



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB  
ESPECIALIZADA EN CROWDFINDING DEPORTIVO

AUTOR

Bryan Jefersson Paz Riera

AÑO

2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB  
ESPECIALIZADA EN CROWDFINDING DEPORTIVO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Ingeniería en Negocios y Marketing  
Deportivo

Autor:

Bryan Jefersson Paz Riera

Año

2019

## **DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido el trabajo, (título del trabajo), a través de reuniones periódicas con el estudiante Bryan Jefersson Paz Riera, 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".

---

Gonzalo Roberto Vinueza Luzuriaga

171326708-4

### **DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR**

"Declaro haber revisado este trabajo, (título del trabajo), del Bryan Jefersson Paz Riera, en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Francisco Javier Vega Núñez

171478316-2

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTES**

“Declaro (amos) que este trabajo es original, de mi (nuestra) 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.”

---

Bryan Jefersson Paz Riera

171983117-2

## **AGRADECIMIENTOS**

Deseo agradecer a mi madre y padre que han sido siempre un apoyo incondicional y sincero para mi desarrollo estudiantil. También, quiero agradecer a mis maestros y amigos que continuamente han respaldado mi ruta para finalizar mi carrera universitaria. Con todo el corazón, agradezco a todos los que formaron parte de este proceso

## **DEDICATORIA**

Deseo dedicar este trabajo de titulación a mis familiares quienes han sido el soporte desde siempre, ya que han impulsado mi crecimiento y desarrollo académico continuamente. Dedico este trabajo a quien me apoyo durante todo mi proceso académico.

## RESUMEN

El plan de negocios tiene como objetivo la determinación de viabilidad tanto económica como social del emprendimiento de una plataforma web que sea la herramienta e intermediario digital para el financiamiento de deportivas promesas en cualquier disciplina en Quito, Ecuador.

La investigación y análisis tiene como inicio el uso de matrices de estudio para el entorno como son el PEST, las fuerzas de PORTER y EFE, aclarando varios contextos de hipótesis sobre las industrias ofertantes del servicio de asesoramiento web (Plataformas Web) "J6312.0". Además, para el estudio de este mercado se impulsó la investigación cualitativa y cuantitativa con entrevistas a expertos involucrados en el mercado, encuestas para comprender las necesidades y requerimientos del consumidor y grupo focal para detallar el comportamiento del mercado.

Una vez que se muestra el análisis, se determina que la propuesta comercial presenta una oportunidad de mercado en el sector, basada en la falta de calidad de los servicios existentes para el consumidor final en las plataformas web de crowdfunding para la inversión deportiva. Dada la falta de servicios a este mercado viene Support Me. Categoría que ofrece planes a inversores con intereses en deportes, clubes o eventos deportivos, con el fin de fomentar el desarrollo y crecimiento de marcas personales o corporativas. El negocio busca ser la herramienta de partida para la relación entre grupos de interés relacionados con los deportes que deseen cumplir con objetivos colectivos e individuales de acuerdo con su disciplina. Con respecto a la estructura organizativa, se ha establecido un organigrama jerárquico que indica que el cumplimiento de las actividades logísticas y tecnológicas está en orden y se proporciona la calidad esperada. Finalmente, se llevó a cabo un análisis financiero que determinó una proyección de cinco años un negocio viable.

En conclusión, la implementación de plataformas web para búsqueda, contacto



y relaciones entre inversionistas y atletas ha sido limitada en los medios de comunicación, generando una oportunidad de negocios que brinda servicios inexistentes para el desarrollo deportivo.

## **ABSTRACT**

The business plan aims to determine the economic and social viability of the undertaking of a web platform that is the tool and digital intermediary for the financing of sports promises in any discipline in Quito, Ecuador.

The research and analysis start with the spindle of study matrices for the environment such as PEST, the forces of PORTER and EFE, clarifying several hypothesis contexts about the industries offering the web advisory service (Web Platforms) "J6312. 0 ". In addition, for the study of this market, qualitative and quantitative research was promoted through interviews with experts involved in the market, surveys to understand the needs and requirements of the consumer, and a focus group to detail the behavior of the market.

Once the analysis is shown, it is determined that the commercial proposal presents a market opportunity in the sector, based on the lack of quality of existing services for the final consumer in crowdfunding web platforms for sports investment. Given the lack of services to this market comes Support Me. Category that offers plans to investors with interests in sports, clubs or sporting events, in order to encourage the development and growth of personal or corporate brands. The business seeks to be the starting tool for the relationship between interest groups related to sports that wish to meet collective and individual objectives in accordance with their discipline. With respect to the organizational structure, a hierarchical organizational chart has been established that indicates that the fulfillment of the logistic and technological activities is in order and the expected quality is provided. Finally, a financial analysis was carried out that determined a five-year projection of a viable business.

In conclusion, the implementation of web platforms for search, contact and relations between investors and athletes has been limited in the media, generating a business opportunity that provides nonexistent services for sports development.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación del trabajo.....	1
1.2 Objetivo general.....	2
1.3 Objetivos específicos.....	2
2. ANÁLISIS DEL MERCADO .....	4
2.1 Análisis del entorno externo.....	4
2.1.1 Político .....	4
2.1.2 Económico .....	5
2.1.3 Social .....	6
2.1.4 Tecnológico .....	7
2.1.5 Ambiental.....	7
2.2 Análisis de la industria.....	8
2.2.1 Amenaza de nuevos competidores.....	8
2.2.2 Poder de negociación de los proveedores.....	9
2.2.3 Poder de negociación de los clientes.....	9
2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.....	10
2.1.5 Rivalidad entre competidores .....	11
2.3 Matriz EFE .....	12
2.4 Conclusiones.....	13
3. ANALISIS DEL CLIENTE .....	14
3.1 Investigación cualitativa.....	14
3.1.1 Investigación cualitativa a expertos .....	14
3.1.2 Análisis Focusgroup.....	17
3.2 Análisis cuantitativo .....	20
4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	22
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada, sustentada por el análisis interno, externo y del cliente.....	22
5. PLAN DE MARKETING.....	26

5.1 Estrategia general de marketing.....	26
5.1.1 Mercado Objetivo.....	27
5.1.2 Propuesta de valor.....	27
5.2 Mezcla de Marketing.....	30
5.2.1 Servicio .....	30
5.2.2 Branding .....	31
5.2.3 Precio.....	32
5.2.4 Plaza.....	34
5.2.5 Procesos.....	35
5.2.6 Persona de talento humano.....	35
5.2.7 Promoción.....	36
5.2.8 Publicidad .....	37
5.2.9 Marketing directo .....	38
5.2.10 Proyección de costos del plan de Marketing.....	39
<b>6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>40</b>
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización .....	40
6.2 Plan de Operaciones .....	41
6.2.1 Procesos requeridos para ejecución de funcionalidades en la organización .....	41
6.3 Estructura Organizacional.....	46
6.4 Estructura legal del negocio.....	48
<b>7. EVALUACIÓN FINANCIERA.....</b>	<b>49</b>
7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos.....	49
7.1.1. Proyección de ingresos.....	49
7.1.2. Proyección de costos.....	49
7.1.3. Proyección de gastos.....	50
7.2. Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital .....	51
7.2.1. Inversión inicial .....	51
7.2.3. Capital de trabajo.....	51

7.2.3. Estructura de capital .....	51
7.3. Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja .....	52
7.3.1. Proyección de estados de resultados .....	52
7.3.2. Situación financiera.....	53
7.3.3. Estado de flujo de efectivo .....	53
7.4. Proyección del flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración .....	53
7.4.1. Proyección del flujo de caja del inversionista.....	53
7.4.2. Cálculo de la tasa de descuento .....	54
7.4.3. Criterios de valoración .....	54
7.5. Índices financieros (Comparación con la industria) .....	55
REFERENCIAS .....	60
ANEXOS .....	62

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación del trabajo

El crowdfunding en el mundo consiste específicamente en generar financiamiento por masas de personas o entidades que necesitan recaudar fondos para distintos fines. El significado de finding = financiamiento y crowd = masas; explica que cada una de las personas o empresas que estén dispuestas a financiar el proyecto buscan un beneficio a cambio, por lo que, en la mayoría de las plataformas web o empresas dedicadas al financiamiento de planes se establecen distintos tipos de beneficios como un porcentaje del proyecto o el recibimiento de un reconocimiento por ser parte de este.

Se debe tomar en consideración que existen varios tipos de crowdfunding pero el que más acogida tiene por las sociedades es el financiamiento por contrapartidas, es decir, realizar una pre-compra. Un ejemplo es cuando un grupo musical requiere financiar un disco, para lo cual, dicho grupo puede ofrecer canjes de productos a las personas o empresas interesadas en hacer un patrocinio o donación obteniendo algo a cambio, entonces esto genera un disco a cambio de cinco dólares, un disco firmado a cambio de diez dólares, un disco firmado y dedicado a cambio de quince dólares, una entrada a una localidad importante treinta dólares, una presentación de la banda musical 300 dólares o más etc (Rivera, 2019).

Existen varios países de Latinoamérica que cuentan ya con plataformas web dedicadas al manejo de crowdfunding en proyectos o ideas innovadoras, entre los principales, se puede mencionar a Brasil, Paraguay, Venezuela, Argentina, Chile, México, Perú y Ecuador, países que han alcanzado un éxito representativo dentro del mercado global.

En la actualidad existe ya una gran cantidad de plataformas enfocadas en este modelo de negocio, sin embargo, Ecuador no posee plataformas especializadas en crowdfunding deportivo; lo cual hace prever que es un

negocio innovador; que solo no generara expectativa por parte de los deportistas o entidades de deporte sino también por los posibles patrocinadores.

Cabe mencionar que en España ha tenido gran éxito este modelo de plataformas web, ya que la denominada Apontoque es una plataforma con características similares al modelo de negocio que se plantea efectuar en este Plan de Negocios.

## **1.2 Objetivo general**

- Determinar la factibilidad para la implementación de un plan de negocios para la creación de una plataforma web especializada en crowdfunding deportivo.

## **1.3 Objetivos específicos**

- Determinar los factores externos del entorno que nos permitirán apreciar tanto las amenazas como oportunidades dentro del modelo de negocio de la creación de una plataforma web especializada en crowdfunding deportivo, por medio de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que son parte fundamental para iniciar este proyecto.
- Sustentar el modelo de negocio por medio de factores internos, externos y del cliente, que permitan demostrar el interés de las personas tanto por ayudar a otras y de la utilización de plataformas web dentro del país.
- Realizar preguntas a expertos y posibles clientes por medio de metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa, las cuales permitan establecer datos y generar un análisis del proyecto y la creación de posibles estrategias.
- Determinar las estrategias adecuadas dentro del plan de marketing que nos ayuden a dirigirnos de manera acertada a nuestro mercado objetivo con una propuesta de valor diferente a las ya existentes.

- Realizar la estructura organizacional de la plataforma web, definir misión, visión y objetivos de la empresa, desarrollar un plan de operaciones que nos permita darnos cuenta de las actividades clave del modelo de negocio.
- Establecer un plan financiero que permita determinar la inversión inicial el capital de trabajo y la evaluación y desarrollo del proyecto a largo plazo.



## 2. ANÁLISIS DEL MERCADO

### CÓDIGO CIIU: J6312.0 PORTALES WEB.

Como establece el código CIIU en referencia a actividades de servicios de la información, específicamente en la industria perteneciente a PORTALES WEB.

#### 2.1 Análisis del entorno externo

##### 2.1.1 Político

###### **Gubernamental**

Luego de llegar a un acuerdo con el FMI, el estado se ha planteado la necesidad de generar nuevas recaudaciones tributarias, las cuales se presentarán ante el poder legislativo, para que estos realicen una discusión y aprobación dentro de un procedimiento el cual estará dirigido al cobro de impuestos por servicios digitales; una alternativa adoptada en otros gobiernos a nivel mundial la cual se presenta como un punto referencial a tomar en consideración para el ingreso de la plataforma web al mercado (Sebastian Angulo, 2019).

###### **Leyes**

La comunicación es muy importante dentro del desarrollo de una nación; es por esto que el buen uso de las TIC's (TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN) ayudan a generar mayor eficacia frente a otros medios por ser masivos y de gran accesibilidad lo cual beneficia y da comodidad para crear conocimiento e información (Cordicom, 2019). La antes mencionada ley de telecomunicaciones que fue aprobada por la Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador fomenta el desarrollo dentro de la industria (Cordicom, 2019).

###### **Protección a la propiedad intelectual**

Artículo 1: Ley De Propiedad Intelectual “El Estado reconoce, regula y garantiza

la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes. Artículo 3: Ley de Propiedad Intelectual “El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano”.

## **2.1.2 Económico**

### **Nivel de confianza del consumidor**

Dentro de los datos investigados por el INEC 9 de cada 10 hogares en Ecuador disponen de un teléfono móvil, 8,4 puntos más registrados que en el año 2012. El 36,0% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet

### **Nivel de confianza del consumidor**

Este factor ha tenido un aumento de 13,5 puntos en los últimos cinco años. En el área urbana el crecimiento es de 13,2 puntos, mientras que en la rural de 11,6 puntos”. “El 36,0% de los hogares tiene acceso a Internet, de ellos el 24,5% accede a través de algún medio inalámbrico, 4,0 puntos más que en 2012” esto permite tomar en consideración el crecimiento significativo de las Tecnologías de Información y Comunicación, por lo cual la industria de medios y redes sociales han obtenido un avance positivo **Fuente especificada no válida..**

“En el periodo 2012-2015, existe un incremento en el uso de redes sociales (12 puntos porcentuales), Los teléfonos celulares y correo electrónico son los principales medios que utilizan las empresas investigadas para comunicarse en el 2015”. Es importante destacar el beneficio de uso de redes sociales dentro de las empresas, Ayuda a elevar el nivel de impacto dentro de la industria por parte de las organizaciones.

### **2.1.3 Social**

#### **Condiciones de vida**

El aumento de población dentro del sector ecuatoriano específicamente la ciudad de Quito aumento en 2,29%, convirtiendo a la provincia de Pichincha en una de las más altas en crecimiento poblacional (INEC, 2012)

#### **Patrones de consumo**

La aceptación que han obtenido los sitios web en los últimos años es sustancial, considerando el resultado positivo y acreditación de las compras que han mantenido los usuarios por este medio, teniendo en cuenta que representan 2,58 millones de ecuatorianos. Dado que solo son considerados los clientes de Pacificard, este dato estadístico permite analizar el crecimiento de compra dentro de la industria.

#### **Tendencias**

Con respecto a las referencias establecidas por el Instituto Nacional de Estadística y Censo más del 15% de productos fueron compras online, las cuales pertenecen a los sectores de recreación y cultura, otro punto el cual permite argumentar que es una oportunidad para la industria. En pocas palabras existe un nicho potencial dentro del sector de recreación y cultura en el cual se localizan a los eventos o espectáculos deportivos.

#### **Cultura**

En definitiva, es importante reconocer que el Ecuador y su cultura de compras online, no generan seguridad en los consumidores, las empresas que ofrecen ventas online y se manejan por pagos con tarjeta de crédito sin previa entrega han tenido gran dificultad para operar dentro del país (Linio, 2019).

#### **2.1.4 Tecnológico**

##### **Impacto de las nuevas tecnologías**

Las iniciativas por parte del Gobierno, Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información contribuyen con la construcción del Ecuador digital y del conocimiento, se han gestionado proyectos por parte de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones que es participe en la actualidad con un grupo de expertos en capacitaciones para la mejora de la industria, desarrollando sus investigaciones y estudios en china, esta evolución permite consolidar, renovar y aprender de países que se encuentran a la vanguardia en materia tecnológica, lo cual permitirá en un futuro contar con personas altamente capacitadas para el manejo de medios digitales que brinden conocimiento a través de dichas tecnologías.

