que equipos juegan contra sus rivales, cuando se juega, etc. Somos Daniel, Juan y Ezequiel, también necesitaremos un árbitro que será nuestro compañero Enaydan. Como en el personal somos nosotros no gastaremos dinero en este aspecto, en cuanto los balones, ya contamos desde antes con una amplia variedad de balones semi-profesionales que son los que vamos a utilizar durante el torneo, por lo tanto tampoco gastaremos dinero con esto.

3.-Establece la visión y misión de tu proyecto empresarial

La visión sería de un tiempo de 1 año aproximadamente más que nada para ganar un dinero rápido siendo menores de edad, con un deporte que nos fascina y que además conocemos de sobra. Pero sinceramente la razón por la que no le vemos más tiempo a este proyecto es el mero hecho que no conseguimos un capital suficiente para subsistir y pagar nuestras cosas.

Torneos de Fútbol Tenerife



Socios claves

No contaremos con una cantidad significativa de socios. Ya que trataremos de cubrir en casi toda su totalidad la mayoría de los puestos que necesitará nuestra empresa.

Sin embargo, para áreas como la de Seguridad, salud y bienestar laboral trataremos de contratar los servicios de la Policía y de la Cruz Roja. Ya que nosotros no tenemos la formación requerida para estas funciones.



Actividades claves

Principalmente, nos encargaremos de pensar y organizar los torneos realizados.

Asimismo, busaremos promocionarnos por medio de nuestros canales.



Recursos claves

- Recursos humanos
- Recursos materiales
- Recursos tecnológicos



Propuesta de valor

Ofrecemos torneos de fútbol bien organizados, accesibles y competitivos en Tenerife, dirigidos a deportistas que buscan disfrutar del fútbol en un entorno justo, dinámico y profesional. Nos diferenciamos por cuidar cada detalle del torneo—desde la organización y la comunicación hasta el trato cercano con los participantes—garantizando una experiencia deportiva de calidad para todos los jugadores, independientemente de su nivel, edad o sexo.

Buscamos que cada torneo no sea solo una competición, sino una experiencia completa, donde prime el juego limpio, la igualdad de oportunidades y el disfrute del deporte, fomentando además la convivencia y el espíritu de equipo.



Relaciones con el cliente

Buscamos tener una relación cercana con todos nuestros clientes.

Para ello, trataremos de actuar de forma dinámica y amigable con todos, con el objetivo de que nuestros participantes se sientan cómodos durante la organización del torneo para, de esta manera, permitirles dar lugar al mejor espectáculo posible.



Canales

Nos encargaremos de distribuir la información por medio de: Periódicos, Sitios Web, Redes Sociales.



Segmentos de clientes

Nos enfocaremos en los segmentos de aquellos deportistas que busquen a tanto pasarsela bien como dedicar su alma para competir y ganar un premio deseado por muchos otros.

También nos aseguraremos de no prescindir de ninguna edad ni sexo diferente. Todos tendrán la mismas posibilidades de participar en nuestros eventos.

Sin embargo, si existe una gran diferencia de edad entre los participantes, cada jugador formará parte de una selección diferente.

Asimismo, los jugadores y jugadoras tendrán la posibilidad de decidir si participar en un torneo mixto o no.



Estructura de costes

Lo que más costará será el mantenimiento de nuestro sitio web, y los sueldos de nuestros trabajadores y otras empresas que trabajaran en las siguientes áreas: -Administración personal, Compensación y beneficios, Relaciones laborales, Seguridad, salud y bienestar laboral, People analytics y tecnología, Marketing de reclutamiento, Fidelización y cultura... Asimismo, es importante mencionar el dinero que se usará para que lo reciba el ganador del mismo torneo, su cantidad se decidirá en base a las ganancias realizadas, pero, siempre partirá de un mín. de 200€ para el equipo vencedor.



Fuente de ingresos

Principalmente, nuestra fuente de ingresos vendrá desde aquellos que decidan participar en nuestros torneos. En cuanto a los precios, tendremos precios diferentes para los que se apuntaron solos, los que hacen un equipo completo y para aquellos que repitan torneo.

