



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ENCARGADA DE ORGANIZAR EVENTOS CICLÍSTICOS EN LA CIUDAD
DE TULCÁN

AUTOR

DENNIS SOTO

AÑO

2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ENCARGADA DE ORGANIZAR EVENTOS CICLÍSTICOS EN LA CIUDAD DE
TULCÁN.

TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN CONFORMIDAD CON LOS
REQUISITOS ESTABLECIDOS PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
INGENIERO EN NEGOCIOS Y MARKETING DEPORTIVO

PROFESOR GUIA:

Paul Alberto Garcés Rúaless

AUTOR:

Dennis Fabián Soto Prado

AÑO:

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUIA

Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de negocios para la creación de una empresa encargada de organizar eventos ciclisticos en la ciudad de Tulcán, a través de reuniones periódicas con el estudiante Soto Prado Dennis Fabián, en el semestre 2019-2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

PAÚL ALBERTO GARCÉS RUÁLES

CI: 1709217523

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro haber revisado este trabajo, Plan de negocios para la creación de una empresa encargada de organizar eventos ciclísticos en la ciudad de Tulcán, del estudiante Soto Prado Dennis Fabián en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación

JOSÉ JAVIER BARRIGA TINAJERO

CI: 1716450349

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

SOTO PRADO DENNIS FABIÁN

CI: 0401920178

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, todo mi agradecimiento a Dios por ser la fuerza para lograr realizar este trabajo. A mis padres y hermano que fueron el soporte cada día a pesar de la distancia.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a mis padres quienes han confiado en mí y me han dado la oportunidad de superarme.

RESUMEN

La provincia del Carchi y la ciudad de Tulcán son la cuna del ciclismo ecuatoriano, teniendo como hijos a los más grandes ciclistas quienes han logrado lo impensable, sin embargo, el poco apoyo gubernamental y la falta de proyectos público-privados enfocados en este deporte han truncado los sueños de muchos deportistas del cantón y de la provincia. El plan de negocios propuesto analizó el mercado deportivo para la creación de una empresa encargada de realizar eventos ciclísticos en la ciudad de Tulcán que brinde una experiencia diferente a lo común, de tal manera se realizó un estudio de mercado utilizando herramientas cuantitativas y cualitativas sustentadas en opiniones de aficionados, deportistas y especialistas que reflejan la situación actual en la que se encuentra el ciclismo. Además, se ha constatado que existe el interés del mercado objetivo en ser partícipe de los eventos que la empresa propone, siempre y cuando se cumpla con las necesidades y expectativas de los mismos, para ello se ha implementado un plan de marketing y estrategias con el objetivo de captar más deportistas para que sean partícipes de los diferentes eventos ciclísticos y otorgándoles una propuesta de valor llamativa. Posterior a esto se estructura como tal la empresa brindando formalidad y siendo la única en la provincia del Carchi que ofrece estos servicios. Además, se realizó una proyección financiera a 5 años en la que se determinó que el proyecto es viable con una tasa de retorno del 35,72 %, con un valor actual neto de \$ 25'662,15 y un índice de rentabilidad de \$ 1,86. A partir de esto la organización de eventos ciclísticos en varias ramas por parte de la empresa VIVE 04 permitirá a cientos de deportistas poder demostrar sus condiciones y de igual manera lograr la preparación de posibles ciclistas profesionales.

ABSTRACT

The province of Carchi and especially the city of Tulcán are the cradle of Ecuadorian cycling sport, because there were born the greatest cyclists who have achieved the unthinkable. However, the government limit the support directed to athletes and also the lack of public-private projects focused on this sport have truncated the dreams of many athletes in the canton and the province. The proposed business plan analyzed the sports market in order to create a company in charge of carrying out bicycle events in the city of Tulcán. This company should provide a different experience from the common, in such a way a market study was carried out using quantitative and qualitative tools based on opinions of fans, athletes and specialists that reflect the current situation in which cycling is found. In addition, it has been found that there is interest of participation in cycle events from the target market, as long as the company fulfill their needs and expectations, to this end, a marketing plan and strategies have been implemented with the aim of attracting more athletes that want to get involved in this kind of events and granting them more proposals of striking value. After this step, the company is given formality and it is remarkable that is the only one that offers these services in the province of Carchi. In addition, a 5-year financial projection was carried out in which it was determined that the project is viable with a rate of return of 35.72%, with a net present value of 25'662,15 and a profitability index of \$ 1,86. Based on this, the organization of cycling events VIVE 04 will allow hundreds of athletes to demonstrate their real conditions and in the same way achieve the preparation of new potential professional cyclists.

INDICE

1.- Introducción.	1
1.1- Justificación.	1
1.2 Objetivo General.....	2
1.3 Objetivos Específicos.	2
2. Análisis del entorno	3
2.1 Análisis del entorno externo (PEST)	3
2.2 Análisis de la industria (Porter)	10
2.3 Matriz EFE.	13
3. Análisis del cliente	15
3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa.....	16
3.1.1 Investigación cualitativa.	16
3.1.2 Investigación cuantitativa.	19
4. Oportunidad de negocio	22
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio.....	22
5. Plan de marketing.	25
5.1 Estrategia general de marketing.	25
5.2 Mercado objetivo	26
5.3 Propuesta de valor.	27
5.4. Mezcla de marketing.....	28
5.4.1 Producto	28
5.4.2 Precio.....	31
5.4.3 Plaza.....	35

5.4.4 Promoción	37
5.4.5 Personas.....	44
5.4.6 Física.....	46
5.4.7 Procesos.....	47
6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional ..	48
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización.....	48
6.1.1 Misión	48
6.1.2 Visión	48
6.1.3 Objetivos	49
6.2 Plan de Operaciones.....	50
6.2.1 Cadena de valor	50
6.3 Estructura Organizacional	51
7. Evaluación Financiera	52
7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos.....	52
7.1.1 Proyección de ingresos	52
7.1.2 Proyección de costos.....	53
7.1.3 Proyección de gastos.....	53
7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital .	54
7.2.1 Inversión inicial.....	54
7.2.2 Capital de trabajo.....	55
7.2.3 Estructura de capital	55
7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.	56
7.3.1 Estado de resultados.....	56
7.3.2 Estado de situación financiera	57
7.3.3 Estado flujo de efectivo.....	58
7.3.4 Flujo de caja del proyecto	59
7.4 Proyección flujo de caja del inversionista, tasa de descuento, y criterios de valoración.....	60

7.4.1 Flujo de caja del inversionista	60
7.4.2 Calculo de la tasa de descuento.....	60
7.4.3 Criterios de valoración	61
7.5 Índices Financieros	61
8. Conclusiones Generales	63
Referencias	64
ANEXOS	66

1.- Introducción.

1.1- Justificación.

“Las rutas del Ecuador, sus paisajes, su gente y su geografía, han constituido el marco para coronar campeones, para escribir historias y contrastar realidades” (Deporte, 2013, pág. 8). Es por ello que el ciclismo en Ecuador es considerado un deporte, un estilo de vida que permite desarrollar grandes deportistas, y se ve reflejado en datos que da a conocer el Inec, en el cual se manifiesta que, el ciclismo es el deporte más practicado en el país con un 22%. (El comercio, 2016)

Grandes ciclistas ecuatorianos, Carchenses de nacimiento como Hipólito López, Paulo Caicedo, y en la actualidad Jonathan Caicedo y Richard Carapaz han sido determinantes para que se desarrolle y popularice este deporte en el país. Además son grandes influyentes para que “En la sesión número 519, la Asamblea Nacional aprobó el Proyecto de Resolución para declarar a la provincia del Carchi a través de su capital Tulcán, como capital del Ciclismo Ecuatoriano. (comercio, 2018). Este nombramiento es muy importante para la provincia y sobre todo para la sociedad tulcaneña que ha visto pasar por sus calles a muchos ciclistas con el deseo de dejar en alto a su tierra.

Por otra parte, mencionar que Carchi cuenta con 185.523 según el censo realizado en 2010 en donde el 49.62 % son hombres y el 50.38 % son mujeres. (INEC, Fascículo Provincial Carchi, 2010). De los cuales 9.970 aproximadamente tienden a realizar actividad física, entre ello algún tipo de deporte, por un tiempo de 2:54 H semanalmente. (INEC, Encuesta específica del uso del tiempo, 2012).

Es Por ello que el plan de negocio para la creación de una empresa encargada de realizar eventos ciclisticos en la ciudad de Tulcán, busca realizar estas actividades de una manera profesional y formal, brindándoles a los deportistas y

aficionados una experiencia única al participar, la cual pueda cumplir con la demanda de deportistas en las diferentes ramas del deporte bandera en la provincia del Carchi.

1.2 Objetivo General.

Determinar la viabilidad de un plan de negocio para la creación de una empresa encargada de realizar eventos ciclísticos en la ciudad de Tulcán

1.3 Objetivos Específicos.

- Analizar y determinar los factores externos más influyentes mediante los análisis PEST (Factores: Político, Económico, Social, Tecnológico), PORTER (Análisis de la industria) Y EFE (Evaluación de factores externos).
- Identificar, analizar y determinar el mercado meta a través de los diferentes métodos de investigación.
- Identificar la oportunidad de negocio a partir del análisis externo y del cliente.
- Definir un plan de marketing el cual permita identificar estrategias, ventajas competitivas y aplicarlo en nuestro plan de negocio.
- Implementar en el negocio una estructura organizacional estable en la cual se identifiquen sus diferentes áreas y funciones con el fin de lograr eficiencia dentro del negocio.
- Analizar la viabilidad financiera con proyección a 5 años del plan de negocios propuesto.

2. Análisis del entorno

CIIU (Clasificación Nacional de Actividades Económicas)

R - Artes, entretenimiento y recreación.

R93 - Actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas.

R931 - Actividades deportivas.

R9319 - Otras actividades deportivas.

R9319.0 - Otras actividades deportivas.

R9319.01 - Actividades de productores promotores y actividades relacionadas con la promoción de competencias deportivas, con o sin instalaciones.

2.1 Análisis del entorno externo (PEST)

Factor político

En cuanto a factores políticos en el Ecuador ha existido una estabilidad política desde hace 11 años, en “Los cuales se ha garantizado la continuidad del periodo constitucional “ (Correa, 2017). Con el Gobierno de Rafael Correa y actualmente Lenin Moreno este tema actúa de manera favorable en el negocio ya que no existirían cambios bruscos de políticas.

LEY ORGÁNICA PARA EL FOMENTO PRODUCTIVO, ATRACCIÓN DE INVERSIONES, GENERACIÓN DE EMPLEO, Y ESTABILIDAD Y EQUILIBRIO FISCAL, Esta ley se hace pública el 21 de agosto del 2018 y en la cual esta establece que se reforme el artículo 10 y que al final del primer numeral 19 se agregue:

“Los costos y gastos por publicidad o patrocinio deportivo que sean realizados dentro de los programas del PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEPORTIVO ejecutado por la entidad rectora competente, se deducirán de

conformidad con las condiciones y límites establecidos en el Reglamento” (Nacional, Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, y Estabilidad y Equilibrio Fiscal, 2018). Esta variable influye de manera favorable al negocio, ya que ayudaría a reducir costos por impuestos a cambio de un patrocinio deportivo que si lo tenemos contemplado.

Por otra parte, en nuestro país existen varios requerimientos legales para la constitución de una empresa los cuales son muy importantes conocer entre ellos tenemos algunos a considerarse:

- Reserva de un nombre
- Abrir una “cuenta de integración de capital”
- Obtener los permisos municipales
- Obtener los documentos habilitantes
- Inscribir el nombramiento del representante
- Obtener el RUC (Lexproec, 2016)

Estos requerimientos legales pueden llegar a ser un problema para la empresa ya que son varios puntos a considerarse, los cuales deben ser aplicados correctamente, caso contrario no se podrá llegar a la constitución de la empresa.

También hay que destacar que otro factor político se da “En la Sesión No. 519 del Pleno de la Asamblea Nacional, se declaró a la provincia de Carchi como la capital del ciclismo, por los deportistas destacados que han surgido en la Sierra norte de Ecuador” y como dato importante el asambleísta proponente Javier Cadena solicitó que el 12 de mayo se reconozca como Día del Ciclismo Nacional. La moción fue acogida y por unanimidad (94 votos), la Asamblea Nacional aprobó la Resolución que declara a Carchi como Capital del Ciclismo y dispuso que la sede de la Federación Nacional de Ciclismo sea la ciudad de Tulcán.” (Nacional, Boletín de Prensa EMZV – 176, 2018).

Este punto es uno de los más favorables para el negocio ya que es un nombramiento por parte de la asamblea a la ciudad a la cual está dirigido el plan de negocio y por ende crea un atractivo para la población.

Factor Económico.

PIB

“Entre abril y junio de 2018, el Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano creció en 0,9%, con relación a similar período de 2017 y en 0,4% con respecto al trimestre anterior. En valores corrientes, el PIB trimestral alcanzó USD 27.024 millones” (Gestion Digital, 2018). Y por tanto como consecuencia tenemos que “El gasto de consumo final de los hogares registró un crecimiento de 3,3%, en razón del aumento del número de operaciones destinadas al crédito de consumo ordinario, que se incrementó en 31,6% y del crédito de consumo prioritario en 29,1%.” (Gestion Digital, 2018). De de igual manera el BCE también informó de “un incremento de las importaciones de bienes y servicios, en 8,4%, con respecto a igual trimestre del año anterior, como consecuencia del levantamiento de la medida de salvaguardia.” (BCE, 2018). El hecho de que se levante la medida de salvaguardias, nos favorece ya que nos permitiría importar productos deportivos que necesitemos.

DEDUCCION DE IMPUESTOS

El Sri en uno de sus boletines de prensa manifiesta “las facturas que los ciudadanos reciban por concepto de inscripción a gimnasios, contratación de entrenadores, adquisición de implementos deportivos como pelotas, bicicletas y demás, la participación en competencias, entre otros, pueden considerarse como gastos deducibles de salud, al momento de realizar la declaración y pago del impuesto a la renta” (Internas, 2015). Esta es una medida claramente positiva para nuestro negocio, ya que los potenciales clientes pueden hacer uso de la deducción de impuestos generando así mayor atracción a participar.

CREDITO A EMPREDIMIENTOS

“Crédito Impulso Joven es un producto que financia el 100% del emprendimiento, con hasta 10 años plazo para pagar. Serán hasta de 15.000 dólares y una tasa de interés del 11 % para crédito productivo y de 15 % para servicios, el más bajo del mercado” (BanEcuador, 2019). Este es un crédito creado por el gobierno ecuatoriano en apoyo jóvenes emprendedores siendo así una opción para la posible inversión económica del negocio.

Factor Social.

