



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
RECREATIVO DE TEQBALL EN LA CIUDAD DE QUITO

AUTOR

JEAN PIERRE ENRÍQUEZ POZO

AÑO

2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO DE
TEQBALL EN LA CIUDAD DE QUITO

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

Profesor Guía

Luis Eduardo Pavón

AUTOR

Jean Pierre Enríquez Pozo

AÑO

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de negocios para la creación de un centro recreativo de teqball en la ciudad de Quito, a través de reuniones periódicas con el estudiante Jean Pierre Enríquez Pozo, 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".

Luis Eduardo Pavón Rosero

C.I. 170974089-6

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, Plan de negocios para la creación de un centro recreativo de teqball en la ciudad de Quito, del estudiante Jean Pierre Enríquez Pozo, en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

MSc. Santiago Nicolás Nájera Acuña

C.I 1712630787

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Jean Pierre Enríquez Pozo

C.I. 040149277-2

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a mis padres, que sin el apoyo constante de ellos no hubiese podido culminar esta etapa de mucha enseñanza. De igual manera a mi hermana y sobrinos que con su aliento me ayudaron a seguir adelante y a todas las personas que estuvieron presentes en mi vida universitaria.

DEDICATORIA

Este y todos mis logros se los dedico principalmente a mis padres por estar en los momentos buenos y principalmente en los malos; a toda mi familia, mi novia y amigos que aportaron con su granito de arena para cumplir todas mis metas.

RESUMEN

En el presente proyecto está encaminado en el estudio de viabilidad de un plan de negocios para la creación de un centro recreativo de teqball en la ciudad de Quito, específicamente en el Valle de Tumbaco enfocado en jóvenes y adultos del sector y sus alrededores. Se busca dar alternativas a las personas con este deporte híbrido que es nuevo en el país. El tiempo de desarrollo del proyecto es de cinco años.

Para conocer todos los aspectos requeridos para la realización del proyecto se desarrolló un análisis externo, se utilizó herramientas como el análisis PEST, PORTER, Matriz EFE; lo cual nos permitió conocer las oportunidades y amenazas que pueden influir en el desarrollo del proyecto. De igual manera se realizó un análisis de mercado utilizando herramientas cuantitativas y cualitativas, dichas herramientas fueron, entrevistas a expertos, encuestas y grupos de enfoque, los cuales nos arrojaron resultados vitales para conocer los comportamientos de compra de nuestros posibles clientes.

Adicionalmente, se realizó un plan de marketing para dar a conocer los servicios ofrecidos, así como también se desarrolló la estructura del proyecto; con ello se busca brindar un servicio de calidad por medio de enseñanza y alquiler de mesas con este nuevo deporte denominado teqball. Por último, se realizó una simulación de evaluación financiera del proyecto, el cual nos permitió determinar la viabilidad del proyecto.

En conclusión, con el análisis interno y externo realizado, además de la evaluación financiera que nos demostró utilidades graduales podemos determinar que el proyecto es viable.

ABSTRACT

In the present project is routed at the viability study of a business plan for the creation of a recreational teqball center in the city of Quito, specifically in the Tumbaco Valley focused on young people and adults in the sector and its surroundings. It seeks to give alternatives to people with this hybrid sport that is new in the country. The development time of the project is five years.

To know all the aspects required for the realization of the project, an external analysis was developed, tools such as PEST analysis, PORTER, EFE Matrix were used; which allowed us to know the opportunities and threats that can influence the development of the project. Similarly, a market analysis was carried out using quantitative and qualitative tools, these tools were interviews with experts, surveys and focus groups, which gave us vital results to understand the buying behaviors of our prospects.

In addition, a marketing plan was developed to publicize the services offered, as well as the project structure was developed; this seeks to provide a quality service through teaching and renting tables with this new sport called teqball. Finally, a financial evaluation simulation of the project was carried out, which allowed us to determine the feasibility of the project.

