



SAN IGNACIO DE LOYOLA - ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Comunicación Estratégica

Bachiller en Marketing e Innovación

PRESENTADO POR:

Arenales Andía, Alexis Joham - Administración y Dirección de Negocios

Aricoche Villa, Julio Duberly - Comunicación Estratégica

Arrunategui Risso, Carlos Andrés - Comunicación Estratégica

Borquez Pizarro, Marco Antonio - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR

Ricra Mayorca, Juan Manuel

LIMA, PERÚ

2022

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Ricra Mayorca , Juan Manuel

MIEMBROS DEL JURADO

Carnero Taboada, Carlos Manuel

Haro Yanqui, Eduardo Enrique

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Carlos Andrés Arrunategui Risso identificado con DNI N° 71393412 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr. Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado con DNI N° 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001-8789-6572.

Yo, Julio Duberly Aricoche Villa identificado con DNI N° 73034358 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr. Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado con DNI N° 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001-8789-6572.

Yo, Alexis Joham Arenales Andía identificado con DNI N° 72634983 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr. Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado con DNI N° 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001-8789-6572.

Yo, Marco Antonio Borquez Pizarro identificado con DNI N° 48300095 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr. Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado con DNI N° 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001-8789-6572.

I. Declaramos bajo juramento que:

- a) Somos los autores del documento académico titulado “Propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022”.
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.


- c) El asesor ha revisado minuciosamente el proyecto de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 17% de similitud.
- e) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 11 de febrero del 2026.

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Carlos Andrés	Arrunategui Riso	71393412		
Julio Duberly	Aricoche Villa	73034358		
Alexis Joham	Arenales Andía	72634983		
Marco Antonio	Borquez Pizarro	48300095		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Juan Manuel	Ricra Mayorca	41266866	

DEDICATORIA

A nuestros padres, familiares y amigos por haber compartido y sobre todo por ser soporte durante este proceso de aprendizaje y enseñanza que es entregado con mucha amor y pasión.

AGRADECIMIENTO

Al Magister Juan Manuel Ricra Mayorca, al ser nuestro asesor durante el proceso de esta tesis, su paciencia, atención y su dedicado acompañamiento en esta hermosa trayectoria.

ÍNDICE

“Propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022”

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	2
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD	3
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	11
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
I. Información general	222
1.1 Título del Proyecto.....	222
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	222
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada	222
1.4 Localización o alcance de la solución.....	222
1.4.1 AQP	22
1.4.2 Alcance de la solución	222
II. Descripción de la investigación aplicada o innovación	223
2.1 Marco teórico.....	223
2.1.1 Antecedentes de la investigación	223
2.1.2 Bases teóricas	225
2.1.3 Definición de términos básicos	32
2.2 Hipótesis y variables	34

2.2.1	Formulación de hipótesis principal y derivadas	34
2.2.2	Operacionalización de variables	34
2.3	Plan de actividades del proyecto	36
2.4	Metodología de la investigación.....	37
2.4.1	Diseño metodológico	37
2.4.2	Diseño muestral.....	37
2.4.3	Técnicas de recolección de datos.....	38
2.4.4	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	39
2.4.5	Aspectos éticos.....	40
III.	Desarrollo de la Investigación Aplicada e Innovación	41
3.1	Diagnóstico situacional	41
3.1.1	Descripción del club.....	41
3.1.2	Misión	43
3.1.3	Visión.....	43
3.1.4	Foda	44
3.1.5	Realidad problemática	44
3.1.6	Resultados de la entrevista a Yulitssa Gamboa	45
3.1.7	Análisis de la investigación de Mariela Drago	48
3.1.8	Ingresos y solvencia del club femenino cienciano del Cusco	49
3.1.9	Gastos del club femenino cienciano del Cusco por etapas	49
3.2	Desarrollo de la propuesta.....	49
3.2.1	Primera etapa	50
3.2.2	Segunda etapa	52
3.2.3	Tercera etapa	55
3.2.4	Cuarta etapa.....	55

3.2.5	Quinta etapa	58
3.2.6	Sexta etapa	62
3.2.7	Séptima etapa.....	63
3.3	Estimación del costo de la propuesta	66
3.3.1	Estimación de los costos necesarios para la implementación	66
IV.	Conclusiones y recomendaciones	68
4.1	Conclusiones	68
4.2	Recomendaciones	69
V.	Referencias bibliográficas	70
VI.	Anexos	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Presupuesto del estudio</i>	66
Tabla 2 <i>Presupuesto del proyecto</i>	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Clasificación de los recursos de la empresa</i>	29
Figura 2 <i>Panorama competitivo</i>	31
Figura 3 <i>Flujograma de la propuesta</i>	59

RESUMEN

En este trabajo de investigación se realizará la propuesta de implementación para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del Club Cienciano en el año 2022. Este trabajo se realizará bajo el método de enfoque mixto, proyectiva, descriptiva y no experimental. Además de contar con un soporte de entrevistados como Felipe Trujillo, gerente del área de Comercial, Marketing y Comunicaciones del club Cienciano del Cusco, y Yulitssa Gamboa, coordinadora del equipo femenino.

El objetivo general del proyecto es generar el mayor beneficio proyectado para este año. Además, se desea tener mayor captación de sponsors para el club. El marketing digital se aplicará a través del sitio web y las redes sociales. También se anhela incrementar los ingresos económicos en beneficio de la institución. Dentro de los planes de acción se busca generar credibilidad entre los hinchas y personas que recién están conociendo el plantel femenino para poder así conseguir patrocinadores que se sumen al objetivo de Cienciano. En conclusión, hay empresas de la ciudad del Cusco que están dispuestos a brindar el soporte para que el cuadro femenino tenga la posibilidad de generar sus propios ingresos económicos y así las deportistas mejoren la calidad del trabajo que realizan a diario.

Palabras clave: Fútbol Femenino, Club Cienciano del Cusco, marketing, ingresos económicos, gestión estratégica y Marketing.

ABSTRACT

Present in this research work the implementation proposal will be made to increase the economic income in the women's team of the Cienciano Club in the year 2022. In this work it will be carried out under the mixed, projective, descriptive and non-experimental approach method. In addition to having a support of interviewees such as Sergio Ludeña - President of the Cienciano del Cusco club and Yulitssa Gambo - Coordinator of the Cienciano del Cusco women's club.

The general objective of the project is to generate the highest projected benefit for this year. In addition, it is desired to have a greater recruitment of sponsors for the club. Digital marketing will be applied through the website and social networks. It is also hoped to increase the economic income for the benefit of the institution. The action plans seek to generate credibility among fans and people who are just getting to know the club in order to get sponsors to join Cienciano's goal. Within the instruments we can mention that Yulitssa Gamboa, coordinator of the Cienciano Club women's team, was interviewed.

In conclusion, there are companies in the city of Cusco that are willing to provide support so that the female team has the possibility of generating their own economic income and thus the athletes improve the quality of the work they do daily.

Keywords: Women's Soccer, Club Cienciano of Cusco, marketing, economic income, strategic management and Marketing.

INTRODUCCIÓN

1. Descripción de la realidad problemática

El fútbol femenino ha tenido una evolución significativa en los últimos años, siendo en la actualidad un entretenimiento que genera un mayor ingreso capital a nivel local y mundial. En unos inicios solo era practicado de forma amateur como un pasatiempo, sin el interés del dinero.

En los últimos años se ha visto también que el futbol peruano femenino a tenido una mejor acogida siendo ya una liga semiprofesional organizada por la FPF, teniendo algunos equipos que ya participan en torneos internacionales como la Copa Conmebol Libertadores Femenina.

En la actualidad tenemos varios planteamientos del futbol femenino peruano, tratando de poder tener un buena desarrollo, arraigo y posicionamiento. De esta forma se detallan algunos acontecimientos.

Según, La República (2022), “Resultado alarmante Alianza Lima goleó 29-0 a Esmeralda por liga femenina juvenil”.

En el torneo de la Liga femenina se vio un insólito resultado al ver perder a un equipo casi amateur ante un equipo sumamente superior, y esto debido a la diferencia de jugadoras, cuerpo técnico y entre otros.

Según, La República (2022), “¿Cuánto gana una futbolista en una liga no profesional como la del Perú?”.

Uno de los puntos importantes es que el futbol femenino está creciendo y dando paso a la profesionalización, pero podemos ver que los salarios de las jugadoras no exceden un monto 500 soles en 82% de futbolistas, solo un 13 % de jugadoras

perciben entre un 500 a 900 soles y solo el 5 % de futbolistas ganan más de 950 soles.

Esta postura es totalmente cierta, la gran mayoría de los dirigentes y socios de los clubes, están enfocados en intereses personales, donde la escasa transparencia no permite el buen manejo del club, añadiendo a este punto no han gestionado el correcto manejo de su producto (fútbol) para el incremento de los ingresos económicos. Se necesita gestiones estratégicas para captar patrocinadores y poder grandes espectáculos a la hinchada.

También es necesario tener competencia deportiva, para poder traer futbolistas de selección, pelear por campeonatos internacionales, con la finalidad de incrementar los ingresos en mayor magnitud.

2. Problema general

El club Cienciano ha sido manejado muchos años como un club profesional de la liga 1 del Perú, y a raíz de que la Federación Peruana de Fútbol ha exigido a los clubes de la liga profesional tener equipos femeninos, se ha formado el equipo del cuadro cusqueño, lo que ha ocasionado a su vez es generar gastos para el club, no permitiéndole poder armar un plantel competitivo para poder lograr alcanzar grandes objetivos.

El equipo femenino no tiene un manejo dirigenal a largo plazo, las decisiones son tomadas en el día a día, únicamente basado en los resultados deportivos, y en los vínculos que tiene del equipo principal. Debido a que el equipo es prácticamente recién fundado, no tiene participación en la liga femenina profesional, lo que no le permite generar grandes ingresos económicos.

3.Problemas específicos

La ausencia de hinchas y socios estratégicos debido a no ser un equipo distinguido.

Debido al pobre rendimiento deportivo, no existen nuevas estrategias de desarrollo y crecimiento. Y esto también se ve reflejado en los ingresos económicos del club. Los únicos ingresos para el equipo son las taquillas, y los aportes de socios pertenecientes del club.

También, se encuentran la falta de comunicación entre los colaboradores que manejan el equipo femenino del club, lo cual agota el correcto funcionamiento de la información.

4.Objetivo general

Implementar propuesta de gestión estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022, con la finalidad de mejorar el desempeño del equipo femenino y del club.

5.Objetivos específicos

- Precisar la misión, valores y misión que tiene el club femenino.
- Determinar las estrategias que se pondrán en funcionamiento.
- Detallar los factores internos y externos del equipo femenino del club.
- Reconocer las ventajas competitivas que permitan cooperar con el desarrollo del club.
- Desarrollar un estudio financiero del equipo femenino del club.

6. Justificación de la investigación

El fútbol femenino está siendo fundamental a nivel cultural, económico y cultural, convirtiéndose en la cooperación económica de los clubes de fútbol peruano, como también de sus regiones de localidad y del país. De la misma manera, se va convirtiendo en un instrumento que ayude a conseguir diferentes tipos de progresos para el Club. La siguiente propuesta se prueba por la exigencia de incrementar los ingresos económicos para el equipo femenino del club. De igual forma, los colaboradores se encontrarán preparados para enfrentar los retos que existirán dentro de la ejecución del plan estratégico, permitiendo vencer los obstáculos.

Justificación teórica

La justificación teórica residirá en base a las hipótesis de Kaplan, Norton, Hernández y Pulido. La siguiente investigación mantiene un objetivo de implementar la gestión estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022, con la finalidad de mejorar la situación del equipo femenino, siendo un club competitivo y rentable económicamente.