“El 24,4% del gasto de los hogares es destinado a la adquisición de Alimentos y Bebidas no alcohólicas, seguido por transporte con el 14,6% del gasto, cabe recalcar que 9.9 % va a bienes y servicios y el 4.6 % a la recreación y cultura.” (INEC, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos, 2012)

En el territorio ecuatoriano existen aproximadamente 14 millones de habitantes distribuidos en 4 regiones del país, cabe recalcar que en la provincia de Carchi cuenta con 185.523 en donde el 49.3 % son hombres y el 50.7 % son mujeres según la proyección de población ecuatoriana para el 2019 realizada por el Inec. (INEC, Proyección provincias, Sexos y Áreas 2010-2020, 2010).

De acuerdo a la encuesta realizada sobre el uso del tiempo tenemos datos muy relevantes como:

- Tiempo que hizo ejercicios o práctico algún deporte.

Tabla No 1: tiempo de práctica deportiva según provincias.

LUGAR	TIEMPO	NUMERO DE PARTICIPANTES
CARCHI	2:54 H	9.970

IMBABURA	3:29 H	32.759
PICHINCHA	2:57 H	247.845
ECUADOR	3:38 H	1.108.484

Tomado de: (INEC, Encuesta específica del uso del tiempo, 2012)

- Tiempo que hizo ejercicios o práctico algún deporte según los grupos de edad.

Tabla No 2: Uso del tiempo deportivo según edades.

GRUPO DE EDAD	LUGAR	TIEMPO	PARTICIPANTES
12 - 19 años	NIVEL NACIONAL	4:06	112.358
20 - 29 años	NIVEL NACIONAL	3:40	352.161
30 - 44 años	NIVEL NACIONAL	3:35	404.532

Tomado de : (INEC, Encuesta específica del uso del tiempo, 2012)

El uso del tiempo destinado a la práctica deportiva nos favorece, ya que la provincia del Carchi cuenta con un tiempo estimado muy parecido al de la provincia de pichincha y por ende favorece al negocio ya que podemos sacar conclusiones para el tiempo de los eventos posibles a realizar.

En 2014 el INEC publica ciertos datos que hace referencia a la práctica deportiva y entre ellos datos muy importantes como: el 41,8 % de la población ecuatoriana practica al menos un deporte, además se menciona que el ciclismo es la disciplina más practicada en Ecuador con un 22% de las personas que practica un deporte, seguido por los deportes individuales con un 21% y deportes colectivos con un 16% (El comercio, 2016).

En la provincia del Carchi el ciclismo cada vez toma más fuerza, los logros de ciclistas carchenses han puesto a Carchi en el mapa del ciclismo a nivel mundial, tal como lo manifiestan diferentes medios de comunicación así como el Portal BBC “El ciclista de Movistar, Richard Carapaz, se convirtió este domingo en el primer ecuatoriano en ganar el Giro de Italia, una de las competencias más importantes del ciclismo mundial.” (Mundo, 2019). De igual manera diario El Espectador de Colombia en su página oficial hace referencia “Jonathan Caicedo, tras los pasos de Richard Carapaz “en el que manifiestan “Jonathan Caicedo y Richard Carapaz son de la misma provincia del Carchi, que es la cuna del ciclismo ecuatoriano” (Montes, 2018). Este tipo de noticias son factores esenciales para el crecimiento del deporte en la provincia y sobretodo en la ciudad de donde son oriundos los más grandes ciclistas.

Factor tecnológico.

Internet

“En el 2016 a nivel nacional, el 38,0% de las personas usó Internet como fuente de información, mientras el 31,5% lo utilizó como medio de comunicación en general” (INEC, Ecuador en cifras, 2016). Este es un dato muy importante tomar en cuenta ya que es el medio más importante para llegar a enterarse de toda información.

Redes Sociales

Las redes sociales son un punto clave a la hora de relacionarse con los clientes es por ello que un estudio nos manifiesta que: “Facebook sigue liderando como

la red social más usada en Ecuador. En comparación entre el 2016 y 2017, esta red social se ha mantenido estable en crecimiento y uso en la población ecuatoriana”(Bureau, 2017). Pero esta no es solo la única, existen otras que están en crecimiento como lo es “LinkedIn registra un ascenso en su uso de 1.2 millones en 2016 a 1.8 millones en 2017. Este incremento puede deberse a un decrecimiento en el mercado laboral y el aumento del subempleo en Ecuador.”(Bureau, 2017). También existen otras redes sociales las cuales están de están distribuidas porcentualmente de esta manera en el país:

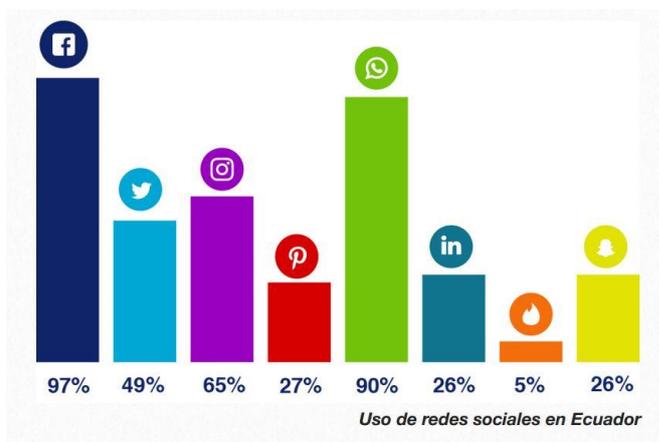


Figura No 1: Uso de redes sociales en Ecuador

Tomado de: iabecuador

El tema de redes sociales, es un factor muy importante a tomar en cuenta ya que es el medio de comunicación más utilizado en la actualidad y se necesita aprovecharlo de la mejor manera.

Relaciones entre variables

- La variable económica, social y política se ven relacionadas a partir de los gastos de la población en servicios, en nuestro caso los eventos deportivos, dando la facilidad por parte de políticas gubernamentales a la reducción de impuestos por la adquisición de estos servicios.

- La variable económica y tecnológica se relacionan por el hecho de que, si los gastos de la población van en aumento, los gastos en tecnología como adquisición de internet con mejor velocidad o datos móviles crecerán de igual manera generando así una rápida fuente de información.

Conclusiones

En cuanto al análisis PEST podemos concluir diciendo que existen aspectos favorables para el plan de negocios propuesto, y es por eso que debemos aprovechar al máximo estos aspectos y siempre tomando en cuenta todos los posibles riesgos que en el camino se pueden llegar a encontrar y sobretodo tener listo las acciones ante estos.

Si nos referimos al factor político existe un punto clave para nuestro negocio, el nombramiento por parte de la Asamblea Nacional a la provincia del Carchi a través de la ciudad de Tulcán como la capital del ciclismo ecuatoriano, es una oportunidad de gran magnitud para ingresar al mercado ciclístico ya que por el momento las diferentes autoridades y ninguna empresa o emprendimiento ha sabido aprovecharse de este nombramiento.

2.2 Análisis de la industria (Porter)

Amenazas de nuevos competidores.

Las empresas que quieran dedicarse a esta industria deberán invertir una cantidad de dinero inicial considerable, ya que la creación de la empresa tiene ciertos aspectos legales que cumplir y la realización de los eventos necesita de un capital para poder desarrollarse. (Lexproec, 2016). Es por ello que la inversión es una barrera de entrada para los nuevos competidores, los cuales deberán

introducir un alto nivel de inversión, con el cual puedan cubrir los diferentes gastos que se realizan en esta industria.

También hay que recalcar que en la actualidad existen créditos otorgados por el gobierno a ciertas personas y con distintos programas como, por ejemplo: Impulso joven, el cual apoya a jóvenes que tienen una idea de negocio. Es por esto que los nuevos competidores tienen un poder MEDIO. (Juventudes, 2017).

Rivalidad entre empresas competidoras

ID	Código	Nombre de la Empresa	Provincia	Ciudad	Ciudad
711858	0993026697001	"ESCUELA DE FÚTBOL" FUTPROYEC-SUR FUTPROYEC S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
307101	1792764505001	"TACTICAL SECURITY SOLUTIONS" "CIA. LTDA" "TACTICAL SOLUTIONS" CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	CUMBAYÁ
708291	1792690242001	ACONDIPER TRAINING ACONDICIONAMIENTO PERSONAL S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
54473	1791356632001	ALTOCCIDENTE-PROMOTIONS CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
715116	1391063002001	ANDESSPORTS S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
304885	1792697085001	BIKINGMAN ECUADOR ORGANIZADOR DE CARRERAS BIKINGMAN S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
180307	1792526574001	COMPAÑÍA HIGHADVENTURES ECUADOR CARRERAPALACIOS CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
705569	0891750269001	ECOVIDA-EXPLORER OPERADORA TURÍSTICA S.A.	ESMERALDAS	ESMERALDAS	ESMERALDAS
311085	1792889898001	ECUADOR SPORTS PROMOTIONS ECUPROMOSPORTS CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
157916	1792087619001	EVENT SPORTS CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
306000	1792733855001	FANTIME CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
305871	0993008729001	FUT7REVOLUTION S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
157956	1792086426001	FUTBOLKING S.A.	SANTO DOMINGO DE LOS TACHILAS	SANTO DOMINGO	SANTO DOMINGO
708190	1792759668001	GRANDSOCCER CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
304268	0992975571001	INDUSTRIA RUEDA EXTREMA & MTB RUEDAEXTREM S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
137059	0190372677001	IINFINITY PRODIGY IINGYPRO CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA
719658	0993128422001	IINNOEVENTS S.A.	GUAYAS	SAMBORONDÓN	SAMBORONDÓN
302346	0992935855001	INTEGRAL TRAINING CAPACITACIÓN, SERVICIOS Y PRODUCTOS DEPORTIVOS IT3 CIA.LTDA.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
708504	1792692422001	JMRACING S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
106630	0992223510001	OFERHET S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL

Figura No 2: Empresas Competidoras

Tomado de: Superintendencia de compañías

De acuerdo al Ciuu , a nivel nacional existen 20 empresas en la industria , de las cuales la gran mayoría se ubican en Pichincha y Guayas y estas realizan competencias deportivas, sobretodo en futbol y atletismo , cabe recalcar que en provincias del norte del país como: Imbabura y Carchi , no existen este tipo de empresas.

En el CIU existen 20 empresas, pero es importante tener en cuenta que no todas siguen una misma línea de negocios representada en esta industria, como es el

ejemplo de: ECOVIDA-EXPLORER OPERADORA TURÍSTICA S.A. Con lo cual podemos decir que tienen un poder MEDIO.

Amenazas de productos sustitutos.

En esta industria existen muchos sustitutos, y muchas alternativas para los clientes, con el objetivo de satisfacer necesidades a través de diferentes actividades que son de gran interés, para determinar estas actividades tenemos: “Del total de tiempo a la semana, las mujeres destinan un 46% al trabajo (remunerado y no remunerado) y un 54% al tiempo personal. Los hombres destinan un 40% al trabajo (remunerado y no remunerado) y un 60% al tiempo personal.” (INEC, Encuesta específica del uso del tiempo, 2012).

El tiempo personal nos referimos a actividades como lo son: Cuidados personales, Aprendizaje, estudio, Convivencia social, pasatiempos, uso medios de comunicación.

Es por ello que los productos sustitutos tienen un poder MEDIO

Poder de negociación con los proveedores.

En el tema de la organización de eventos deportivos, los proveedores dependerán de la situación del evento, dado es el caso en temas de implementos deportivos, sonido, tarimas, vallas contenedoras, transporte, o hidratación etc. por ello el poder de negociación con los proveedores es MEDIO, ya que existen pocos y muchos proveedores dependiendo del producto o servicio que se necesite para la organización de eventos deportivos.

Poder de negociación con los clientes.

El objetivo de la industria es satisfacer necesidades de competencia, recreación y entretenimiento a través de las diferentes actividades. En lo que respecta al

país y en general en todas las provincias existen gran variedad de actividades de diferentes deportes y no deportivas, es por esto que los clientes tienen un poder ALTO de negociación. (INEC, Encuesta específica del uso del tiempo, 2012).

Al referirnos al análisis PORTER, tenemos que tomar en cuenta todos los participantes a fin de analizar la industria a la cual vamos a ser partícipes, ya que cada fuerza tiene cierto impacto en el negocio propuesto, es por ello que debemos aprovechar al máximo puntos clave que encontremos al analizarlo.

Al encontrarnos en la industria deportiva sabemos que en el país existen varias alternativas para la práctica deportiva y entretenimiento, sin embargo, el ciclismo ha estado entre los deportes más tradicionales y es importante analizar la propuesta de marketing a fin de atraer a potenciales clientes.

Relación entre variables.

- La amenaza de nuevos competidores se relaciona con la rivalidad entre empresas competidoras ya que al ser un servicio que requiere una gran inversión monetaria, pocas personas optan por iniciar un negocio de esta industria, es por ello que vemos que no existen muchas empresas competidoras.
- La amenaza de productos sustitutos se relaciona con el poder de negociación de los clientes, ya que existen diferentes servicios en este caso que el cliente puede destinar a realizar o adquirir, es por ello que llega a ser un tanto complicado sobresalir entre todos los servicios. Es aquí donde entra en otorgar un servicio de calidad brindado una ventaja competitiva para que las personas elijan nuestro servicio.

2.3 Matriz EFE.

Tabla No 3: Matriz efe

MATRIZ EFE			
OPORTUNIDADES	PONDERACION	CALIFICACION	TOTAL
	N	ES	
Estabilidad Política	0,03	1	0,03
Decreto Asamblea: Tulcán capital ciclismo ecuatoriano.	0,16	4	0,64
Explotación redes sociales	0,08	2	0,16
Nuevas tecnologías	0,09	2	0,18
baja competencia	0,14	3	0,42
Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, y Estabilidad y Equilibrio Fiscal	0,12	2	0,24
AMENZAS			
Requerimientos legales	0,07	3	0,21
Proveedores	0,08	1	0,08
Nuevos competidores	0,11	2	0,22
Productos sustitutos	0,12	3	0,36
TOTAL	1		2,54

Luego de analizar los factores externos sobre la propuesta de negocios terminamos en la matriz efe, con lo que podemos concluir que tenemos una ponderación de 2.54 la cual es una señal muy buena, ya que esta sobre la media de 2.5, a partir de esto podemos decir que las oportunidades son muy favorables para aprovecharlas, pero de igual manera existen amenazas que debemos tomar en cuenta para afrontarlas y reducir su impacto.

3. Análisis del cliente

Problema de investigación.

Determinar el interés de las personas hacia la creación de una empresa dedicada a realizar eventos ciclisticos en la ciudad de Tulcán.

Determinar el propósito de la investigación.

El propósito de esta investigación es predecir el interés de las personas por participar en eventos ciclisticos en la ciudad de Tulcán.

Definir objetivos.