In conclusion, with the internal and external analysis carried out, in addition to the financial assessment that showed us gradual profits we can determine that the project is viable.

Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación.....	1
1.1.1 Objetivo General	2
1.1.2 Objetivos Específicos	2
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	3
2.1 Análisis del entorno externo.....	3
2.1.1 Entorno Externo (PEST).....	3
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE	13
3.1 Análisis del Cliente	13
4. Oportunidad de Negocio	23
4.1 Descripción de la Oportunidad de Negocio.....	23
5. Plan de Marketing	25
5.1 Estrategia general de Marketing	25
5.1.1 Mercado Objetivo	26
5.1.2 Propuesta de valor	26
5.2 Mezcla de marketing.....	27
5.2.1 Definición del producto/servicio.....	27
5.2.1.1 Atributos	28
5.2.1.2 Branding	29
5.2.2. Precio	31
5.2.2.1 Estrategia de Precios	31
5.2.2.2 Estrategia de entrada	32
5.2.2.3 Estrategia de fijación de precios.....	32
5.2.2.4 Estrategia de Ajuste	33
5.2.3 Plaza	33
5.2.3.1 Estrategia de distribución	33
5.2.3.2 Canales de distribución	33
5.2.4 Promoción	34
5.2.4.1 Estrategia promocional.....	34

5.2.4.2 Publicidad.....	34
5.2.4.3 Promoción de ventas.....	35
5.2.4.4 Relaciones públicas.....	35
5.2.4.5 Marketing directo.....	36
6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional....	36
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización	36
6.1.1 Misión.....	36
6.1.2 Visión.....	36
6.1.3 Objetivos de la organización	37
6.2 Plan de Operaciones	37
6.2.1 Procesos requeridos para el funcionamiento de la empresa.....	37
6.2.1.1 Cadena de valor.....	37
6.2.1.2 Mapa de procesos.....	39
6.2.3 Flujograma de procesos y ciclo de operaciones.....	39
6.3 Estructura Organizacional	42
6.3.1 Descripción de funciones	42
6.3.2 Sueldos de nómina.....	43
6.3.3 Estructura legal del proyecto	44
7. Evaluación Financiera	44
7.1 Proyección de Ingresos, costos y gastos.....	44
7.1.1. Ingresos.....	44
7.1.2 Costos y gastos.....	45
7.2 Inversión Inicial, capital de trabajo y estructura de capital	46
7.2.1 Inversión Inicial, capital de trabajo y estructura de capital.....	46
7.3. Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	47
7.3.1 Estado de Resultados	47
7.3.2. Estado de situación financiera.....	48
7.3.3. Estado de flujo de efectivo.	49
7.3.4. Estado de flujo de caja.....	50

7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración	50
7.4.1. Flujo de caja del inversionista	50
7.5 Índices Financieros	51
8. Conclusiones generales y recomendaciones	52
Referencias	54
ANEXOS	59

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

En el siguiente Plan de Negocios se busca implementar una escuela de formación y un espacio para realizar actividad física diferente en la ciudad de Quito, en la actualidad las personas se preocupan por tener una vida más saludable realizando deporte.

De acuerdo a una investigación realizada por la *Robert Gordon University Aberdeen* en el año 2014 menciona que el fútbol es el deporte más popular del planeta con un total aproximado de 3.5 mil millones de aficionados.(citado en Rivera y Molero, 2012) En un estudio realizado anteriormente por la FIFA se pudo constatar que 265 millones de personas practican fútbol en todo el mundo, éste dato nos da pauta para realizar nuestro proyecto investigativo que se deriva directamente del fútbol (Matthias Kunz, 2007).En la ciudad de Quito existen un aproximado de 2'239 191 habitantes que representa el 15% de toda la población ecuatoriana, de las cuáles 453 496 habitantes realizan actividad física de los cuales representan el 3.2% de la población quiteña tienen una tendencia a realizar actividad física (INEC,2014). Estos datos son indicadores fundamentales para conocer la evolución que ha tenido el deporte en el país por lo cual éste nuevo emprendimiento motivará a las personas a desarrollar nuevas habilidades con éste nuevo deporte llamado teqball.