Es importante mencionar que también existirá una cuenta de donación voluntaria abierta al cliente (PayPal) que desee apoyarnos.

La Forma Jurídica de la Empresa

Los requisitos que cumple nuestra empresa nos llevan a optar por la forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.), al tratarse de una estructura empresarial adecuada para pequeñas empresas con un número reducido de socios y una gestión directa de la actividad. Esta forma jurídica permite limitar la responsabilidad de los socios al capital aportado, lo que aporta una mayor seguridad patrimonial frente a posibles riesgos económicos derivados de la organización de torneos deportivos.

Además, la Sociedad Limitada ofrece una mayor flexibilidad en la toma de decisiones y en la gestión interna, aspectos fundamentales para una empresa formada por un equipo reducido que asume de manera conjunta las funciones directivas y operativas. En este sentido, como señala el principio básico del derecho mercantil, “la limitación de la responsabilidad favorece el emprendimiento y la estabilidad empresarial”, lo que convierte a la S.L. en la opción más adecuada para nuestro proyecto.



DAFO de la Empresa

FORTALEZAS

Conocemos a fondo el deporte y el producto que ofrecemos, el fútbol amateur no pasa de moda ni es algo estacional, lo que garantiza una demanda constante. Tenemos la posibilidad de ofrecer formatos de torneos flexibles y nos beneficiamos de la cercanía con la comunidad local

OPORTUNIDADES

Las principales oportunidades radican en el crecimiento del deporte recreativo. Si a la gente le gusta la idea, el boca a boca puede expandir rápidamente nuestra base de clientes. Podemos aprovechar la facilidad de promoción mediante redes sociales, colaborar con marcas o negocios locales y, potencialmente, expandirnos a otros deportes o eventos deportivos.



DEBILIDADES

Nuestras debilidades incluyen la dependencia del clima para la celebración de los partidos, la falta inicial de reconocimiento en el mercado y los costes operativos de la organización. Además, una vulnerabilidad crítica es la posible ausencia de jugadores clave de un equipo en un día determinado, lo que podría impedir que dicho equipo jugara o generara problemas organizativos.

AMENAZAS

En el entorno externo, nos enfrentamos a la competencia de ligas municipales o privadas. Una amenaza significativa sería el plagio de nuestro concepto por parte de otro campo con mejores instalaciones, lo que podría desviar a nuestra clientela. También debemos considerar posibles cambios en normativas deportivas y la fluctuación general del interés de los jugadores.

Abre un documento común y entre todos contesta a las siguientes cuestiones

- Explica que ventajas e inconvenientes tendría tener tu empresa en Canarias.
- ¿Tu proyecto de empresa se podría acoger a las ventajas de la RIC, ZEC, ZONA FRANCA, al POSEI?
- ¿Qué requisitos debería tener en el caso de que se pudiera acoger?

Posteriormente súbelo a TAREA: TU PROYECTO DE EMPRESA.

- Las ventajas a la hora de que nuestro proyecto sea en Canarias es que al ser una isla pequeña conocemos un montón de personas de toda la isla y podríamos tener varios clientes, y la desventaja es que no tenemos muchos campos de fútbol buenos libres para realizarlo.
- Podría acceder a algunos incentivos del REF: la RIC sería viable si se realizan inversiones productivas vinculadas al evento; la ZEC solo sería posible si la actividad encaja en su listado y se cumplen requisitos estrictos de inversión, empleo y ubicación; la Zona Franca casi nunca aplicaría porque está orientada al comercio exterior y logística; y el POSEI no aplicaría en ningún caso al tratarse de un programa exclusivamente agrícola.
- Para que una empresa pueda ser considerada formalmente constituida y registrada en Canarias, debe operar de manera legal y transparente, tener una contabilidad bien organizada y generar beneficios que se puedan reinvertir, en el caso de la RIC, sería suficiente con que la empresa hiciera inversiones productivas relacionadas con el torneo, como instalaciones, equipamiento, tecnología y empleo, siempre dentro de los plazos legales. En cuanto a la ZEC, también se requeriría que la actividad esté en la lista permitida, que se creen al menos 2 a 5 empleos, que se realice una inversión mínima de entre 50.000 y 100.000 €, y que la empresa esté ubicada en una zona ZEC autorizada. La Zona Franca solo sería aplicable si hay comercio o logística relacionada con el proyecto, y el POSEI no se podría aplicar, ya que es exclusivo para el sector agrícola y ganadero.