- Conocer si las personas realizan actividad física.
- Conocer si las personas están dispuestas a participar en eventos ciclisticos.
- Conocer qué tipo de eventos ciclisticos son más atractivos para las personas.
- Identificar el monto de dinero que las personas están dispuestas a pagar por participar en los diferentes eventos ciclisticos.
- Identificar a posibles ciclistas que puedan llegar a ser profesionales

Preguntas de investigación

- ¿Realiza actividad física?
- ¿Estaría dispuesto a participar en eventos ciclisticos?
- ¿Qué tipo de ciclismo estaría dispuesto a participar?
- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un evento ciclistico?
- ¿Cree usted que gracias a los eventos ciclisticos ayudaría a identificar a posibles profesionales?

3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa.

3.1.1 Investigación cualitativa.

Entrevista 1.

Wilson Goyes: Ciclista profesional de bmx

Objetivos:

- Conocer las necesidades que tiene un ciclista experimentado y en formación.
- Conocer las diferencias que existen entre eventos nacionales e internacionales.

Esta entrevista se la realizo a Wilson Goyes, él es un destacado ciclista profesional de 22 años de edad, que ha participado en campeonatos nacionales e internacionales en bmx lográndose posicionarse como uno de los mejores del país, entre la información más importante destaca:

- La situación en el país en cuanto al ciclismo como deporte ha ido creciendo, pero en lo que se refiere al apoyo no ha crecido a pesar de los múltiples logros alcanzados, en cuanto al ciclismo carchense nos manifestó que este deporte ha ido creciendo bastante, sobretodo en Tulcán con la inclusión de ciclo paseos nocturnos, se han creado escuelas de formación para pequeños, y que esto es algo que anteriormente no se realizaba.
- Varios eventos ciclísticos tienen una mala organización, es por ello que no existe una gran demanda de competidores, no existe una inversión de la empresa pública ni tampoco privada, sobretodo en estos eventos no existe un buen premio, el costo de logística que cada deportista realiza o el mismo costo de una bicicleta no cubre para el nada el premio que pueden recibir.

- Por lo general en la ciudad de Tulcán existe una participación en competencias de bmx entre 150 y 200 deportistas, pero resalta que la mayor participación se da en los niños y en profesionales. (Goyes, 2018)

Entrevista 2.

Byron Reascos: Diseñador gráfico y organizador de eventos ciclísticos.

Objetivos.

- Comprender temas que engloba la realización de un evento deportivo.
- Entender el mercado al cual nos estamos dirigiendo.
- Situación actual del ciclismo en el cantón

Esta entrevista se la realizo al ingeniero Byron Reascos , a pesar de ser diseñador gráfico decide incursionar en la organización de eventos deportivos tal como la Vuelta al Zorro en sus 3 ediciones, entre la información más importante destaca:

- El mercado de Tulcán es atractivo ya que ha sido cuna de grandes deportistas es por ello que motiva a las personas a practicar el deporte, y más aun con la nueva generación de ciclistas profesionales que han obtenido logros internacionales.
- Existen puntos clave para realizar un buen evento ciclístico, entre ellos tener conocimiento de que realmente es lo que se va hacer, caso contrario imposible realiza, también el tema financiero, ya que se necesita de una inversión para poder afrontar todo lo que conlleva el evento y sobretodo el tema legal, es decir todo lo relacionado con los permisos.
- La Vuelta Del Zorro , una carrera de ciclismo de montaña en el cual participaron alrededor de 200 personas entre hombres y mujeres en diferentes categorías , y se la desarrollo en la ciudad de Tulcán , se tuvo una inversión alrededor de 3mil dólares y lograron conseguir 2 mil dólares más con el tema de patrocinadores ecuatorianos y colombianos, además consiguieron auspicios para el tema de kits, refrigerios y para el servicio de fisioterapia , la inscripción de este evento estaba en 25 y 35 dólares

dependiendo si llevaba o no un uniforme, por otra parte manifestó que por lo general se tiene una participación de 100 a 200 deportistas en la mayoría de competencias ciclísticas (ruta, montaña) (Reascos, 2018).

GRUPO FOCAL

Se utilizó esta herramienta cualitativa con el objetivo de obtener y recopilar más información relevante a través de los comentarios y opiniones de deportistas y aficionados al ciclismo. Para ello se contó con 7 hombres y 1 mujer los cuales estaban en un rango de edades entre los 17 y 60 años de edad, se lo realizó a la ciudad de Tulcán con personas oriundos de la ciudad, y de la ciudad de Quito los cuales viajan a la ciudad por diferentes motivos entre ellos por el ciclismo, tuvo una duración aproximada de 37 minutos, y se realizaron aproximadamente 10 preguntas.

En cuanto al ciclismo ecuatoriano con énfasis en el ciclismo carchense manifestaban que el ciclismo en el país ha crecido, sobretodo en la provincia del Carchi gracias a grandes ciclísticas como Richard Carapaz, Jonathan Caicedo, Jaime pozo o Hipólito Pozo que han marcado la historia de este deporte.

El nombramiento a Carchi a través de Tulcán como la capital del ciclismo carchense es justo ya que ha sido cuna de grandes baluartes de este deporte, y que gracias a ello se está estimulando la práctica de este.

La provincia del Carchi al estar ubicado en la región sierra , tiene relieves para la práctica del ciclismo de montaña como lo es en comunidades con grandes parajes como El Angel , Chical , Maldonado y las afueras de la ciudad de Tulcán , así mismo al estar ubicado en la frontera se puede recorrer rutas colombo-ecuatoriano, de igual forma me manifestaron aspectos importantes a la hora de un evento ciclístico tales como temas de hidratación, seguridad, servicio médico, señalética, servicios mecánicos, precios de inscripciones, etc.

Un punto importante que se dijo en este grupo focal fue el tema de precios para la inscripción a un evento ciclístico, en el cual todo dependería de la carrera que se va a realizar, estuvieron en un rango entre 20 y 45 dólares, solo una persona piensa que lo ideal para empezar sería masificar estas competencias y que el precio debería ser más económico para atraer a más personas entre 10 y 25 dólares.

3.1.2 Investigación cuantitativa.

Segmentación

Tabla No 4: Segmentación

SEGMENTACIÓN	INFORMACION	POBLACION	%
GEOGRÁFICA	- POBLACION ECUADOR	- 17.267.986	100%
	- POBLACION CARCHI	- 185.523	0.01%
	- POBLACION TULCAN	- 101.234	54%
DEMOGRÁFICA	- EDAD 15 – 59	- 60.740	60%
	- GENERO MASCULINO	- 30.139	49,62%
	- GENERO FEMENINO	- 30.601	50,38%
PSICOGRÁFICA	- CLASE A	- 1.154	1.9%
	- CLASE B	- 6.802	11.2%
	- CLASE C	- 13.848	22.8%
	- TOTAL	- 21.804	35.9%

Tamaño de la muestra – Población conocida

Tabla No 5: Tamaño de la muestra.

p=	0.5
q=	0.5
e=	5%
Intervalo de confianza	95% → Z=1.96

N = 368.24

Hipótesis.

¿Los habitantes de la ciudad de Tulcán están interesados en la creación de una empresa que organice eventos ciclísticos?

Encuestas.

Se realizaron 50 encuestas con 13 preguntas relacionadas al plan de negocios, esta se la realizo a personas de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi y personas no residentes pero que viajan de manera frecuente a la ciudad, todas ellas con inclinación al ciclismo, (37 hombres, 13 mujeres) las cuales nos arrojaron varios datos muy importantes como que nos ayudaran a entender el comportamiento del consumidor como por ejemplo:

- De 14 a 24 años es el rango de edad con más personas (36 %), seguido por el rango de 35 a 44 años con (24%).
- El 42 % de los encuestados tienen un nivel 5/5 de afición al ciclismo.
- Las disciplinas de ciclismo de mayor interés son: Ruta, montaña, y ciclo paseos.
- El 82 % de los encuestados piensa que la provincia del Carchi y la ciudad de Tulcán tiene las condiciones para la práctica del ciclismo.

Para mayor información sobre encuestas (Ver anexo 1). Tablas Cruzadas (Ver anexo 2).

Conclusiones de la investigación de mercado

- Las entrevistas han arrojado información relevante para conocer sobre todo las necesidades que tiene el posible consumidor, es decir la falta de eventos ciclísticos en la ciudad de Tulcán y las obligaciones que tiene un organizador de eventos.
- No existe en el mercado tulcanense una buena organización de eventos ciclísticos, sobretodo en cuanto se refiere a entidades públicas como el municipio, prefectura y gobernación.
- Existe gran apego al ciclismo actualmente gracias a grandes deportistas que han logrado éxitos internacionales.
- Los puntos claves para un ciclista participar en un evento deportivo son la organización y el premio, debido a su gran inversión que realiza el deportista.
- En el grupo focal se manifestaba que existe el apoyo para la realización de eventos ciclísticos por parte de las autoridades, pero no existe el apoyo para la preparación de los ciclistas profesionales, y mucho menos para jóvenes que se están preparando por su cuenta.
- Una frase importante que se mencionó en el grupo focal “Tenemos el material humano de sobra, pero nos hace falta una empresa que venga a constituirse para manejar ese material y mucho mejor si es privada.” Esto dice mucho ya que no existe una empresa establecida que organice eventos ciclísticos en la ciudad con una buena organización y planificación, es por ello que se considera una oportunidad para poder realizar el plan de negocio.
- Las encuestas dan información para entender gustos y preferencias de las personas relacionadas al proyecto, por ejemplo, tenemos que el tipo de ciclismo más atractivo es el ciclismo de ruta y que el mejor momento

del día para realizar un evento es en la mañana, es por ello que puedo tomar en consideración empezar con un evento de este tipo.

- De igual forma tenemos que el canal para llegar al segmento de mercado establecido es por medio de redes sociales, en especial a jóvenes y adultos entre 45 y 55 años de edad y que el aspecto más importante para posibles participantes en un evento ciclístico es tener una buena organización del mismo.

4. Oportunidad de negocio

4.1 Descripción de la oportunidad de negocio

Con la información obtenida a través de los capítulos desarrollados anteriormente , tenemos varios puntos clave a considerarse para la viabilidad de nuestro plan de negocio entre ellos tenemos que el INEC nos menciona que el ciclismo es el deporte más practicado actualmente en el país con un 22 % sobre otros deportes individuales y colectivos, esto prácticamente es una pauta para intervenir en este deporte por su gran acogida actualmente en el país, cada vez más personas, en especial jóvenes se suman a la práctica de este deporte nacional (El comercio, 2016).

En el análisis del entorno tenemos que en el factor político “En la Sesión No. 519 del Pleno de la Asamblea Nacional, se declaró a la provincia de Carchi como la capital del ciclismo, por los deportistas destacados que han surgido en la Sierra norte de Ecuador” (Nacional, Boletín de Prensa EMZV – 176, 2018) , esto prácticamente es una nominación clave para participar de este deporte , es un nombramiento que no se da siempre y el hecho de que la provincia del Carchi a través de la ciudad de Tulcán sea declarada como la capital del ciclismo ecuatoriano hace que las personas de esta parte del país se sientan orgullosas y esto les motiva a ser parte de este deporte , ya sea practicándolo o como

aficionado, en el ámbito económico el gasto de consumo final de las personas creció 3.3 % a mediados del 2018 , con ello tenemos un dato beneficioso para nuestro proyecto , ya que las personas pueden destinar más recursos a la práctica deportiva.

En el aspecto social tenemos información acerca del uso del tiempo destinado a la práctica deportiva y en la provincia del Carchi, las personas practican aproximadamente 2H 54 Min actividad física, un tiempo muy alto si lo comparamos con la provincia de pichincha con 2H 57 min sabiendo que esta provincia es mucho más grande y con mayor población, esto nos favorece notoriamente ya que podemos constatar que en la provincia del Carchi se destina un tiempo muy alto para la práctica deportiva. (INEC, Encuesta específica del uso del tiempo, 2012).

“En el ámbito tecnológico investigamos que la red social más utilizada en nuestro país y con gran expectativa de crecimiento es Facebook ya que ha tenido una estabilidad entre sus usuarios durante 2017 y 2018, esto nos hace comprender que esta red social puede ser la opción para la comunicación con nuestros clientes, ya que dispone de muchas herramientas las cuales podemos aprovecharlas para llegar a muchas más personas.” (Bureau, 2017).

En el análisis de la industria tenemos un aspecto muy importante, no existe una empresa en la provincia del Carchi que se dedique a la organización de eventos ciclisticos, con ello tendríamos un punto a favor ya que seríamos una empresa pionera en la provincia que realice este tipo eventos enfocados al deporte bandera de la provincia y no contaríamos con competidores directos. En tema de proveedores contaríamos con muchos de ellos, dependiendo de los implementos que se vaya utilizar en temas logísticos, es por ello que gracias a la gran variedad podemos cotizar y reducir costos.

Si nos referimos a las entrevistas a expertos sobre el tema tenemos que en la provincia del Carchi y en la ciudad de Tulcán no existe una empresa que organice dichos eventos ciclísticos y que solo son los entes públicos los que realizan estas actividades pero son de muy mal servicio, la falta de organización es el punto fundamental que me supieron expresar , por otra parte tenemos que estos mismos entes públicos te abren las puertas para facilitarte la organización de eventos deportivos en general , también tenemos que tener en consideración unos buenos patrocinadores y auspiciantes ya que son claves para abaratar costos y obviamente para generar mayor atracción para el evento.

En cuanto al grupo focal que se realizó en la ciudad de Tulcán , todos estaban de acuerdo en que el ciclismo ecuatoriano ha crecido considerablemente en el país pero sobretodo en la provincia del Carchi , gracias a grandes ciclistas carchenses que han logrado tener repercusión a nivel nacional e internacional como lo es Richard Carapaz, Jonathan Caicedo o el recordado Hipólito López hace algunos años y son aquellos que han marcado al pueblo carchense como la capital del ciclismo ecuatoriano , de igual forma manifestaron que la ciudad y la provincia cuenta con la infraestructura y grandes parajes para la realización de los diferentes tipos de ciclismo . También otro punto a considerarse en este grupo fue que gracias a los eventos ciclísticos que se puedan organizar serviría para identificar a posibles nuevos prospectos con gran potencial para ser futuros ciclistas profesionales.

En cuanto a la información recolectada por medio de las encuestas obtuvimos algunos gustos y preferencias de nuestros posibles clientes entre ellos tenemos que el tipo de ciclismo más tractivo es el de ruta, seguido por los ciclos paseos y el ciclismo de ruta, esto nos da la pauta para elegir el tipo de ciclismo a organizarse, cabe recalcar que en la ciudad de Tulcán cuenta con una pista de bmx y un velódromo que puede ser considerados para la realización de estos

eventos. También tenemos que el momento del día preferido para participar de un evento es en la mañana y que el rango de precios sugeridos se encuentra entre 15 y 25 dólares ya que un 58 % de los encuestados estarían dispuestos a pagar ese valor.