Justificación práctica o metodológica

De acuerdo con Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2013). Expresa que: “Justificar significa justificar por qué se realiza la investigación, es decir, explicar por qué se realiza la investigación. Las explicaciones de estos motivos se pueden agrupar en teorías, metodologías y sociales.

La presente propuesta de gestión maneja métodos de recolección y la observación, que facilitarán su correcta ejecución y al mismo tiempo servirán para futuras tomas de decisiones.

Justificación social y económico

El fútbol femenino cada vez está siendo más importante en la sociedad, en lo cultural y también en lo económico, notoriamente esto se ve reflejado en el sistema financiero de los clubes, regiones de localidad y del país, de esta forma se establece en un instrumento para el desarrollo del mismo, impulsando el crecimiento del turismo en los lugares en donde se dispute los partidos de fútbol.

7.Viabilidad de la investigación

La siguiente propuesta de investigación es viable debido a que se cuenta con los recursos humanos, expertos y asesor, el cual nos brindaran un soporte para poder llevar a ejecutar el desarrollo de la propuesta de mejora. Asimismo, tenemos a un elemento que en la actualidad labora en el club en donde se desea implementar la siguiente propuesta de mejora, lo que nos permitirá poder obtener información de las distintas áreas de trabajo de formar rápida y segura, permitiendo ejecutar las estrategias de mejora.

8.Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que puede presentar la siguiente propuesta de mejora se enfocaría directamente en el limitado y restringido acercamiento de organizaciones que se manejan dentro del rubro deportivo, afectando la recolección de información

y ejecución de la propuesta de mejora para el incremento económico del equipo femenino del club.

Este informe de investigación se encuentra estructurado del siguiente modo:

Capítulo I: En esta parte del trabajo se presenta la información general del proyecto, como el área de desarrollo, actividad económica y localización.

Capítulo II: Se encuentra el marco teórico, hipótesis y variables, plan de actividades del proyecto y metodología de la investigación.

Capítulo III: Está el detalle de los costos estimados del proyecto.

Capítulo IV: Se presenta el desarrollo del proyecto: los resultados descriptivos y/o prueba de hipótesis.

Capítulo V: Se detallan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Capítulo VI: Se presentan las referencias bibliográficas.

Capítulo VII: Corresponde a los anexos: matriz de consistencia, matriz de operacionalización de variables, instrumentos, validación de expertos y el permiso para realizar el estudio.

I. Información general

1.1 Título del Proyecto

Propuesta de gestión estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Mejora de procesos y operaciones, nos permitirá implementar herramientas que mejoren los procesos y productos de forma eficiente para un público objetivo buscando incrementar sus ingresos económicos de la organización.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

Análisis y mejora de procesos, se identificarán los problemas, capturarán las métricas para modelar y mejorar los resultados económicos.

1.4 Localización o alcance de la solución

A: Club femenino de fútbol Cienciano del Cusco

Q: Gestión estratégica

P: Bajos ingresos económicos en el 2022

Alcance de la solución

Incrementar los ingresos económicos del club femenino Cienciano del Cusco, donde se realizará un plan de Marketing digital, Captación de nuevos sponsors, capacitaciones de personal administrativo y técnico, además de obtener una variación de utilidad positiva con respecto al año anterior.

II. Descripción de la investigación aplicada o innovación

2.1 Marco teórico

2.1.1 *Antecedentes de la investigación*

Antecedentes nacionales

Guzmán, (2021). En su investigación para obtener su título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Señor de Sipán, titulada “Gestión estratégica, para incrementar los recursos económicos en la Segunda División de Fútbol Profesional, Lima 2019”. El objetivo de la investigación es proponer un plan estratégico para aumentar los ingresos en la Segunda División. El método de investigación utilizado fue descriptiva - experimental, con enfoque cuantitativo de tipo aplicada. Las cuales estuvieron compuestas por 30 preguntas que fueron procesadas mediante el sistema SPSS para realizar su respectivo análisis. En la tesis se tiene una muestra de 36 personas. Este trabajo de investigación concluye que se debe plantear un plan estratégico con el objetivo de mejorar los recursos económicos en la Segunda División de Fútbol Profesional Lima 2019.

Dulanto, Noriega & Palacios, (2021) En su tesis para obtener el grado de Maestro en la Universidad San Ignacio de Loyola, titulada “Plan Estratégico 2022-2024 para el Club Deportivo Blue Rays Fútbol Club”. El objetivo del trabajo de investigación está destinado a crear un plan para una empresa dedicada al rubro del deporte ofreciendo el trabajo de entrenamientos a jóvenes entre los 12 y 17 años que también tienen participación en los campeonatos de menores realizado por la Federación Peruana de Fútbol.

Con respecto al Plan Estratégico podemos mencionar que, el club desea tener un crecimiento sostenible en el mercado del fútbol. Se pudieron plantear las estrategias de mejora que ayudarían a crecer a la institución deportiva.

En esta ocasión se utilizó el flujo neto de la caja para implementar las estrategias. El valor actual neto es S/.89,493.05 y una TIR del 76 % con lo cual se decidió la viabilidad del proyecto realizado.

Antecedentes internacionales

Sanchez & Barajas, (2020) En su trabajo de investigación realizado para la Universidad de Vigo titulado “Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: factores claves y medición”. El objetivo es señalar los objetivos para la generación de los ingresos económicos y los beneficios que pueden tener al realizarlo. Además, se definen las circunstancias claves en los eventos deportivos y también podemos tener un análisis del impacto que podría tener los diferentes métodos. Finalmente, se menciona la creación de una metodología para la cuantificación de lo que genera un evento deportivo en las personas.

Mahmoud, (2016). En su tesis para obtener el grado de doctora en la Universidad de Barcelona (España), titulado “El fútbol femenino en los clubes deportivos de la ciudad de Barcelona: un análisis de su gestión”. En resumen del proyecto, los objetivos principales son describir las características de los equipos femeninos en la ciudad de Barcelona y conocer las relaciones internas y externas de estos clubes. Además, se realizaron encuestas y cuestionarios a directivos de los clubes de la ciudad, llegando a deducir que la presencia del fútbol femenino en Barcelona es muy poco frecuente y precaria. Una de las recomendaciones es

proponer un enfoque alternativo para la igualdad de género, de manera que los equipos femeninos puedan desarrollarse de una forma más acelerada y fomentar el fútbol femenino en toda la ciudad

2.1.2 Bases teóricas

2.1.2.1 Gestión estratégica.

Según, Fred (2003). La gestión y/o dirección estratégica se define “El arte y la ciencia de formular, llevar a cabo y evaluar elecciones multifuncionales que permitan a una organización conseguir sus objetivos” (p.80). Estas terminaciones administración estratégica se usa para mencionar a la evaluación táctica, formulación y utilización, cuyo objetivo es usar al máximo las oportunidades existentes y producir novedosas y disruptivas para el futuro. Por consiguiente, el eje central está en el ejercicio intelectual, personal y/o colectivo, para concretar las metas, está en la acción.

La Administración Estratégica instituye que cada Gerente o Jefe es quien debería crear en su propia administración, las tácticas anticipativas y adaptativas requeridas para sobrevivir en el mercado en el cual se está desarrollando su comercio y ser competitivos a corto, mediano y extenso plazo, es mediante la administración estratégica que se da inicio al planteamiento estratégico correcto a eso que se desea conseguir.

Detalle los tipos de tácticas:

Tácticas de adhesión: mantener el control de o conseguir el poder de negociación de representantes, proveedores o participantes. Por consiguiente, hay tipos de adhesión:

a) Integración hacia delante: es una forma de hacer crecer la compañía, en el cual tiene por objetivo conseguir un más grande nivel de eficiencia y más grande control.

b) Integración hacia atrás: utiliza organizaciones disruptivas que simplifican la producción, además los estándares, radica básicamente que es la compañía que esta estructurada la organización de ocupaciones.

Tácticas intensivas: el objetivo de usar esta táctica es introducir y desarrollar el mercado, productos y servicios que ya existen; cabe determinar que necesita de más grande esfuerzo. De los cuales, se separan en las próximas:

Penetración de mercado: buscar una más grande mediación en el mercado de productos o servicios recientes por medio de relevantes esfuerzos de marketing.

Desarrollo de mercado: introducción de productos o servicios recientes en novedosas superficies geográficas.

Desarrollo de productos: encuentre una forma de incrementar las ventas promoviendo productos o servicios recientes o promocionando nuevos productos.

Modelo de la Gestión Estratégica

Ejercer la operativa no nos asegura una victoria, claro está si instituye un método claro y preciso para la formulación, utilización y evaluación de tácticas. Este tiene las interacciones entre los principales elementos del proceso que estamos exigidos a considerar son tres cuestiones que tendríamos que contestar para desarrollar el proyecto.

¿En dónde estamos en este momento?, ¿Hacia dónde deseamos ir?, ¿Cómo llegamos ahí?

Se identifica la misión, visión y metas los cuales tienen que ser consistentes para ver en qué dirección va la empresa.

Por consiguiente, las ocupaciones para formular, llevar a cabo llevar a cabo y evaluar las tácticas que se tienen que hacer de forma continua, semestral y no finalmente del año, debido a que esta operativa jamás finaliza.

Fases de la Administración Estratégica

Formulación: refiere a agregar, realizar la perspectiva y tarea, detectar las oportunidades y amenazas externas a la organización, detectar fortalezas y debilidades internas, objetivos a extenso tiempo, desarrollar tácticas alternativas y elegir las tácticas concretas a continuar.

Implementación: necesita implantar objetivos, diseñar políticas, fortalecer a los empleados, generar una composición organizacional positiva, elaborar presupuestos, etcétera.

Evaluación: la última fase, donde los directivos requieren saber qué tácticas no permanecen en funcionamiento bien, donde la retroalimentación es el primordial medio para recopilar información.

Beneficios de la Gestión Estratégica

Dichos beneficios permiten que una organización sea más provechosa y reactiva en el momento de dar cuerpo a su futuro, incursionando en las ocupaciones y dando control sobre el futuro que quiere. Los representantes de la organización reconocen y conocen las ventajas de la administración estratégica.

Teniendo presente el propósito primordial de los procesos con dirección a 2 componentes bastante fundamental entre ellas son, la comprensión y el compromiso que debe de haber entre los colaboradores y los gerentes.

Los éxitos que llegarían a tener dichos objetivos es que logren entender por qué la organización realiza estas estrategias, comúnmente se sienten parte de la organización y de esta forma anhelan favorecer más. Pese a ello es de enorme trascendencia que obtengamos una exitosa recompensa por el funcionamiento de cada parte de la organización, como consecuencia que el gerente y los colaboradores se involucren más de una vez en obtener metas y las tácticas de la organización. Lo productivo es poder que las personas tengan la idea a tomar elecciones propias, debido a que de esta forma se va a poder robustecer el sentido de la efectividad de los empleados animándolos con esta clase de ocupaciones en el cual se va a poder percibir precisamente el incremento.

2.1.2.2 Ingresos económicos

Definición

Navas y Guerras (2002) “Un recurso es un conjunto de factores o activos que necesita una empresa para implementar su estrategia” (p. 45).

Esto es todo lo que una empresa puede desarrollar e implementar diferentes estrategias para mejorar su eficiencia y lo más importante lograr sus objetivos.

Clasificación de los recursos

Según Navas y Guerra (2002). Es fundamental observar todos los recursos como los recursos físicos: podemos distinguir entre recursos físicos (terrenos, edificios, máquinas, equipos de cómputo, materias primas, productos terminados) y recursos financieros. (capital, reservas, derechos de cobro, acciones).

Importancia de los recursos

Toda organización genera múltiples y variables recursos con el objetivo de aumentar el poder financiero, humano, material e inmaterial.

Como conclusión, obtenemos que para organizaciones que producen, compran, venden bienes deben de desarrollar unos recursos humanos estables.