Personal de la empresa - Recursos humanos

1.- Haz una lista de las tareas/funciones a llevar a cabo en tu negocio.

Las listas de tareas y funciones que llevaremos a cabo en nuestro negocio serán las siguientes:

- Administración personal
- Compensación y beneficios
- Relaciones laborales
- Seguridad, salud y bienestar laboral
- People analytics y tecnología
- Marketing de reclutamiento
- Fidelización y cultura

2.- Determina el número de personas necesarias para ejecutar esas tareas. Si se subcontrata: cuántas empresas y el qué.

Necesitaremos a un total de 3 personas (nuestro cuerpo administrativo) y trataremos de colaborar, principalmente, con una empresa. A continuación, presentamos una lista para mostrar de qué función se encarga cada uno.

- **Juan Antonio Tovar Díaz (Cuerpo Administrativo)** → People Analytics y Tecnología + Compensación y Beneficios.
- **Ezequiel Carranza Vilchez (Cuerpo Administrativo)** → Marketing de reclutamiento + Relaciones laborales.
- **Daniel Sánchez de Arévalo (Cuerpo Administrativo)** → Administración Personal + Fidelización y cultura.
- **Cruz Roja (Empresa Externa)** → Seguridad, Salud y Bienestar Personal.

3.- Elabora un perfil adecuado para cada puesto de trabajo. Si se subcontrata: elegir los criterios de selección de las empresas.

- **Juan Antonio Tovar Díaz → People Analytics y Tecnología + Compensación y Beneficios.**
 - Perfil: profesional analítico de RR. HH. con visión de negocio.
 - Competencias: analítica de datos, Excel/SQL/BI, nómina y beneficios, comunicación.
 - Formación/Experiencia: grado en Análisis de Datos/ Análisis de Datos de Negocio/ Análisis de Datos para la empresa; 2-4 años en HR analytics o compensaciones.
 - KPI: precisión de reportes, tiempo de dashboards, coste por contratación, satisfacción con beneficios.
- **Ezequiel Carranza Vilchez → Marketing de reclutamiento + Relaciones laborales**
 - Perfil: especialista en atracción de talento y marca empleadora.
 - Competencias: recruiting marketing, Employer Branding, redes, negociación y conflicto.
 - Formación/Experiencia: RR. HH./Psico Organizacional/Marketing; 2-4 años.
 - KPI: tiempo de cobertura, calidad/costo por contratación, engagement de campañas.

- **Daniel Sánchez de Arévalo → Administración Personal + Fidelización y cultura**
- Perfil: administrador de personal enfocado en retención y cultura interna.
- Competencias: nómina/beneficios, onboarding, programas de fidelización, cultura.
- Formación/Experiencia: Administración/RR. HH./Psicología; 2–4 años.
- KPI: retención, x, participación en programas, precisión administrativa.

Si en algún futuro, si es que nos expandimos y subcontratamos: criterios de selección **Experiencia relevante en HR analytics, recruiting o fidelización.**

1. Capacidad técnica: herramientas HRIS/ATS, nómina, beneficios.
2. Metodología/SLAs y confidencialidad.
3. Referencias y casos de éxito.
4. Seguridad de datos y cumplimiento normativo.

4.-Explica cómo buscar, convocar, seleccionar y elegir nuestro personal y el tipo de contrato al que se pueden acoger. Si lo realizan los propios socios: señalar cualidades que deben tener

Actualmente no buscamos contratar a nadie aparte de los ya mencionados, ya que expandirnos no forma parte de nuestros objetivos cercanos. Esto se debe a que no consideramos necesario subcontratar a más personal (aparte de la Cruz Roja como empresa) para llevar a cabo las tareas mencionadas.