Hay que considerar que existen ciertos factores adicionales que los encuestados quieren que exista en un evento ciclista entre ellos tenemos: preparación física antes del evento, guía alimenticia, recuperación física luego del evento y el servicio técnico durante el evento. Todos estos puntos son muy importantes para nuestros posibles clientes, es por ello que podemos adoptarlos e incluirlos en los eventos a realizar para generar una mayor atracción para que estos participen.

Por otra parte, manifestaron que es esencial que la empresa cuente con un lugar físico, en este caso una oficina, esto para nuestro proyecto es fundamental ya que el tener un espacio en donde se puedan recibir a las personas para dar información, entrega de kits, chips, inscripciones etc., hace parte de la formalidad con la que nuestra empresa quiere intervenir en este deporte.

5. Plan de marketing.

5.1 Estrategia general de marketing.

“La estrategia es la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades.” (Porter, 2011).

La estrategia a aplicarse es diferenciación, esta manifiesta: “Es la capacidad para detectar y satisfacer aquellas expectativas de los clientes que no se han logrado satisfacer con los productos existentes.” (KOTLER & KELLER, Dirección de Marketing, 2012).

La empresa través de métodos cuantitativos (Encuestas) Ver anexo 1, pregunta 6, y cualitativos (Focus Group, Entrevistas) Ver capítulo 3, detecto las expectativas de los clientes a partir de la investigación de mercado, como lo son: seguridad, organización, premios etc., de igual forma se busca complementar la experiencia de competitividad, motivando y fomentado al deporte del ciclismo en la provincia del Carchi.

5.2 Mercado objetivo

El mercado objetivo “consiste en un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender” (KOTLER & ARMSTRONG, Fundamentos de marketing, 2013) .

Estrategia de segmentación.

La empresa identifico a través de una investigación cuantitativa con el método de segmentación su mercado objetivo, el cual consiste en habitantes hombres y mujeres, que se encuentren en un rango de edad entre 15 y 59 de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, con estatus de nivel socio económico a,b,c y que a su vez tienen afinidad con el ciclismo. El mercado objetivo total es de: 9353 personas.

Tabla No 6: Segmentación y mercado objetivo.

SEGMENTACION	INFORMACION	POBLACION	%

GEOGRAFICA	- POBLACION ECUADOR	- 17.267.986	100%
	- POBLACION CARCHI	- 185.523	0.01%
	- POBLACION TULCAN	- 101.234	54%
DEMOGRAFICA	- EDAD 15 – 59	- 60.740	60%
	- GENERO MASCULINO	- 30.139	49,62%
	- GENERO FEMENINO	- 30.601	50,38%
PSICOGRAFICA	- CLASE A	- 1.154	1.9%
	- CLASE B	- 6.802	11.2%
	- CLASE C	- 13.848	22.8%
	- TOTAL	- 21.804	35.9%
	- AFICIONADOS AL CICLISMO	- 9.353	42.9%

5.3 Propuesta de valor.

“La propuesta de valor de una marca es el conjunto de beneficios o valores que promete entregar a los consumidores para satisfacer sus necesidades” (KOTLER & ARMSTRONG, Fundamentos de marketing, 2013).

La empresa consiste en crear en nuestros deportistas una experiencia única, superando sus expectativas, en los diferentes eventos ciclísticos de impacto, en el que la organización, la coordinación sean enfocados en brindar a nuestros deportistas seguridad (bomberos, policía, atención medica) al participar, a diferencia de otros, brindaremos consejos y tips antes , durante y después de

cada evento (Recuperación al deportista), además existirá servicios adicionales dentro de los eventos ciclísticos a desarrollarse como la guía alimenticia, el servicio técnico, ciclo paseos, entre otras que nos ayudaran a cumplir con las necesidades de nuestros participantes.

Declaración de posicionamiento.

“El posicionamiento es el arreglo de una oferta de mercado para que ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en relación con productos competidores en las mentes de los consumidores meta” (KOTLER & ARMSTRONG, Fundamentos de marketing, 2013)

Para las personas aficionadas al ciclismo que tienen la necesidad de competir en eventos ciclísticos, la empresa vive04 será la única en el norte y la mejor del país que ofrecerá este servicio, ya que cuenta con personal capacitado en gestión deportiva para diseñar los mejores eventos de ciclismo de la provincia del Carchi garantizando seguridad, espectáculo, y deporte, con la finalidad de superar las expectativas de los deportistas.

5.4. Mezcla de marketing

“La mezcla del marketing es el conjunto de herramientas de marketing que la empresa combina (Producto , Precio, Plaza y Promoción) para producir la respuesta que desea en el mercado meta” (KOTLER & ARMSTRONG, Fundamentos de marketing, 2013).

5.4.1 Producto

La empresa vive04 realiza eventos ciclísticos dentro de la provincia del Carchi con el objetivo de brindar la mejor organización, ya que cuenta con personal de

alto nivel en conocimientos de gestión deportiva esperando superar con la expectativa de los deportistas.

Atributos

Organización de eventos ciclísticos de gran importancia que permitirá fomentar e incentivar la práctica del deporte en la provincia, de igual manera se enfoca en la preparación de posibles ciclistas que puedan convertirse en ciclistas profesionales, por ello se brindara un servicio de calidad, tomando en cuenta las opiniones de verdidas por los mismos posibles clientes, entre las principales tenemos: organización, seguridad, premios, entre otros, lo cual es muy importante para los participantes.

La empresa organizará los siguientes eventos ciclísticos en el año calendario:

1. Ciclismo de ruta 80 k
2. Ciclismo de montaña 40k
3. Valida de bmx
4. Plan de entrenamiento 30 Días
5. Servicios Outsourcing (contratación)

Es importante recalcar que existirán servicios complementarios a los eventos 1, 2, 3 , 5 y dependiendo de la situación el evento 4 , que realizara la empresa como:

1. Atención antes y después del evento (Información, entrenamiento, recuperación)
2. Atención médica – nutrición
3. Servicio de alimentación - descanso.

En el caso del evento 4, existirá una atención personalizada a cada uno de los participantes.

Plan de entrenamiento.

La empresa realizara Cross Selling “La venta cruzada o cross-selling consiste, en la venta de varios productos o servicios complementarios a un mismo cliente, y es una herramienta eficaz para el desarrollo de este” (Espinosa, 2012) a través de un servicio personalizado en donde las personas inscritas recibirán semanalmente su plan de entrenamiento y nutrición, además se establecerá los días sábados o domingos un entrenamiento en vivo con ciclo paseo, esto como un servicio complementario para los deportistas.

Servicios Outsourcing

La empresa contará con el servicio outsourcing, en el que una entidad contrate a nuestra empresa con la finalidad de realizar un evento con nuestra organización y en la que se pueda diseñar y personalizar al gusto de la entidad contratante, con el objetivo de cumplir sus necesidades y expectativas.

BRANDING

El nombre de la empresa es “VIVE 04” haciendo referencia al código de la provincia del Carchi en el registro civil, tomando en cuenta que es un identificativo de las personas carchenses residentes en otras provincias del país, esto ayudará a generar una mayor identidad de la marca. El logo está constituido por la palabra Vive que demuestra que los eventos que la empresa va a realizar son para vivir una experiencia diferente, por otro lado, existe la figura del ciclista, que con su rueda delantera hace referencia al número 0 y a su lado el número 4 en relación al código 04 de la provincia, estos en color verde que a su vez representan las figuras de ciprés del cementerio de la ciudad de Tulcán, el lugar más icónico de esta. *Ver Figura 3*



Figura No 3: Logo de la empresa

5.4.2 Precio

Eventos ciclísticos

La empresa dispondrá un precio referencial para sus eventos ciclísticos de 30\$ para cada deportista dependiendo el nivel de competencia, este precio se lo obtuvo a partir de las diferentes técnicas cuantitativas(Encuestas) Ver anexo 1, pregunta 9, y cualitativas realizadas a los diferentes potenciales clientes.

CICLISMO DE RUTA

Tabla No 7: Precios evento ciclismo de ruta.

CATEGORIA	PRECIO	CUPOS ESTIMADOS	TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SENIOR	30\$	30	900\$	11.90\$	357\$
ELITE	30\$	35	1050\$	11.90\$	416,5\$
MASTER A	30\$	35	1050\$	11.90\$	416,5\$

MASTER B	30\$	30	900\$	11.90\$	357\$
MASTER C	30\$	20	500\$	11.90\$	238\$
TOTAL		150	4400\$		1785\$

El costo de los servicios está contemplado por artículos tangibles, En cuanto a la parte intangible, esto estará en los gastos del evento

Tabla No 8: Costos evento ciclismo de ruta

IMPLEMENTOS	V UNITARIO
KITS DEPORTIVOS	
BEBIDA HIDRATANTE	0,5
BARRAS ENERGETICAS	0,5
MEDALLA	0,5
BUFF	0,4
JERSEY	10
TOTAL	11,9

CICLISMO DE MONTAÑA

Tabla No 9: Precios evento ciclismo de montaña

CATEGORIA	PRECIO	CUPOS ESTIMADOS	TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SENIOR	30\$	30	900\$	11.90\$	357\$
ELITE	30\$	35	1050\$	11.90\$	416,5\$
MASTER A	30\$	35	1050 \$	11.90\$	416,5\$
MASTER B	30\$	30	900 \$	11.90\$	357\$
MASTER C	30\$	20	500 \$	11.90\$	238\$

TOTAL		150	4400 \$		1785\$
--------------	--	------------	----------------	--	---------------

El costo de los servicios está contemplado por artículos tangibles, en cuanto a la parte intangible, esto estará en los gastos del evento

Tabla No 10: Costos evento ciclismo de Montaña

IMPLEMENTOS	V UNITARIO
KITS DEPORTIVOS	
BEBIDA HIDRATANTE	0,5
BARRAS ENERGETICAS	0,5
MEDALLA	0,5
BUFF	0,4
JERSEY	10
TOTAL	11,9

BMX

Tabla No 9: Precios valida de bmx

CATEGORIA	PRECIO	CUPOS ESTIMADOS	TOTAL
STRAIDER	10\$	40	400\$
CRUCEROS	25\$	25	625\$
CHALLENGER	25\$	25	625\$
JUNIOR	30\$	30	900\$
ELITE	30\$	30	900\$
TOTAL		150	3450\$

Los costos del servicio de bmx están ligados a un supuesto del 50% del precio establecido, el cual cubrirá la parte tangible para cada participante. En cuanto a la parte intangible, estos estarán en los gastos del evento.

Plan de entrenamiento

Este plan de entrenamiento destinado a personas que requieran de ayuda profesional para mejorar su estilo de vida a través del ciclismo y este tendrá un costo de 30\$ y será mensual

Tabla No 10: Precios plan de entrenamiento.

PRECIO	TIEMPO
30 \$	Mensual

Servicios outsourcing

Este es un servicio que se ofrecerá a las diferentes empresas para la creación, organización y personalización de eventos ciclisticos empresariales, dependiendo de las necesidades de la empresa se fijará un precio. Cabe recalcar que se contara con un precio base de 1000\$ para este servicio.

Tabla No 11: Precio servicio outsourcing.

SERVICIOS OUTSOURCING	PRECIO BASE	TOTAL
Empresa	1000 \$	1000 \$

Los costos del servicio de outsourcing están ligados a un supuesto del 50% del precio establecido, el cual cubrirá la parte tangible para cada participante. En cuanto a la parte intangible, estos estarán en los gastos del evento

Estrategia de fijación de precios

La estrategia a utilizarse es la penetración de mercado, debido a que el precio por participar en un evento será relativamente bajo, pero con los valores agregados que están planificados a ofrecer, adicional a esto para el primer evento ciclístico (Ciclismo de ruta) siendo este el de mayor atracción, ver anexo 1, pregunta 5, a realizarse se dispondrá un 2x1 en la inscripción, es decir podrán participar dos ciclistas por una inscripción a fin de penetrar el mercado lo más rápido posible y así atraer la mayor cantidad de personas.

Estrategia de ajuste de precio

Se aplicara una fijación de promocional de precios, todo esto con la intención de lograr una urgencia de compra a través de precios con cierto descuento 10% , 20% dependiendo la situación del evento, para poder lograr una mayor venta en el corto y mediano plazo.

5.4.3 Plaza

Ubicación.

Al ser una empresa que va a realizar diferentes eventos ciclísticos, estos se desarrollaran de la siguiente manera:

- Ciclismo de ruta: Vías principales de la ciudad de Tulcán
- Ciclismo de montaña: Áreas Rurales de la ciudad de Tulcán.
- Valida de bmx: Pista bmx parque “La Laguna”
- Plan de entrenamiento: Entrenamientos (Ecoparque, Tufiño)
- Eventos Corporativos: Depende del cliente

Estrategia de distribución

La empresa optará por una estrategia de distribución directa ya que no existirá de por medio un intermediario entre la empresa y el cliente, logrando así una relación directa entre la organización del evento y el participante.

Tabla No 12: Gastos de arriendo.

DETALLE	PRECIO
ARRIENDO MENSUAL INC IVA Y SERVICIOS BASICOS	\$ 300
TELEFONO	\$ 20
INTERNET	\$ 30
TOTAL GASTOS ARRIENDO	\$350

5.4.4 Promoción

VIVE04 utilizará la estrategia denominada PULL o estrategia de jalar “el productor dirige sus actividades de marketing (sobre todo publicidad y promoción al consumidor) hacia los consumidores finales para inducirlos a comprar el producto” ya que se busca generar un impacto en la población para que acudan y adquieran el servicio que la empresa ofrece, puesto que al ser un negocio relativamente nuevo en la ciudad y en la provincia es necesario que se genere un interés en las personas para que estas opten por el servicio. (KOTLER & ARMSTRONG, Fundamentos de marketing, 2013)

Publicidad

VIVE 04 realizara su campaña de publicidad por medio de redes sociales, relaciones públicas y activaciones btl con la finalidad de dar a conocer la marca y los diferentes eventos que la empresa va a organizar.

Marketing directo

Redes sociales

Se abrirá una fan page de VIVE04, en la cual se publicará diferente información sobre el ciclismo, al igual que toda la información de los eventos próximos a realizarse, además la empresa pautará 30\$ cada mes durante 5 años, 10\$ mensuales para promocionar el plan de entrenamiento por 5 años y 10\$ un mes antes de cada evento (Ruta, montaña, Bmx), (Tabla 10; Tabla11) a fin de lograr un mayor alcance y llegar a los potenciales clientes. *Ver anexo 4*

De igual manera se abrirá una cuenta de Instagram en la que se publicará fotos, videos e histories con contenidos relacionados al ciclismo y a los eventos que la empresa realizará

Tabla No 13: Pautas de Vive04 y Plan de Entrenamiento.