Si analizamos los recursos financieros las empresas con alta tecnología, además de las de bienes de consumo con una fuerte marca ya posicionada cobran mayor importancia. Entonces, una correcta gestión de recursos es fundamental para demostrar el fracaso o éxito.

Figura 1

Clasificación de los recursos de la empresa



Fuente: Navas y Guerras (2002)

Importancia de los recursos

Las organizaciones gestionan diferentes tipos de recursos para lograr sus objetivos humanos, financieros, materiales e intangibles. En general, los recursos humanos son importantes en todas las organizaciones. En empresas que producen, compran y venden los productos básicos y las materias primas se vuelven más importantes. Unidades financieras como los bancos tienen un alto porcentaje de los recursos financieros. en las empresas que operan en sectores de alta tecnología y empresas de bienes de consumo de alto valor.

Los recursos intangibles se vuelven más importantes. Por lo tanto, a través de la gestión de recursos, es un factor clave que puede demostrar su éxito o fracaso en el logro de sus objetivos.

Capacidades y Recursos

Los recursos se entienden como insumos para las actividades comerciales, tales como fábricas, equipos y propiedad intelectual, entre otros, tales como habilidades y capacidades de la persona.

Es muy importante darse cuenta de que no crean valor por sí mismos, sino a través de la interacción entre ellos. Los recursos son tangibles e intangibles en cuanto la coordinación y la cooperación son necesarias para ser eficaces. La capacidad se define como la habilidad para realizar una actividad relevante entre personas y recursos. De esta forma, se pueden alcanzar los objetivos marcados.

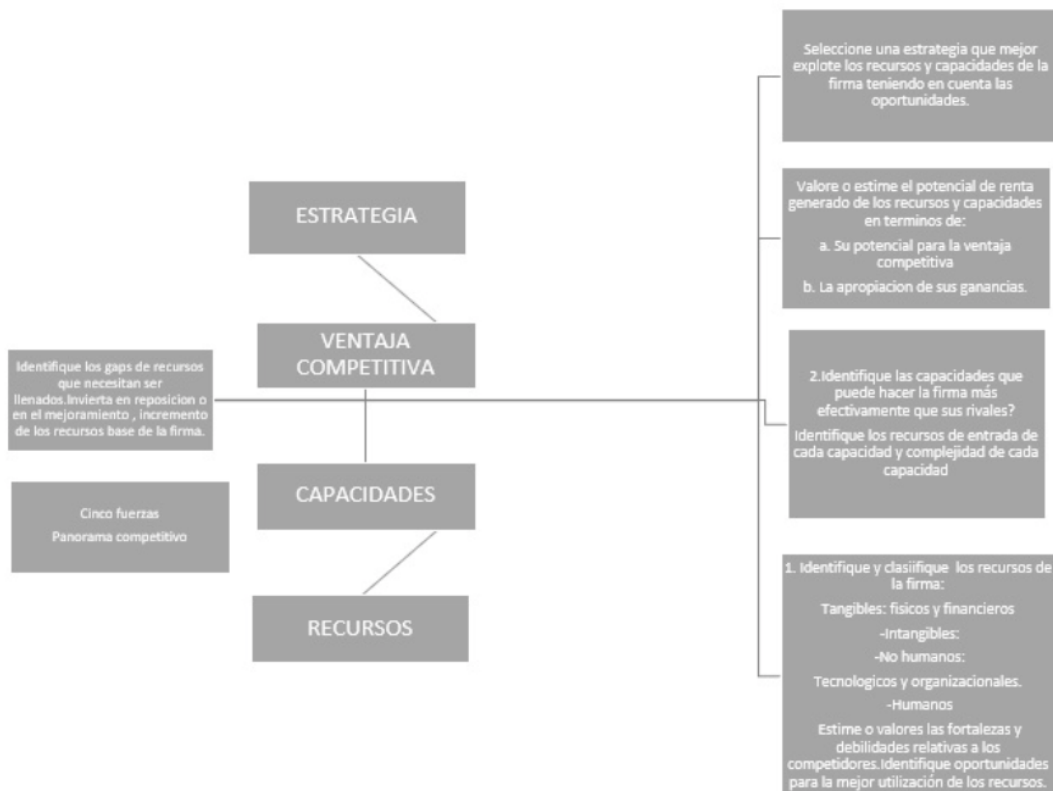
Proceso

La comprensión de los recursos debe ser vital para realizar un correcto diagnóstico que ayude a crear valor.

. Se desarrollará un enfoque y dirección estratégica para mejorar los aspectos necesarios. Un apéndice es una evaluación o estimación de los ingresos potenciales que generarán los recursos. Como en otros modelos de operaciones estratégicas, el punto es definir la misión de la organización, autores como Navas y Guerras (2002) sugieren definirla en términos de recursos porque si se basa solo en información fuera de la información, la empresa no puede proporcionar suficiente. Satisfacer las expectativas y demandas que nos impone un entorno cambiante e inseguro.

Figura 2

Panorama competitivo



Fuente : Navas y Guerras (2002)

Una Nueva Perspectiva

Morcillo y Salmador (2005). “No son las ventajas sino la generación de habilidades lo que debe ser sostenible para asegurar el control permanente de las ventajas competitivas” (p.46).

Si analizamos los factores objetivamente, la ejecución para superar a los competidores nos llevara a tener una mejor posición sobre ellos, entonces esto significa inversión y un gran compromiso para desarrollar y construir sobre ella para desafiar y desafiar continuamente y dar forma al futuro.

2.1.3 Definición de términos básicos

Copa Perú: Es un campeonato amateur organizado por la Federación Peruana de Fútbol en conjunto con las ligas departamentales.

Estrategia: Es un criterio que se refiere a la manera por la cual se toman las decisiones en un escenario definido con el fin de lograr las metas propuestas.

Delsol, (2018).

Gasto: Es también llamado egreso del dinero que una compañía abona por la adquisición de un producto o servicio. Por lo tanto, es algo que comúnmente las personas o empresas lo realizan para satisfacer sus necesidades.

Gestión: Se llama gestión al eficaz funcionamiento de los recursos de los que establece una cierta organización, tales como: organizaciones, entidades públicas, organismos no gubernamentales, etc.

Ingreso: Se llama ingreso al aumento de los recursos económicos que muestra un club, y que establece un incremento del capital neto de los mismos. Esta palabra se emplea normalmente en el ámbito deportivo para presentar el balance.

Marketing: Es el conjunto de acciones que buscan como finalidad complacer al usuario mediante un trabajo o un producto. Además, es algo que todas las empresas tienen a su servicio para crecer su negocio.

Posicionamiento: Nos referimos a un principio del marketing o también denominado un mecanismo importante para las empresas porque de esa manera quieren tener en cuenta lo que genera en el público frente a la competencia.

Teniendo la apreciación y luego de haber sacado sus conclusiones para realizar las estrategias de marketing. Sanchez, (2022)

Recursos Económicos: Navas & Guerras (2002) “Los recursos son el conjunto de factores o activos de los que dispone una empresa para llevar a cabo su estrategia” (p.95).

Segmentación: Es un procedimiento por el que tienen la posibilidad de distribuir a los potenciales consumidores en diversos conjuntos, los cuales, te dan la facilidad que las empresas puedan hacer llegar a las audiencias a la que se enfocan.

2.2 Hipótesis y variables

2.2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

Hipótesis general.

No hay, debido a la naturaleza del estudio.

Hipótesis específicas.

No hay, debido a la naturaleza del estudio.

2.2.2 Operacionalización de variables

Variable uno

Implementación estratégica

Variable dos.

2.3 Ingresos económicos Plan de actividades del proyecto

Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15	Semana 16
1 Elección del tema a investigar	■															
2 Elección del título de investigación	■															
3 Elección de la localización donde se llevará a cabo la investigación	■															
4 Redacción del planteamiento del problema		■														
5 Redacción de la pregunta de investigación		■														
6 Formulación de los objetivos generales y específicos		■														
7 Redacción de los antecedentes, justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación			■													
8 Elaboración del cronograma de actividades			■													
9 Presentación del primer avance				■												
10 Elaboración del marco conceptual y marco teórico				■	■											
11 Formulación de la hipótesis				■	■											
12 Elección del diseño e instrumento de investigación					■											
13 Presentación del segundo avance						■										
14 Identificación de la muestra a estudiar							■									
15 Elección del tipo de muestreo								■								
16 Redacción de fuentes y referencias bibliográficas								■	■							
17 Recolección de datos									■	■						
18 Procesamiento y análisis de datos										■						
19 Presentación del tercer avance											■					
20 Descripción y discusión de los resultados obtenidos												■				
21 Redacción de conclusiones y recomendaciones													■			
22 Redacción de fuentes, anexos y referencias bibliográficas														■		
23 Principios éticos de la investigación															■	
24 Verificación de redacción académica																■
25 Elaboración del informe final																■
26 Presentación del cuarto avance																■
27 Exposición final - Sustentación																■

2.4 Metodología de la investigación

2.4.1 Diseño metodológico

Esta investigación tiene enfoque mixto, porque se van a presentar los resultados mediante valores numéricos y, además, porque se busca comprender y conocer la situación actual de la variable de estudio (Arias, 2020).

El tipo de investigación es proyectiva, ya que consiste en la elaboración de una propuesta de innovación como solución a un problema práctico en la empresa (Arias, 2020).

El nivel es descriptivo, ya que, se van a describir los sucesos ocurridos en el estudio de campo y se presentarán en tablas de frecuencia (Arias, 2020).

El diseño es no experimental porque no se van a alterar las variables de estudio y es transversal porque solo se va a medir en un periodo de tiempo (Arias, 2020).

2.4.2 Diseño muestral

Población

Cualitativa

Está conformado por las entrevistas por;

Yulitssa Gamboa - Coordinadora del equipo femenino del Club Cienciano del Cusco.

Felipe Trujillo - Gerente del área de Comercial, Marketing y Comunicaciones del club Cienciano del Cusco.

Cuantitativa

Está representado por los documentos, ingresos y gastos económicos al club femenino.

2.4.3 Técnicas de recolección de datos

Para la variable 1 se va a utilizar una técnica de entrevista e instrumento una guía de entrevista de creación propia. (Arrunategui, Aricoche, Arenales & Borquez, 2022).

Ficha técnica de la guía de entrevista

Autor: Arrunátegui, Aricoché, Arenales y Borquez.

Año de creación: 2022

Adaptación: Creación propia

Validez: Se validó por el asesor concluyendo que es válido.

Público objetivo: Yulitssa Gamboa

Fecha: 15-09-2022

Tiempo de administración del instrumento: 30 min.

Para la variable 1 se va a utilizar una técnica de entrevista e instrumento una guía de entrevista de creación propia. (Arrunategui, Aricoche, Arenales & Borquez, 2022).

Ficha técnica de la guía de entrevista

Autor: Arrunátegui, Aricoché, Arenales y Borquez.

Año de creación:2022

Adaptación: Creación propia

Validez: Se validó por el asesor concluyendo que es válido.

Público objetivo: Felipe Trujillo

Fecha: 15-09-2022

Tiempo de administración del instrumento: 30 min.

Organización

Para obtener los resultados de la investigación, se va a obtener permisos, en primer lugar, del gerente de la empresa. Una vez que se ha obtenido el permiso, se deberá informar a los jefes de área sobre el estudio y también obtener un permiso interno para aplicar los instrumentos.

Para aplicar los instrumentos se va a utilizar herramientas digitales como WhatsApp, laptop y celular la cual será aplicada para realizar las entrevistas; para ello se debe seguir el siguiente procedimiento según Arias (2020): en primer lugar, los instrumentos deben estar correctamente ordenados y validados, luego, se obtiene el contacto de los entrevistados y se les realiza la respectiva entrevista mediante los mencionados.