##### **La automatización de los procesos**

Hay que destacar que las Tecnologías de la Información y Comunicación han modificado los procesos de trabajo y gestión de los recursos en las empresas, existen adelantos tecnológicos que facilitan la informática, esto genera un desarrollo en la comunicación en masa, multimedia y realidad virtual. Es por esto que resulta un beneficio para la industria debido a que avanza en el tiempo se desarrollan nuevas tecnologías para gestionar recursos.

##### **Impacto de las nuevas tecnologías**

Las TIC permiten a la industria alcanzar niveles de eficiencia, productividad y desarrollo, por este motivo la medición del impacto que tienen las TIC en la sociedad y empresas, deben ser realizadas de manera continua (OSILAC-CEPAL, 2010).

#### **2.1.5 Ambiental**

##### **Problemas medioambientales**

El número de desperdicio tecnológico que se evidencia cada año alrededor del mundo es alarmante, ya que no preexiste una medida para el reutilizamiento de

la basura cibernética por este motivo se ha determinado que todas las naciones trabajen en conjunto buscando estrategias, soluciones o mecanismos que permitan cumplir con una gestión sostenible para excluir estos residuos (Valdiviezo, 2011)

### **Políticas medioambientales**

Se encuentra en proceso el progreso de reformas públicas que permitan instaurar los lineamientos más adecuados para el uso correcto de métodos que se encuentren dentro de la preservación del medioambiente y el apropiado manejo de desechos tecnológicos (Valdiviezo, 2011).

## **2.2 Análisis de la industria**

### **2.2.1 Amenaza de nuevos competidores**

**Experiencia:** a pesar de que en la industria existe un regulador de propiedad intelectual (IEPI), no se requiere de barreras de entrada para la creación de plataformas web.

**Economías de escala:** es importante recalcar que según la Ley Orgánica De Telecomunicaciones representa una oportunidad para la industria, teniendo en consideración que este tipo de economías es adecuado para conseguir un nivel óptimo, crecimiento y avance de la tecnología.

**Diferenciación del servicio:** promueve el uso de medios masivos y digitales, que crean una ventaja de diferenciación ante otros servicios.

**Competencia:** En base al código CIIU y Súper Intendencia de Compañías se demuestra la existencia de 29 empresas competidoras dentro de Pichincha, por lo tanto, La amenaza de nuevos competidores es **ALTA**. Gracias a que no existe un ente regulador por parte del estado que restrinja la creación de plataformas web.

Requerimiento de capital: el único requisito es tener capital de trabajo para poder crear una página web en cual no es elevado, en el caso de que no existan conocimientos se puede contratar a un experto en el tema lo que facilita la entrada de competidores a la industria de portales web.

### **2.2.2 Poder de negociación de los proveedores**

El poder negociador de proveedores se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria, por parte de los distribuidores a causa del poder del que disponen, ya sea por su grado de concentración, por características de bienes que producen o el impacto en el coste de otros productos (Porter, 2008).

Activos especializados: para ingresar a la industria se necesita de un hosting y un dominio, los cuales son desarrollados en base al código CIIU G4651.02 específicamente relacionado con la venta al por mayor de programas informáticos (SOFTWARE) dichos activos no determinan un alto nivel de complejidad ya que no tienen un valor elevado.

Costos de salida: según la Superintendencia De Compañías existen alrededor de 203 empresas que se dedican a ofertar este tipo de servicios, esto quiere decir que el poder de negociación de los proveedores es **MEDIO** debido a que los costos de salida no son altos al desertar de la industria.

Restricciones sociales: son un factor importante ya que pueden representar un problema a la hora de cerrar la organización o cambiar de modelo de negocio, dentro de esta industria dedicada a la creación de portales web se puede escoger y cambiar deliberadamente a su proveedor.

### **2.2.3 Poder de negociación de los clientes**

**Número de clientes:** El segmento a dirigarnos dentro de la industria es muy atractivo y crece de manera constante, Según la Superintendencia De

Compañías existen 29 empresas dentro de la industria dedicada a portales web, esto permite determinar que los consumidores disponen de una extensa variedad de proveedores.

**Costo de migración de compradores:** permite escoger a la voluntad el tipo de servicio que deseen, por lo tanto, el nivel de negociación de los clientes es **ALTO** ya que estos pueden cambiar de proveedores cuando lo decidan o se sientan insatisfechos.

**Productos sustitutos:** la ciudadanía en promedio comienza a realizar conexiones a internet, redes sociales desde un rango de 12 a 15 años. Gracias a este fácil acceso los consumidores tienen la oportunidad de buscar nuevos proveedores de servicios tanto dentro del país como fuera de este, por esta razón el poder de negociación de los clientes es ALTO ya que la accesibilidad a este servicio va creciendo de manera gratuita y desde cortas edades existe el interés por navegar en portales web.

**Influencia de la calidad:** como satisfacer las necesidades de los consumidores dentro de la industria, dar un valor y una imagen a la marca que se espera proyectar, brindando fiabilidad y alta expectativa. Se Puede determinar que el poder de negociación de los clientes es **ALTO**, ya que la accesibilidad a internet sigue incrementando y se ha elevado de forma significativa a nivel global.

#### **2.2.4 Amenaza de productos sustitutos**

**Cantidad de proveedores:** dentro de la industria de información y comunicación existen alrededor de 1000 empresas registradas, en base a datos analizados por la Superintendencia De Compañías, esto permite analizar que existe una gran cantidad de productos que remplazan a la industria de portales web.

**Productos sustitutos:** está situada en la industria de entretenimiento o enseñanza, la cual abarca una gran cantidad de empresas que brindan un servicio o producto que satisfaga la demanda, la cual representa una amenaza para la industria de portales web.

Dentro de este factor se puede observar que la amenaza de productos sustitutos es **ALTA**, ya que existen una gran cantidad de empresas registradas por la Superintendencia de Compañías y también se presenta una amenaza de productos sustitutos dentro de otras industrias.

**Precios de servicio a proveer:** concepto que va en búsqueda de crear rentabilidad para la empresa, basándose principalmente en consumir recursos de la organización y analizando costos al momento de brindar un servicio.

#### **2.1.5 Rivalidad entre competidores**

**Cantidad de competidores:** Dentro de la provincia de pichincha y en base al código CIIU determinado anteriormente, se encuentran 29 empresas que ofrecen este tipo de servicio (PORTALES WEB) los cuales vienen hacer competidores directos.

**Crecimiento de la industria:** es un factor determinante dentro de la misma ya que esta avanza de manera muy atractiva.

**Costos fijos:** no son eminentes y las características dentro de la industria es ser especialistas y atacar al sector deportivo, no obstante, se debe tomar en cuenta que al ser un aspecto tecnológico y de fácil accesibilidad las personas no solo tienen camino al mercado ecuatoriano sino también al mercado internacional.

**Diversidad de competidores:** Debido a estas razones la rivalidad que existe entre competidores es **ALTA** ya que existe gran variedad de competencia



dentro de la industria, por eso se debe tomar en consideración que dentro de la misma las empresas deben estar en constante innovación y desarrollo.

Características del servicio: es el conjunto de componentes intangibles, inherentes, heterogéneos y perecederos.

### 2.3 Matriz EFE

Tabla 1.

*Matriz EFE – Plan de negocios 2019*

N°	OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	SUBTOTAL
1	Desarrollo de las TIC's por parte del Gobierno	0,06	3	0,18
2	Protección de la Propiedad Intelectual por parte del Gobierno	0,06	3	0,18
3	Disponibilidad de teléfonos móviles por parte de la población	0,06	4	0,24
4	Acceso al internet por parte de la población	0,08	4	0,32
5	Incremento de compras online en Ecuador	0,09	4	0,36
6	Mayor aceptación de sitios web por parte de la población	0,09	4	0,36
7	Buen impacto de las TIC'S en la sociedad	0,05	3	0,15
8	Crecimiento de la industria deportiva	0,06	4	0,24
N°	AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	SUBTOTAL
1	Alto grado de incertidumbre sobre las ventas online	0,06	1	0,06
2	Falta de cultura sobre compra-venta online	0,06	1	0,06
3	Facilidad de entrada para nuevos competidores	0,05	1	0,05
4	Alto poder de negociación de los compradores	0,06	1	0,06
5	Alto número de sustitutos	0,05	1	0,05
6	Gran rivalidad de los competidores	0,07	2	0,14
7	Disponibilidad de servicios sustitutos	0,05	2	0,1
8	Bajos costos de producción	0,05	2	0,1
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>		<b>2,65</b>

De acuerdo con el análisis de la matriz de factores externos se ha obtenido una puntuación de 2,65 indicando que es apenas superior a la media (2,5), pero lo suficientemente bueno para que las oportunidades minimicen las posibles

amenazas. Por lo cual, el plan de negocios se convierte en atractivo logrando generar un proyecto sostenible y rentable con las estrategias adecuadas.

## 2.4 Conclusiones

- Dentro del factor político hay que tomar en cuenta el incremento de fondos destinados al sector deportivo y de telecomunicaciones lo cual ayuda al desarrollo de nuevas tendencias dentro de la industria y aumenta la accesibilidad de los usuarios a medios de comunicación masiva.
- En el ámbito económico las personas adquieren tecnología, lo que es beneficioso, además el estado invierte en TICS ya que estas generan avances dentro de una nación.
- En el factor social las TIC's son importantes, aunque en nuestra cultura todavía no existe una completa aceptación por compras o servicios en línea
- El desarrollo tecnológico es indispensable para cualquier modelo de negocio, ya que a nivel global se puede determinar el crecimiento y la accesibilidad a nuevas tecnologías desarrollo que sirven para generación de recursos cada día es más común por medio de plataformas web.
- La amenaza de nuevos competidores es elevada ya que no existen barreras de entrada o salida que impidan que surjan nuevos emprendimientos.
- Existen una alta variedad de proveedores (203) los cuales permiten tener una variedad de opciones y destacar a los más adecuados.
- Los clientes poseen un alto poder ya que al no estar satisfechos con un servicio pueden cambiar sin tener un costo alto de cambio de proveedor.
- Al considerar todas las plataformas digitales existen un gran número de empresas sustitutas (1.000) que generan una mayor competencia.
- Finalmente, en la rivalidad de competidores existen 29 empresas que ya se encuentran establecidas lo que genera que los nuevos emprendimientos deben establecer diferentes estrategias de diferenciación para llamar la atención de sus posibles clientes.

### 3. ANALISIS DEL CLIENTE

#### 3.1 Investigación cualitativa

##### Objetivo general

Analizar el mercado quiteño mediante técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa que permitan comprender como respaldar la carrera profesional de deportistas afiliados a la plataforma de crowdfunding, ya que las entidades gubernamentales no contemplan con recursos suficientes para cubrir los gastos que demandan la cantidad de disciplinas deportivas dentro del país.

##### Objetivos Específicos

- Determinar el interés que tienen los deportistas para formar parte de esta plataforma virtual.
- Definir las principales características que buscan los deportistas en este servicio.
- Analizar los limitantes al momento de las aportaciones.

##### 3.1.1 Investigación cualitativa a expertos

Para conocer factores sobresalientes acerca del crowdfunding y su acogida dentro del mercado ecuatoriano, se ha realizado entrevistas a expertos quienes señalan que: Fernando Rivera, deportista con 8 años de experiencia, récord amateur de 20 peleas disputadas, 17 ganadas, 2 perdidas, 1 empatada, forma parte de la Concentración Deportiva de Pichincha es campeón nacional en 2018, considerado el mejor deportista 2016, representante de Ecuador en China 2013.

Al poder tomar contacto con un deportista de alto rendimiento, manifiesta el interés por conocer un poco más acerca de la creación de este plan de negocios ya que afirma que no tiene conocimiento de plataformas que en Ecuador se dediquen a gestionar financiamiento para deportistas. Es una oportunidad para que el deporte siga obteniendo un mayor impulso dentro de la

sociedad y se genere más interés en personas para practicar deportes profesionales que despierten provecho no solo por las empresas públicas, gobierno, o entidades privadas sino en personas que quieran aportar para incrementar el desarrollo y la inversión en deportistas de elite.

Indica que no existe mucha ayuda dentro de la industria deportiva en el Ecuador lo que dificulta que muchos deportistas consigan consolidarse en sus distintas disciplinas, es importante tomar en consideración la falta de recursos que mantienen por parte del gobierno o entidades privadas para el buen desarrollo de un atleta de alto rendimiento, por lo cual muchos han optado por retirarse o no seguir ejerciendo el deporte que practicaban, ya que resulta costoso desplazarse en muchas de las ocasiones y no todos cuentan con los recursos necesarios para financiar lo que implican estas disciplinas.

Es indudable que el tema económico en cuanto a recaudación por parte de la plataforma es un poco delicado, ya que se tendría que cobrar un porcentaje por monto obtenido y por tiempo de estadía mientras dure el perfil del deportista dentro de la página WEB, por lo tanto Rivera manifestó que si se cumple la meta de financiamiento estaría dispuesto a pagar un porcentaje entre el 10 al 15 por ciento, lo cual es una buena señal del negocio ya que se estima cobrar un valor menor en el caso de llegar a cumplir la meta (Rivera, 2019).

Por otro lado el Ing. Oscar Piedra, quien tiene un registro de Senecyt que lo faculta para ejercer la profesión como Ingeniero Electrónico Automatización y Control es 1079-15-1396272, cuenta con 4 años de experiencia laboral y en la actualidad se encuentra finalizando una Maestría en Telemática con mención en calidad de servicios, estos conocimientos le han permitido desarrollar algunas plataformas WEB en su mayoría relacionadas o diseñadas para ambientes educativos mientras que otras son adaptadas para ambientes industriales. Finalmente comentó que se desempeña como Supervisor de Proyectos de implementación para la empresa Telefónica- Movistar a través de "Linkzartec" y es Gerente General de "SeguridadOP" empresa dedicada a la seguridad tecnológica.

Después de revisar previamente las respuestas enviadas por el Ing. Oscar Piedra, se puede hacer un análisis y constatar que las innovaciones tecnológicas han permitido a las personas tener un mayor acceso a nuevas experiencias, que han ocasionado un aumento importante en el uso de redes sociales, así también en plataformas adaptadas a las necesidades empresariales dentro de una industria u organización.

En Ecuador existe una alta conectividad de los usuarios en el uso de medios informáticos, existe una particularidad importante mencionada por el experto ya que afirma que las plataformas Web permiten la comunicación bidireccional de información que hace referencia a la relación entre las personas y un actor empresarial. La tecnología mantiene un avance importante dentro del país y a nivel mundial, es por esto por lo que ahora se tiene mayor accesibilidad a gestionar pagos, plataformas estudiantiles desde la comodidad del hogar, es decir es un punto a favor para el emprendimiento y que no es un limitante para que los posibles patrocinadores puedan llegar de cualquier manera a mantener un aporte con los deportistas.

Es primordial tener en cuenta que los costos para la creación de una plataforma Web varían de acuerdo con sus necesidades ya que depende el impacto que se quiera adquirir y el tipo de estándar que desees cumplir dentro de tu modelo de negocio; esto es lo que permitirá definir la inversión y la implementación de una plataforma dentro del medio al que se piense dirigir.

Hay tres factores vitales que se deben considerar para el desarrollo e implementación de páginas Web.