Según el Ministerio del Deporte en el año 2012 menciona que las prácticas más comunes en los ecuatorianos con hábitos deportivos son: (a) fútbol (33,7%); (b) caminata (31,3%); (c) indoor fútbol (19,3%); (d) ecua vóley (14,7%); (e) baloncesto (13,9%).

El teqball es un deporte que fue creado por dos inventores húngaros, los cuales crearon este juego combinando el fútbol y el tenis de mesa, se lo practica por medio de una mesa curva "científicamente adaptada", sirve para desarrollar habilidades técnicas del jugador y al mismo tiempo ayuda a tener una mayor concentración, así como también tomar decisiones más rápidas. Sirve como parte de entrenamiento y en otros casos se lo puede jugar en un modo como más de distracción. Éste deporte se puede desarrollar individualmente como colectivamente (BBC Mundo, 2018).

En varios países de mundo éste deporte ha tenido gran acogida, existen varios embajadores en distintos países del mundo, entre los más conocidos se encuentran Ronaldinho, Carles Puyol, Luis Figo, entre otros. En el año 2017 se creó la Federación Internacional de teqball (FITEQ), lo cual nos permite constatar que éste deporte está en constante crecimiento y evolución, otro dato que podemos adicionar es que en el segundo campeonato mundial de teqball en la ciudad de Reims (Francia), con la participación de más de 40 países alrededor del mundo, con más de 100 participantes, esto nos da una idea que la realización de éste tipo de torneos puede llegar a ser un éxito en nuestro país.

1.1.1 Objetivo General

Determinar la viabilidad técnica y financiera para desarrollar un plan de negocios para la creación de un centro recreativo de Teqball en la ciudad de Quito.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer la situación externa de la industria en el Ecuador por medio de análisis de PEST y Porter.
- Obtener información específica mediante la investigación de mercados tanto cualitativa como cuantitativa de nuestro mercado meta para comprender los comportamientos y preferencias de los mismos.
- Elaboración de un plan de marketing que nos permitan encontrar las estrategias adecuadas para brindar el producto, precio, plaza y promoción a nuestro mercado objetivo.
- Determinar la propuesta filosófica de la empresa, así como también su estructura organizacional.
- Comprobar la viabilidad financiera del proyecto mediante el análisis de distintos estados financieros con un tiempo determinado de 5 años.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO.

CIU

Tabla N° 1: Clasificación Industria Internacional Uniforme 4 CIU 4.0

R	Artes, Entretenimiento y Recreación
R931	Actividades deportivas
R9311	Explotación de Instalaciones Deportivas
R9311.03	Organización y gestión de competencias deportivas al aire libre o bajo techo con participación de deportistas profesionales o aficionados, por parte de organizaciones con instalaciones propias. Se incluyen la gestión de esas instalaciones y la dotación del personal necesario para su funcionamiento.

P	Enseñanza
P8541	Enseñanza deportiva y recreativa
P8541.01.	Enseñanza en adiestramiento deportivo: béisbol, basketball,volleyball, fútbol, etc.

2.1.1 Entorno Externo (PEST)

- **Político**

En los últimos años nuestro país ha presentado una estabilidad política. sin embargo han existido varios cambios buscando hacer un nuevo Ecuador se ha iniciado desde la parte política, la estabilidad política permite que los proyectos iniciados en las funciones públicas puedan continuar con los mismos, a lo largo de la última década el anterior gobierno y el actual han creado varios proyectos los cuales fomentan e incentivan la práctica deportiva y el desarrollo de actividad física de los ecuatorianos de diferentes edades, la filosofía de algunos representantes políticos ven al deporte como una herramienta para el desarrollo de la sociedad ecuatoriana.