Recursos

- a) Humanos: El estudio cuenta con el investigador, el asesor y la población de estudio
- b) Materiales: Materiales de escritorio, lápices, borrador, tajador.
- c) Tecnológicos: Celular, aplicativo WhatsApp.
- d) Financieros: El estudio es financiado por cuenta propia.

2.4.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

La técnica usada fue Descriptiva una vez obtenido los resultados, se van a sistematizar en el programa Excel 2016 para generar las tablas de distribución y figuras tomando en cuenta valores de frecuencia absoluta (cantidad) y frecuencia relativa (porcentaje). Luego de ello, se van a exportar las tablas y figuras a Word

2016 para su interpretación y análisis de los resultados. Mediante estos resultados se dará conclusión al estudio.

2.4.5 Aspectos éticos

Se ha utilizado el formato APA séptima edición, para poder respetar la propiedad intelectual de otros autores. Asimismo, se usarán referencias de manera correcta en conjunto con el software Turnitin para corroborar la similitud.

III. Desarrollo de la Investigación Aplicada e Innovación

3.1 Diagnóstico situacional

3.1.1 Descripción del club

El club Cienciano fue fundado el 8 de julio de 1901, poco después de que el fútbol fuera puesto en práctica en el emblemático Colegio Nacional de Ciencias de Cusco por el misionero inglés William Newell.

Tras haber participado en torneos amateur en Cusco durante muchos años, finalmente hace su debut en el fútbol profesional en 1973, tras haber logrado el subcampeonato de Copa Perú un año antes. Se mantuvo en la máxima categoría del fútbol peruano hasta 1977.

El club volvió a participar en Copa Perú y en 1983 clasificó a la liguilla final, que se desarrolló en Lima. Pese a no salir campeón, fue invitado para ser parte del torneo Descentralizado 1984.

A partir de ese año, Cienciano comenzó a tener buenas campañas que le permitieron mantenerse en Primera División durante más de 30 años consecutivos. Dentro de ese tiempo, consiguió sus mayores logros a nivel nacional e internacional.

En el 2001, Cienciano cumplió su centenario y obtuvo el primer título profesional de su historia: se consagró campeón del Torneo Clausura tras vencer 1-0 a Estudiantes de Medicina en un partido de definición jugado en Arequipa.

Sin embargo, la mejor temporada de su historia la tuvo en el 2003, cuando se consagró campeón de la Copa Sudamericana superando a gigantes del continente como Santos de Brasil, Atlético Nacional de Colombia y River Plate de Argentina. A este último le ganó la final, que se disputó en el estadio de la UNSA

(Arequipa). Así, Cienciano se convirtió en el primer y único club peruano en obtener un título internacional.

Y, por si fuera poco, al año siguiente el cuadro cusqueño logró un nuevo título continental: la recopa Sudamericana, que la ganó en septiembre del 2004 tras vencer al poderoso Boca Juniors, equipo que era el vigente campeón mundial.

Posteriormente, Cienciano obtuvo dos títulos más a nivel nacional: en el 2005 se consagró campeón del Torneo Apertura, y en el 2006, del Clausura.

Tras haber realizado buenas campañas en 2007 y 2008, el club empezó a sucumbir debido a las deudas que había acumulado, situación que lo dejó relegado en los torneos del 2009 al 2014. Hasta que, en 2015, tras una irregular temporada, el equipo perdió la categoría.

En el 2016, bajo la administración de Sergio Ludeña, Cienciano comenzó a ordenarse en lo económico y participó en Segunda División. Fue en el 2019 cuando el elenco imperial obtuvo el título de Liga2 y el retorno a Primera División.

En el 2021, el club logró clasificar a un torneo internacional luego de 13 años. Y este 2022, obtuvo nuevamente la clasificación para la Copa Sudamericana del próximo año, donde espera volver a aquellos años de gloria y consagrarse campeón.

En tanto, el equipo femenino de Cienciano fue fundado el 30 de agosto de 2017, cuando el plantel principal masculino se encontraba en Segunda División. Al año siguiente, participó por primera vez en la Copa Perú Femenina y se consagró campeón de la Etapa Distrital, Provincial y Departamental. Su gran campaña le permitió llegar hasta la Etapa Macro regional.

En el 2019, las chicas volvieron a ser campeonas distritales y provinciales, pero en la Departamental fueron eliminadas. En 2020, el equipo se estaba

preparando para su participación en la etapa Distrital, pero la pandemia por COVID 19 paralizó todas sus actividades por dos años.

Este 2022, el plantel Cienciano volvió a lo grande, pues volvió a lograr los títulos de la Distrital y Provincial. Lastimosamente, en la Etapa Departamental llegaron hasta la final, pero cayeron en el último minuto ante San Francisco de Asís de Urubamba, finalizando así su participación en la presente temporada.

3.1.2 Misión

El club tiene como meta ser uno de los mejores a nivel de Sudamérica, desde lo administrativo y deportivo. Contar con infraestructuras propias y ser un club sin deudas y que pueda volver a obtener logros internacionales.

El club Cienciano desea ser un club modelo en el fútbol peruano femenino. Tener una identidad con jugadoras de la zona y un estilo definido para todas las categorías del Fútbol Femenino en cada desafío que se le presente.

3.1.3 Visión

Fortalecer sus divisiones menores y equipo femenino, para que de esta manera puedan recibir mayores ingresos en la venta de futbolistas a otros clubes de Perú y del extranjero.

Hacer del fútbol femenino un objetivo prioritario, educando a sus deportistas y dándoles todas las comodidades que necesitan para la práctica del fútbol. Conseguir una estabilidad económica para las deportistas y que en un futuro sean profesionales. Promover el sentido de pertenencia en todas las jugadoras.

3.1.4 Foda

FODA DEL EQUIPO FEMENINO DE FUTBOL CIENCIANO	
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS INTERNAS</p> <p>F1: Las jugadoras cuentan con un buen desempeño deportivo a nivel provincial y entre las más destacadas representa Dharet Vallenás.</p> <p>F2: Orden administrativo. Cienciano se caracteriza por ser uno de los clubes que cumple a cabalidad con todas las exigencias de la FPF y CONMEBOL.</p> <p>F3: Redes sociales y web activas. Esto es muy importante, sobre todo en la actualidad donde vivimos en una era en la que prima lo digital. El club cuenta con un área de comunicaciones que trabaja siempre para que sus plataformas vayan en crecimiento. Actualmente es el cuarto club con mayor número de seguidores en redes sociales.</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES EXTERNAS</p> <p>O1: Más empresas apuestan por el fútbol. El fútbol ha aumentado su popularidad con el pasar de los años, lo que genera que un mayor número de empresas decidan invertir como sponsors en los clubes.</p> <p>O2: Gran alcance con medios de comunicación. Al ser el club cusqueño con mayor historia y el que más hinchas tiene, la prensa cusqueña siempre difunde las noticias del club.</p> <p>O3: Cusco es un atractivo turístico. Esto genera que turistas y gente de distintos lugares conozcan más la marca Cienciano.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>D1: No cuenta con infraestructura propia. Si bien la actual administración viene trabajando en ello, actualmente el club no cuenta con una cancha propia donde pueda realizar sus entrenamientos.</p> <p>D2: El club masculino tiene deudas de años anteriores. Desde el 2007 hasta el 2015, el club fue acumulando deudas significativas que lo llevaron a la Segunda División. Si bien se han ido pagando paulatinamente, aún no se termina de cancelar.</p> <p>D3: Ingresos condicionados a resultados deportivos. Como pasa en casi todos los clubes, cuando el equipo obtiene buenos resultados, las ventas de entradas y merchandising también son buenas. Pero cuando los resultados son negativos, esto también afecta sobremanera a los ingresos que se pretenden obtener.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1: Otros clubes populares en Cusco. Cusco FC y Deportivo Garcilaso son dos clubes que también cuentan con un buen número de hinchas.</p> <p>A2: Trabas para uso de estadios. Al no contar con uno propio, el club debe gestionar el uso de estadios para los partidos y entrenamientos con autoridades municipales y el IPD.</p> <p>A3: Poca constancia que se lleva por parte de las jugadoras, ya que algunas no lo ven como una carrera profesional por lo mismo que la remuneración es muy baja.</p>

3.1.5 Realidad problemática

El club Cienciano del Cusco cuenta con un departamento de plan estratégico, pero este no le ha dado un énfasis adecuado a la rama femenina debido

a que este año recién las jugadoras han vuelto a tener competencias oficiales a causa del paro que hubo por la pandemia COVID-19.

Este año, Cienciano ha brindado soporte a la rama femenina para que afronten las etapas Distrital, Provincial y Departamental. Gracias al convenio que tiene con auspiciadores, ha podido proveerlas de uniformes, pelotas, agua, medicinas, así como conseguirles canchas de entrenamiento para que puedan realizar sus entrenamientos. Sin embargo, estos gastos no se han dado por ingresos que se generen netamente de. equipo femenino.

Al no haber difusión de los partidos por parte de la prensa, la venta de entradas fue muy baja este año, con un promedio de 70 personas por partido. Los precios fueron de cinco soles en las tres etapas que participó el club este año. En la final de esta última (Departamental), acudieron un aproximado de 150 hinchas, siendo ese el número más alto de público que ha tenido el club en la temporada.

Las comodidades para entrenar en Cienciano fueron mejores a las del resto de equipos de Cusco debido al respaldo dirigencial que tenían como equipo histórico y de Primera División en la rama masculina. Sin embargo, nunca faltaron los inconvenientes. Yulitssa Gamboa, coordinadora del equipo femenino del club, nos cuenta que era muy difícil hallar canchas disponibles, ya que estas eran ocupadas por academias u otros equipos.

3.1.6 Resultados de la entrevista a Yulitssa Gamboa

Yulitssa Gamboa, coordinadora del equipo femenino, nos cuenta que este año tuvo la intención de generar algunos ingresos económicos en agosto involucrándose en el ambiente musical, pero esto se truncó. Y es que un amigo de ella es promotor de eventos e hincha de Cienciano, y programó un concierto para

el 21 de agosto en el que iba a destinar el 10% de la venta de entradas al equipo femenino. Los artistas que se iban a presentar eran Pelo D'Ambrosio, Antología, Perumanta y Los Runas. Sin embargo, el organizador tuvo inconvenientes con los dueños del local y el evento se postergó para la semana siguiente. Esto provocó cierta desconfianza en la gente y que la venta de entradas esté muy por debajo de lo que se tenía previsto. No obstante, dejó abierta la posibilidad de que más adelante se intente generar una nueva alianza con este rubro musical para poder generar ingresos.

El deseo de Yulitssa es que el equipo femenino pueda generar sus propios ingresos económicos y que las futbolistas puedan entrenar en mejores canchas y todos los días, viajar a jugar partidos amistosos con equipos más competitivos y, por supuesto, lograr el título de la Copa Perú Femenina y ascender a la máxima división. Ella sabe que concretar esos sueños no es tarea fácil, pero mediante una buena gestión estratégica y el trabajo en equipo todo es posible.

La jugadora más con más trayectoria en el equipo femenino es Dharet Vallenas, quien a sus casi 30 años de edad ha logrado pertenecer a la selección peruana y disputar la Copa América en 2014. Su don de liderazgo la ha llevado a ser una referente del equipo y asesorar a las más jóvenes a que actúen siempre con dedicación, entusiasmo y disciplina. Dharet señala que el fútbol en provincias ha tenido avances a cuentagotas, ya que hace algunos años no había torneos femeninos en Cusco salvo los que organizaban algunas universidades. Esto la llevó a viajar a Arequipa para poder ser parte del club Internacional y cumplir su sueño de practicar el fútbol. Hoy, ella ve con mucho entusiasmo que existen jugadoras con un futuro prometedor, no solo en Cienciano sino también en otros clubes.