1. El flujo de personas (Base de datos)
2. La interacción que puedan tener las personas dentro de la plataforma
3. Punto muy importante la seguridad y validaciones q se brinden dentro de esta

Uno de los puntos débiles que tiene este modelo de negocio es la poca fiabilidad que existe por parte de las personas para realizar transacciones bancarias ya sea con tarjetas de crédito o transferencias; esto hace que la gente no se sienta segura de hacer aportes económicos por medios digitales, cumpliendo con todos los requisitos gubernamentales se podría contrarrestar por medio de certificaciones y cumplimientos de proyectos que estén a la vista de las personas lo cual generaría confianza dentro de los consumidores y del servicio que se está brindando para precautelar el bienestar de los patrocinadores por un espacio Web con políticas de seguridad.

Es importante determinar que realizar este tipo de modelos de negocio no representa una gran inversión y es aparentemente fácil de realizar, lo más importante es la calidad con que se maneje el servicio y cumplir con los objetivos destinados tanto de la empresa como los consumidores, todo negocio representa un riesgo en sus inicios pero el deporte es algo que atrae masas y entidades privadas están dispuestas a financiar a deportistas de alto rendimiento, clubes o empresas organizadoras de eventos deportivos por lo que generan una retribución y reconocimiento por parte de la sociedad en la responsabilidad social y empresarial. El trabajo en conjunto es indispensable para el desarrollo de cualquier tipo de negocio donde se deben considerar varios aspectos: legal, administrativo y brindar un servicio de calidad para que las personas se sientan identificadas y perciban un beneficio por haber realizado una inversión para el desarrollo del talento humano de un deportista y de una industria que genera elevadas cifras de dinero a nivel mundial (Piedra, Enero).

### **3.1.2 Análisis Focusgroup**

1. ¿Qué tan importante consideran el patrocinio a deportistas profesionales?

2. ¿Cómo ayudaría una plataforma especializada en crowdfunding deportivo en la ciudad de Quito a deportistas, clubes u organizaciones que se dediquen a la organización de eventos en el deporte?
3. ¿Creen que puede ser viable que las personas puedan tener confianza en patrocinar deportistas por medios online?

El focusgroup fue realizado el día viernes 8 de junio del 2018 en la sede del barrio Rojas sector de Cumbaya, con la colaboración de 7 personas conformadas por deportistas y empresarios. Los cuales se encuentran dentro de un rango de edad de 25 a 40 años.

Es importante destacar la predisposición de los participantes y en base a esto se logró obtener información valiosa acerca del tema, después de hacer un análisis y determinar los puntos a favor y en contra se puede decir que el proyecto es viable pero siempre y cuando se tome en consideración factores importantes que fueron recalcados por las personas dentro del debate. Uno de los factores que se determinó como un beneficio fue la creación de una plataforma web dentro de la ciudad de Quito que se encuentre específicamente especializada en deportistas, clubes y empresas organizadoras de eventos deportivos, con lo cual se facilitaría de alguna manera obtener recursos tanto para los deportistas y gestionar de mejor manera por parte de las empresas a los posibles atletas en los cuales se interesen en brindar una ayuda económica, como punto importante uno de los panelistas representante de una empresa reconocida como lo es Herbalife, que apoya no solo a entidades deportivas relacionadas con el fútbol también deportistas de diferentes disciplinas manifestó que esto les facilitaría el trabajo a las grandes empresas que apoyan constantemente a los deportistas ya que podrían tener una referencia de la plataforma y se reduciría el gasto que se destina por parte de las organizaciones en buscar deportistas, hacer un posible análisis de los beneficios que obtendrían.

Dentro del debate otro de los puntos fundamentales fue la responsabilidad

social empresarial, lo que ayudaría a deportistas a llegar con mayor facilidad a diferentes personas o empresas dispuestas a fomentar el financiamiento dentro de una plataforma deportiva la cual sería un intermediario entre estos dos agentes. Se destaca la posibilidad de obtener recursos financieros de personas naturales o de empresas pequeñas que aporten con valores no tan representativos pero que se conviertan en una ayuda para los atletas que requieran de este apoyo económico, se discutió temas importantes como los pocos recursos económicos que destinan las federaciones o gobierno en deportistas de alto rendimiento, que en este caso hacen del proyecto algo viable e innovador, ya que al convertir la plataforma en un apoyo para generar financiamiento sería de gran utilidad en el medio.

Dentro del debate realizado se puede observar que existen varios puntos de vista, por este motivo logramos sacar varios factores que apoyen al emprendimiento del proyecto, la mayoría de los panelistas manifestó el interés que podría causar una plataforma de estas en el medio ecuatoriano, por otra parte se diferencia mucho la manera de aportar financieramente por parte de una empresa con un contrato y obteniendo beneficios mutuos, o aportar como persona natural y saber que los beneficios son menos representativos, esto tiene mucho que ver con el monto el cual se apoye a los deportistas y la manera como se lo haga, ya que la plataforma permitiría llegar de manera más directa a los dos mercados objetivos en este caso, brindando comodidad confort y presentar una reseña de logros conseguidos por cada deportista, muy importante rescatar que la colaboración hoy en día no solo viene de amigos y familia viene de la gente que gusta de la industria deportiva, lo cual permitirá el aumento de las personas dentro de las prácticas deportivas y que disciplinas que no están tan desarrolladas salgan a luz, lo que permita la autogestión de clubes, deportistas y empresas que se dediquen a la organización de eventos deportivos obteniendo recursos económicos de empresas privadas y personas naturales; esto impulsara al crecimiento de la industria y la volverá más competitiva y un incentivo para que los buenos deportistas, los cuales se esforzaran por cosechar logros, generar mayor cantidad de recursos para una



preparación que los ayude con en su crecimiento profesional.

### 3.2 Análisis cuantitativo

#### Segmentación de mercado

Tabla 2:

*Tabla de segmentación – Plan de negocios 2019*

TIPO SEGMENTACIÓN	VARIABLES	%	PERSONAS
<b>Geográfica</b>	Ecuador (INEC, 2010)	100%	17.023.408
	Pichincha (INEC, 2010)	18,30%	3.116.111
	Quito (INEC, 2010)	86,33%	2.690.150
<b>Demográfica</b>	15-29 años (INEC, 2010)	28,20%	758.622
	NSE (C-, C+, B) (INEC, 2011)	83,30%	631.932
<b>Pictográfica</b>	Realiza actividad física con frecuencia (INEC, 2014)	49,20%	310.911

Análisis sobre resultados de encuestas: Es importante determinar que la mayoría de las personas es seguidora de los deportes dentro del medio ecuatoriano dentro de los 50 encuestas dos el 94% afirmo tener afinidad por algún deporte, también podemos observar que uno de los deportes que más llama la atención de los espectadores y el que más desarrollo tiene dentro del país todavía sigue siendo el futbol por lo cual se necesita de gran crecimiento por parte de otras disciplinas deportivas, aunque el ciclismo está creciendo y es uno de los principales deportes que las personas practican actualmente el más reconocido es el futbol. Un gran porcentaje de personas nos manifestaron que los deportistas deberían recibir el apoyo por parte de entidades privadas y públicas lo cual ayudaría en el desarrollo deportivo, por otro lado los encuestados reconocen que las herramientas virtuales pueden ser un factor determinante para que los deportistas puedan obtener financiamiento deportivo para sus competiciones, muchas individuos afirman no conocer sobre el significado de lo que es una plataforma crowdfunding lo cual dificultaría la implementación de este sistema dentro del país. Un 65% afirma que utilizaría este medio como financiamiento para deportistas y un 27% no saben que es ni

cómo funciona este sistema de plataformas, la mayoría de las personas dispuestas a participar esperan recibir una recompensa sobre todo en visualizar su marca por un aporte económico en forma de patrocinio, la mayoría de los encuestados asevero que podrían participar en los proyectos de la plataforma semestralmente lo cual ayudaría a muchos deportistas a obtener beneficios de financiamiento.

### **Conclusiones del análisis de mercado**

Después de realizar el análisis a través de dos técnicas tanto cualitativa como cuantitativa se obtienen los siguientes resultados: al tener contacto con un deportista de alto rendimiento quien señala un gran interés por la implementación de esta plataforma virtual dentro del país, indicando que sería un recurso económico de apoyo para los deportistas ecuatorianos de elite además que estaría de acuerdo con las condiciones para unirse a esta plataforma. Por otro lado, especialistas en soporte tecnológico señalaron que hoy en día las plataformas virtuales se han convertido en un método de forjar medios económicos dentro de la sociedad.

La falta de culturización para realizar pagos por medio de plataformas virtuales es uno de las mayores limitantes para el desarrollo de este plan de negocios.

## 4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

### 4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada, sustentada por el análisis interno, externo y del cliente.

La creación de una plataforma web especializada en crowdfunding deportivo (la cual se refiere a financiamiento a deportistas, clubes o entidades relacionadas a crear eventos deportivos, por medio de masas con aportes económicos), tendría como objetivo desarrollarse en la ciudad de Quito, enfocada en deportistas profesionales de 15 a 30 años, que necesiten financiar sus proyectos deportivos o la posible creación de un evento enlazado con el deporte. Después de haber determinado los tipos de investigación y haberlas realizado se llegó a obtener la siguiente información.

En base a las leyes establecidas sobre las Tecnologías de Información y Comunicación las cuales representan un importante desarrollo dentro de una nación, con el buen uso de las mismas, los medios digitales y masivos han incrementado la accesibilidad, las cuales brindan conocimiento e investigación dentro de la industria, las economías a escala representa una oportunidad de negocio tomando en consideración que las mismas son adecuadas para alcanzar el nivel esperado de una organización (Cordicom, 2019). Según el Ingeniero Piedra afirma que la ventaja de estas tecnologías es la comunicación directa y bidireccional entre los agentes (deportistas-empresas-personas naturales) son los posibles patrocinadores quienes pueden tener mayor accesibilidad y confianza de su inversión a realizar, la oportunidad de negocio destaca en el servicio brindado por la plataforma para que los deportistas puedan obtener recursos financieros por personas naturales o empresas, brinden aportaciones poco representativas que vayan sumando y se conviertan en una ayuda para deportistas de alto rendimiento que requieran de asistencia económica; debido a los escasos recursos que existe por parte de las federaciones deportivas y el gobierno a estas entidades; es por este motivo que el proyecto presenta viabilidad dentro del medio como una herramienta que genere financiamiento, de acuerdo a las encuestas realizadas dentro de la

ciudad de Quito el 94% de las personas afirma tener afinidad con una disciplina deportiva por lo cual el desarrollo de esta plataforma web especializada en crowdfunding deportivo brinde una oportunidad para que dichas personas puedan tener contacto con deportistas de alto rendimiento y generar una alianza de beneficio mutuo.

Es determinante la protección que existe a la propiedad intelectual por parte de artículos que regulan y garantizan la misma es por este motivo que el (IEPI) es el organismo encargado de proteger, promover y defender los derechos intelectuales de cualquier proyecto. Dentro de la industria es un factor importante ya que la experiencia dentro de la creación de plataformas web es crítica al no tener barreras de entrada por su facilidad de desarrollo y requerimiento de capital no elevado como menciona el ingeniero Piedra se debe tomar en cuenta los costos para la creación de una plataforma web varían acorde a sus necesidades, impacto y estándares que se implementarán dentro del plan de negocios.

El nivel de confianza dentro de los consumidores es muy importante para el desarrollo del plan de negocio, es trascendental afirmar que según datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos 9 de cada 10 hogares en el Ecuador tienen a su disposición un dispositivo móvil en el área urbana que presenta un crecimiento de 13,2 puntos y en la rural de 11,6 puntos una cifra que va incrementando con el pasar de los años y el avance tecnológico, según datos arrojados por el INEC el uso de redes sociales desde los años 2012 al 2015 han aumentado 12 puntos porcentuales representando un avance positivo no solo para la industria sino también para el desarrollo de este plan de negocios, la diferenciación del servicio genera una ventaja competitiva ante otros servicios y el segmento a cual nos enfocamos dentro de la industria es muy atractivo y tiene un constante crecimiento, por este motivo la influencia de calidad en el servicio determina la satisfacción de los consumidores creando una elevada expectativa, como menciona Rivera es una oportunidad para que los deportistas adquieran impulso por medio de la

sociedad y esto incentive a las personas a realizar actividades en varias disciplinas deportivas e incrementar la inversión en atletas de alto rendimiento; ya que existen muchos deportistas que han optado por retirarse o dejar de realizar actividad deportiva profesional debido a la falta de recursos que se encuentra por parte del estado o entidades privadas según las encuestas realizadas se especifica que las herramientas virtuales y medios masivos de comunicación cada día se vuelven más importantes para el desarrollo tanto de la industria tecnológica como deportiva. Los patrones de consumo y la aceptación que han obtenido las plataformas web los últimos años significan sin duda un gran atractivo para el desarrollo del plan de negocios ya que las personas se están familiarizando con la compra de productos y utilización de servicios online; acorde a las tendencias e informes instaurados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos existe un porcentaje considerable de compras online las cuales se encuentran establecidas en los sectores de recreación y cultura en donde se localizan a los eventos deportivos.

El impacto de las nuevas tecnologías ha generado iniciativas por parte del gobierno en conjunto con el ministerio de telecomunicaciones los cuales muestran una contribución importante para el desarrollo de un Ecuador digital que obtiene mayores avances en los conocimientos, gestionando proyectos a través de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones que en la actualidad brinda constantes capacitaciones mediante expertos que impulsan un desarrollo óptimo dentro de la industria lo cual nos permite evolucionar y renovar investigaciones realizadas en países con mayor progreso tecnológico. La diversidad de competencia existente dentro de la industria es elevada debido a la variedad de competidores, es por este motivo que las empresas siempre deben estar en constante innovación y perfeccionamiento del servicio que ofrecen frente a otros modelos de negocio, como menciona Piedra debemos tomar en consideración tres factores importantes para el desarrollo de una página web: El flujo de personas (Base de datos), la interacción que puedan tener las personas dentro de la plataforma y la seguridad y validaciones q se brinden dentro de esta, es esencial recordar que las

Tecnologías de Información y Comunicación han transformado la gestión de obtener recursos e incrementar los procesos de trabajo, esto facilita a que la informática desarrolle comunicación en masas, aplicaciones multimedia y próximamente realidad virtual que representan un beneficio para la industria al obtener nuevos métodos para generar recursos; gracias a todos estos factores se tiene mayor accesibilidad a plataformas que permiten realizar pagos, estudios online y aportaciones desde un lugar de confort de cada individuo en base a lo mencionado se puede inferir como un punto a favor para el modelo de negocio, el impacto de nuevas tecnologías permiten llegar a niveles de eficiencia, productividad y desarrollo como un método sencillo con el cual se pueda mantener un aporte con deportistas de alto rendimiento por medio de una plataforma web especializada en crowdfunding deportivo (OSILAC-CEPAL, 2010).

## 5. PLAN DE MARKETING

### 5.1 Estrategia general de marketing

La estrategia establecida para la creación de una plataforma web (crowdfunding) que tenga el fin de patrocinar a deportistas y su desarrollo, se propone una estrategia general de diferenciación (Chirinos & Rosado, 2016). Entendiendo que se ofrecería un servicio distintivo el cual pueda ser percibido por los clientes y estos muestren interés en ser parte del modelo de negocio planteado ya que existiría un valor agregado importante haciendo referencia a una red tanto empresarial como de entrenadores que le den un diferenciador especializado, según lo mencionado en el análisis del cliente se considera la aportación económica por medio de masas. Es importante destacar que existe competencia, pero no enfocada ni especializada en el deporte y se podría tomar en consideración como un servicio ideal dentro de las plataformas web dedicadas al crowdfunding centralmente en la industria, se considera un intermediario el modelo de negocio entre los deportistas y las personas dispuestas a apoyar en su desarrollo y financiamiento económico.