PAUTAS FB	MESES/AÑO	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
12 PAUTAS	12/2020	\$40.00	\$480.00
12 PAUTAS	12/2021	\$40.00	\$480.00
12 PAUTAS	12/2022	\$40.00	\$480.00
12 PAUTAS	12/2023	\$40.00	\$480.00
12 PAUTAS	12/2024	\$40.00	\$480.00
		TOTAL	\$2400.00

Tabla No 14: Pautas por evento.

EVENTO	COSTO UNIT	COSTO ANUAL	TOTAL
RUTA	\$10.00	\$10.00	
MONTAÑA	\$10.00	\$10.00	
BMX	\$10.00	\$10.00	
	TOTAL	\$30.00	

Community manager

Es necesario la participación de una persona especializada en temas de manejo de redes sociales, es por ello que esta tiene un costo aproximado de 200 dólares, en los que incluirá el manejo de redes, diseño de artes gráficas e interacción con los seguidores.

Relaciones públicas

La empresa mantendrá diferentes entrevistas con medios televisivos (Nortvision, Carchi Noticias), radiales (fantástica, Ondas Carchenses, America, etc) , medios escritos locales (La Prensa , La nación) y nacionales (La Hora) , en los cuales se manifestará todos los detalles, beneficios y atributos de los diferentes eventos ciclisticos que la empresa va a realizar, con la finalidad de comunicar a los posibles clientes.

Activaciones de la marca

Se realizarán diferentes activaciones de marca durante los meses previos a los diferentes eventos como:

- Tendremos un 1 roll up de la empresa, 1 roll up con el diseño del plan de entrenamiento y 1 roll up de cada evento a realizarse, adicionalmente se contará con un backing para cada evento con nuestros auspiciantes y aliados estratégicos.
- Se utilizará los roll up para promocionar los diferentes eventos ciclisticos en actividades de gran afluencia de personas en la ciudad (Desfiles, Pregones), en la que no nos generar ningún costo.

Activaciones btl

Se realizará publicidad con 2 bicicletas brandeadas con los artes de los diferentes eventos, estas recorrerán la ciudad por las vías principales de la ciudad de Tulcán, generando así un impacto en la población, ya que esta actividad es nueva para la ciudad, además se contratará publicidad en pantallas led publicitando el evento días antes de cada evento.

Auspicios – alianzas estratégicas

Está considerada como ingresos económicos provenientes de las alianzas estratégicas por conceptos de auspicios de las marcas afines a este deporte con intención de promover su portafolio de productos dentro de nuestros eventos, se ha considerado dentro de la procesión de auspicios de marcas como: Shimano, Alcaldía de Tulcán, gobernación del Carchi, Prefectura del Carchi, Sofos, Clínicas de fisioterapia, bebidas hidratantes, snacks, imprentas entre otros.

Paquetes de patrocinio para cada evento.

Tabla No 15: Paquetes de patrocinio.

ORO	1500 \$
PLATA	1000 \$
BRONCE	750 \$
TOTAL	3250 \$

(Ver anexo 3: paquete de auspicios)

PROMOCION

Para las 10 primeras personas que se inscriban en el plan de entrenamiento recibirán 25% de descuento en su próxima mensualidad, además recibirán productos de nuestros auspiciantes.

A los diferentes clubes, asociaciones, gremios, empresas etc se les dará una promoción por número de inscritos, por cada 5 deportistas inscritos, el 6to será gratuito.

Plan de promoción

Tabla No 16: Plan de promoción

MEDIO	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
REDES SOCIALES	Pautaremos 40 \$ cada mes del año para promocionar la empresa y el plan de entrenamiento	40 \$	40 \$	480 \$
REDES SOCIALES	Pautaremos 10 \$ a una publicación de cada evento (Ruta, Montaña,bmx)	10 \$	10 \$	30 \$
COMMUNITY MANAGER	Encargado de toda la parte grafica de los eventos y de la empresa, además estará al pendiente de todas las redes sociales realizando mínimo 4 post semanales. Cabe	200 \$	200\$	2400\$

	recalcar que será contratado por horas.			
BICICLETAS PUBLICITARIAS	Se contratara a dos personas con dos bicicletas las cuales serán brandeadas con los diseños de cada evento , se realizaran dos semanas antes de cada evento y durante 3 días (Ruta , Montaña, bmx y el plan de entrenamiento durante el mes de abril y agosto)	45\$	90\$	450\$
PANTALLA LED	Video promocional en pantalla led , durante 5 días antes de cada evento (Ruta , Montaña, bmx y el plan de entrenamiento en el mes de agosto)	40 \$	200\$	1000\$
2 Roll Ups VIVE04	Contaremos con dos roll up , uno de la empresa y el restante del plan de entrenamiento , estos se ubicarán a la entrada de la oficina, en cada evento que se realice y en activaciones.	39,20 \$	79,40\$	79,40\$

1 Roll up del evento	Contaremos con un roll up por cada evento a realizarse (Ruta , Montaña, bmx)	39,20\$	39,20\$	39,20\$
ESTRUCTURA BACKING	Adquisición de estructura del backing para la utilización de la lona publicitaria.	313,60 \$	313,60 \$	313,60 \$
LONA PARA BACKING	Contaremos con una lona publicitaria backing para cada evento.	134,40 \$	134,40 \$	672\$
MEDIOS ESCRITOS	Se publicara el arte del evento, cada domingo un mes antes del evento , en dos periódicos locales “La prensa” , “ La nación” o “ Diario la Hora” en los siguientes eventos (Ruta , Montaña, bmx) para el plan de entrenamiento se realizara en el mes de agosto.	60 \$	240 \$	960\$
MEDIOS RADIALES	Se promocionara cada evento a través de medios radiales como: radio américa o la nueva Fm , con cuña publicitaria un mes	200\$	200\$	\$800

	antes del evento (Ruta , Montaña, bmx) para el plan de entrenamiento se realizara en el mes de agosto.			
TOTAL				\$7.224,20

5.4.5 Personas

Funciones

El personal de la empresa cumplirá las siguientes funciones:

Tabla No 17: Funciones

Personal	Funciones	Conocimientos	Sueldo
Gerente General	Es el principal autoridad de la empresa , encargado de tomar decisiones finales, controlar todo el tema financiero, planes de publicidad y administración etc.	Gestión deportiva , liderazgo , trabajo en equipo, administración, marketing.	500 \$
Administrativo	Encargado de la parte financiera de la empresa.	Contabilidad, economía,	200 \$

	Este será contratado por horas.	finanzas, aspectos legales.	
Director Deportivo	Encargado de planificar reglas, competencias de los diferentes eventos deportivos, además encargado de elaborar el plan de entrenamiento para cada cliente.	Experto en ciclismo, reglamentaciones deportivas, gestión deportiva.	400 \$
Director de Marketing y logística	Encargado del área de marketing, auspicios, patrocinios, logística, permisos etc.	Experto en marketing, gestión deportiva, relaciones públicas, plan de medios, patrocinios.	400 \$
Pasante De Marketing	Dar soporte al Gerente de Marketing,	Marketing y gestión deportiva, administración de empresas Microsoft office	130 \$
TOTAL			1630 \$

5.4.6 Física

La parte física con la que contara los diferentes eventos realizarse estarán de la siguiente manera:

CICLISMO RUTA

- Tarima
- Espacios para auspiciantes
- Espacio de salida y llegada
- Vallas laterales publicitarias a la salida y llegada
- Vallas publicitarias a lo largo del tramo de competencia
- Zona de preparación y recuperación
- Puntos de hidratación
- Zona emergencias
- Camioneta de mecánica
- Zona fotográfica

CICLISMO MONTAÑA

- Tarima
- Espacios para auspiciantes
- Espacio de salida y llegada
- Vallas laterales publicitarias a la salida y llegada
- Zona de preparación y recuperación
- Puntos de hidratación
- Zona emergencias
- Camioneta de mecánica
- Zona fotográfica

CICLISMO BMX

- Tarima
- Espacios para auspiciantes

- Espacio de salida y llegada
- Vallas laterales publicitarias a la salida y llegada
- Zona de preparación y recuperación
- Punto de hidratación
- Zona de mecánica
- Zona emergencias
- Zona fotográfica

PLAN DE ENTRENAMIENTO

- Camioneta de hidratación y mecánica

SERVICIOS OUTSOURCING

- A tratar con la empresa contratante.

5.4.7 Procesos

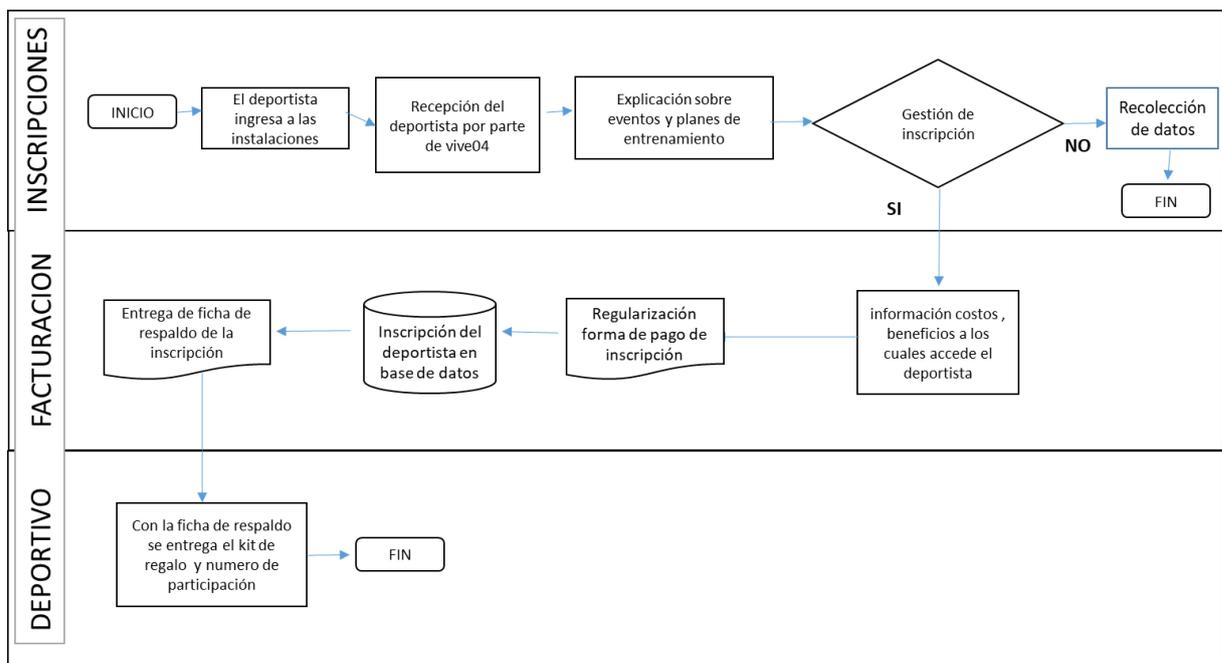


Figura No 5: Proceso de inscripción

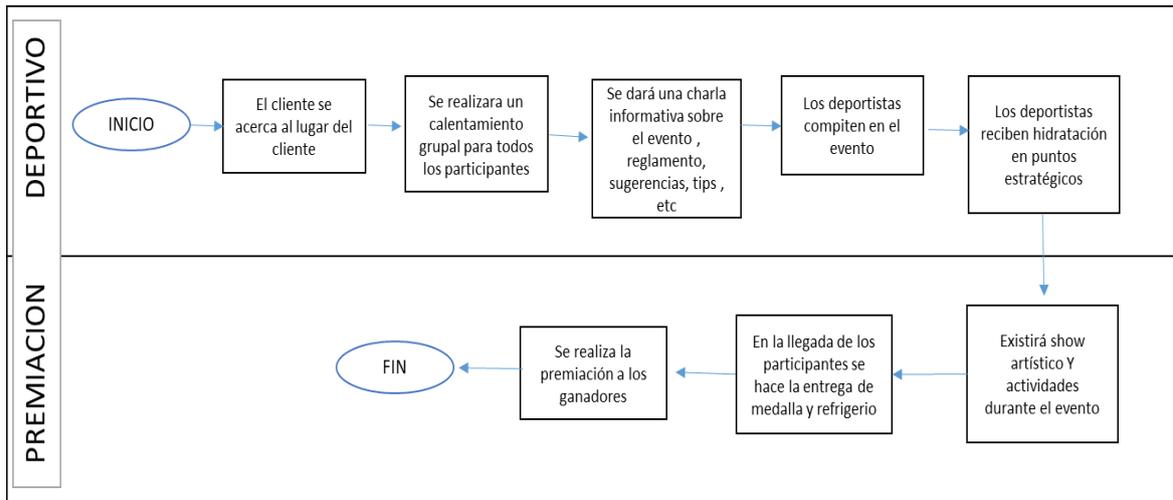


Figura No 6: Proceso Participante día del evento

6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

6.1.1 Misión

Vive 04 es una empresa deportiva establecida en la ciudad de Tulcán la cual brinda eventos ciclísticos ofreciendo una experiencia que supera las expectativas de los deportistas, generando vivencias y emociones al participar gracias a la organización por parte de personas especializadas en el deporte, fomentando así el ciclismo en jóvenes y adultos en la provincia del Carchi.

6.1.2 Visión

Vive 04 será en 2024 la empresa deportiva numero 1 especializada en organización y planificación de eventos ciclísticos en la provincia del Carchi y una de las mejores a nivel nacional.

6.1.3 Objetivos

Objetivos a corto plazo

- Realizar el primer evento ciclístico en el término del segundo mes de apertura de la empresa.
- Inscribir 50 deportistas en el plan de entrenamiento al primer año de apertura de la empresa.
- Incrementar el 10% de participación anual en (Ruta, Montaña, Bmx)

Objetivos a mediano plazo

- Realizar 3 servicios outsourcing con empresas para personalizar sus eventos durante el 3er año.
- Inscribir a 180 ciclistas en la válida de bmx en el 3er año.
- Conseguir 1000 seguidores en Facebook e Instagram en el 2do año.

Objetivos a largo plazo

- Pagar el 100% del crédito al finalizar el 5to año.
- Ser reconocidos como la mejor empresa de eventos ciclísticos que brinda una experiencia de alto nivel, con la realización de metodología de investigación a través de encuestas de satisfacción a partir del 4to año.
- Realizar un evento ciclístico binacional Colombia – Ecuador a partir del 5to año
- Contar con un equipo de ciclismo profesional a partir del 5to año.