La categoría Sub 16 fue creada este año con el fin de captar jóvenes valores que más adelante sean de gran aporte para el equipo principal. Las chicas entrenan con entusiasmo y empeño, ya que Cienciano les brinda un lugar donde pueden practicar el deporte que más les gusta y de forma gratuita. Ellas se sienten muy felices de poder entablar amistad con chicas de su edad que también comparten su pasión por el fútbol, ya que antes solo jugaba en las pistas de su barrio y con puros hombres.

3.1.7 Análisis de la investigación de Mariela Drago

Para obtener un enfoque más amplio del tema, en 2021, Mariela Drago, gerente de la Fundación Deporte en Igualdad, realizó una investigación sobre el análisis situacional del fútbol femenino en nuestro país. En ella se ven estadísticas que no han variado hasta el momento. Una de ellas es que el 42% de las jugadoras son menores de 20 años, y menos de 10% son mayores de 30. Esta última cifra refleja el amateurismo del fútbol femenino en el Perú. Y es que, conforme avanzan los años, muchas chicas optan por dedicarse netamente a algún trabajo en el que perciban una remuneración, y el fútbol pasa a ser un simple pasatiempo en sus vidas. El informe señala que en la Liga Femenina (primera división) solo el 14% cuenta con un contrato laboral, siendo Alianza Lima el equipo que más ha optado por ese método. En la Copa Perú Femenina (torneo de ascenso), en tanto, esto no se da en ningún equipo aún. Algunas jugadoras tienen un acuerdo verbal con la dirigencia para un monto que les pueda cubrir pasajes y otros menesteres, pero la gran mayoría juega gratis por la pasión hacia el fútbol.

Los clubes no cuentan con sponsors que involucren a su categoría femenina, por lo que resulta prácticamente imposible que puedan generar ingresos. Este año, sin embargo, se pudo ver que Alianza Lima tuvo convenios con una marca de aerolíneas (SKY Airline), mientras que Universitario tuvo a Vitagel Fortiflex, producto del rubro de la salud. El resto de equipos de la Liga Femenina no contó con una marca que les pueda apoyar a solventar ciertos gastos. En el caso de Cienciano, el único apoyo que recibió fue el de los uniformes para partidos oficiales (dos modelos: rojo y azul) gracias al convenio con New Athletic, y botellas de agua que pudo conseguir debido al acuerdo del club con la marca de aguas Cielo. En el

caso de los uniformes, estos fueron iguales a los que usó el equipo masculino esta temporada y a los que la marca de ropa sacó a la venta para el público.

3.1.8 Ingresos y solvencia del club femenino Cienciano del Cusco

Anteponiendo que la Confederación Sudamericana de Fútbol promulgó en el 2018 que todos los clubes que jueguen Copa Libertadores y Sudamericana deben contar con un equipo femenino, la presencia de un plantel femenino en los clubes de Perú es tan obligatoria como tener un equipo de Reserva, y que deben participar en torneos oficiales.

Durante el 2022 el plantel femenino de Cienciano del Cusco tuvo un ingreso de aproximadamente de 50 mil soles por parte de la administración del club, monto que fue destinado para afrontar la Copa Perú Femenina en el caso del equipo principal, y los Campeonatos Élite (Apertura y Clausura) en el caso de la categoría Sub 16.

3.1.9 Gastos del club femenino Cienciano del Cusco en la temporada 2022

CONCEPTO	COSTO ANNUAL 2022
Alquiler de canchas: gracias a los convenios del club con algunas municipalidades.	S/.9 500.00
Contraprestación a las jugadoras, comando técnico y coordinadora por sus servicios.	S/.33 000.00
Pagos obligatorios a la liga de fútbol: por concepto de arbitraje, colocación de mallas y presencia de un comisario. Este gasto era asumido a medias con el equipo rival de turno.	S/.1 000.00
Caja chica: lavado de uniformes, medicinas, viajes a otras provincias, etc.	S/.6 500.00
Total aproximado	S/.50 000.00

3.2 Desarrollo de la propuesta

Formulación de los Objetivos y Diseño de las Estrategias

El desarrollo de este capítulo fue analizado en base a las metas planteadas para el equipo femenino club Cienciano del Cusco, tomando en cuenta la perspectiva e investigación interna de la organización como también analizando el lado externo, asimismo manteniendo la visión y misión como pilares fundamentales. Para ello se analizó y revisó la estrategia del club, para luego determinar el tipo de estrategias a aplicar, desarrollando las matrices de formulación de estrategias, como: FODA.

3.2.1 Primera etapa

Objetivos Estratégicos

Conforme a la misión y visión del club femenino Cienciano y la matriz FODA se determinaron los próximos fines estratégicos los cuales se detallan a continuación:

- Generar utilidad neta mayor a la proyectada de este año.
- Incrementar ingresos y mantener la variación positiva para el próximo año.
- Desarrollar Marketing para captar sponsors.
- Aplicar Marketing digital a través de página web y redes sociales.

Análisis de los objetivos estratégicos

Se definen cuatro enfoques los cuales se presentan al Gestor Deportivo para un mejor entendimiento de los objetivos estratégicos. Posteriormente, se muestra el análisis de los objetivos estratégicos esto permitirá el cumplimiento de la misión presentada por el Equipo de Fútbol Femenino Cienciano

Rentabilidad

Este objetivo comprende todas las acciones que estén destinadas a aumentar la utilidad del equipo femenino del club Cienciano, con la implementación de las áreas de gerencia deportiva y marketing, llegando a un nivel en donde el equipo femenino se pueda solventar y pueda mantener su sostenibilidad en el tiempo.

Por la naturaleza del tipo de compañía que maneja la zona deportiva, el aumento de las ganancias es un componente que va a tener un límite, debido a que el número de jugadores del equipo femenino está definido, es por lo cual el enfoque en este punto viene en funcionalidad del ingreso por formación de la jugadora del club tanto como el ingreso por criterio de derecho de formación de todos sus miembros.

Control de Costos y gastos

Comprende las actividades orientadas al control y a el decrecimiento de precios por criterio de alquileres de campo, el equipo es consciente que, por la naturaleza del comercio, la captación de ingresos es a un plazo mediano, siendo una de las metas claves el decrecimiento de los precios, con negociaciones con los proveedores y firmas de los diversos acuerdos.

Marketing Digital

Comprende los objetivos estratégicos cuyas acciones están orientadas a la implementación de estrategias que permitan captar potenciales clientes para su fidelización por los distintos medios digitales actuales, sponsors, utilizados para los próximos años, así como el ampliar el nivel de llegada a más personas teniendo un mejor posicionamiento a futuro.

Capacitaciones

Dentro de esta fase se evalúa capacitar al comando técnico y personal administrativo del club, con el objetivo de que cada área desarrolle y este

capacitada al 100%. Se resalta que el equipo depende de resultados deportivos y que de alguna manera las capacitaciones a los líderes influirán en su rendimiento.

3.2.2 Segunda etapa

Diseño y formulación de estrategias

David, (2013) menciona técnicas claves para la formulación de tácticas que tienen la posibilidad de desarrollar en un solo modelo para la toma de elecciones. Las distintas técnicas presentadas tienen la posibilidad de ejercer en diferentes organizaciones, ayudando a las tácticas a detectar, evaluar y escoger las tácticas que más le convengan a las empresas.

Plan de acciones

Teniendo en cuenta que el equipo femenino aún no es muy conocido, la estrategia principal es darlo a conocer y generar una credibilidad para conseguir una hinchada y el apoyo de algunos patrocinadores, así como lograr incentivar a más equipos femeninos a hacer lo mismo con el fin de poder crear un interés por los torneos de esta disciplina.

El primer paso es mejorar el tráfico de la página de Facebook destinada exclusivamente para el equipo femenino. En esta se subirá contenido de las jugadoras tales como fotos, su historia, jugadas e indicadores. También será necesario subir la historia del equipo, así como su visión y misión.

Se deberán mostrar los logros importantes de cada jugadora, esto genera la intención de querer invertir en un club femenino.

Una vez creada la nueva imagen del equipo femenino, se deberá dialogar con el club para obtener apoyo con un entrenador del equipo masculino con el fin de aumentar el nivel deportivo de las jugadoras y que se revise la posibilidad de que el equipo masculino ceda algunas horas de uso de los espacios deportivos para aumentar la cantidad de horas de prácticas del equipo femenino.

Se deberá reformar el equipo en base a las habilidades demostradas por las jugadoras en los entrenamientos y en los partidos.

Agotando recursos dentro del mismo club, se debe iniciar con la búsqueda de patrocinadores externos. Esto será con marcas de productos femeninos, como maquillaje, ropa deportiva, desodorantes, entre otros.

Como se requiere de una financiación inicial para todo esto, se propone que las jugadoras puedan ser imagen de campañas publicitarias de diversos productos y servicios así sea de marcas pequeñas e ir escalando, también se propone una recolección de fondos por medio de rifas y eventos.

Partidos de exhibición del equipo femenino con el masculino, la idea de esto es que la gente conozca que el equipo femenino es tan bueno como el masculino, para estas demostraciones se requerirá el apoyo del club para que contacten algunos patrocinadores y entrenadores, pues a futuro se requerirá un entrenador destinado al mejoramiento deportivo de las chicas.

Una vez se logre dar a conocer el equipo, es momento de trabajar en integración con otros equipos femeninos. En este momento dejan de ser rivales para ser aliados con el fin en común de lograr promover el fútbol femenino en Perú. Esto logrará mayor motivación para promover el deporte femenino a nivel nacional e internacional.

Todos los eventos realizados serán transmitidos por Facebook live y quedarán grabados por si se desean ver después por algún seguidor.

En el cuadrante FO se han predeterminado las siguientes estrategias:

- Grabar las habilidades de juego de cada integrante para darlas a conocer por redes sociales e incentivar a la inversión en el equipo.
- Con la misma confianza que se pone en la propuesta hacer todo, salir a la cancha con la mejor actitud, así como siempre estar dispuesto en las reuniones con los patrocinadores.

En el cuadrante DO se han predeterminado las próximas tácticas:

- Aprender a manejar una imagen pública y a obtener contratos de patrocinios con marcas; ensayar con las pequeñas empresas para hacerlo mejor con marcas más importantes.
- Mejorar el lenguaje corporal y expresión en público.

En el cuadrante FA se han predeterminado las siguientes estrategias:

- Seguir siendo constantes con el deporte para mejorar cada vez más.
- Trabajar en equipo como hasta ahora para posicionar el equipo como uno de los mejores.

En el cuadrante DA se han predeterminado las siguientes estrategias:

- Mejorar las estrategias de juego y aumentar las horas de los espacios deportivos de acuerdo con lo indicado por los entrenadores.
- Estas estrategias tienen como base aumentar la bonificación de las jugadoras para aumentar su compromiso dentro del club. Asimismo, los eventos realizados serán únicamente invertidos en ellas.

3.2.3 Tercera etapa

Responsable

Con las estrategias mencionadas, los responsables quienes estarán encomendados para que los objetivos puedan concretarse y tener su correcta ejecución serán los socios del club Cienciano y la administración general del club.

Esta perspectiva posibilita que la industria se enfoque en el alcance que tiene en el mercado, en ella el indicador a tener en cuenta es aquella que posibilite medir

el grado de aprobación de los consumidores hacia los bienes y servicios que produce la industria del deporte femenino del club Cienciano.

Cabe mencionar que las influencias que tienen la posibilidad de tener las colaboraciones en la organización y desarrollo del deporte. De esa manera, las empresas públicas y privadas, conjuntamente con los demás organismos deportivos, buscan desarrollar alianzas estratégicas ya que muestran intereses habituales, como en el Sistema Nacional del Deporte Peruano (SISDEN), que relaciona a organismos públicos y privados, estructurados e incluidos funcionalmente para que promuevan el desarrollo del deporte generalmente a grado nacional, regional y local. (Compendio Estadístico IPD 2015).