En caso de que, en algún futuro, queramos expandir y agrandar la plantilla, nuestra empresa buscaría personal mediante ofertas claras en distintos canales, seleccionamos a los candidatos revisando currículums y realizando entrevistas, a partir de ahí elegimos al más adecuado para formalizar su contratación. El contrato puede ser indefinido, temporal, a tiempo parcial, en prácticas o fijo-discontinuo, según las necesidades de ese momento de nuestra empresa. Debemos ser objetivos, tener capacidad de análisis, buena comunicación y conocimientos básicos del puesto.

5.- Determina los costes laborales: salarios, impuestos (retenciones)

<https://www2.agenciatributaria.gob.es/wlpl/PRET-R200/R250/index.zul>

<https://www.bankinter.com/blog/finanzas-personales/como-calcular-retenciones-irpf-nomina> y cotizaciones sociales.

<https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537#36538>

R9059	Las retribuciones ya satisfechas con anterioridad a la regularización son obligatorias.
Código	Descripción
R90281	La cuantía máxima de la reducción (art.18.2 LIRPF) no puede superar con carácter general, el 30% de las retribuciones totales.

Puesto / Persona	Salario bruto anual (€)	IRPF aprox.	Cotizaciones trabajador (6,5%)	Salario neto anual (€)	Cotizaciones empresa (30%)	Coste total empresa (€)
Juan Antonio Tovar Díaz	24.000	-5.760	-1.560	16.680	+7.200	31.200
Ezequiel Carranza Vilchez	24.000	-5.760	-1.560	16.680	+7.200	31.200
Daniel Sánchez de Arévalo	24.000	-5.760	-1.560	16.680	+7.200	31.200
TOTAL	72.000	-17.280	-4.680	50.040	+21.600	93.600 €

6.- Elegir algún contrato y cumplimentarlo

<https://www.sepe.es/HomeSepe/empresas/Contratos-de-trabajo/modelos-contrato/modelos-contrato-prtr.html>

Copia y pega el enlace en el buscador para poder mostrarlo:

file:///C:/Users/u_38011996/Downloads/PRCTEMCAS.pdf

Cientes.

Nuestro público objetivo son jóvenes y adultos, principalmente entre 15 y 40 años, apasionados por el fútbol y que buscan participar en torneos organizados para competir, divertirse y compartir con amigos o compañeros. También nos dirigimos a clubes, escuelas y empresas que desean fomentar el deporte y la convivencia a través de competiciones bien organizadas.

Organigrama de la empresa

Nuestro organigrama se encuentra representado de la siguiente manera:



Plan de Empresa

Nuestro plan de empresa viene recogido dentro de este enlace:

<https://drive.google.com/file/d/1t30M2YWJ4XWfa3X3bZFIJokUAcGlm9GS/view?usp=drivesdk>

Plan de marketing

Estrategia de fijación de precios

En nuestra empresa, Torneos de Fútbol Tenerife, hemos decidido establecer una **estrategia de fijación de precios basada en la demanda**. Descartamos la estrategia basada en coste y competencia debido a que nuestra iniciativa es de coste 0 y sin competencia, por lo tanto no hay costes internos o externos ni otras empresas que realicen el mismo servicio con las que competir.

8 euros por persona. 16 equipos con 7 jugadores cada uno como mínimo

Política de ventas

Las inscripciones se realizan principalmente de forma online a través de la web o redes sociales, aunque también podrán gestionarse de manera directa con los organizadores. El pago se realizará antes del inicio del torneo para confirmar la participación.

Promoción y publicidad

La promoción se realizará principalmente mediante redes sociales, página web y difusión en campos de fútbol y clubes locales. También se utilizará el boca a boca y posibles colaboraciones con negocios o marcas deportivas.

Esquema de distribución

El servicio se ofrecerá directamente a los equipos participantes mediante la organización de torneos en instalaciones deportivas de Tenerife, gestionando las inscripciones, calendarios y resultados a través de plataformas digitales.

Servicio post-venta y garantías

Se ofrecerá atención a los equipos participantes para resolver dudas o incidencias durante los torneos. Además, se recogerá la opinión de los participantes al finalizar cada evento para mejorar la organización en futuras ediciones.