Se desarrollará una estrategia enfocada en base de datos y redes sociales donde se encuentran los clientes potenciales que pretendemos captar, esto evitara que el mensaje a difundir no se duplique y presente un alcance de mayor impacto a la audiencia.

Se realizará un administrador de email Marketing con cuentas claves no más de 100 para alcanzar una mayor audiencia lo cual permitirá tener mayor efectividad de la campaña a realizar, sin embargo, la plataforma web estará presente en diferentes eventos corporativos y así se genere una interacción entre el patrocinado, la plataforma y el patrocinador.

### 5.1.1 Mercado Objetivo

Para este modelo de negocio se estable dos mercados objetivos los deportistas como los inversores.

Tabla 3:

*Tabla de segmentación – Plan de negocios 2019*

TIPO SEGMENTACIÓN	VARIABLES	%	PERSONAS
<b>Geográfica</b>	Pichincha (INEC, 2010)	100,00%	3.116.111
	Quito (INEC, 2010)	86,33%	2.690.150
<b>Demográfica</b>	15-29 años (INEC, 2010)	28,20%	758.622
	NSE (C-, C+, B) (INEC, 2011)	83,30%	631.932
<b>Pictográfica</b>	Realiza actividad física con frecuencia (INEC, 2014)	49,20%	310.911

### 5.1.2 Propuesta de valor

Ofrece la oportunidad a deportistas de obtener recursos económicos por medio de personas o empresas que deseen ayudar a financiar sus proyectos, los clientes pagarían un porcentaje determinado del valor establecido como meta a recaudar como principal herramienta de ingreso que presenta el modelo de negocio, como valor agregado y diferenciador se establecería una red de empresas y entrenadores que brinden un plus destinado a los deportistas, sería el factor principal por el cual tendrían que acudir a este modelo de negocio para financiar sus proyectos deportivos mediante la recaudación de dinero por medio de aportes económicos, dentro del Ecuador no se registran proveedores que ofrezcan estos servicios pero comparando con compañías internacionales se puede determinar facilidad en acceso, seguridad, efectividad y una solución a los problemas financieros que mantienen los deportistas.

#### **Relación cliente:**

Esta plataforma especializada en crowfunding deportivo brindara a sus clientes



un trato personalizado, el mismo que pretende crear confianza en los deportistas, dar un valor agregado construyendo no solo una red empresarial de financiamiento sino la posibilidad de que personas especializadas como entrenadores reconocidos puedan ser parte de este proyecto e incentiven a los deportistas a formar parte de la plataforma.

**Canales de distribución:**

Se llegaría a los consumidores con la proyección de generar recursos económicos por medio de aportes personales o empresariales que ayuden al financiamiento de sus aspiraciones para el desempeño de su disciplina deportiva, se actuaría a través de canales de distribución de servicio cliente-plataforma-financistas donde no es necesario el contacto personal entre el cliente y los financistas ya que la plataforma sería un intermediario que ayudaría a gestionar recursos y beneficios de ambas partes.

**Segmentos de Clientes:**

Los principales clientes para este modelo de negocio serian deportistas, clubes o entidades deportivas que requieran obtener recursos para cumplir con sus proyectos, es importante la segmentación de los clientes ya que el modelo de negocio gira en torno a la especialización en el ámbito deportivo.

**Estructura de Ingresos:**

La estructura de los ingresos del modelo de negocio dependerá de un porcentaje determinado a cobrar por el valor recaudado, con esta finalidad el negocio generaría ingresos los cuales incrementarían acorde al tiempo la buena gestión realizada para atraer financistas y la fiabilidad de pago mediante sistemas tecnológicos, ya que los aportes recibidos serian mediante transacciones de crédito, débito o transferencias.

**Actividades Clave:**

Las principales actividades dentro del modelo de negocio serian determinar el tiempo de permanencia de los clientes en la plataforma y los beneficios que

recibirían los financieros dependiendo el rango de aportaciones.

**Recursos Clave:**

Los recursos más costosos para este modelo de negocio es la creación de una plataforma web donde se requiere la inversión de un hosting y un dominio para el desarrollo de la misma junto con equipos tecnológicos.

**Aliados Clave:**

Los aliados más importantes dentro del modelo de negocio planteado sería una entidad financiera que brinde seguridad y confianza a los financistas, los deportistas serían parte fundamental ya que aportarían de manera estratégica por medio de actividades antes previstas entre estos y la plataforma, las actividades internas que estarían consideradas con mayor calidad y una reducción de costos sería la elaboración adecuada del performance que tenga el deportista desde su trayectoria, títulos y antecedentes deportivos.

**Estructura de Costes:**

Dentro de la estructura de costos se presentarían costos fijos y operativos para la ejecución del modelo de negocio, los más importantes desarrollos adecuados de videos personalizados donde se plantea para que serían necesarios los fondos a recaudar, detallar una redacción donde los inversores o financistas puedan obtener información valiosa que infiera dentro de las aportaciones económicas a realizar.

**Declaración de posicionamiento:**

Se encuentra dirigido al segmento de deportistas de alto rendimiento entre 10 a 30 años, en la provincia de Pichincha que busquen generar recursos económicos para financiar sus carreras deportivas, ya sea generar ingresos para implementos o competiciones que no pudieran acceder por medios económicos, la plataforma web especializada en crowdfunding deportivo ofrece un servicio innovador el cual estará guiado por la confianza de sus clientes y seguridad de los inversores o financistas, la cual se destaca por implementar

alianzas estratégicas con empresas establecidas y entrenadores de renombre que brinden un valor agregado frente a cualquier otra plataforma existente a nivel internacional debido a que en el medio no se presenta algo similar.

Debido a esto se considera establecer un impacto en la zona prevista con el objetivo de expandirla a nivel nacional una vez establecida en la provincia de pichincha, ofreciendo este servicio sobre todo se motiva a los deportistas a seguir con sus objetivos y que el factor económico no sea un impedimento para elevar no solo el nivel deportivo en la ciudad sino dentro del país.

## **5.2 Mezcla de Marketing**

### **5.2.1 Servicio**

Este servicio se enfoca en la recaudación de capital económico para deportistas por medio de crowdfunding (financiamiento por masas) se presenta como una plataforma web especializada en el ámbito deportivo, estará diseñado para deportistas profesionales, clubes deportivos y entidades organizadoras de eventos competitivos; se ofrecerá seguridad y fiabilidad tanto para los deportistas como para los financistas.

#### **Atributos:**

La plataforma especializada en crowdfunding deportivo se convierte en un intermediario entre los deportistas, clubes, organizadores de eventos deportivos y financistas los cuales recibirán un beneficio mutuo.

Se debe tomar en consideración que al ser una plataforma web el servicio no contará con un horario establecido por este motivo funcionará las 24 horas al día 7 veces a la semana.

Por este motivo la plataforma contará con los siguientes atributos:

**Alianzas de marca:**

Donde se contará con acuerdos temporales o permanentes con el objetivo de mejorar la imagen y en consecuencia, aumentar el número de patrocinadores.

**Desarrollo tecnológico:**

Se implementará la aplicación de una App la cual permitirá que el usuario pueda conectarse desde cualquier dispositivo móvil a la plataforma en cualquier punto que se encuentre, obteniendo información de todos nuestros usuarios en tiempo real.

**Difusión de los proyectos:**

Para evitar que un usuario desista de la aportación a un proyecto se elaborara un plan de comunicación que establezca tres parámetros que se los detalla a continuación quien lo va a realizar, donde lo va a realizar y quienes serán los beneficiados.

**Recompensas atractivas y al alcance de todos (gana-gana):**

Este atributo permitirá que cualquier persona pueda realizar una aportación obteniendo un beneficio mutuo, de esta manera se crearan recompensas escalonadas en base a la aportación.

Tabla 4:

*Tabla estación de recompensas – Plan de negocios 2019*

Escalón de recompensas	Rengos	Beneficios
<b>Recompensa básica</b>	5-500	Artículos establecidos
<b>Recompensa vip</b>	501-adelante	Experiencias exclusivas

**5.2.2 Branding**

Considerando que es una plataforma web especializada en financiamiento por masas dentro del deporte se ha estimado nombrarla "Support Me" que establece un significado de ayúdame; en este caso como existirían proyectos dentro de la plataforma se considera ayúdame a financiar mi proyecto deportivo.

**Colores:**

Se manejó dos colores amigables frente a la visión tanto de los deportistas como los financistas la parte exterior rodeada de disciplinas deportivas con color azul y la parte de tipografía con un color turquesa brindando un contraste que llame la atención.

**Slogan:**

Financiamiento deportivo”

**Logo**

Figura 1: Logotipo Support me – Plan de negocios 2019

**5.2.3 Precio****Estrategia de entrada:**

La estrategia que se implementara dentro del modelo de negocio es la estrategia orientada en la competencia, se caracteriza por ingresar con un precio enfocado en los competidores, y se diferenciara de la competencia por usar precios inferiores (Cillán, 2017)

**Estrategia de fijación de precios:**

La estrategia a implementarse es la mencionada anteriormente, el objetivo es

explotar al máximo los ingresos del mercado al presentar un servicio innovador dentro de la industria deportiva ecuatoriana, sin embargo, esta estrategia es utilizada acorde a la competencia internacional por el alcance que manejan los medios digitales a nivel global en consecuencia que dentro del país sería la pionera especializada en el deporte.

#### **Estrategia de ajuste de precios:**

El servicio contara con ajustes en base a requerimientos e interactividad que muestren los clientes con la plataforma, de ser necesario cada cierto tiempo se realizara un análisis previo para la implementación de una nueva categoría.

#### **Costo unitario:**

Con base a las necesidades para desarrollar una plataforma web, se detalla los principales rubros que intervienen en la creación para la prestación del servicio.

Tabla 5:

*Tabla de costos unitarios desarrollo web – Plan de negocios 2019*

<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Desarrollo de la web	
Aplicación Android e IOS	\$ 398,39
Diseño de web	\$ 199,19
Pagos en la web	\$ 119,52
Anclaje a la App	\$ 358,55
Login o registro de usuarios	\$ 161,63
Multi idioma	\$ 185,53
Buscador interno	\$ 284,56
Servicio SEO	\$ 426,84
Plan hostingreseller 3	\$ 399
<b>Total</b>	<b>\$ 2533,21</b>

Tabla 6:

*Tabla de costos unitarios desarrollo App – Plan de negocios 2019*

<b>Costo unitario</b>	<b>Valor</b>
Desarrollo de App	
Aplicación Android-IOS	\$ 6829,48
Interfaz replicada a la web	\$ 5463,68
Donaciones dentro de la App	\$ 2731,79
Sistema de login	\$ 2731,79
Anclaje con el sitio web	\$ 2731,79
Perfiles usuarios	\$ 2731,79
Panel administración	\$ 2731,79
Idiomas	\$ 1821,19
<b>Total</b>	<b>\$ 27773,3</b>

#### **Precio unitario:**

A continuación, se detalla los precios que la plataforma fijara en dos paquetes establecidos para la realización de los servicios.

Tabla 7:

*Tabla de tipos de paquete – Plan de negocios 2019*

<b>Tipo de paquete</b>	
<b>Paquete normal</b>	3000
<b>Paquete vip</b>	6000

#### **5.2.4 Plaza**

Al ser un intermediario la plataforma se convierte en un canal indirecto debido a que hay un solo intermediario entre proyecto y financistas, esto permitirá al usuario la reducción de gastos de control, la colocación del proyecto en el lugar adecuado; se aplicara la estrategia de distribución intensiva con esto se busca que el proyecto llegue a todos los potenciales inversionistas que le sea posible, de esta manera el servicio puede llegar a ser consumido de forma masiva y al alcance de todos en el mercado. Este modelo de negocio ofrecerá canales de

distribución digitales para que el usuario cuente con mayor rapidez, comodidad y conveniencia factores claves para la entrega eficaz del servicio.

### 5.2.5 Procesos

En base a los procesos establecidos por la plataforma web se ofrecerá los siguientes pasos con la finalidad de tener un acercamiento adecuado con los clientes y los inversores dentro de los cuales figuran información, asesoramiento, registro del proyecto, elección del paquete a contratar, creación plan de comunicación, difusión del proyecto, aportaciones y financiamiento y objetivos.



Figura No 2: Procesos – Plan de negocios 2019

### 5.2.6 Persona de talento humano

Este modelo de negocio contará con capital humano capacitado para desarrollar las actividades designadas según la flor del servicio, se contratará 4 personas que estarán a cargo de distintas áreas asignadas:



Tabla 8:

*Tabla Personal – Plan de negocios 2019*

<b>Cargo</b>	<b>Área</b>
Secretaria	Administrativa
Community manager	Marketing
Contador	Finanzas
CO	Gerencia General

A los cuales se establecerá una remuneración acorde con sus obligaciones con un contrato fijo bajo los lineamientos del Ministerio de Trabajo, con la finalidad de estandarizar los procesos dentro de la organización.

### **5.2.7 Promoción**

Se empleará una estrategia general de promoción **Push**, para generar un gran alcance, esta estrategia es la adecuada y se alinea a nuestro modelo de negocio ya que el servicio no es conocido aun en el medio por lo tanto las acciones a realizar tienen el propósito de conseguir el mayor número de proyectos y financistas.

#### **Relaciones públicas:**

Dentro de las relaciones públicas a plantear dentro del modelo de negocio se establecerá los siguientes puntos:

- Se realizará una rueda de prensa donde se brindará información del uso y el lanzamiento de la plataforma.
- Se realizará eventos y charlas con deportistas y entidades deportivas de las diferentes disciplinas.
- Representar a la empresa en eventos realizados por otras organizaciones para establecer un clima de cooperación y buenas relaciones.

- Convenios con entidades deportivas que puedan hacer uso de la plataforma.

**Promoción de ventas:**

Se realizará alianzas estratégicas con marcas reconocidas que permitan generar descuentos y cupones para que el cliente pueda hacer uso de estos beneficios.

En ocasiones especiales se brindará estrategias diferenciadas para los clientes externos los cuales puedan promocionar su marca a través de activaciones dentro de la plataforma web durante un espacio determinado de tiempo es decir contarán con un espacio de portada o un reconocimiento adicional por parte de la plataforma web.

**Fuerza de ventas:**

Se utilizará una estrategia de caza talentos deportivos, que permitirá diversificar la plataforma con los posibles clientes potenciales indicando los beneficios que esta genere con ellos y esto permita ser un valor agregado de nuestro modelo de negocio con los deportistas.

**5.2.8 Publicidad**

Para obtener una mayor persuasión del mercado objetivo a la plataforma web se detallará con las siguientes herramientas:

**Radio local:**

Se determinarán cuñas radiales a lo largo del día especialmente en la transmisión de programas deportivos durante la semana, esto tiene un costo mensual aproximado de 177,60 en radio La redonda online.

**Tv cable local:**

Se realizarán posibles acuerdos con programas deportivos para poder tener un espacio en el cual se haga énfasis en la utilización de la plataforma web para

los deportistas que deseen obtener una ayuda económica con la finalidad de conseguir recursos para financiar sus proyectos deportivos.

**Medios escritos:**

Se colocará publicidad de la plataforma en revistas deportivas posicionadas en la ciudad de Quito como revista Estadio, ya que existe un mercado de personas lectoras de estos medios de información que interactúan dentro del deporte, tendrá un costo mensual de \$200 dólares el cual permitirá pauta la información deseada durante el mes.