3.2.4 Cuarta etapa

Recursos

(D'Alessio, 2015). Las mediciones del rendimiento financiero indican si la táctica, su utilización y su ejecución permanecen contribuyendo a la optimización de base, las metas financieras habituales poseen interacción con la productividad. La expectativa financiera es primordial, pues el sistema de control financiero bien diseñado puede fomentar el programa de administración de la calidad total de una organización. (Kaplan y Norton, 1992). Sin embargo, el punto de vista financiera comprende el retorno sobre la utilización del patrimonio ROE, retornos sobre ventas ROS, ingresos por empleado, productividad por plan, estudio de equilibrio, flujo de caja y retorno financiero.

En primer lugar, se hablará con el club para que proporcionen las herramientas y una inversión mínima para falicitarnos un community manager dentro del equipo femenino, con la promesa de dar a conocer el club y traer más

ganancias, claramente estos recursos deberán ser restados de la financiación del equipo masculino, por lo que no se pide mucha cantidad de dinero.

Posteriormente, para los nuevos uniformes, de ser posible serán financiados en algún porcentaje por alguna marca deportiva pequeña, ya que es más sencillo conseguir un patrocinio de pequeñas marcas dado que esperan menos beneficios que las marcas grandes.

Las redes sociales y páginas web tendrán un botón de donativos para las personas que quieran apoyar al equipo. Por otra parte, se espera que las jugadoras puedan ser la imagen de varias marcas locales, con esta modalidad se dan a conocer los productos de las marcas y estas a su vez les brindan elementos a las jugadoras para su bienestar y demás necesarios para los entrenamientos, así como elementos que puedan rifar o vender para obtener más recursos.

En conclusión, como el club no cuenta con los recursos suficientes para promover el equipo femenino, lo que se busca es el apoyo externo por medio de eventos, publicidad y donaciones. Con el tiempo, al lograr el reconocimiento del equipo, se espera un apoyo mayor del club, así como de marcas más grandes.

Cada vez que falten recursos se tocarán puertas con las marcas locales, se harán torneos, rifas, ventas y en general uso de los recursos propios de las jugadoras y la organización del club femenino.

Para las marcas patrocinadoras se proponen los sectores de moda, maquillaje y cuidado femenino. Marcas que en el mercado del fútbol aun no son notoriamente visibles, lo que nos da la oportunidad de abrir un nuevo camino.

Otras fuentes de financiación pueden ser demostraciones de freestyle y buscar fundaciones que apoyen el deporte y a las mujeres.

El recurso no económico será el tiempo, se estima que sean un total de aproximadamente durante la temporada 2023, observando hasta que etapa alcance el grupo (departamental, distrital, provincial, etc.)

Para las rifas se comprarán los talonarios que venden en las papelerías o misceláneas, pues son los más económicos.

Para los torneos se le dará a cada equipo un recibo con la constancia del pago y se realizará una lista con todos los integrantes de cada equipo. Para esto será necesario un computador y hojas para imprimir las listas y controlar el ingreso a los torneos.

A continuación, se detallan mejor por categorías:

Financieros: Para lograr hacer tanto los Objetivos a largo plazo como los Objetivos Corto Plazo, que se requieren como recursos financieros que permitan resolver las inversiones en infraestructura en el equipo femenino de fútbol del club Cienciano, se dispone de superiores condiciones de entrenamiento para las divisiones menores, como por ejemplo su equipamiento y nutrición, contratar a los superiores expertos convivencia en administración y marketing deportivo, ubicados artistas para dar shows de calidad en los eventos deportivos, promover la averiguación y desarrollo. Este financiamiento provendría de la compañía privada, aliados activos, ayuda de público a los encuentros deportivos y apoyo del Estado.

Humanos: Es indispensable que se cuente con personal profesional calificado con extensa vivencia en administración y marketing deportivo, preferido que cuenten con formación educativa y gremial en el extranjero, con el objetivo de que logren ejercer las tendencias recientes de funcionamiento deportivo a la verdad nacional. Estas personas tienen que actuar como agentes de cambio y

complementar su desempeño con capacidades blandas como liderazgo, comunicación positiva, motivación y responsabilidad.

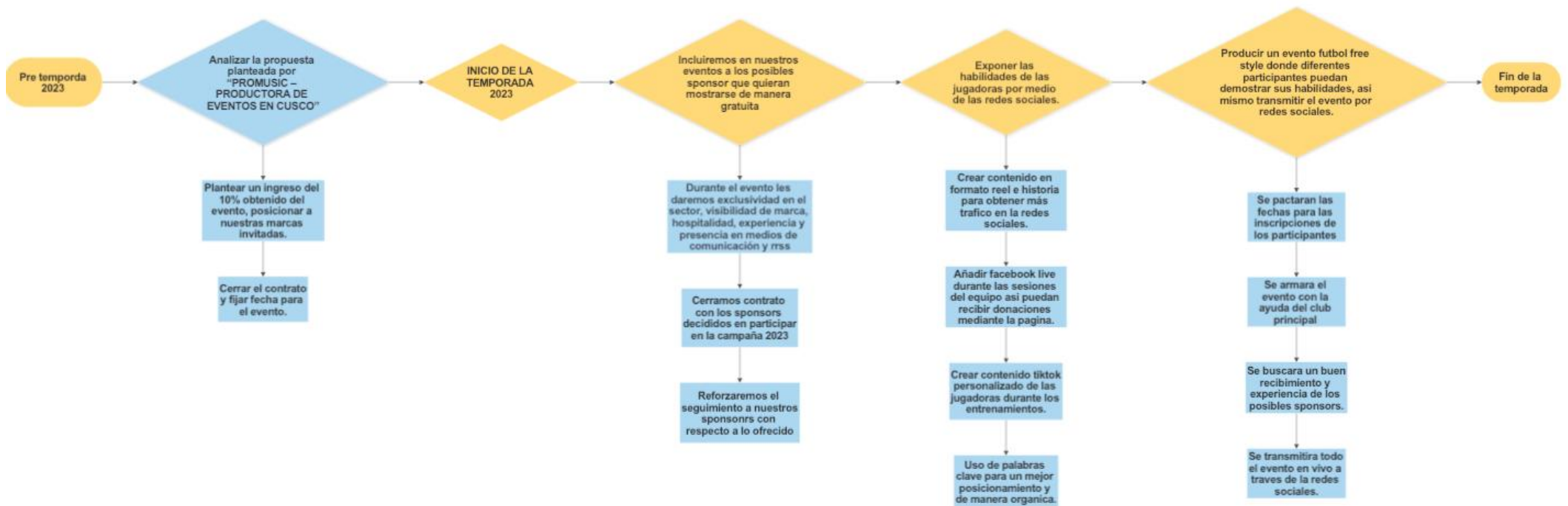
3.2.5 Quinta etapa

Procedimiento de trabajo

El primer paso será hablar con las directivas del club para saber hasta qué punto es posible el apoyo al equipo femenino en cuanto a financiación de un Community manager y demás cosas que puedan brindar, en esta instancia se debe presentar un plan de trabajo resumido que contenga los objetivos, el cronograma y como se espera lograrlo. También es necesario incluir lo que se espera obtener del club de manera ambiciosa, pues lo más común será que empiecen a sacar cosas de la lista.

Figura 3

Flujograma de la propuesta



La reunión con los directivos se deberá agendar con un tiempo prudencial por medio de correo electrónico, y la propuesta se debe entregar por escrito el día de la reunión.

Para esta reunión deberá estar Dharet Vallenas, la jugadora más antigua y quien conoce mejor que nadie las necesidades del equipo y será la encargada de exponer las razones que conllevan a la toma de decisiones aquí planteadas.

Se debe hablar con el equipo masculino para ver que tanto están dispuestos a ceder para apoyar a las mujeres de su club en cuanto a cederles tiempo con el entrenador y espacios deportivos. Para esta instancia lo ideal es que todas las integrantes del equipo femenino se reúnan con los muchachos y su entrenador con el fin de llegar a un acuerdo que no incida en el rendimiento de ellos, con este preacuerdo, se deberá exponer ante el club la iniciativa y evidenciar que no es una inversión pequeña para lo que se puede lograr a futuro.

En esta instancia se tendrá recaudado el ingreso económico por parte del evento realizado en el mes de Abril. Esto será para financiar aspectos faltantes de la página web, fotos y nueva imagen del equipo. A su vez cada una deberá suministrar el material que desea que esté montado en la página web.

El material deberán hacerlo llegar en formato Word para el caso de historias, vivencias y demás, los videos se recibirán por medio del WhatsApp indicado al igual que las fotos, en ambos casos deberán lucir el uniforme del equipo con el logo visible.

Una vez obtenidos los recursos iniciales se procede a montar la página web y a realizar su respectiva difusión, con esto se espera que el equipo se dé a conocer y que se pueda buscar patrocinadores, que inicialmente pueden ser marcas

pequeñas de insumos deportivos, bebidas o accesorios. Para esto se hará un listado de las posibles marcas y se plantearán las propuestas para cada una.

Para presentarnos ante las marcas se requerirá de una carpeta de presentación del equipo con cada una de las jugadoras y los objetivos que se quieren lograr, sus estilos e ideales, pues cada marca es diferente y tendrán la posibilidad de elegir a la jugadora con la que más se identifiquen o, por qué no, patrocinar el equipo completo. Cualquiera de las dos opciones será viable para el equipo.

Dar a conocer el enlace para las donaciones a través de redes sociales oficiales del club y las personales de cada jugadora. Como estamos en una era donde todo es más virtual por eso será por este medio, además de que es más fácil crear una conexión con otras personas y lograr más alcance a menor costo.

Aprovechando la presencia en redes sociales deberemos buscar más equipos femeninos e iniciar torneos, pues el mostrar un buen rendimiento deportivo incentiva el apoyo de terceros. Inicialmente estos torneos deberán ser costeados por las mismas participantes y los escenarios serán alquilados.

En general será un trabajo realizado en su mayoría por el mismo equipo femenino, se contará con el direccionamiento para el marketing digital y será necesario el apoyo de un coach para la parte psicológica, el principal recurso para el manejo y administración de todo el proyecto será la página web.

Aspectos por tratar para mejorar el rendimiento de las jugadoras:

- Para mejorar el rendimiento deportivo se deberá analizar a los otros equipos, ver las falencias de nuestras jugadoras y empezar a implementar las estrategias de los otros equipos, fortaleciendo cada vez más las habilidades del equipo del club.

- Es muy importante trabajar el lado psicológico. De esto dependerá no solo el triunfo del equipo, sino que se llegue al objetivo, pues el camino para lograr el reconocimiento de un equipo femenino en un país como Perú no es fácil y requerirá de mucho esmero y perseverancia.

Algunos aspectos psicológicos por tratar son la valentía, la constancia, la tolerancia al rechazo y a la frustración, el manejo de emociones, el respeto y la empatía.

3.2.6 Sexta etapa

Se propone este cronograma para la etapa inicial, se deberá revisar cada 6 meses las nuevas actividades a realizar de acuerdo con los resultados.

ACTIVIDAD	FECHA INICIO	FECHA FIN
Reunión con la directiva	13/01/2023	13/01/2023
Reunión con los directivos del club	16/01/2023	16/01/2023
Recolección de fondos	10/01/2023	10/02/2023
Recopilación del contenido para la página web	10/01/2023	10/02/2023
Montaje y publicación página web y fan page Facebook	10/02/2023	14/02/2023
Promoción y divulgación de la pagina	15/02/2023	Sin fin, debe ser constante
Listar posibles patrocinadores	15/01/2023	20/02/2023
Citas con los posibles patrocinadores	18/02/2023	30/03/2023
Actividades de publicidad de los productos de los patrocinadores	1/04/2023	Sin fin, debe ser constante
Torneo de futbol femenino local.	01/04/2023	01/05/2023
Sondeo de los resultados a partir de los indicadores propuestos	01/03/2023	10/05/2023

Este cronograma podrá ser ajustado de considerarse necesario, ya sea por nuevas actividades o por falta de financiación.