6.2 Plan de Operaciones

6.2.1 Cadena de valor



Figura No 7: Cadena de valor

Planificación y organización de los eventos

El gerente general conjuntamente todo el personal de la empresa, planificaran y organizaran los diferentes eventos propuestos en una memoria en el cual se detallará todo el proceso del evento ciclístico a organizarse. (pre-evento, evento, y post evento). Esta memoria servirá para conocer los pros y contras que se comentan en el evento, a fin de resolver aquellos errores que se estén cometiendo.

Planificación y organización del plan de entrenamiento.

El director deportivo conjuntamente con el gerente general y el personal de la empresa estarán a cargo de planificar y desarrollar el plan de entrenamiento, en el cual el director deportivo es el responsable de hacer el seguimiento a cada

uno de los deportistas inscritos y guiar el entrenamiento presencial teniendo como apoyo al personal de la empresa, a fin de que cada deportista pueda cumplir con lo planificado.

Satisfacción del cliente

Se contará con un buzón electrónico en el cual los deportistas se puedan manifestar sobre su experiencia al participar en los diferentes eventos ciclisticos, por otra parte, se enviarán encuestas de satisfacción del cliente en el cual podamos determinar los puntos positivos y negativos, con el fin de resolver aspectos negativos y mejorar los aspectos positivos y cumplir con la expectativa del deportista.

Generación de valor

Lo que busca la empresa Vive04 es generar valor a partir de la logística interna, es decir a partir de la organización y planificación de los diferentes eventos, creando así un evento ciclistico el cual pueda generar una experiencia única al ciclismo.

6.3 Estructura Organizacional

Estructura legal

La empresa vive 04 contará con una estructura legal “compañía limitada” el cual estará conformada por socios, se utilizó esta estructura ya que puede ser constituida por familiares o personas cercanas.

Organigrama Vive04

La empresa ha tomado la decisión de utilizar un organigrama jerárquico como vemos en la figura No8.



Figura No 8: Organigrama

7. Evaluación Financiera

7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

7.1.1 Proyección de ingresos

El número de deportistas a inscribirse en los diferentes eventos que se dispone anualmente están basados en el mercado objetivo y en la investigación de mercados (Investigación cuantitativa y cualitativa) Ver pág 16, los cuales son aficionados a la práctica del ciclismo.

De esta manera Vive04 contara con 6 diferentes tipos de ingresos los cuales son:

- Ingreso por evento Ciclismo de ruta,
- Ingreso por evento Ciclismo de Montaña,
- Ingreso por evento Valida de Bmx,

- Ingreso por Plan de entrenamiento,
- Ingreso por servicios Outsourcing y
- Ingreso por Patrocinios.

Por otra parte, se estableció de acuerdo al plan de marketing un crecimiento de:

- Crecimiento anual del 10 % en los eventos (Ruta, Montaña, Bmx)
- Crecimiento mensual del 2% para el plan de entrenamiento
- Crecimiento de un servicio outsourcing cada año, es decir 2 servicios en el año 2, 3 servicios en el año 3 y 4 servicios en el año 4 , a excepción del año 5 en cual tendremos 4 servicios.
- Mínimo 3 patrocinios por cada evento.

Tabla No19: Ingresos

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$35.382,12	\$ 51.550,37	\$66.703,72	\$ 82.060,43	\$ 100.776,40

7.1.2 Proyección de costos

En la tabla No 20 contamos con los costos de los servicios, para ello logramos determinar el costo que nosotros debemos invertir en cada uno de los inscritos, además tendremos un incremento anual de 1,89% por temas de inflación con lo cual el paso de los años nos significara una mayor inversión.

Tabla No20: Costos

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$6.471,78	\$8.165,92	\$9.783,92	\$11.194,74	\$12.680,34

7.1.3 Proyección de gastos

En cuanto a la proyección de gastos hemos incluido todos los gastos operacionales y de marketing tal como vemos en la tabla 21, estos se encuentran entre los 43,000 y 45,000 durante los 5 años debido a todos los gastos que se generan en los diferentes eventos a realizarse anual mente.

Tabla No 21: Gastos

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operacionales y marketing	\$43.174,20	\$43.315,27	\$44.128,22	\$44.957,35	\$ 45.802,98

7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

7.2.1 Inversión inicial

Vive04 necesita una inversión inicial de \$15.280,40, la cual está conformada por los activos fijos propiedad, planta y equipo y además del capital de trabajo que será aquel que cubra con los gastos y costos iniciales

Tabla 22: Inversión inicial

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	cantidad	costo	Total
Muebles de oficina	Cantidad	costo	Total
Escritorio	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
Sillas tipo secretaria	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Archivador tipo biblioteca	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Sillas de visita	5	\$ 40,00	\$ 200,00
Pizarra de tiza liquida	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total Muebles y equipos de oficina			\$ 1.660,00
Equipos de computación			
Computadoras	4	\$ 450,00	\$ 1.800,00
Software contable	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Software Y hardware deportivo	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total de Equipo de Computación			\$ 2.900,00
Maquinaria y Equipo de Producción			
Kit de chips 50unidades	6	\$ 175,00	\$ 1.050,00
Kit de herramientas	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Roll up	2	\$ 78,40	\$ 156,80
Estructura backing	1	\$ 313,60	\$ 313,60
Total maquinaria y equipo			\$ 1.820,40
Total activos fijos			\$ 6.380,40
Capital de trabajo			\$ 8.900,00
Inversion total			\$ 15.280,40

7.2.2 Capital de trabajo

Vive 04 necesita un capital de trabajo de \$8.900,00 para iniciar su funcionamiento sin problemas

Tabla 23: Capital de trabajo

DETALLE	VALOR
Activos Fijos PPE	\$ 6.380,40
Capital de trabajo	\$ 8.900,00
Total Inversion	\$ 15.280,40

7.2.3 Estructura de capital

Vive04 es una empresa que cuenta con 2 socios los cuales aportaran al capital de manera igualitaria es decir con el 50% cada uno.

Tabla 24: Aportación del capital

APORTACION DE CAPITAL		
DETALLE	%	VALOR
accionista	50%	\$ 5.348,14
accionista	50%	\$ 5.348,14
Total		\$ 10.696,28

Vive04 decidió contraer una deuda de \$ 4.584,00 el cual significa un 30% de la estructura del capital.

Tabla 25: Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
DETALLE	%	VALOR
Capital propio	70%	\$ 10.696,28
Deuda	30%	\$ 4.584,12
Total		\$ 15.280,40

Para el financiamiento de la deuda se estableció que la mejor alternativa para esto es la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán, la cual nos brindara el crédito de la siguiente manera.

Tabla No26: Crédito

COOPERATIVA TULCAN	
Tasa de interes Kd	10,87%
Tiempo en meses	60
Tasa efectiva	0,91%
Cuota	\$99,37

7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.

7.3.1 Estado de resultados

El estado de resultados de Vive04 nos informa que para el año 1 tendremos una utilidad negativa de 14.726,51 \$, así mismo en el año 2 de 310,06 \$, pero esto cambia a partir del año 3 en adelante en donde contaremos con una utilidad considerable conforme pasen los años.

Tabla No 27: Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 35.382,12	\$ 51.550,37	\$ 66.703,72	\$ 82.060,43	\$ 100.776,40
Costo de ventas	\$ 6.471,78	\$ 8.165,92	\$ 9.783,92	\$ 11.194,74	\$ 12.680,34
Utilidad bruta en ventas	\$ 28.910,34	\$ 43.384,45	\$ 56.919,80	\$ 70.865,69	\$ 88.096,06
Arriendo y Serv. Básicos	\$ 3.600,00	\$ 3.668,04	\$ 3.737,37	\$ 3.808,00	\$ 3.879,97
Internet y telefono	\$ 600,00	\$ 611,34	\$ 622,89	\$ 634,67	\$ 646,66
Costos logísticos y premios por evento	\$ 9.000,00	\$ 9.170,10	\$ 9.343,41	\$ 9.520,01	\$ 9.699,93
Suministros de oficina	\$ 120,00	\$ 122,27	\$ 124,58	\$ 126,93	\$ 129,33
Sueldos administrativos y ventas	\$ 22.377,40	\$ 24.118,38	\$ 24.568,50	\$ 25.027,96	\$ 25.496,93
Gasto de constitucion y puesta en marcha	\$ 1.956,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Redes sociales	\$ 360,00	\$ 366,80	\$ 373,74	\$ 380,80	\$ 388,00
Redes sociales eventos	\$ 30,00	\$ 30,57	\$ 31,14	\$ 31,73	\$ 32,33
Redes sociales entrenamiento	\$ 120,00	\$ 122,27	\$ 124,58	\$ 126,93	\$ 129,33
Community manager	\$ 2.400,00	\$ 2.445,36	\$ 2.491,58	\$ 2.538,67	\$ 2.586,65
Bicicletas	\$ 450,00	\$ 458,51	\$ 467,17	\$ 476,00	\$ 485,00
Video promocional	\$ 600,00	\$ 611,34	\$ 622,89	\$ 634,67	\$ 646,66
Roll ups + backing	\$ 520,80	\$ 530,64	\$ 540,67	\$ 550,89	\$ 561,30
Medios escritos	\$ 240,00	\$ 244,54	\$ 249,16	\$ 253,87	\$ 258,66
Medios radiales	\$ 800,00	\$ 815,12	\$ 830,53	\$ 846,22	\$ 862,22
Total costos y gastos	\$ 49.645,98	\$ 51.481,19	\$ 53.912,14	\$ 56.152,08	\$ 58.483,32
GASTOS OPERACIONALES	\$ 43.174,20	\$ 43.315,27	\$ 44.128,22	\$ 44.957,35	\$ 45.802,98
Utilidad antes de Intereses	\$ (14.263,86)	\$ 69,18	\$ 12.791,58	\$ 25.908,35	\$ 42.293,07
Intereses	\$ 462,64	\$ 379,24	\$ 286,30	\$ 182,74	\$ 67,34
Utilidad despues de interes	\$ (14.726,51)	\$ (310,06)	\$ 12.505,28	\$ 25.725,61	\$ 42.225,73
15% participación trabajadores	\$ -	\$ -	\$ 1.875,79	\$ 3.858,84	\$ 6.333,86
Utilidad antes de impuestos	\$ (14.726,51)	\$ (310,06)	\$ 10.629,49	\$ 21.866,77	\$ 35.891,87
25% impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ 2.338,49	\$ 4.810,69	\$ 7.896,21
Utilidad neta	\$ (14.726,51)	\$ (310,06)	\$ 8.291,00	\$ 17.056,08	\$ 27.995,66

7.3.2 Estado de situación financiera

Para el estado de situación financiera encontramos las cuentas de activos, pasivos y patrimonio proyectado a 5 años, así como también su respectiva comprobación.

Tabla No 27: Estado de situación financiera.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	\$ 15.280,40	\$ 1.044,11	\$ 215,94	\$ 7.647,05	\$ 23.745,10	\$ 50.674,19
Corrientes	\$ 8.900,00	\$ (4.089,24)	\$ (3.670,35)	\$ 5.007,81	\$ 21.669,58	\$ 49.162,39
Efectivo	\$ 8.900,00	\$ (4.089,24)	\$ (3.670,35)	\$ 5.007,81	\$ 21.669,58	\$ 49.162,39
Cuentas por cobrar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
No Corrientes	\$ 6.380,40	\$ 5.133,35	\$ 3.886,29	\$ 2.639,24	\$ 2.075,52	\$ 1.511,80
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 6.380,40	\$ 6.380,40	\$ 6.380,40	\$ 6.380,40	\$ 6.380,40	\$ 6.380,40
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 1.247,05	\$ 2.494,11	\$ 3.741,16	\$ 4.304,88	\$ 4.868,60
PASIVOS	\$ 4.584,12	\$ 5.074,34	\$ 4.556,23	\$ 3.696,33	\$ 2.738,30	\$ 1.671,73
Corrientes	\$ -	\$ 1.220,05	\$ 1.515,18	\$ 1.561,45	\$ 1.613,17	\$ 1.671,73
Cuentas por pagar		\$ 1.220,05	\$ 1.515,18	\$ 1.561,45	\$ 1.613,17	\$ 1.671,73
15% Trabajadores		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por pagar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
No Corrientes	\$ 4.584,12	\$ 3.854,29	\$ 3.041,05	\$ 2.134,87	\$ 1.125,13	\$ (0,00)
Deuda a largo plazo	\$ 4.584,12	\$ 3.854,29	\$ 3.041,05	\$ 2.134,87	\$ 1.125,13	\$ (0,00)
PATRIMONIO	\$ 10.696,28	\$ (4.030,23)	\$ (4.340,28)	\$ 3.950,72	\$ 21.006,80	\$ 49.002,46
Capital	\$ 10.696,28	\$ 10.696,28	\$ 10.696,28	\$ 10.696,28	\$ 10.696,28	\$ 10.696,28
Utilidades retenidas		\$ (14.726,51)	\$ (15.036,56)	\$ (6.745,56)	\$ 10.310,52	\$ 38.306,18
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 15.280,40	\$ 1.044,11	\$ 215,94	\$ 7.647,05	\$ 23.745,10	\$ 50.674,19
Comprobación	\$ -	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ -	\$ -	\$ -

7.3.3 Estado flujo de efectivo

En el estado de flujo de efectivo está reflejado las actividades de operación compuesta de utilidades, depreciaciones, e incrementos de los pasivos y activos, además contamos con las actividades de inversión conformada por los activos fijos, en cuanto a las actividades de financiamiento nos muestra la deuda generada por nuestro proyecto a 5 años, así mismo tenemos el aporte de capital en el año 0 y el incremento del efectivo conforme pasan los años. Por ultimo tenemos el flujo de efectivo el cual nos muestra valores negativos durante los dos primeros años de la empresa, pero esto cambia a partir del 3er año dando como resultado valores positivos.

Tabla No 28: Estado flujo de efectivo

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Actividades de operación	\$ -	\$ -12.259,40	\$ 1.232,13	\$ 9.584,33	\$ 17.671,51	\$ 28.617,95
Utilidades neta		\$(14.726,51)	\$ (310,06)	\$ 8.291,00	\$ 17.056,08	\$ 27.995,66
Depreciaciones		\$ 1.247,05	\$ 1.247,05	\$ 1.247,05	\$ 563,72	\$ 563,72
Incremento de pasivos a corto plazo		\$ 1.220,05	\$ 295,13	\$ 46,28	\$ 51,71	\$ 58,57
Incremento activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de inversión	\$ (6.380,40)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos	\$ (6.380,40)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de financiamiento	15.280,40	-729,83	-813,24	-906,18	-1.009,74	-1.125,13
Deuda a largo plazo	4.584,12	-729,83	-813,24	-906,18	-1.009,74	-1.125,13
Dividendos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte de capital	\$ 10.696,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento de efectivo	\$ 8.900,00	\$ -12.989,24	\$ 418,89	\$ 8.678,16	\$ 16.661,77	\$ 27.492,81
Efectivo inicial	0	\$ 8.900,00	\$ -4.089,24	\$ -3.670,35	\$ 5.007,81	\$ 21.669,58
Efectivo final (flujo)	\$ 8.900,00	\$ -4.089,24	\$ -3.670,35	\$ 5.007,81	\$ 21.669,58	\$ 49.162,39

7.3.4 Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja del proyecto nos permite obtener el flujo de efectivo operativo (FEO) , a ello se le integra la variación de capital de trabajo neto y los gastos de capital (capex) el cual en nuestro caso solo se incluye las inversiones iniciales y la recuperación de maquinaria , con todo ello logramos obtener el flujo de caja del proyecto descontado por la tasa WACC (17,34 %) y el cual nos arroja que durante el inicio del proyecto y durante el año 1 tendremos valores negativos , pero luego de esto los siguientes años tendremos valores positivos para el proyecto.