### 5.2.9 Marketing directo

**Redes sociales:** Específicamente serán ejecutadas publicaciones en Facebook enfatizando proyectos existentes, promociones y mejores experiencias por parte de los usuarios y financistas dentro de la plataforma, el pautaje en esta red social tendría un costo de \$80 dólares al mes.

**Mailing:** Se contará con correos masivos para los potenciales clientes con información de la plataforma sus beneficios, servicios que se brinda dentro de la página web, programa de recompensas e invitaciones a los diferentes eventos que la organización vaya a realizar.

**Community manager:** El valor destinado a esta herramienta estaría cubierto con la persona encargada de realizar el Marketing dentro de la organización, donde se generará contenido, publicaciones diarias y manejo e interacción tanto de la plataforma web como de la app.

**Soporte post-venta:** Es indispensable contar con el servicio post venta ya que eso fideliza lealtad de marca entre los clientes, un buen manejo de la aplicación brindara una mayor satisfacción tanto para el cliente como para las personas interesadas en acceder y conocer de cada uno de nuestros beneficios, un tutorial al iniciar la aplicación que permitirá entender como navegar dentro de la

plataforma es la forma mas viable para que las personas tengan interacción dentro de la plataforma.

### 5.2.10 Proyección de costos del plan de Marketing

Una vez determinado el plan de Marketing, se establecen los siguientes costos que estarán evidenciados como mensuales y de inversión inicial los cuales se mencionarán a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 9:

*Tabla campaña branding – Plan de negocios 2019*

<b>Campaña Branding</b>	
<b>Actividades</b>	
Rueda de prensa	300
Activación de marca	300
Radio local	177,6
Tv cable local	500
Medios escritos	200
Redes sociales	80
Community manager	390
<b>Total</b>	<b>1947,6</b>

## **6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **6.1 Misión, visión y objetivos de la organización**

#### **Misión**

Support me la primera plataforma ecuatoriana, altamente especializada en crowdfunding deportivo que será establecida en la ciudad de Quito que busca brindar un servicio de financiamiento a deportistas que necesiten recaudar capital para costear sus proyectos deportivos, está dirigido a deportistas de la provincia de Pichincha ofreciendo ser un intermediario entre deportistas y financistas que obtengan un beneficio y regalías mutuas, contando con seguridad en la transferencia e inversiones realizadas, servicios adicionales y personal capacitado, impulsando el financiamiento de proyectos deportivos logrando un desarrollo consistente y beneficioso para los accionistas siendo responsable con sus colaboradores respetando a la comunidad y medio ambiente.

#### **Visión**

Desarrollar una cultura que impacte dentro del sector financiero por medio de masas; con el cual se consiga incentivar e impulsar a deportistas, consolidando sus proyectos en la provincia de Pichincha para el año 2024.

#### **Objetivos de la organización:**

##### Objetivos a corto plazo

- Obtener mínimo 15 proyectos deportivos al mes durante el primer año de funcionamiento.
- Establecer alianzas estratégicas con entidades deportivas y federaciones al menos durante el primer año de funcionamiento.
- Vincular la mayor cantidad de empresas y entrenadores interesados en formar parte de la plataforma web al menos durante el primer año.

### Objetivos a mediano plazo

- Establecer alianzas estratégicas con marcas deportivas que aporten en el financiamiento de deportistas o regalo de artículos deportivos al tercer año de funcionamiento.
- Obtener mínimo 25 proyectos por mes durante el tercer año de funcionamiento.
- Crear una red de entrenadores.

### Objetivos a largo plazo

- Expandir la plataforma web durante el quinto año de funcionamiento en al menos 5 provincias claves dentro del Ecuador.
- Conseguir tres patrocinadores oficiales por cada lugar de expansión de la plataforma web en las diferentes provincias.
- Posicionar a la plataforma web como un referente especializado en crowdfunding deportivo.

## **6.2 Plan de Operaciones**

### **6.2.1 Procesos requeridos para ejecución de funcionalidades en la organización**

#### **Cadena de valor**

A continuación, se expondrá la cadena de valor detallando todas las actividades: de apoyo y primarias de la organización:

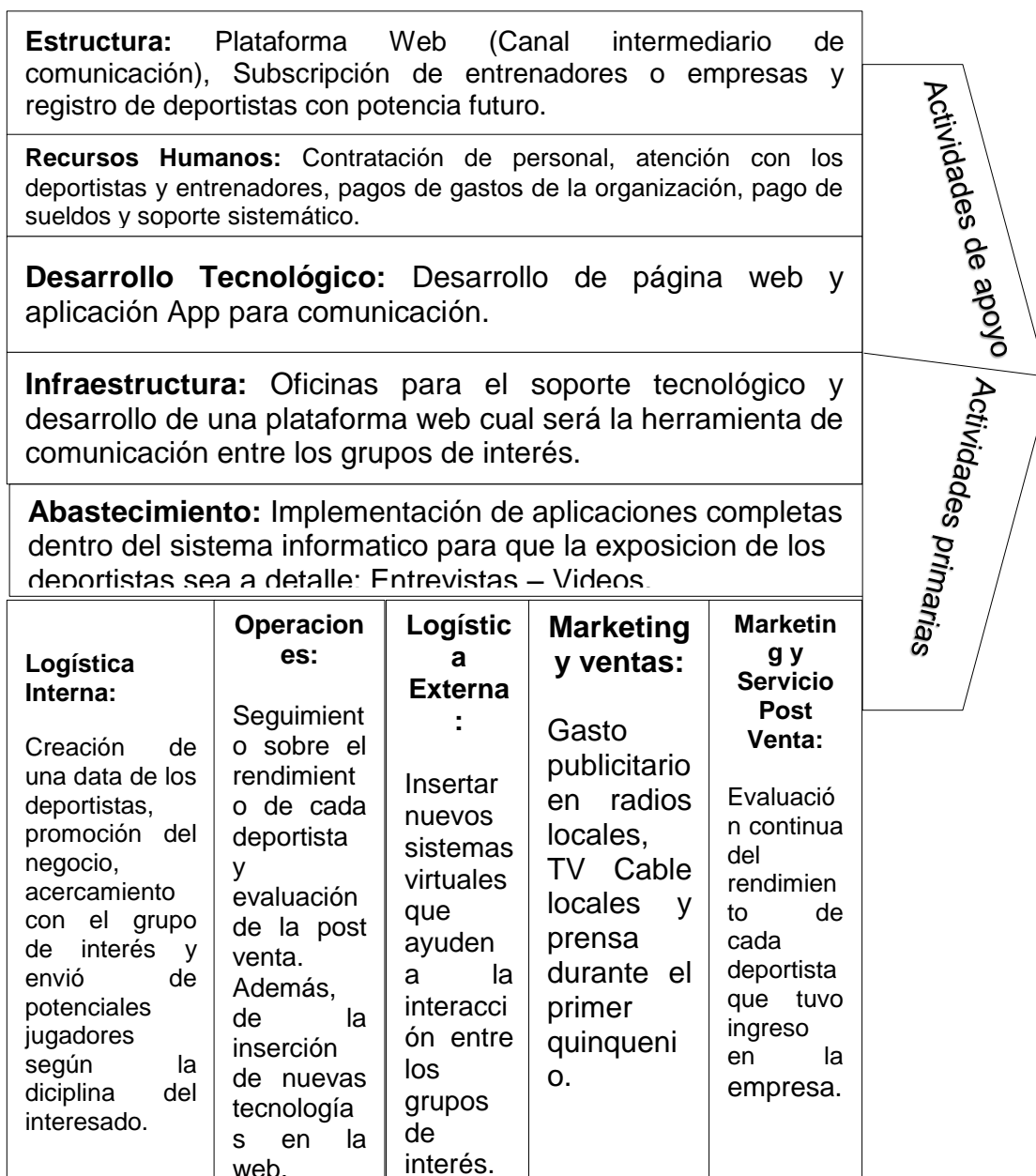


Figura 3: Cadena de valor Suppot Me– Plan de negocios. 2019

### Mapa de procesos

A continuación, se expondrá el mapa de procesos detallando los procesos estratégicos, misionales y de apoyo de la organización:

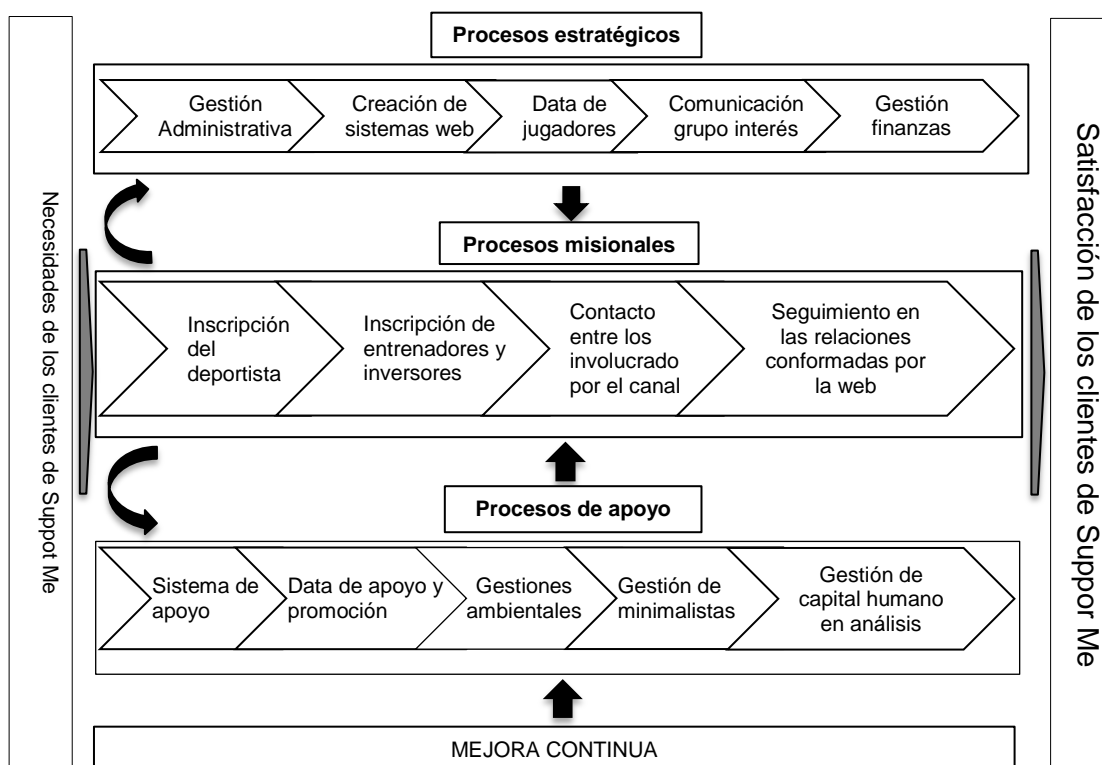


Figura 4: Mapa de procesos Support Me – Plan de negocios. 2019

### Flujo de operaciones

A continuación, se expondrá el flujo de operaciones de Support Me según su modelo de negocio:

Tabla 10:

*Flujo de operaciones Support Me – Plan de Negocios 2019*

Actividad	Proceso	Cargo	Tiempo de duración
<b>Flujo de Operaciones de deportista</b>			
1. Ingreso a la página web o aplicación.	Data de jugadores	Programador web y Apps	3 min
2. Registro de sus datos y disciplina deportiva.	Data de jugadores	Programador web y Apps	5 min
3. Creación del usuario.	Data de jugadores	Programador web y Apps	1 min
4. Adjuntar historial deportivo, logros y material de apoyo videos	Data de jugadores	Programador web y Apps	20 min



– fotos.			
5. Guardar datos y enviar al sistema operativo Suppor Me.	Data de jugadores	Programador web y Apps	1 min
6. Actualizar datos según la actualidad deportiva.	Data de jugadores	Programador web y Apps	10 min
7. Recepción de una invitación a conocer un interesado para el apoyo de su desarrollo.	Data de juradores	Project Manager	5 min
<b>Flujo de Operaciones del entrenador o inversionista</b>			
1. Ingreso a la página web o aplicación.	Servicio al cliente	Programador web y Apps	3 min
2. Registro de datos y diciplinas de interés.	Servicio al cliente	Programador web y Apps	5 min
3. Creación del usuario.	Servicio al cliente	Programador web y Apps	1 min
4. Búsqueda de jugadores con los perfiles solicitados de la persona.	Servicio al cliente	Programador web y Apps	30 min
5. Solicitud a Support Me de conectarse para una reunión con cierto deportista y pago por el servicio.	Servicio al cliente	Programador web y Apps	5 min
6. Envió de la información personal de contacto del jugador y pago por el servicio.	Servicio al cliente	Project Manager	10 min

- Tiempo aproximado de registro de datos por parte de los deportistas es de 30 minutos, el tiempo de recepción de un mensaje es incierto esto dependerá de las características de búsqueda de interesado, por otro lado, la actualización de información por parte del deportista tendrá una duración promedio de 10 minutos. Finalmente, cuando el deportista reciba el mensaje de acercamiento con un inversor le tomar un tiempo de duración de 5 minutos hasta poder contactar con el mismo.
- Tiempo aproximado de registro de un entrenador o inversor será de 9 minutos, el mismo a continuación tiene la posibilidad de buscar el deportista deseado para su desarrollo y acercamiento este procedimiento llevará un tiempo promedio de 30 minutos, después el envío de solicitud para contactar a este jugador será de 5 minutos y la recepción de información de contacto de este junto con la cobranza y pago del servicio tendrá una duración de 10 minutos aproximados.