3.2.7 Séptima etapa

Como los objetivos principales son dar a conocer al equipo y lograr la financiación para eventos de nivel profesional, así como ser reconocidos a nivel mundial se plantean los siguientes indicadores para verificar la efectividad de las acciones tomadas:

De posicionamiento

- Análisis del tráfico web: Con esto se conoce qué tanto busca el público una marca en específico; si este aumenta significa que la marca es más reconocida.
- Menciones en redes sociales: mide la cantidad de veces que la marca es mencionada o etiquetada, entre más suceda esto significa que aumentarán los seguidores, es el momento de interactuar más con el público para crear lazos entre la marca, para este caso el equipo y las personas. (para este caso en específico es muy necesario este indicador pues es necesario saber cuándo crear un vínculo con los fans y así lograr aportes monetarios)
- Realizar encuestas: Preguntar a los seguidores qué les parece la página, recibir aportes y observaciones, preguntar qué se debería mejorar, la clase de contenido que quieren ver.
-

De objetivos económicos:

- Tabla de control de donativos: nos permite revisar las donaciones recibidas, su frecuencia y las razones que conllevan al donativo

- Control de ingresos: Nos permite conocer de dónde provinieron los ingresos, si por donativos, recursos propios, patrocinios de marcas, apoyo del club, apoyo de familiares, etc. Así se sabrá qué acciones se deben tomar para obtener más ingresos.

De rendimiento deportivo:

- Realizar tablas del proceso de cada jugadora una vez al mes.
- Comparación del equipo versus los demás equipos, en cuestión de habilidades. Algunos de los ítems a evaluar pueden ser cooperación, trabajo en equipo y destrezas en cada una de las posiciones de juego.
- Tabla de jugadoras: Especificar qué habilidades tienen y en qué posiciones son un mayor apoyo para el equipo.

Propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos **ISIL** económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022

Objetivos	Estrategias	Procedimiento	Responsable	Calendario	Indicadores
Aumentar Ingresos economicos directamente	Producir un evento para recaudar fondos antes de la iniciación de la temporada 2023	Analizar la propuesta planteada por "PROMUSIC – PRODUCTORA DE EVENTOS EN CUSCO"	Productora contratada	Abril-2023 Fecha en concenso por ambas partes	<ul style="list-style-type: none"> - Numero de asistentes - Ingreso en soles al evento
		Plantear un ingreso del 10% obtenido del evento, posicionar a nuestras marcas invitadas.			
Captación de los primeros sponsor para el club femenino.		Incluiremos en nuestros eventos a los posibles sponsor que quieran mostrarse de manera gratuita.	Coordinadora del club Asesoría legal del club principal	Marzo -2023 Antes de empezar la temporada 2023	<ul style="list-style-type: none"> - Numero Sponsors captados
		Durante el evento les daremos exclusividad en el sector, visibilidad de marca, hospitalidad, experiencia y presencia en medios de comunicación y rrrs.			
		Cerramos contrato con los sponsors decididos en participar en la campaña 2023.			
		Reforzaremos el seguimiento a nuestros sponsonrs con respecto a lo ofrecido.		Durante toda la temporada 2023	
Mejoramiento del marketing digital y posicionamiento	Exponer las habilidades de las jugadoras por medio de las redes sociales.	Crear contenido en formato reel e historia para obtener más trafico en la redes sociales.	Coordinadora del club Community manager.	Constantemente durante la temporada 2023.	<ul style="list-style-type: none"> - Numero de visitas a la pagina - Numero de vistas a los reels e historias - Cantidad de donaciones - Numero de donaciones
		Añadir facebook live durante las sesiones del equipo asi puedan recibir donaciones mediante la pagina.			
		Crear contenido tiktok personalizado de las jugadoras durante los entrenamientos.			
		Uso de palabras clave para un mejor posicionamiento y de manera organica.			
	Producir un evento futbol free style donde diferentes participantes puedan demostrar sus habilidades, asi mismo transmitir el evento por redes sociales.	Se pactaran las fechas para las inscripciones de los participantes	Coordinadora del club Community manager Visual merchandising del club principal.	Se realizaran los eventos después de la culminación de cada etapa deportiva, ejemplo : etapa distrital, provincial y departamental.	<ul style="list-style-type: none"> - Numero de conectados durante la transmisión.
		Se armara el evento con la ayuda del club principal			
		Se buscara un buen recibimiento y experiencia de los posibles sponsors.			
	Se transmitira todo el evento en vivo a traves de la redes sociales.				

3.3 Estimación del costo de la propuesta

3.3.1 Estimación de los costos necesarios para la implementación

Tabla 1

Presupuesto del estudio

Código	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
1	<i>Recursos materiales</i>				
1.1	Papel	Paquete	2	S/ 5.00	S/ 10.00
1.2	Lapiceros	Unidad	100	S/ 1.00	S/ 100.00
1.3	Libros y revistas	Unidad	10	S/ 50.00	S/ 500.00
1.4	Plumones	Unidad	10	S/ 2.50	S/ 25.00
1.5	Fotocopias	Unidad	500	S/ 0.10	S/ 50.00
1.6	Anillados	Unidad	5	S/ 2.50	S/ 12.50
1.7	Separatas	Paquete	50	S/ 2.00	S/ 100.00
1.8	Pasajes	Paquete	1	S/ 200.00	S/ 200.00
1.9	Permisos	unidad	5	S/ 5.00	S/ 25.00
1.1.	Alimentación	día	30	S/ 10.00	S/ 300.00
2	<i>Recursos tecnológicos</i>				
2.1	Internet	mes	3	S/ 60.00	S/ 180.00
2.2	Teléfono móvil	mes	1	S/ 50.00	S/ 50.00
2.3	Cámara	día	2	S/ 100.00	S/ 200.00
2.4	Laptop (depreciación)	mes	6	S/ 30.00	S/ 180.00
2.5	Aplicaciones	unidad	5	S/ 25.00	S/ 125.00
3	<i>Recursos Humanos</i>				
3.1	Ayudante	mes	1	S/ 400.00	S/ 400.00
4	<i>Otros</i>				
4.1	Servicio de luz	mes	6	S/ 25.00	S/ 150.00
4.2	Otros gastos	mes	3	S/ 50.00	S/ 150.00
TOTAL					S/ 2,757.50

Nota. Estimación de costos necesarios para la implementación del proyecto que duró 10 semanas.

Tabla 2

Presupuesto del proyecto

Costo de estrategia 1		
CREAR EVENTOS PARA RECAUDAR FONDOS		
ACCIÓN	COSTO	COSTO ANUAL
Sumarnos a eventos musicales en alianza con promotores de eventos, brindándoles apoyo y recaudando 10% de la taquilla (una vez al mes)	160	1920
<i>Impresión de afiches</i>	100	
<i>Publicidad de eventos en redes sociales</i>	0	
<i>Repartición de volantes en las calles</i>	60	
Realizar polladas como actividad profundas en Cusco, de manera que las jugadoras y personal del club deberán vender a su entorno cercano (cada dos meses)	205	1230
<i>Compra de pollos</i>	135	
<i>Compra de aderezo y aceite</i>	35	
<i>Local (casa de un trabajador del club)</i>	0	
<i>Cocina, sartén y ollas (el personal del club colaborará)</i>	0	
<i>Platos, tenedores y bolsas de plástico</i>	45	

Costo de estrategia 2		
CAPTACIÓN DE LOS PRIMEROS SPONSORS (TODO EL AÑO)		
ACCIÓN	COSTO	COSTO ANUAL
Buscaremos aliados estratégicos con empresas de Cusco que deseen invertir en el equipo femenino de Cienciano	950	9600
<i>Reuniones con empresarios (se usará la oficina del club, ubicada en la Cámara de Comercio de Cusco)</i>	0	
<i>Brochure para mostrar a las empresas</i>	150	
<i>Persona que exponga los beneficios de ser auspiciador</i>	800	

Costo de estrategia 3		
EXPONER LAS HABILIDADES DE LAS JUGADORAS POR MEDIO DE REDES SOCIALES (TODO EL AÑO)		
ACCIÓN	COSTO	COSTO ANUAL
Experto audiovisual que cuente con equipos propios y con conocimiento en edición y manejo de redes sociales	1000	12000

Costo de estrategia 4		
PRODUCIR EVENTOS DE FÚTBOL FREE STYLE (CADA TRES MESES)		
ACCIÓN	COSTO	COSTO ANUAL
Realizar eventos de Free style en Cusco, donde participarán nuestras futbolistas e invitaremos a una free styler profesional	3000	12000
<i>Transmisión del evento por redes sociales</i>	400	
<i>Local del evento</i>	300	
<i>Personal de venta de entradas</i>	100	
<i>Free styler profesional (Incluyendo viaje, hospedaje y alimentación)</i>	2000	
<i>Animador del evento</i>	200	

COSTO TOTAL: 36750 SOLES ANUAL		
---------------------------------------	--	--

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

La directiva del club Cienciano no tiene dentro de sus prioridades inmediatas que el equipo femenino ascienda lo antes a la Liga Femenina, pero tampoco le disgusta la idea de que el plantel actual consiga ese ascenso.

Tras ver el antecedente de equipos como Alianza Lima, se concluye que hoy en día un club con arraigo puede tener una masiva concurrencia en los partidos de su categoría femenina. Cienciano, al ser el equipo con más aficionados en Cusco, también puede emular esas acciones.

Hay empresas cusqueñas que están dispuestas a brindar apoyo para que el equipo femenino pueda generar ingresos económicos propios y mejorar la calidad de trabajo de las futbolistas.

El club Cienciano no aplica estrategias para incrementar el nivel deportivo y económico de su plantel femenino. Sin embargo, tampoco es indiferente a las necesidades de dicha categoría femenil, pues ha cubierto gastos que el equipo necesitó durante la temporada 2022.

El no contar con una infraestructura propia impide que el plantel femenino pueda entrenar adecuadamente, por lo que lo hacían gracias a convenios con algunos municipios para obtener alquiler de canchas a precios más cómodos.

Las futbolistas cusqueñas están dispuestas a jugar por un pequeño monto en Cienciano, ya sea por el amor al deporte o porque son hinchas del cuadro rojo. Son, además, conscientes de que casi todos los equipos del país afrontan esta situación (incluso en otros equipos juegan de manera gratuita o pagan por jugar).

4.2 Recomendaciones

Poner en ejercicio la misión, visión y valores sugeridas por el club Cienciano del Cusco en el plan estratégico. Además, se desea que sea conocida profundamente por todos los trabajadores que laboran en la actualidad.

Desarrollar alianzas estratégicas con empresas que nos permitan incrementar los ingresos económicos del club Cienciano.

Concretar con socios internacionales, los cuales nos ayudarán a incrementar e internacionalizar la marca del equipo femenino de Cienciano con diferentes campañas publicitarias.

Implementar un sistema para que nos faculte tener un mejor control de los gastos administrativos y operativos, para así obtener un buen manejo financiero en el club femenino de Cienciano.

Realizar un estudio sobre los ingresos económicos por los derechos de transmisión en la Liga Femenina y así tener un mayor beneficio para la institución.

V. Referencias bibliográficas

Guzman. (2021). Gestión estratégica, para incrementar los recursos económicos en la segunda división de fútbol profesional, Lima 2019. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9125/Guzm%C3%A1n%20Sotelo%20Mariafernanda.pdf?sequence=1>.