Tabla No 29: Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ -					
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PART		\$ -9.423,06	\$ 5.001,47	\$ 17.817,09	\$ 31.028,84	\$ 47.510,34
(+) Gastos de depreciación y amortización		\$ 1.247,05	\$ 1.247,05	\$ 1.247,05	\$ 563,72	\$ 563,72
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 498,46	\$ 1.370,87	\$ 2.712,76	\$ 4.626,92	\$ 7.116,45
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 706,15	\$ 1.942,06	\$ 3.843,07	\$ 6.554,80	\$ 10.081,64
(=) I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)		\$ -9.380,62	\$ 2.935,59	\$ 12.508,32	\$ 20.410,85	\$ 30.875,98
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ -8.900,00					
(+) VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		\$ -15.109,40	\$ -2.786,58	\$ 7.171,16	\$ 15.825,40	\$ 26.357,49
(+) RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO						
(=) II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ -8.900,00	\$ -15.109,40	\$ -2.786,58	\$ 7.171,16	\$ 15.825,40	\$ 35.257,49
INVERSIONES	\$ -6.380,40		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RECUPERACIONES			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación maquinaria		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.511,80
(+) Recuperación vehículos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación equipo de computación		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)	\$ -6.380,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.511,80
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -15.280,40	\$ -24.490,02	\$ 149,02	\$ 19.679,48	\$ 36.236,25	\$ 67.645,27

7.4 Proyección flujo de caja del inversionista, tasa de descuento, y criterios de valoración.

7.4.1 Flujo de caja del inversionista

En el flujo de caja del inversionista contamos con los valores del préstamo, gastos de interés, amortización y escudo fiscal, logrando obtener el flujo de caja del inversionista, además cabe recalcar que este es descontado a través de la tasa CAPM (21,80 %). Por tanto, podemos evidenciar que al igual que el flujo de caja del proyecto tenemos valores negativos durante los dos primeros años y valores positivos a partir del 3er año.

Tabla No 30: Flujo de caja del inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$-15.280,40	\$-24.490,02	\$ 149,02	\$ 19.679,48	\$ 36.236,25	\$ 67.645,27
Préstamo	\$ 4.584,12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de interés		\$ -462,64	\$ -379,24	\$ -286,30	\$ -182,74	\$ -67,34
Amortización del capital		\$ -729,83	\$ -813,24	\$ -906,18	\$ -1.009,74	\$ -1.125,13
Escudo Fiscal	\$ -	\$ 465,27	\$ 518,44	\$ 577,69	\$ 643,71	\$ 717,27
IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$-10.696,28	\$-25.217,23	\$ -525,02	\$ 19.064,69	\$ 35.687,48	\$ 67.170,06

7.4.2 Calculo de la tasa de descuento

Para la tasa de descuento se tomó datos actuales del mercado financiero que nos ayudaran al cálculo del CAPM (21,80%) que a su vez descontara al flujo de caja del proyecto, y al cálculo del WACC (17,34%) que descontara al flujo de caja del inversionista.

Tabla No 31: Cálculo de la tasa de descuento

TASAS DE DESCUENTO	
Tasa libre de riesgo	2,98%
Tasa de mercado	12,68%
Beta de la industria	1,33
Riesgo país	5,92%
Costo de capital CAPM	21,80%
Tasa impositiva	36,25%
% deuda	30%
% capital propio	70%
Costo de deuda (Tasa de interes)	10,87%
WACC	17,34%

7.4.3 Criterios de valoración

Los criterios de valoración nos permiten evaluar si un proyecto es viable o no , para la empresa VIVE04 el proyecto es VIABLE ya que se cuenta con una tasa de retorno del 29,97%, un periodo de recuperación del 0,78 años y un índice de rentabilidad de \$ 1,26 por cada dólar que sea invertido.

Tabla No: 32 Criterios de valoración

EVALUACION FINANCIERA		
Indicadores	Proyecto	Inversionista
VAN	\$ 25.662,15	\$ 20.068,20
TIR	35,72%	39,66%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	1,01	3,62
Indice de rentabilidad	\$ 1,68	\$ 1,88

7.5 Índices Financieros

Liquidez

Este índice nos manifiesta la capacidad que tiene la empresa (VIVE04) para cumplir con sus obligaciones financieras, durante los dos primeros años tenemos

valores negativos (3,35) (2,42), pero a partir del 3er año tenemos valores positivos.

Endeudamiento

El índice de endeudamiento nos muestra la capacidad de la empresa en el largo plazo de cumplir con sus obligaciones, en este caso se obtiene un promedio de 531,816 % de los activos totales financiados,

Rentabilidad

La rentabilidad es uno de los indicadores financieros más importantes ya que mide los beneficios que se puede llegar a obtener por cada dólar que se invierta, en este proyecto el promedio de rentabilidad es de 1,68 %.

Rotación de activos

La rotación de activos nos permite medir la eficiencia en la cual los activos de la empresa están logrando generar ventas, para el presente proyecto se cuenta con un promedio de 57,35.

Tabla No 33: Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Liquidez	\$ -	\$ (3,35)	\$ (2,42)	\$ 3,21	\$ 13,43	\$ 29,41
Capital de trabajo	\$ 8.900,00	\$ (5.309,28)	\$ (5.185,53)	\$ 3.446,35	\$ 20.056,41	\$ 47.490,66
Endeudamiento	30,00%	486,00%	2109,91%	48,34%	11,53%	3,30%
ROI		-1410,4%	-143,6%	108,4%	71,8%	55,2%
ROE		365,40%	7,14%	209,86%	81,19%	57,13%
Margen neto		-41,62%	-0,60%	12,43%	20,78%	27,78%
Margen bruto		-40,31%	0,13%	19,18%	31,57%	41,97%
Rotacion de activos		33,89	238,72	8,72	3,46	1,99

Recomendaciones.

- Realizar compras de activos en el transcurso de los años y no al inicio.

- Conseguir más aporte al capital

8. Conclusiones Generales

La provincia del Carchi y la ciudad de Tulcán por historia son la cuna del ciclismo ecuatoriano, esto se ve reflejado en sus ciclistas los cuales han logrado llevar al país a lo más alto del ciclismo mundial y llevar sus raíces a los ojos del mundo.

Por otro lado, en la ciudad y en la provincia no existe una empresa legalmente establecida como tal que brinde a los deportistas diversos eventos, es por ello que la investigación de mercados realizada ha permitido identificar necesidades que los ciclistas tienen frente a las competencias y así poder cumplir con sus expectativas, logrando dar valor al deportista además de generar una ventaja competitiva.

El nombramiento por parte de la Asamblea Nacional a la provincia del Carchi a través de la ciudad de Tulcán como la capital del ciclismo ecuatoriano, es una oportunidad de gran magnitud para ingresar al mercado ciclístico ya que por el momento las diferentes autoridades y ninguna empresa o emprendimiento ha sabido aprovecharse de este nombramiento.

De acuerdo a la estructura organizacional establecida permitirá dar al deportista seguridad en la organización de los diferentes eventos, ya que se contará con especialistas en el ámbito deportivo, pero sobretodo en la gestión y marketing del deporte.

Para finalizar, en el plan financiero se ha identificado que el proyecto es viable durante los 5 primeros años proyectados, logrando criterios de valoración de VAN en: 25.662,15 \$, TIR en:35,72%, IR en: 1,68\$, generando así un valor positivo en la viabilidad del proyecto.

Referencias

- BanEcuador. (8 de Febrero de 2019). *Ban Ecuador*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/articulos-promocionados/banecuador-anuncio-linea-de-credito-impulso-joven/>
- BCE. (29 de junio de 2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1105-la-economia-ecuatoriana-crecio-19-en-el-primer-trimestre-de-2018>
- Bureau, I. A. (2017). *iabecuador*. Obtenido de http://iabecuador.com/doc/EstudioDigital2017_IAB.pdf
- comercio, E. (5 de Junio de 2018). *Asamblea declara a Carchi como Capital del Ciclismo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/otros/1/carchi-ecuador-carapaz-ciclismo>
- Correa, R. (2017). *La Revolución Ciudadana le entregó estabilidad política al país*. Obtenido de <https://www.presidencia.gob.ec/la-revolucion-ciudadana-le-entrego-estabilidad-politica-al-pais/>
- Deporte, M. D. (2013). *Memorias del Deporte 2*. Quito: Gabriela Paz y Miño.
- El comercio*. (19 de Junio de 2016). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/ejercicio-actividadfisica-estadisticas-ecuador-americalatina.html>
- Espinosa, R. (29 de Febrero de 2012). *Puro Marketing*. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/13/12324/utilizar-estrategias-cross-selling.html>
- Gestion Digital*. (Septiembre de 2018). Obtenido de <https://revistagestion.ec/index.php/economia-y-finanzas-analisis/economia-crece-aupada-nuevamente-por-el-consumo-de-los-hogares>
- Goyes, W. (28 de Diciembre de 2018). *Perspectiva de un ciclista*. (D. Soto, Entrevistador)
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial Carchi*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/carchi.pdf>
- INEC. (2010). *Proyección provincias, Sexos y Áreas 2010-2020*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- INEC. (2012). *Encuesta específica del uso del tiempo*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/uso-del-tiempo/>

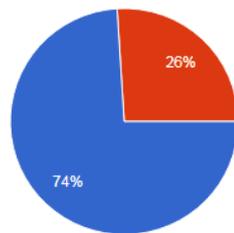
- INEC. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf
- INEC. (Diciembre de 2016). *Ecuador en cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- Internas, S. D. (25 de Mayo de 2015). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/37ce4dcb-2418-4fca-a06e-ac0223496a5f/32+IMPLEMENTOS+Y+SERVICIOS+DEPORTIVOS+SE+PUEDEN+DEDUCIR+COMO+GASTOS+PERSONALES+EN+SALUD.pdf>
- Juventudes. (2017). *Secretaría Técnica de Juventudes*. Obtenido de <http://www.juventudes.gob.ec/que-es-impulso-joven/>
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- KOTLER, P., & KELLER, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Lexproec*. (2016). Obtenido de <http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- Montes, A. (10 de Agosto de 2018). *El espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/deportes/ciclismo/jonathan-caicedo-tras-los-pasos-de-richard-carapaz-articulo-805432>
- Mundo, B. N. (2 de Junio de 2019). *BBC*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/deportes-48492632>
- Nacional, A. (05 de Junio de 2018). *Boletín de Prensa EMZV – 176*. Quito.
- Nacional, A. (2018). *Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, y Estabilidad y Equilibrio Fiscal*. Quito.
- Porter, M. E. (2011). *¿Que es la estrategia?* Harvard Business Review .
- Reascos, B. (30 de Diciembre de 2018). *Eventos Ciclisticos*. (D. Soto, Entrevistador)
- syltek. (Sin Fecha). *syltek*. Obtenido de <https://www.syltek.com/innovaciones-tecnologia-en-el-deporte/>

ANEXOS

Anexo No 1: Encuestas

1. SEXO

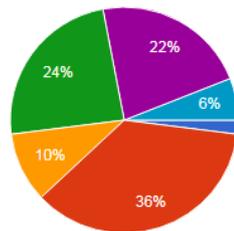
50 respuestas



- HOMBRE
- MUJER

2. EDAD

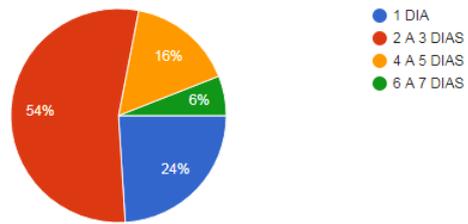
50 respuestas



- MENOR DE 14 AÑOS
- 14 A 24 AÑOS
- 25 A 34 AÑOS
- 35 A 44 AÑOS
- 45 A 54 AÑOS
- 55 AÑOS EN ADELANTE

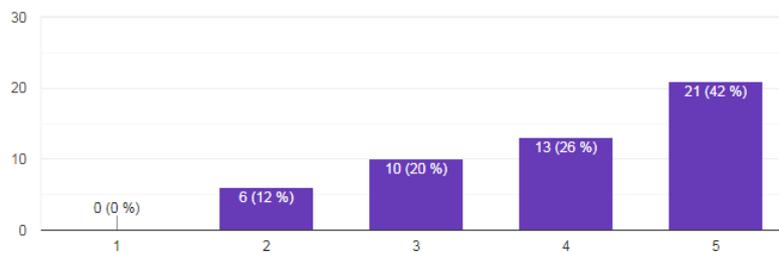
3. CUANTOS DÍAS A LA SEMANA REALIZA ACTIVIDAD FÍSICA?

50 respuestas



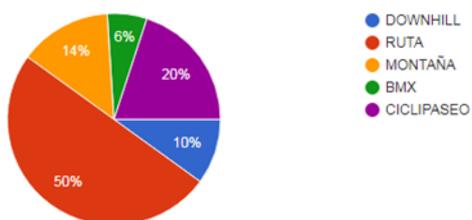
4. CALIFICA DEL 1 AL 5 (SIENDO 1 MENOS IMPORTANTE Y 5 MAS IMPORTANTE) QUE TAN AFICIONADO ES USTED AL CICLISMO?

50 respuestas



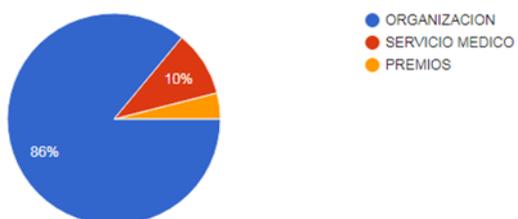
5. CUAL ES EL TIPO DE CICLISMO QUE MAS LE GUSTA ?