A continuación, se presentará el diagrama de flujos que representa las actividades expuestas en el flujo de operaciones anterior:

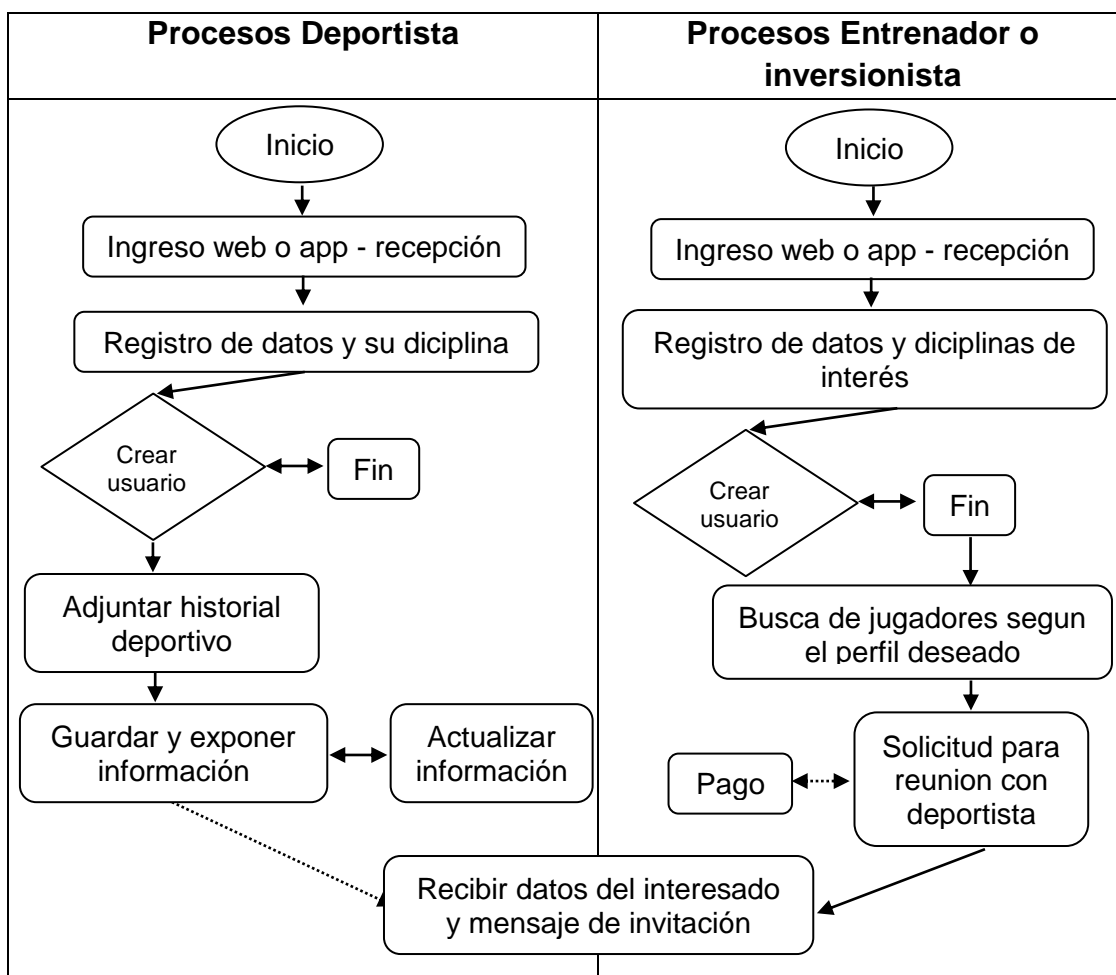


Figura 5: Diagrama de flujo de operaciones – Plan de negocios. 2019

### 6.3 Estructura Organizacional

A continuación, se expondrá la estructura organizacional de Support Me, la cual se caracteriza por llevar un orden jerárquico:

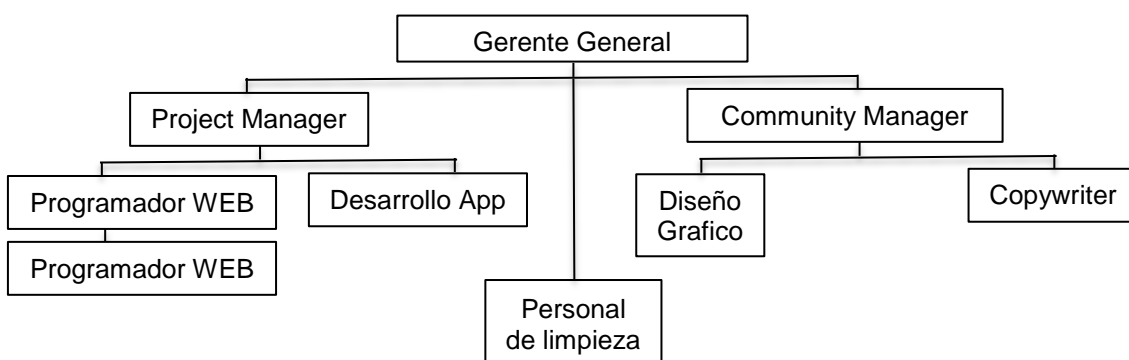


Figura 6: Estructura organizacional Support me – Plan de negocios. 2019

### Descripción de funciones

Tabla 11:

*Descripción de funciones del capital humano – Plan de Negocios 2019*

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
Gerente General:	1	Encargado de la logística general del negocio, además cumple la función administrativa y financiera de que cada actividad se ejecute correctamente.
Project Manager	1	Encargado de la acogida de nuevos deportistas a la plataforma y la generación de promoción y publicidad para el interés de inversores, además será el representante de la marca en las reuniones y cobranzas.
Community Manager	1	Encargado de que los aspectos legales de la empresa sean correctos, además brindara el soporte en la gestión logística y promocional con propuestas para el incremento de ventas anual.
Programador Web	2	Programador de la página web encargado de validar la información que se recibe por esta herramienta, aprobar pago y controlar el envío de información para las reuniones entre los involucrados.
Desarrollo App	1	Programador de la Aplicación App encargado de validar la información que se recibe por

		esta herramienta, aprobar pago y controlar el envío de información para las reuniones entre los involucrados.
Diseño Grafico	1	Es la persona encargada en la creación y diseño de las artes gráficas que serán parte de los portales informáticos de información y comunicación.
Copy Writer	1	Es el encargado de verificar los contratos entre los deportistas he inversionistas, además será el eje principal de las palabras en la publicidad del modelo de negocio.
Personal de limpieza	1	Sera el encargado de la limpieza y control los sistemas informativos para que no exista daños por parte de virus y otros programas externos a la compañía.

### Sueldos de nómina de Support me

Tabla 12:

*Sueldos nómina del capital humano– Plan de Negocios Mayo 2018*

Cargo	Sueldo	Contratación	Clasificación
	Mensual	Años	
<b>Gerente General</b>	\$ 2.000,00	N/A	GASTO
<b>Project Manager</b>	\$ 1.200,00	1	M.O.D.
<b>Diseñador gráfico</b>	\$ 800,00	1	M.O.D.
<b>Programador web</b>	\$ 800,00	1	M.O.D.
<b>Programador web</b>	\$ 800,00	3	M.O.D.
<b>Copywriter</b>	\$ 550,00	1	M.O.D.
<b>Community Manager</b>	\$ 600,00	1	M.O.D.
<b>Desarrollador de apps</b>	\$ 550,00	1	M.O.D.
<b>Personal de Limpieza</b>	\$ 394,00	1	C.I.F.

En la tabla anterior se puede apreciar los salarios iniciales de cada trabajador según su contratación todos los trabajadores serán parte de Support Me desde el primer año, menos un según programador web quien será contratador a partir del tercer año debido al crecimiento existente en la demanda esto según el crecimiento de la industria y estrategias proyectadas. El incremento salarial

incurrirá en un crecimiento del 2,073% anual esto tomando como referencia el crecimiento del último periodo anual en el Ecuador, dicha valor será la proyección de crecimiento en el quinquenio.

#### **6.4 Estructura legal del negocio**

Support Me será conformada como una Compañía de Responsabilidad Limitada. Según el artículo 92 de la Ley de Compañías expedida en el año 1999 la empresa debe conformar entre tres o más personas las cuales responden únicamente a responsabilidades sociales por el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva a la que añadirá las palabras “Compañía Limitada” o sus abreviaturas. (Congreso Nacional, 1999).

Los accionarios de Support Me no requieren título de comerciantes, pero se encuentra en la obligación de contribuir con el porcentaje acordado en el capital de la organización. La empresa maneja 4 socios que aportaran con cantidades diferentes para que el control sea absoluto del emprendedor quien tuvo la iniciativa del modelo de negocio. El presupuesto general será de inversión será de \$43.439,58 USD, los cuales se dividirán en un 50% por deuda que tiene un valor de \$21.179,79 y un 50% en aporte de los accionistas de la organización con un valor de 21.179,79. Este 50% se repartirá en 3 accionistas, donde, el principal abarcará el 70% de la deuda y los secundarios 10% cada accionista.

## **7. EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos**

#### **7.1.1. Proyección de ingresos**

La única causa de ingresos con la cual contara esta actividad económica será el comercio de información entre capitalistas y deportista de alto rendimiento (Quien buscaren un beneficio de ganar – ganar mutuamente en su alianza don esta plataforma web se beneficiará siendo la herramienta de comunicación entre estos grupos de interés con un pago mensual de los capitales que buscan su retribución con el aporte a la plataforma y formación del deportista). Los valores mensuales por paquete serán los siguientes: Paquete Estándar 400 dólares y Paquete VIP 700 dólares, valores cosechados mediante la investigación y análisis de mercado del mercado meta.

En términos económicos, el precio sufre un decrecimiento dentro del quinquenio de -0,07% mensual es decir un -0,14 anual y dentro de los cinco años un porcentaje de -0,70. Por otra parte, el modelo de negocio tiene un acrecentamiento en el mercado de la siguiente manera con un promedio anual de crecimiento del 5,24% para ambos paquetes, lo cual da como resultado definitivo en el quinto un crecimiento por paquete de 26,2%. Adicionalmente, se ha propuesto una política de cobranzas para el consumidor final de 30% al contado y 70% en crédito, el cual deberá ser cancelado en un plazo de los 30 días próximos, datos extraídos y concluidos de análisis de consumidor. Véase tabla proyectada en el Anexo 6.

#### **7.1.2. Proyección de costos**

Dando referencia a los costos de materia prima, para esta actividad económica no se ha necesitado el uso de estas tarifas ya que le ejecución no requiere ningún tipo de insumo directo o indirecto para la entrega o servicio al consumidor final. En adición, el uso de la plataforma web será la herramienta

en uso para la interacción con clientes venta de los paquetes.

### **7.1.3. Proyección de gastos**

Con alusión a los gastos, se ha determinado la existencia de dos categorías, primero, los gastos operacionales que tienen como definición “El gasto que una empresa desembolsa por concepto del desarrollo de las actividades diferentes que se despliegan” (Josue, 2017) y segundo los costos indirectos de fabricación que se definen de la siguiente manera “Costes de producto necesarios para su producción” (Emprende Pyme, 2009).

Para la plataforma web, dentro de sus gastos operacionales se han insertado los siguientes rubros suministros, servicios básicos, publicidad, gasto arriendo y gasto de constitución. Por otro lado, como costos indirectos de fabricación se encuentran incluidos los rubros: Seguro de maquinaria, Mantenimiento de maquinaria y Reparaciones de esta. Adicionalmente, es importante dar mención que para la publicidad se utilizara el 2% del total ingreso por ventas mensual y en seguro de maquinaria el 8% mensual del rubro de resumen propiedad, planta y equipo (maquinaria). Finalmente cabe mencionar que ciertos gastos exceptuando publicidad, seguro de maquinaria y gastos de constitución sufren una depreciación -0,14% anual (Depreciación del precio).

Por otra parte, dentro de los rubros de gastos generales se puede mencionar que el valor más alto lo maneja el pago a arriendo ya que es un gasto fijo y necesario para cubrir todos los espacios necesarios para un buen manejo del desarrollo de la App y web. Los gastos de suministros de oficina son el valor económico más bajo dentro de modelo de negocios debido a que al no ser un servicio o producto donde el consumidor no tenga un contacto directo con el establecimiento la inversión en estos suministros es inferior. En general los gastos operacionales son mayores a los costes indirectos de fabricación ya que el modelo de negocio es un servicio y no la venta de un producto o línea de productos. Véase tabla anual en el anexo 7

## **7.2. Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital**

### **7.2.1. Inversión inicial**

En lo que respecta a la inversión inicial de la plataforma web se ha determinado que existe un requerimiento económico de \$ 43.439,58 dólares este valor comprende: Inversión en propiedad, planta y equipo, inversiones intangibles y capital de trabajo neto (Gastos Efectivos). Adentrándonos, en los valores de cada rubro se puede evidenciar que las inversiones intangibles que componen todas las herramientas digitales para el desarrollo web y de la aplicación móvil son el monto más elevado con un valor de \$ 30.270,51, por otra parte, existe las inversiones de propiedad planta y equipo con un valor definitivo de \$ 12.169,07 que componen toda la adquisición de suministros, equipos tecnológicos y maquinaria, finalmente, existe el rubro de gastos de efectivos siendo el valor más minúsculo en la inversión que será expuesto a continuación. Véase la tabla de inversión inicial en el anexo 8.

### **7.2.3. Capital de trabajo**

Para la apertura y el funcionamiento de “Support Me” es necesario contar con un capital de trabajo de \$ 1.000 USD en el primer año. De hecho, Este valor de gasto de efectivo se tomará en cuenta como parte de la inversión inicial de la plataforma web, por consiguiente, se usará para el cálculo de la estructura de capital de esta.

### **7.2.3. Estructura de capital**

Con referencia en el valor sobre la inversión inicial y el capital de trabajo inicial, se ha determinado como valor definitivo para el financiamiento y ejecución de esta actividad económica el monto de \$ 43.439,58 dólares.

La estructura de capital de “Support Me” se establece de la siguiente manera:

- Capital propio: En cuanto al aporte capital propio se contará con la



inversión de 4 socios y su aportación será la siguiente: Bryan Paz con el 50% del capital propio requerido, Galo Paz 25% de capital, Marcelo González con el 12,5% del capital y con el otro 12,5% del capital. Por consiguiente, la sociedad aportara como capital propio \$ 21.719,79 USD, que da al 50% de la estructura de capital.

- Deuda a largo plazo: El valor restante para la apertura y funcionamiento del modelo económico es de \$ 21.719,79 dólares los cuales serán financiados mediante un préstamo a la entidad económica del Banco del Pacifico (Plan Emprendedor), quien dispone de una tasa del 9,00% de interés, en un periodo de 5 años. Adicionalmente, se da mención a que el valor corresponde al 50% del capital requerido.

Véase en anexo 9 la tabla de estructura de capital de Support Me.

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

#### **7.3.1. Proyección de estados de resultados**

Gracias a las variaciones anuales en el crecimiento por ventas, desarrollo de marketing, crecimiento industria y decrecimiento en los precios “Support me” ha proyectado un registro de ganancias representativas a partir del segundo año las cuales sufren un decrecimiento y crecimiento dentro de los 5 primeros años analizados, adicionalmente, cabe mencionar que los valores una vez positivos se mantienen en estos márgenes hasta el quinto año. En el primer año de funcionamiento se muestra un valor negativo ya que la generación de ingresos abarco el pago de varios rubros de endeudamiento iniciales y hasta el segundo año este valor no cubre se endeudamiento. Además, para el tercer año el rubro disminuye por la existencia de un nuevo gasto ya sea en la compra de maquinaria o contratación de personal adicional con el fin de cubrir el crecimiento de la actividad económica en el mercado. Véase en el anexo 10 la utilidad neta proyectada (Margen de ganancia del negocio).

### **7.3.2. Situación financiera**

Las variaciones entre los indicadores del estado de situación financiera muestran un crecimiento y decrecimiento en los indicadores, por ejemplo, entre el primer año y quinto en activos existe un crecimiento del 64,41%, para los pasivos existe un decrecimiento continuo del año uno al cinco y los valores de patrimonio entre el primer a quinto año muestran crecimiento constante duplicando el valor del quinto año sobre el inicial. Véase el resumen de Activos, pasivos y patrimonio de support me en el anexo 11.

### **7.3.3. Estado de flujo de efectivo**

Existe liquidez desde el primer año hábil, el cual representa la cantidad de efectivo que posee esta organización durante el quinquenio. Para el primer año su valor es de \$ 23.798,88, segundo año \$ 193.828,92, tercer año \$ 321.229,54, cuarto año \$ 436.599,06 y quinto año \$ 587.498,73. Véase en el anexo 1.

### **7.3.4. Flujo de caja**

Existe liquidez desde el primer año hábil con el cálculo de la inversión inicial y variación de capital de trabajo neto presentado los siguientes valores: Primer año \$ 10.201,38, segundo año \$ 18.170,28, tercer año \$ 12.656,98, cuarto año \$ 13.579,40 y quinto año \$ 34.597,55. Véase en el anexo 2.

## **7.4. Proyección del flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración**

### **7.4.1. Proyección del flujo de caja del inversionista**

Para identificar los valores sobre el flujo de caja del inversionista se requiere de las siguientes variables: el flujo de caja del proyecto, préstamo a largo plazo, amortización, gasto de interés y escudo fiscal. En resumen, para el flujo inicial el monto es de \$ - 43.439,58. Adicionalmente cabe mencionar que anualmente

el flujo se refleja en positivo en el quinquenio, sin embargo, no es hasta en cuarto periodo que el flujo de caja deja de ser negativo con un monto definitivo de \$ 11. 168,46 y en el quinto año este valor es triplicado generando un fuerte crecimiento en la liquidez del flujo de caja del proyecto para el último año proyectado. Véase en anexo 2.