Dulanto, Noriega & Palacios. (2021). Plan estratégico 2022-2024 para el club deportivo blue rays fútbol club. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b729da49-8e19-4bbe-806e-4ceb2adbdf90/content>.

Sanchez & Barajas. (2020). Los eventos deportivos como generadores de impacto económico: Factores claves y medición. <http://abarajas.webs.uvigo.es/LOS%20EVENTOS%20DEPORTIVOS%20COMO%20GENERADORES%20DE%20IMPACTO%20ECONOMICO.pdf>.

Mahmoud. (2016). El fútbol femenino en los clubes deportivos de la ciudad de Barcelona: Un análisis de su gestión. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/405706/MARY%20MAHMOUD_TESIS.pdf?sequence=1.

Fred. (2003). Conceptos de administración estratégica. <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>.

Navas & Guerras. (2002). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. https://www.researchgate.net/publication/281409665_La_direccion_estrategica_de_la_empresa_Teoria_y_aplicaciones_5_edicion.

Morcillo & Salmador. (2005). Dirección estratégica nuevas perspectivas teóricas. <file:///Users/alejo/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLosRecursosYLasCapacidades-793552.pdf>.

Federación peruana de fútbol. (2021). Bases del campeonato excepcional. https://fpf.org.pe/archivos_documentos/Base%20de%20torneos/Bases/2019/BAS-DEL-CAMPEONATO-EXCEPCIONAL-COPA-PERU-2021-final.pdf.

Delsol. (2018). Estrategia. <https://www.sdelsol.com/glosario/estrategia/#:~:text=multitud%20de%20situaciones,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20estrategia%3F,conseguir%20una%20o%20varias%20metas>.

Sanchez. (2022). Posicionamiento. <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html>.

Drago. (2021). Radiografía del fútbol femenino en el Perú. <https://drive.google.com/file/d/177fjHMYFCeKaH4hWFdAlprXR6oPYIL8n/view>.

VI. Anexos

Anexo 1: Informe Turnitin



Página 2 de 84 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::30163:555227775

17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 16% Fuentes de Internet
- 6% Publicaciones
- 10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Anexo 2: Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de Investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis:

"Propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022".

Integrantes:

1. Arrunategui Risso, Carlos
2. Aricoche Villa, Julio
3. Arenales Andía, Alexis
4. Borquez Pizarro, Marco

Asesor: Ricra Mayorca, Juan Manuel

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

Se proyecta que el presente estudio beneficie directamente al equipo femenino del club Cienciano del Cusco, al proponer un plan estratégico integral orientado a incrementar sus ingresos económicos mediante la implementación de marketing digital, captación de sponsors locales y regionales, y optimización de la gestión administrativa. Este impacto se traducirá en mejores condiciones de entrenamiento para las jugadoras, mayor profesionalización del fútbol femenino en la región cusqueña y fortalecimiento de la identidad institucional del club.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzados después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del

proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.


Se concluye que el equipo femenino del club Cienciano del Cusco presenta un potencial significativo para generar ingresos económicos propios mediante la implementación de estrategias de comunicación digital, alianzas estratégicas con empresas locales y la profesionalización progresiva de su gestión administrativa. Los testimonios de la coordinadora Yulitssa Gamboa y del gerente Felipe Trujillo evidencian la disposición del club a apoyar iniciativas que fortalezcan la rama femenina, así como el reconocimiento de que la sostenibilidad económica es un proceso a mediano y largo plazo.

6.1 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	
¿La propuesta de implementación estratégica mejorará los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco?	Proponer la implementación estratégica para mejorar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco.	No hay	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	IMPLEMENTACION EXTRATEGICA
1) ¿Cuál es el diagnóstico situacional de los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco?	1) Elaborar un diagnóstico situacional de los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco		
2) ¿La propuesta de implementación estratégica mejorará los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en su primera etapa?	2) Proponer la implementación estratégica para mejorar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en su primera etapa.		INGRESOS ECONOMICOS
3) ¿La propuesta de implementación estratégica mejorará los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en su segunda etapa?	3) Proponer la implementación estratégica para mejorar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en su segunda etapa.	No hay	
4) ¿La relación costo-beneficio de la propuesta de implementación estratégica mejorará los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco?	4) Elaborar la relación costo-beneficio de la propuesta de implementación estratégica para mejorar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco.		

6.2 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
IMPLEMENTACION EXTRATEGICA			1) Diagnóstico situacional de los ingresos económicos.	-Ingresos del club -Gastos del club - Utilidad del club

Propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022 

	<p>Fred (2003, define a la gestión y/o dirección estratégica como “El arte y la ciencia de formular, llevar a cabo y evaluar elecciones multifuncionales que permitan a una organización conseguir sus objetivos”</p>	<p>La implementación estratégica no se va a medir porque el experimento no se va a realizar.</p>	<p>2) Propuesta de la implementación estratégica en la etapa 1.</p> <p>3) Propuesta de la implementación estratégica en la etapa 2.</p>	<p>-Comunicación -Coordinación -Compromiso</p>
<p>INGRESOS ECONOMICOS</p>	<p>Navas y Guerras (2002), define a los ingresos económicos como “Un conjunto de factores o activos que necesita una empresa para implementar su estrategia”</p>	<p>Los ingresos económicos no se van a medir porque el experimento no se va a realizar.</p>	<p>4) Relación costo-beneficio de la propuesta.</p>	<p>-Aumento Recursos -Inversión de Tiempo -Mejora Organizacional</p>

6.3 Instrumentos de recolección de datos

ENTREVISTA

Yulitssa Gamboa - Coordinadora del equipo femenino del Club Cienciano

Fecha: 15/09/2022

Lugar: vía WhatsApp

Objetivo: Conocer mejor la situación del equipo femenino de Cienciano

¿Cuáles fueron los ingresos económicos del equipo femenino del club Cienciano?

Los ingresos se dieron por taquilla, pero en pequeñas cantidades. Creemos que se podría trabajar en distintas estrategias para el próximo año porque creemos que la marca Cienciano puede generar ingresos en su equipo femenino.

¿Cuál es el objetivo deportivo que el club quiere cumplir?

Este año las chicas jugaron con mucha entrega con el objetivo fue siempre lograr el ascenso. Sentimos que estaban en la capacidad de lograrlo, pero lastimosamente perdimos la final de la Etapa departamental y no pudimos seguir avanzando de fase.

¿Cómo fue la preparación del equipo femenino para afrontar sus partidos?

Gracias a algunos convenios que hizo el club con municipalidades, pudimos obtener canchas para que las chicas puedan entrenar a un precio accesible. También tuvimos agua que nos brindaban los auspiciadores.

¿Qué debe hacer el club para mejorar sus ingresos económicos?

Sería excelente que el equipo femenino logre el ascenso a la máxima división, y de esta manera podría mejorar sus ingresos enfrentando a equipos de mayor renombre como Universitario, Alianza o Cristal. Creo que con algunos refuerzos este equipo puede conseguir ese objetivo en el 2023.

¿Utilizaron algún tipo de estrategia para incrementar sus ingresos este año?

Una vez hablé con un amigo que es promotor de eventos. Iba a hacer un concierto con Pelo D'Ambrosio, Antología, Perumanta y Los Runas. Como es hinchista de Cienciano, estaba dispuesto a apoyarnos con el 10% de la taquilla. Pero el evento cambió de fecha por factores externos y eso provocó que la venta de entradas no sea buena. No le volví a insistir, pero el próximo año se podría volver a generar una alianza para aumentar los ingresos.

ENTREVISTA

Felipe Trujillo - Gerente del área de Comercial, Marketing y Comunicaciones del club Cienciano

Fecha: 15/09/2022

Lugar: vía WhatsApp

Objetivo: Conocer mejor la situación del equipo femenino de Cienciano

¿Qué opinas del fútbol femenino en el Perú?

Hay países como Brasil, Colombia y Argentina que han sacado diferencia en Sudamérica. En Perú se va en una línea de mejoramiento, cuentan con una liga bien organizada y va en camino de profesionalizarse.

¿Cuál es la importancia que le da el club al equipo femenino?

Es un pilar importante para nosotros. Este año tuvimos un equipo de mayores y uno de Sub 16, los cuales participaron en torneos organizados por la Federación Peruana de Fútbol. Queremos consolidar este proceso y queremos crear academias de fútbol femenino para que las niñas desarrollen esta disciplina desde muy temprana edad.

¿Cómo ves al equipo femenino en unos años?

Lo más importante es tener una base sólida a través del fútbol formativo. Tener equipos que compitan, y queremos que en un corto y mediano se logre ascender a la liga de primera división.

¿Estaría el club dispuesto a trabajar con propuestas de mejora para el femenino?

Por supuesto. Cienciano es una institución que está abierta a planes de mejoramiento en cada una de sus áreas. Sin duda alguna, todos los insumos que se puedan recibir para que el fútbol femenino genere mejores resultados y pueda ser mejor estructurado son bien recibido en el club.

¿Sientes que aplicando diversas estrategias el equipo puede generar sus propios ingresos?

Ese es un proceso a mediano y largo plazo. Es difícil encontrar autosostenibilidad en un equipo de fútbol, ya que las fuentes de financiamiento son los patrocinios, la televisión, las taquillas y las transferencias, y en una disciplina que está iniciando y que apenas se está consolidando pensar en generar a esa autosostenibilidad es difícil, pero hay que trabajar para algún día llegar a eso.

6.4 Validación de expertos



INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del informante (Experto): Juan Manuel Ricra Mayorca
- 1.2 Grado Académico: Maestro en educación
- 1.4 Institución donde labora: Instituto San Ignacio de Loyola
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente de Taller de investigación
- 1.6 Denominación del Instrumento: Guía de entrevista
- 1.7 Autores del instrumento: Borquez Pizarro Marco Antonio
Arrunategui Risso Carlos Andres
Aricoche Villa, Julio Duberly
Alexis Joham Arenales Andia
- 1.8 Título de la investigación: Propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos económicos en el equipo femenino del club Cienciano del Cusco en el año 2022

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X

5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
	SUMATORIA PARCIAL				12	15
	SUMATORIA TOTAL	27				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 27

3.2. Opinión:

FAVORABLE X

DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones:

Puede aplicarse el instrumento

Lima, 23 de noviembre de 2022.



JUAN MANUEL RICRA MAYORCA

DNI N° 41266866

6.5 Permiso o autorización para realizar el estudio



Club Cienciano

ADFP CLUB CIENCIANO DEL
CUSCO
Plaza San Francisco S/N Colegio
de Ciencias Cusco - Perú
Telf. +51 84 260772

Miraflores, 08 de diciembre de 2022

Escuela ISIL

Director Académico Ciencias

Av. Alfredo Benavides 778

Yo, Felipe Trujillo Hormaza, identificado con carnet de extranjería 005501508, en mi calidad de Gerente del área de Comercial, Marketing y Comunicaciones del club Cienciano, autorizo a los señores **Alexis Arenales Andía, Julio Aricoché Villa, Carlos Arrunátegui Riso y Marco Bórquez Pizarro**, alumnos de las carreras de Comunicación Estratégica y Administración y Dirección de Negocios de vuestro centro de estudios, a utilizar información sobre el equipo femenino del club Cienciano.

El interesado (s) asume que toda información y el resultado de la investigación será de uso exclusivamente académico.

La información servirá como base para una propuesta de implementación estratégica para incrementar los ingresos económicos del equipo femenino del club Cienciano del Cusco.

Atentamente,

FELIPE TRUJILLO HORMAZA

CARNET N° 005501508

NETWORKS INVERSIONES PERÚ S.A.C.
Administradora Concursal
Av. Manuel Olgún N° 325, Oficina 801 - Santiago de Surco - Perú
+51 987 570 288