50 respuestas



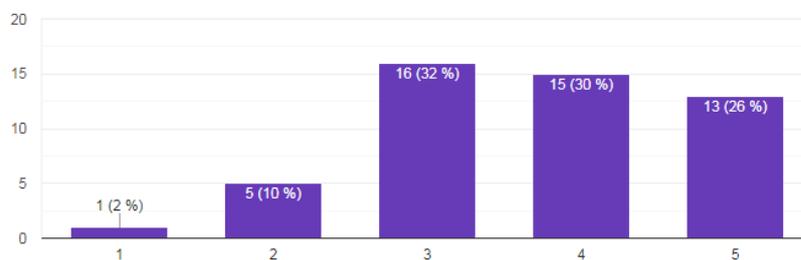
6. CUAL ES EL ASPECTO MAS IMPORTANTE A LA HORA DE PARTICIPAR EN UN EVENTO CICLÍSTICO?

50 respuestas



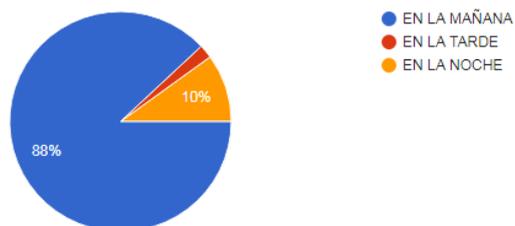
7. CALIFICA DEL 1 AL 5 (SIENDO 1 MENOS IMPORTANTE Y 5 MAS IMPORTANTE) LA IMPORTANCIA DE UN BUEN PREMIO?

50 respuestas



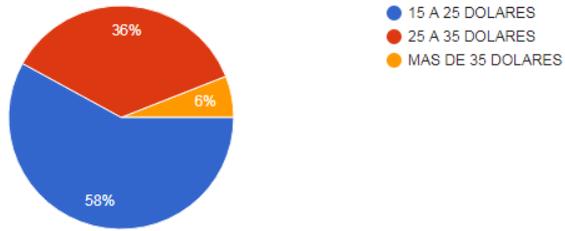
8. EN QUE MOMENTO DEL DÍA LE GUSTARÍA PARTICIPAR DE UN EVENTO CICLÍSTICO?

50 respuestas



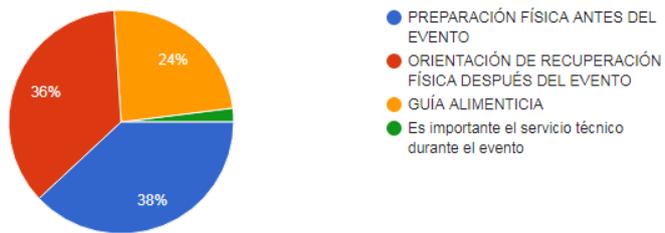
9. CUAL ES EL RANGO DE PRECIOS QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN EVENTO CICLÍSTICO?

50 respuestas



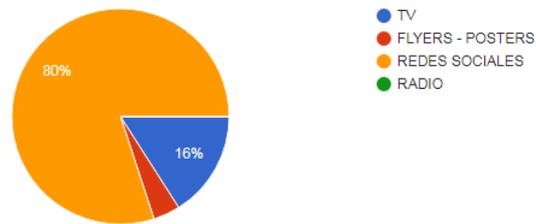
10. QUE TIPOS DE SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA QUE EXISTAN EN UN EVENTO CICLÍSTICO?

50 respuestas



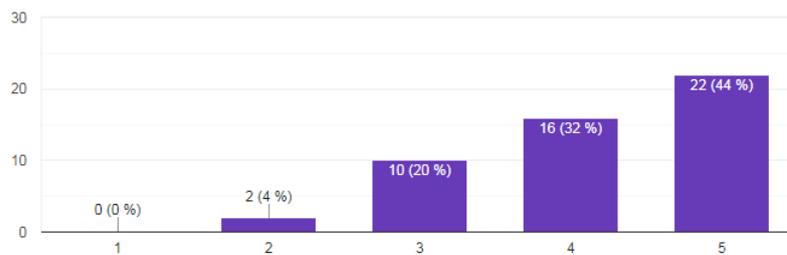
11. CUAL ES SU MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERIDO PARA RECIBIR INFORMACIÓN DE EVENTOS CICLÍSTICOS?

50 respuestas



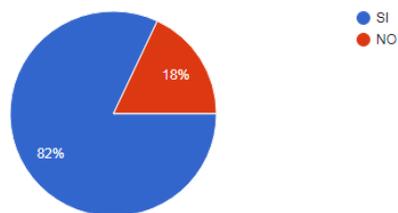
12. CALIFICA DEL 1 AL 5 (SIENDO 1 MENOS IMPORTANTE Y 5 MAS IMPORTANTE) LA IMPORTANCIA DE TENER UNA OFICINA DE LA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS CICLÍSTICOS?

50 respuestas



13. CREES QUE LA PROVINCIA DEL CARCHI EN ESPECIAL LA CIUDAD DE TULCÁN ES UNO DE LOS MEJORES LUGARES PARA LA PRACTICA DEL CICLISMO?

50 respuestas



Anexo No 2: Tablas Cruzadas

Cuenta de 1. SEXO		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	HOMBRE	MUJER	Total general	
1 DIA	6	6	12	
2 A 3 DIAS	23	4	27	
4 A 5 DIAS	5	3	8	
6 A 7 DIAS	3		3	
Total general	37	13	50	

La tabla manifiesta que a través del cruce de variables entre el sexo y los días de práctica de actividad física tenemos que los hombres son aquellos que más actividad realizan, sobretodo de 2 a 3 días a la semana, mientras que las mujeres la mayoría la realizan 1 día a la semana, esto nos quiere decir que el sexo masculino es aquel que realiza más actividad física que las mujeres.

Cuenta de 4. CUAL ES EL TIPO DE CICLISMO QUE MAS LE GUSTA ?							
Etiquetas de fila	Etiquetas de						
	14 A 24 AÑOS	25 A 34 AÑOS	35 A 44 AÑOS	45 A 54 AÑOS	55 AÑOS EN ADELANTE	MENOR DE 14 AÑOS	Total general
BMX	3						3
CICLIPASEO	5	2			2	1	10
DOWNHILL	5						5
MONTAÑA	2			1	3	1	7
RUTA	3	3	11		6	2	25
Total general	18	5	12	11	3	1	50

Esta tabla manifiesta que a través del cruce de variables entre el tipo de ciclismo que más le atrae y los diferentes rangos de edad, el ciclismo de ruta es el de mayor atracción, sobre todo en los rangos de 35 a 44 años y 45 a 54 años de edad, luego de ello tenemos al ciclo paseo con rangos de edades menores. Esto nos ayuda a entender que el tipo de ciclismo más atractivo para la ciudad de

Tulcán es el ciclismo de ruta cuyo enfoque va dirigido a personas mayores de 35 años, seguido por el ciclo paseo.

Suma de 4. CALIFICA DEL 1 AL 5 (SIENDO 1 MENOS IMPORTANTE Y 5 MAS IMPORTANTE) QUE					
Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	1 DIA	2 A 3 DIAS	4 A 5 DIAS	6 A 7 DIAS	Total general
2	6	6			12
3	18	12			30
4		36	12	4	52
5	15	55	25	10	105
Total general	39	109	37	14	199

La tabla manifiesta que la relación entre la variable del nivel de afición al ciclismo y los días que realiza actividad física , las personas más aficionadas al ciclismo con un nivel 5/5 son aquellas que más días realizan actividad física sobretodo de 2 a 3 días a la semana , con esto podemos decir que mientras más aficionado sea al ciclismo , hay cierta motivación a la realización de actividad física y de igual manera mientras menos eres aficionado al ciclismo menor serán los días destinados a la actividad física.

Cuenta de 5.CUAL ES EL ASPECTO MAS IMPORTANTE A LA HORA DE PARTICIPAR EN UN EVENTO CICLISTICO?				
Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	HOMBRE	MUJER	Total general	
ORGANIZACION		34	9	43
PREMIOS		1	1	2
SERVICIO MEDICO		2	3	5
Total general		37	13	50

La tabla indica el cruce entre la variable del aspecto más importante a la hora de participar en un evento y el sexo, con ello tenemos que la organización es el punto más importante tanto para hombres y mujeres, seguido por el servicio médico y los premios al final, con ello sabemos que la organización es fundamental para motivar a las personas a participar en un evento ciclistico.

Cuenta de 10. CUAL ES SU MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERIDO PARA RECIBIR INFORMACIÓN DE EVENTOS CICLÍSTICOS?				
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna			Total general
	FLYERS - POSTERS	REDES SOCIALES	TV	
14 A 24 AÑOS			17 1	18
25 A 34 AÑOS			5	5
35 A 44 AÑOS			6 6	12
45 A 54 AÑOS	1		9 1	11
55 AÑOS EN ADELANTE	1		2	3
MENOR DE 14 AÑOS			1	1
Total general	2	40	8	50

La tabla nos arroja el cruce entre la variable del medio de comunicación preferido y los rangos de edad, en el cual tenemos que las redes sociales son el medio de comunicación preferido, en especial en el rango de edad juvenil de 14 a 24 años y de igual forma de 45 a 55 años de edad, esto nos hace entender que es importante el uso de las redes sociales para difundir la información de los eventos ciclisticos que va a realizar nuestra empresa.

Cuenta de 4. CUAL ES EL TIPO DE CICLISMO QUE MAS LE GUSTA ?				
Etiquetas de fila	Etiquetas de columna			Total general
	EN LA MAÑANA	EN LA NOCHE	EN LA TARDE	
BMX	2	1		3
CICLIPASEO	6	3	1	10
DOWNHILL	5			5
MONTAÑA	7			7
RUTA	24	1		25
Total general	44	5	1	50

La tabla manifiesta el cruce de la variable del tipo de ciclismo preferido y el momento del día que más les gusta para participar en un evento de este deporte, con lo cual tenemos que la mayoría de personas prefieren que se realice un evento ciclistico en horas de la mañana y cualquier tipo, esto nos hace entender que el momento del día que más aprobación tiene en la población de Tulcán para realizar un evento ciclistico es en la mañana.

Anexo No 3: Paquetes de patrocinio

AUSPICIANTE ORO:

Stand:

- Espacio 9m²
- Ubicación preferencial
- Espacio para desarrollar una actividad dentro de su área
- Mesa y 2 sillas
- Tomacorrientes

Publicidad dentro del evento:

- Menciones pregrabadas, se reproducirán diariamente (3)
- Derecho a realizar sampling o venta de productos
- Presencia de la marca en el backing del evento
- Presencia de la marca en las credenciales, gafetes e indumentaria.
- Espacio en otras áreas para colocar banners o Impresiones de la marca
- Presencia de la marca en cronograma de actividades
- Espacio para realizar una actividad

Campaña Publicitaria:

- Presentación y promoción como: Auspiciante
- Presencia de marca en estrategias de marketing digital
- Presencia de marca en entrevistas radiales, notas de prensa
- Presencia de marca en cuña radial
- Presencia de marca en material publicitario
- Presencia de marca en actividades BTL

Adicional:

- 10 inscripciones al evento.

Valor: \$1,500.00

AUSPICIANTE PLATA:

Stand:

- Espacio 6m²
- Ubicación establecida
- Espacio para desarrollar una actividad dentro de su área
- Mesa y 2 sillas
- Tomacorrientes

Publicidad dentro del evento:

- Menciones pregrabadas, se reproducirán diariamente (3)
- Derecho a realizar sampling o venta de productos
- Presencia de la marca en el backing del evento
- Presencia de la marca en las credenciales, gafetes e indumentaria.

Campaña Publicitaria:

- Presentación y promoción como: Auspiciante secundario
- Presencia de marca en estrategias de marketing digital
- Presencia de marca en entrevistas radiales, notas de prensa
- Presencia de marca en material publicitario
- Presencia de marca en actividades BTL

Adicional:

- 5 inscripciones al evento.

Valor: \$1000.00

AUSPICIANTE BRONCE:

Stand:

- Espacio 6m²
- Ubicación establecida
- Mesa y 2 sillas
- Tomacorrientes

Publicidad dentro del evento:

- Menciones pregrabadas, se reproducirán diariamente (3)
- Derecho a realizar sampling o venta de productos
- Presencia de la marca en el backing del evento
- Presencia de la marca en las credenciales, gafetes.

Campaña Publicitaria:

- Presentación y promoción como: Auspiciante secundario
- Presencia de marca en estrategias de marketing digital
- Presencia de marca en entrevistas radiales, notas de prensa
- Presencia de marca en material publicitario

Adicional:

- 3 inscripciones al evento.

Valor: \$750.00

Anexo No 6: Cotizaciones Chips Sistema deportivo

The screenshot shows the Alibaba.com product page for Invelion active race timing chips. The page layout includes a top navigation bar with the Alibaba.com logo, a search bar, and user account options. Below the navigation bar is a breadcrumb trail: Home > All Industries > Security & Protection > Access Control Systems & Products > Access Control Card Reader (98932349). The main product area features a large image of a blue timing chip with a white label containing the hex code 00000049 and the number 00000073. To the right of the image, the product description reads: "Active race timing system for Marathon timing with active low cost uhf rfid wristband ankle tags TCP/IP RJ45/Ethernet". The price is listed as \$1.00 - \$3.50 per unit, with a minimum order of 50 units. The model number is "active sports timing systems". A "Contact Supplier" button is prominently displayed. Below the image, there are thumbnails for other product views and a "View larger image" link. The right sidebar provides information about the supplier, Shenzhen Invelion Technology Co., Ltd., including their 6-year history, Gold Supplier status, and a 5.0 rating from 3 reviews. Transaction details show 72 transactions, a response time of 24h-48h, and a 96% response rate. At the bottom of the sidebar, there are links to "View Company Profile" and "Activar Windows".

Alibaba.com Global trade starts here™

Products What are you looking for... Search

Sign In Join Free Orders Favorites Cart

Categories Ready to Ship Trade Shows Membership Services Help Get the App English - USD

Home > All Industries > Security & Protection > Access Control Systems & Products > Access Control Card Reader (98932349) Subscribe to Trade Alert

Invelion

Active race timing system for Marathon timing with active low cost uhf rfid wristband ankle tags TCP/IP RJ45/Ethernet

FOB Reference Price: [Get Latest Price](#)

\$1.00 - \$3.50 / Units | 50 Unit/Units (Min. Order)

Model Number:

Contact Supplier

Leave Messages

Seller Support: Trade Assurance – To protect your orders from payment to delivery

Payment: [Online Bank Payment](#) [Pay Later](#) More

Shipping: Alibaba.com Ocean Shipping Service from China to U.S. [Get shipping quote](#)

Shenzhen Invelion Technology Co., Ltd.

6 YRS CN

Gold Supplier

Trade Assurance

Onsite Check

5.0 /5 Very satisfied
3 Reviews

Transaction Level: 60,000+

72 Transactions

Response Time: 24h-48h

Response Rate: 96%

[View Company Profile](#)

Activar Windows

Ve a Configuración para activar Wind