#### **7.4.2. Cálculo de la tasa de descuento**

Para el cálculo del (WACC) se requiere el valor de escudo fiscal, el cual es actualmente del 33,70%. Además, requiere el valor de la razón deuda/capital, que es este caso es de 100,00%; y el costo de deuda actual, que es de \$ \$ 21.719,79 dólares. Por otro lado, se requiere el valor CAPM, el mismo que se obtiene de los siguientes datos financieros, expuestos a continuación: Tasa libre de riesgo que actualmente es 2,33% (YahooFinance, 2019); la beta apalancada que es (1,82), que se obtiene de la beta del sector industrial denominado "Software "Sistema y Aplicación"" (1,23) (Damodaran, 2019); el rendimiento del mercado, que tiene como valor 11,88 % se obtiene del precio de S&P 500 de la actualidad y 5 años atrás; el riesgo país que es de 5,67 (Banco Central del Ecuador, 2019) y finalmente el escudo fiscal mencionado antes. Estos los valores mencionados dan como resultado el CAPM que es de 27,13%. En conclusión, con todo el cálculo de ejercicios financieros, se obtiene un WACC que es de 16,55%. Véase en el anexo 3.

#### **7.4.3. Criterios de valoración**

Dentro de los criterios de valoración se expondrán 4 indicadores los cuales son el: el VAN del proyecto con un valor de \$ 10.130, 53; el IR que es de 1,23%; la TIR que es de 24,74% y un periodo de recuperación de 3,68 que da a conocer que el proyecto generara dentro de los 5 años indicadores positivos. Véase en el anexo 4.

## 7.5. Índices financieros (Comparación con la industria)

Tabla 13:

*Resumen flujo de caja del proyecto anual – Plan de negocios 2019*

<b>Razones de liquidez</b>							<b>Industria</b>
Razón Circulante	Veces	10,66	19,79	26,44	29,67	43,71	1,48
<b>Razones de apalancamiento</b>							
Razón de deuda a capital	Veces	0,66	0,41	0,27	0,13	0,02	0,53
Cobertura del efectivo	Veces	1,30	1,19	1,11	1,17	1,14	
<b>Razones de actividad</b>							
Periodo de cuentas por cobrar	Días	66,98	69,68	67,87	66,12	64,41	93,22
Periodo de inventario	Días	3,16	3,24	3,92	4,76		
Ciclo operativo	Días	70,14	72,91	71,80	70,88	64,41	
<b>Razones de rentabilidad</b>							
Margen de utilidad	%	0,051	0,048	0,021	0,048	0,063	0,044
ROA	%	0,165	0,150	0,068	0,146	0,180	
ROE	%	0,274	0,212	0,086	0,165	0,184	

**Razón de Liquidez:** Con referenciando a la industria, la razón de liquidez es de 1,48 en 2019. Por otro lado, por parte de la entidad económica se ha obtenido un promedio entre los 5 años de 26,06. La razón circulante tiene un crecimiento constante. Esto da como conclusión que Support Me es fuerte en su capacidad de efectivo con los competidores dentro del quinquenio.

**Razón de Apalancamiento:** Para el último año proyectado año el endeudamiento del activo da un indicador de 0,02, lo cual da como referencia a un 2% lo cual concluye que afecta a largo plazo en su independencia financiera. En lo que refiere a la industria se encuentra con un 0,53%, esto aclara que en el primer año la empresa sobrepasa el promedio de recursos

ajenos y en los próximos cuatro años consigue superar su capacidad de efectivo hacia los competidores.

**Razones de actividad:** Referenciando a la industria, la actividad es de 93,22. Sin embargo, Support Me posee un promedio entre los 5 años proyectados de 67,01. Lo cual refiere a que la empresa está generando un volumen dentro del margen de negocio para el tamaño de inversión en activos iniciales.

**Razón de Rentabilidad:** Para la industria, la rentabilidad es de 0,044. Sin embargo, la organización posee un promedio entre los 5 años de 0,046. Esto da como resultado a que la Support Me posee un pequeño margen mayor de rentabilidad que la industria dentro del quinquenio.

**Viabilidad del proyecto:** Una vez determinado los cálculos financieros tanto de ingresos, costos o gastos se ha podido determinar gracias a cuatro herramienta de medición que el negocio tiene viabilidad dentro del mercado estudiado y con las condiciones expuestas para su desarrollo, los valores que respaldan esta conclusión son los siguientes primero el indicador IR (Índice de rentabilidad) que es en el proyecto de 1,23 definiendo que se acepta su ejecución, además se encuentra el VAN (Valor actual neto) que presenta un monto de más de diez mil dólares montando que existirá valores futuros positivos con la apertura del negocio. Por otra parte, se encuentra el indicador TIR (Tasa de retorno) la cual para el proyecto se encuentra positiva evidenciando que existirá réditos económicos de recuperación de más del 24% de lo invertido. Finalmente, el ultimo indicador de medición utilizado para conocer si es sustentable la actividad económica es el periodo de recuperación que muestra una recuperación de la inversión realizada a partir del tercer año y medio mostrando que generar liquidez acumulada para la organización dentro de los cinco años analizados. En definitiva, el negocio es rentable y muestra márgenes de ganancias en su utilidad neta.

## 8. CONCLUSIONES

Después del análisis de la industria, se concreta que en el aspecto legal existe una protección de propiedad intelectual que beneficia al fomento de nuevos emprendimientos en el medio nacional, además, apoya al desarrollo de tecnologías de la información y comunicación eje fundamental del modelo de negocio y su industria donde el impacto de nuevas tecnologías está en construcción y proceso. Por otra parte, referenciando al mercado es fácil ingresar con una nueva idea de negocio sin embargo con las políticas actuales y costos que se manejan es difícil una salida factible para todos esos rubros que no generan liquidez. Finalmente, los consumidores que hoy en día tienen casi tres decenas de posibilidades de adopción de un portal web son dueños de su capacidad de cambio y migración ya sea a un competidor o un sustituto, por lo cual la influencia de calidad es obligatoria.

Después del análisis del cliente, se concreta interés por parte de los entrevistados debido a que no existe mucho apoyo e interés en este aspecto para los involucrados. De hecho, ambos dan mención a que nuevos accesos por medio de plataformas web brindarás a los futuros deportistas una herramienta cómoda de exposición y para financiadores una herramienta rápida de búsqueda. Hablando de la parte cuantitativa, en el mercado foráneo existe un gran número de mercado meta (Los deportistas) donde más de la media analizada afirmaron que utilizaría este modelo de uso tanto para buscar deportistas como ser partícipes de una nueva oportunidad de desarrollo.

Se concluye gracias a las investigaciones que existe una oportunidad de negocio para la hipótesis de análisis, donde se busca una visión de desarrollo deportivo y cultural a la práctica, seguimiento e inversión deportiva en futuros atletas promesas para la región. Canales de comunicación existen en el medio, sin embargo, los consumidores no se han identificado con ningunas de estas personas naturales o jurídicas que sea el pilar y líder fundamental de financiamiento y apoyo deportivo en la ciudad. Además, los portales webs hoy

en día son protagonistas continuos para la negociación deportiva en el globo.

Se concluye para el plan de marketing, que la entreteja general a seguir es la diferenciación, siendo una plataforma distintiva de sus competidores donde la calidad y el valor agregado sean los ejes fundamentales de crecimiento mediático y económico. En referencia al marketing mix, el servicio se enfoca en la recaudación de capital para nuevos deportistas (financiamiento por masas) donde se convierte en la herramienta e intermediario ideal para la relación de nuevas promesas en el deporte nacional. Por otra parte, en el análisis de precio para identificar el costo final conveniente al consumidor se implementa paquetes ideales donde se beneficiarán los grupos de interés, cuyos valores se sustentan dentro de los cuadros financieros. Por otra parte, para la plaza se ha determinado que no es necesarios el alquiler o compra de un mobiliario ya que al ser el canal digital de comunicación entre los inversionistas y deportistas no se requiere una plaza física qua aporte directamente té o indirectamente a la actividad económica. Para concluir, en la promoción se empleará la estrategia push con el fin de conseguir un mayor número de financiadores y negociaciones cerradas.

Después del análisis del plan financiero, se concreta que la actividad económica estudiada es plenamente rentable a pesar de los elevados costos de inversión inicial debido al suministro tecnológico y capital humano. Es decir, que el modelo de negocio según su proyección en el quinquenio anualmente general una utilidad neta positiva desde su primer año de funcionamiento, evidenciado continuamente un crecimiento de sus activos y patrimonio y un decrecimiento de los pasivos. Para los indicadores utilizados en el VAN del negocio existe un coste positivo de \$ 10.130, 53 y en el VAN del inversionista este rubro incrementa más de dos veces a un valor de \$ 32.175,19, de hecho, la TIR del proyecto posee un porcentaje de 24,74 % el cual es muy favorecedor y la TIR del inversionista un 83%. El índice de rentabilidad en el proyecto es de 1,24, que determina la aprobación del proyecto mientras que del inversionista es 2,48. Finalmente, en el periodo de recuperación se conoce que la covalencia

del proyecto es de 3,68 años y en el inversionista 1,18 años determinado que desde el cuarto año los rubros están recuperados en su totalidad y generando ganancias en adelante



## REFERENCIAS

- Asamblea Nacional. (2015). Obtenido de Ley Organica de Telecomunicaciones : <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Ley-Org%C3%A1nica-de-Telecomunicaciones.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2019). Obtenido de Riesgo Pais Ecuador: [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)
- Chirinos, C. R., & Rosado, J. F. (2016). Estrategia de diferenciación: el caso de las empresas industriales. Lima: Ingeniería Industrial.
- Cillán, J. G. (2017). Precios de referencia y comportamiento de compra. Valladolid: Dialnet.
- Congreso Nacional. (1999). Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_comp.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf)
- Cordicom. (2019). Obtenido de LEY ORGANICA DE COMUNICACION: [http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley\\_Organica\\_Comunicacion\\_reformada.pdf](http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley_Organica_Comunicacion_reformada.pdf)
- Damodaran. (2019). Obtenido de Betas Industriales: [http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)
- Emprende Pyme, s. (2009). Obtenido de Costes indirectos: <https://www.emprendepyme.net/costes-indirectos.html>
- <https://www.cepal.org/socinfo/noticias/paginas/9/30389/newsletter14.pdf>
- <https://www.expreso.ec/economia/impuestos-servicios-digitales-estado-BM2934366>
- INEC. (2012). País atrevido la nueva cara sociodemográfica del Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf>
- Josue. (2017). Obtenido de Diferencia entre los Gastos Operacionales y los

- Gastos No Operacionales: <https://financiamiento.org.mx/gastos-operacionales-y-gastos-no-operacionales/>
- Linio. (2019). Obtenido de HÁBITOS DE USUARIO EN LÍNEA EN AMÉRICA LATINA: <https://www.linio.com.ec/sp/habitos-de-compra>
- OSILAC-CEPAL. (2010). Obtenido de Innovación para el: <https://www.cepal.org/noticias/paginas/8/33638/Innovacionparaeldesarrollo.pdf>
- Piedra, O. (11 de Enero de Enero). Sistemas informáticos vinculados en las disciplinas ecuatorianas a nivel nacional .
- Porter, M. (2008). Obtenido de Las cinco fuerzas competitivas: [https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las\\_5\\_fuerzas\\_competitivas-\\_michael\\_porter-libre.pdf](https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf)
- Rivera, F. (15 de Enero de 2019). Plataforma de financiamiento en Ecuador.
- Sebastian Angulo. (27 de 06 de 2019). Diario Expreso. Obtenido de <https://www.expreso.ec/economia/impuestos-servicios-digitales-estado-BM2934366>
- Valdiviezo, A. M. (14 de marzo de 2011). CEPAL. Obtenido de <https://www.cepal.org/socinfo/noticias/paginas/9/30389/newsletter14.pdf>
- YahooFinance. (2019). Obtenido de Tasa Libre de Riesgo: <https://finance.yahoo.com/quote/%5EIRX?p=%5EIRX>

## **ANEXOS**

Anexo 1,  
Estado flujo de efectivo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Total Efectivo Final de Periodo</b>	\$ 23.798,88	\$ 193.828,92	\$ 321.229,54	\$ 436.599,06	\$ 587.498,73

Anexo 2  
Flujo de caja del proyecto e inversionista

Flujo de Caja del proyecto Anual						
Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
\$ (43.439,58)	\$ 10.201,38	\$ 18.170,28	\$ 12.656,98	\$ 13.579,40	\$ 34.597,55	Anual
\$ (43.439,58)	\$ (33.238,20)	\$ (15.067,92)	\$ (2.410,94)	\$ 11.168,46	\$ 45.766,01	Acumulado

Flujo de Caja del inversionista anual						
Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
\$ (21.719,79)	\$ 15.002,28	\$ 23.085,05	\$ 17.696,29	\$ 18.754,93	\$ 39.922,10	Anual
\$ (21.719,79)	\$ (6.717,51)	\$ 16.367,54	\$ 34.063,83	\$ 52.818,77	\$ 92.740,86	Acumulado

Anexo 3  
Cálculo de WACC Y CAPM

Tasa de Descuento con Beta Apalancada	
Tasa libre de riesgo	2,33%
Rendimiento del mercado	11,88%
Beta Proyecto	1,822
Riesgo País	7,40%
Tasa de Impuestos Empresa	33,70%
CAPM	27,13%
WACC	16,55%

FV	2238,8
PV	-1277
N	5
I	11,88%

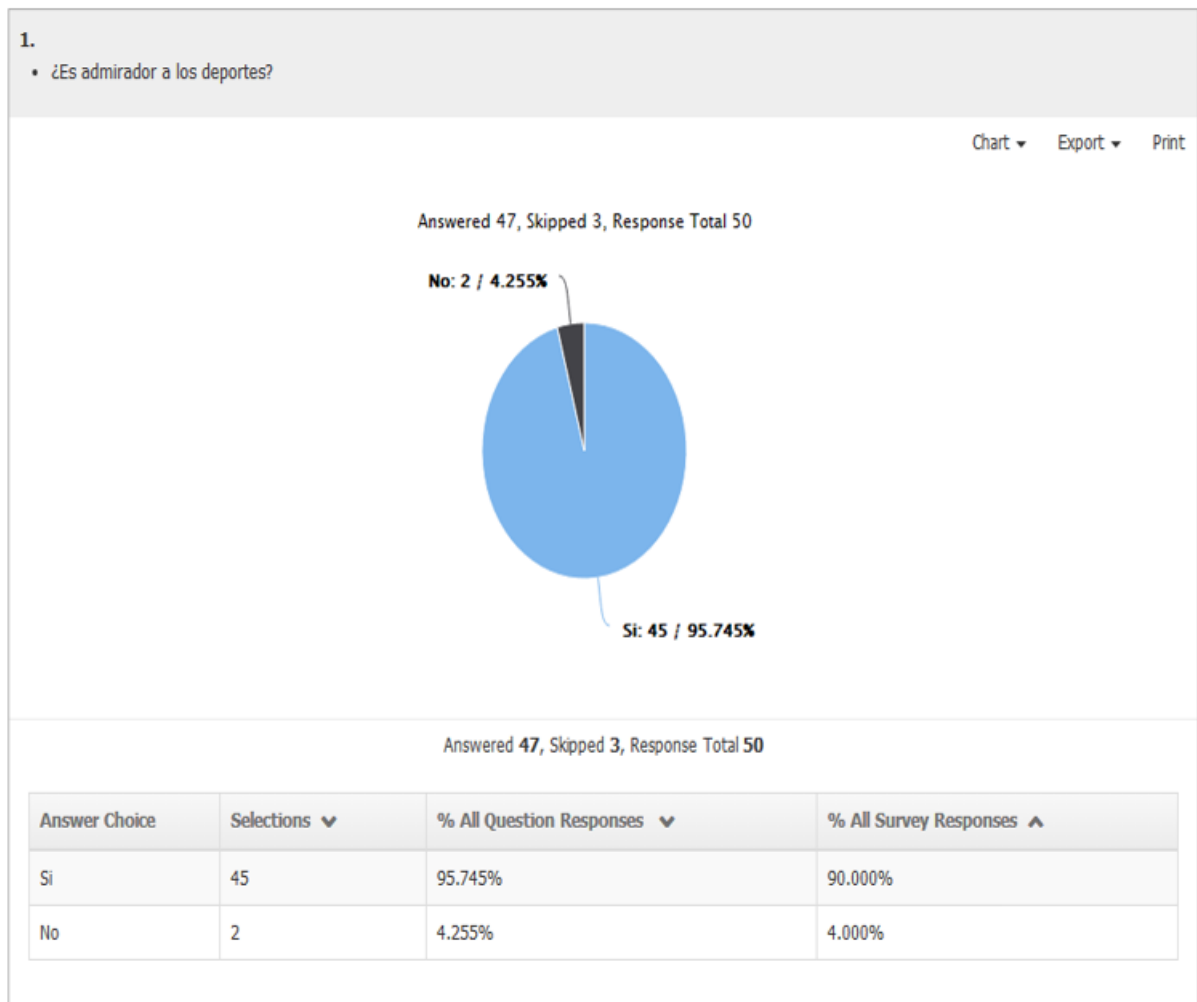
## Anexo 4

Criterios de valoración:

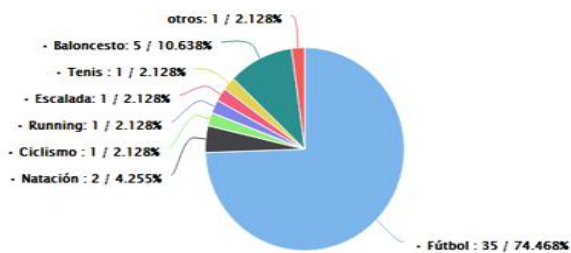
Criterios de Inversión			
Criterios de inversión Proyecto		Criterios de inversión Inversionista	
VAN	\$ 10.130,53	VAN	\$ 32.175,19
IR	1,23	IR	2,48
TIR	24,74%	TIR	83%
Periodo Recuperación	3,68	Periodo Rec.	1,18

## Anexo 5

Preguntas:



Answered 47, Skipped 3, Response Total 50



Answered 47, Skipped 3, Response Total 50

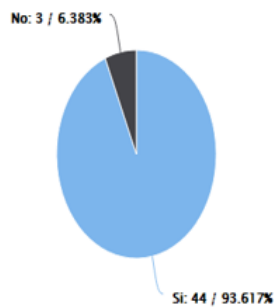
Answer Choice	Selections	% All Question Responses	% All Survey Responses
• Fútbol	35	74.468%	70.000%
• Baloncesto	5	10.638%	10.000%
• Natación	2	4.255%	4.000%
• Ciclismo	1	2.128%	2.000%
• Running	1	2.128%	2.000%
• Escalada	1	2.128%	2.000%
• Tenis	1	2.128%	2.000%
otros	1	2.128%	2.000%
• Karate			

3.

¿Cree que los deportistas necesitan ayuda económica externa?

Chart Export Print

Answered 47, Skipped 3, Response Total 50



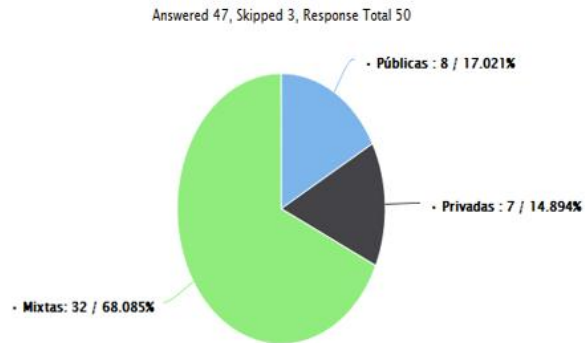
Answered 47, Skipped 3, Response Total 50

Answer Choice	Selections	% All Question Responses	% All Survey Responses
Si	44	93.617%	88.000%
No	3	6.383%	6.000%

4.

¿A través de que instituciones o entidades deberían recibir apoyo los deportistas?

Chart ▾ Export ▾ Print

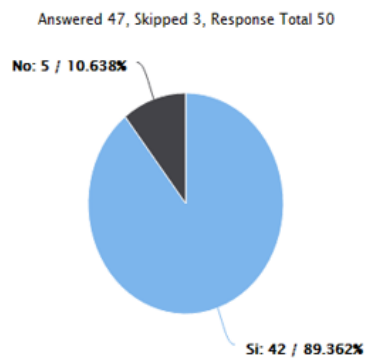


Answered 47, Skipped 3, Response Total 50

Answer Choice	Selections ▾	% All Question Responses ▾	% All Survey Responses ▾
• Públicas	8	17.021%	16.000%
• Privadas	7	14.894%	14.000%
• Mixtas	32	68.085%	64.000%

5. ¿Cree usted que las herramientas virtuales ayuden a los deportistas a conseguir financiamiento para sus competiciones?

Chart ▾ Export ▾ Print



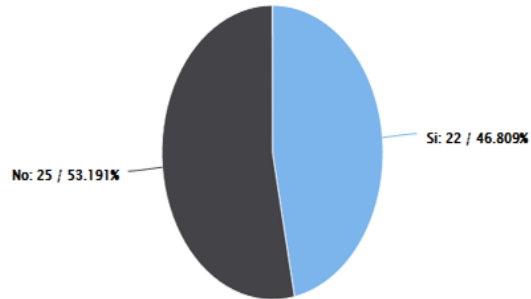
Answered 47, Skipped 3, Response Total 50

Answer Choice	Selections ▾	% All Question Responses ▾	% All Survey Responses ▾
Si	42	89.362%	84.000%
No	5	10.638%	10.000%

6. ¿Ha escuchado sobre las plataformas crowdfunding? "Cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones"

Chart ▾ Export ▾ Print

Answered 47, Skipped 3, Response Total 50



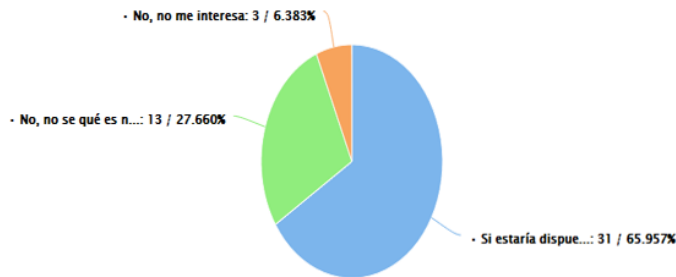
Answered 47, Skipped 3, Response Total 50

Answer Choice	Selections ▾	% All Question Responses ▾	% All Survey Responses ▾
Si	22	46.809%	44.000%
No	25	53.191%	50.000%

7. ¿Utilizarías el crowdfunding?

Chart ▾ Export ▾ Print

Answered 47, Skipped 3, Response Total 50



Answered 47, Skipped 3, Response Total 50

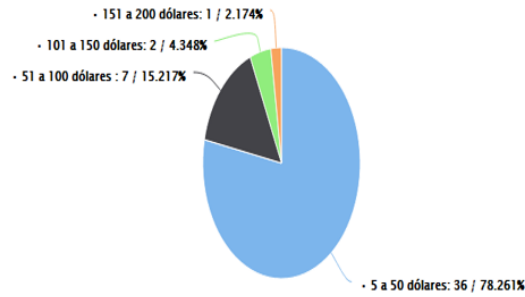
Answer Choice	Selections ▾	% All Question Responses ▾	% All Survey Responses ▾
• Si estaría dispuesto	31	65.957%	62.000%
• Si ya lo hice pero no funciona			
• No, no se qué es ni cómo funciona	13	27.660%	26.000%
• No, no me interesa	3	6.383%	6.000%



8. ¿Si usted es persona natural?

Chart Export Print

Answered 46, Skipped 4, Response Total 50



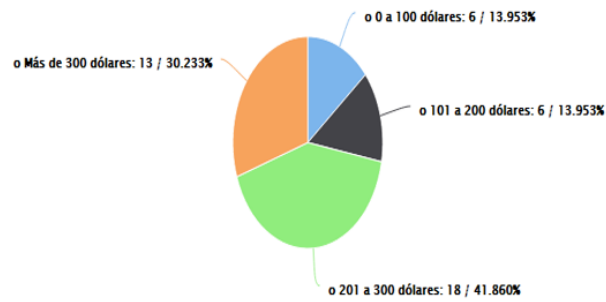
Answered 46, Skipped 4, Response Total 50

Answer Choice	Selections	% All Question Responses	% All Survey Responses
• 5 a 50 dólares	36	78.261%	72.000%
• 51 a 100 dólares	7	15.217%	14.000%
• 101 a 150 dólares	2	4.348%	4.000%
• 151 a 200 dólares	1	2.174%	2.000%

9. ¿Si usted es empresa?

Chart Export Print

Answered 43, Skipped 7, Response Total 50



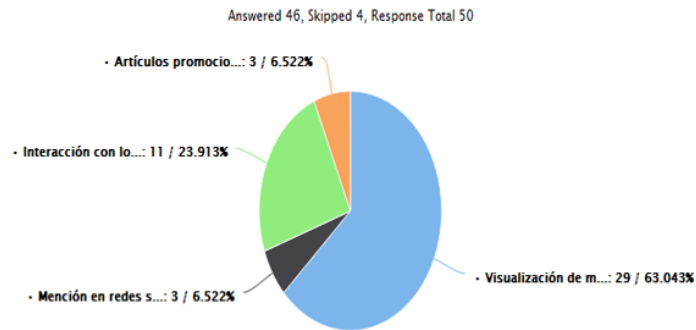
Answered 43, Skipped 7, Response Total 50

Answer Choice	Selections	% All Question Responses	% All Survey Responses
o 0 a 100 dólares	6	13.953%	12.000%
o 101 a 200 dólares	6	13.953%	12.000%
o 201 a 300 dólares	18	41.860%	36.000%
o Más de 300 dólares	13	30.233%	26.000%

10.

• ¿De acuerdo a su aporte financiero que recompensas espera obtener?

Chart ▾ Export ▾ Print

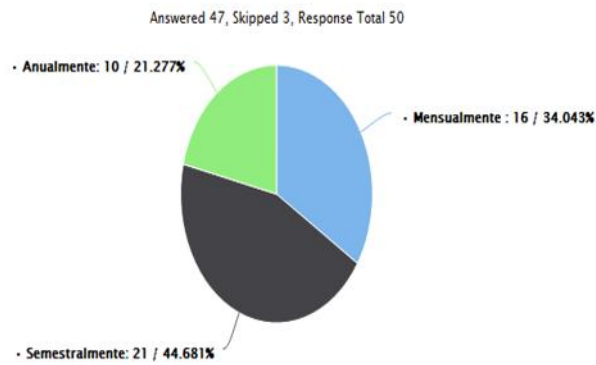


Answered 46, Skipped 4, Response Total 50

Answer Choice	Selections ▾	% All Question Responses ▾	% All Survey Responses ▾
• Visualización de marca	29	63.043%	58.000%
• Mención en redes sociales	3	6.522%	6.000%
• Interacción con los deportistas	11	23.913%	22.000%
• Artículos promocionales	3	6.522%	6.000%

11. ¿Cada qué tiempo le gustaría participar en los proyectos de la plataforma?

Chart ▾ Export ▾ Print



Answered 47, Skipped 3, Response Total 50

Answer Choice	Selections ▾	% All Question Responses ▾	% All Survey Responses ▾
• Mensualmente	16	34.043%	32.000%
• Semestralmente	21	44.681%	42.000%
• Anualmente	10	21.277%	20.000%

Anexo 6:

Ingresos proyectados quinquenio

<b>Ingresos</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Precio Promedio</b>	Paquete Estándar	\$ 399,81	\$ 399,24	\$ 398,66	\$ 398,09	\$ 397,52
	Paquete VIP	\$ 699,67	\$ 698,66	\$ 697,66	\$ 696,66	\$ 695,66
<b>Cantidad de Paquetes</b>	Paquete Estándar	184	193	203	213	223
	Paquete VIP	123	129	135	142	149
<b>Ingresos Esperados</b>		\$159.721	\$167.377	\$175.337	\$183.675	\$192.411

Anexo 7:

Gastos generales proyectados quinquenio.

<b>Gastos Generales</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Gastos Suministros de Oficina</b>	\$ 600	\$ 599	\$ 598	\$ 597	\$ 596
<b>Seguros de Maquinaria</b>	\$ 2.489	\$ 2.489	\$ 3.170	\$ 3.232	\$ 3.232
<b>Mantenimiento y Reparaciones</b>	\$ 720	\$ 718	\$ 717	\$ 716	\$ 715
<b>Servicios Básicos</b>	\$ 1.800	\$ 1.797	\$ 1.794	\$ 1.792	\$ 1.789
<b>Gasto arriendo</b>	\$ 24.000	\$ 23.965	\$ 23.931	\$ 23.896	\$ 23.862
<b>Publicidad</b>	\$ 3.194	\$ 3.347	\$ 3.506	\$ 3.673	\$ 3.848
<b>Gastos de Constitución</b>	\$ 1.800				
<b>Gastos Totales</b>	\$ 34.603	\$ 32.917	\$ 33.719	\$ 33.909	\$ 34.045
<b>Gastos operacionales</b>	\$ 31.394	\$ 29.709	\$ 29.831	\$ 29.960	\$ 30.097
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	\$ 3.209	\$ 3.208	\$ 3.888	\$ 3.949	\$ 3.948

Anexo 8:

Inversión inicial Support Me.

<b>Inversión Inicial</b>	
<b>Inversiones PPE</b>	\$ 12.169,07
<b>Inversiones Intangibles</b>	\$ 30.270,51
<b>Inventarios</b>	
<b>Gastos efectivos</b>	\$ 1.000,00
<b>Varios</b>	
<b>Total, Inversión Inicial</b>	<b>\$ 43.439,58</b>

Anexo 9:

Estructura de Capital Support Me.

<b>Estructura de Capital</b>		
<b>Propio</b>	50%	\$ 21.719,79
<b>Deuda L/P</b>	50%	\$ 21.719,79

Anexo 10:

Utilidad Neta o Margen de ganancia proyectado en el quinquenio Support Me.

<b>Utilidad Neta</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	\$ 8.185,18	\$ 8.067,51	\$ 3.651,75	\$ 8.890,16	\$ 12.130,91

Anexo 11:

Activos, pasivos y patrimonio proyectado en el quinquenio Support Me.

<b>Activos</b>	\$ 43.439	\$ 49.557	\$ 53.748	\$ 53.808	\$ 60.693	\$ 67.444
<b>Pasivos</b>	\$ 21.719	\$ 19.65	\$ 15.684	\$ 11.318	\$ 6.825	\$ 1.445
<b>Patrimonio</b>	\$ 21.719	\$ 29.904	\$ 38.064	\$ 42.489	\$ 53.868	\$ 65.998