En el año 2015 CEDATOS realizó varias encuestas sobre la aprobación a la gestión del presidente, en el año 2007 la aceptación del gobierno y del presidente en sí era de un 68% aproximadamente, al pasar de los años ha tenido variaciones en el periodo (2008-2013), a partir de 2014 se ha mantenido un porcentaje de 60% aproximadamente, desde el año 2015 esa aprobación ha venido en decadencia lo cual nos indica que la población ya no apoya de la misma manera al gobierno cómo lo hacían en anteriores años.

En el año 2007 se creó el Ministerio del Deporte, un paso importante que dio el gobierno fue la creación de la ley de deporte en el 2010, así como la construcción de varios centros de alto rendimiento (CAR) demuestran de que se ha tomado la importancia debida al deporte, de igual forma el gobierno ha brindado varios recursos económicos destinados a varias instituciones deportivas públicas que se han encargado de fomentar y mejorar el desarrollo de actividades físicas y deportivas ya sea mediante la construcción, readecuación de instalaciones, así como también diferentes capacitaciones a las personas destinadas a la enseñanza de deporte.

Un dato importante que podemos acotar involucrándonos en la Constitución de la República del Ecuador en el **Art. 82** manifiesta lo siguiente “el Estado protegerá, estimulará, promoverá y coordinará la cultura física, el deporte y la recreación, como actividades para la formación integral de las personas. Proveerá de recursos e infraestructura que permitan la masificación de dichas actividades.” (Ley de la constitución,sf)

En los últimos años se ha realizado una inversión de US\$ 26 256,87 millones enfocados en la infraestructura para el desarrollo de los sectores de salud, educación, deporte y seguridad (Plan Nacional de desarrollo, 2017)

Los acuerdos bilaterales entre países son primordiales al momento de crear buenas relaciones, Ecuador tiene acuerdos muy interesantes cómo es el Acuerdo de Complementación Económica con Chile, el cual tiene como objetivo principal “establecer un espacio económico ampliado entre los dos países, que permita la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos; la liberación total de gravámenes y eliminación a las restricciones de las importaciones originarias de los mismos” (Embajada de Chile, 2019)

Con la información destacada anteriormente se puede constatar que el gobierno apuesta por un mejor desarrollo del deporte en el país, así como también los acuerdos bilaterales ya sea para exportar o en nuestro caso importar un producto, éste tipo de acuerdos facilita de grande manera de realizar éste tipo de acciones y ayudan a desarrollar los diferentes proyectos.

Económico

Uno de los elementos más importantes en la Economía de cualquier país es el Producto Interno Bruto (PIB), el Banco Central del Ecuador realizó un importante estudio para determinar el ciclo económico del mismo. La economía del país se encuentra en una mínima fase de aceleración por encima de la tendencia, lo cual quiere decir que la economía del país está creciendo en rangos mínimos, esto no sucedía desde el año 2014 y en el año 2016 está empezando un crecimiento importante del 3.10% (INEC, 2016)

Enfocándonos en la inflación del país, según datos del Banco Central del Ecuador en el mes de julio del 2018 existió una deflación mensual fue de -0,004% un decrecimiento considerable dentro de éste ámbito, en agosto aumentó en un 0,27%, y el mes de septiembre aumentó en un 0.39%, (Banco Central del Ecuador, 2018). Estos datos representan que la inflación actualmente tiene una tendencia a aumentar en estos meses, la variación no es muy significativa lo cual se puede decir que es una cifra positiva.

Las tasas de interés son fundamentales para realizar un análisis económico importante.

La tasa que nosotros podríamos tomar en cuenta sería a PYMES el cual se encuentra en una tasa de interés del 11.20% para el mes de octubre del 2018, (Banco Central del Ecuador, 2018), a diferencia de meses anteriores esta cifra ha disminuido lo cual es importante para poder adquirir inversión para poder constituir un negocio, en cooperativas es importante conocer que la tasa de interés es de 10.57% y el préstamo lo realizaremos en éste tipo de entidad, en otras entidades como BanEcuador existen varias tasas activas para distintos tipos de crédito, enfocándonos en el crédito productivo

PYMES es de 10.21% de interés en tasa efectiva, así como también en la Corporación Financiera Nacional la tasa efectiva máxima productivo PYMES es del 11.83%.

La tasa de desempleo en el país es fundamental en la economía del país, en el mes de septiembre la tasa de desempleo fue de un 4%, lo cual ha disminuido a comparación de años anteriores cómo en diciembre del 2017 qué fue de 4.6%, estos datos nos permiten interpretar qué la tasa del desempleo lo cual es importante para el buen desarrollo económico del país. (Ecuador en cifras, 2018)

En el Ecuador existen algunas tasas arancelarias para los diferentes productos qué se quieren importar al país, en años anteriores la tasa arancelaria qué pertenecía a la importación de implementos deportivos era del 45%, actualmente esta tasa arancelaria ha disminuido en un 30% (Aranceles Ecuador, 2018). Esto es un aspecto importante a la hora de importar este tipo de implementos para un mejor desarrollo de las diferentes actividades físicas.

Ecuador tiene varios acuerdos bilaterales con varios países, uno de ellos es Chile, el cual tiene un convenio para evitar la doble tributación, uno de sus principales objetivos es facilitar el intercambio de bienes y servicios. (Embajada de Chile, 2019)

Los ecuatorianos destinan en salud el 7.5% de los gastos totales, por medio de deporte éste gasto se puede disminuir significativamente, así mismo la obesidad en el país es de 62.8% en personas adultas entre edades que oscilan de (19 a 59 años) según la encuesta realizada por Ensanut.

Es importante resaltar qué la tasa arancelaria para la importación de implementos deportivos ha disminuido en un 30% lo cual es primordial para poder desarrollar nuestro proyecto, así como también los diferentes tratados internacionales qué facilitan el intercambio de bienes y servicios.

En la parte económica podemos destacar que la tasa de interés para los diferentes créditos es accesible por lo que no restringe la realización de créditos, así como también con la creación de negocios en el país la tasa de desempleo tiende a disminuir y ese es un objetivo de nuestro proyecto. Los acuerdos bilaterales nos permiten facilitar la

adquisición de varios productos que no los tenemos en nuestro país. Un dato interesante es que los gastos en salud son relativamente altos y con nuestro proyecto se intentará prevenir la obesidad por medio de éste nuevo deporte.

Social

En la parte social una parte fundamental es saber las clases socioeconómicas que existen en el Ecuador, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el país actualmente existen 5 tipos de clases sociales, las cuales son importantes conocer, así como también los porcentajes que existen en cada una de ellas y así poder saber a qué segmento podemos dirigirnos ya sea con cualquier producto o servicio, es importante recalcar que la clase media y media alta es de 34% del total de la población ecuatoriana.

En el Ecuador las personas que practican deporte a partir de 12 años nos dan un total de 3'023 309 de habitantes, un aspecto importante que podemos destacar es que 2'232 480 son hombres y tan sólo 790 829 son mujeres (INEC, 2014).

El fútbol es considerado un deporte que tiene gran acogida dentro de la población ecuatoriana debido a que su práctica se puede realizar desde una temprana edad y permite a las personas reducir el estrés, mejorar la actividad física y ayuda la interacción personal. Además, para practicar este deporte no es necesario contar con características físicas como en otras disciplinas (El Metro, 2016).

Los ecuatorianos invierten 19 USD en actividades deportivas, esto quiere decir que las personas destinan el 5% de un salario básico en una actividad física, y para indumentaria deportiva destinan el 2% en indumentaria deportiva, es decir 7\$ (El telégrafo, 2018)

En la parte social se pudo conocer que en el Ecuador se ha cambiado sus hábitos y costumbres, ya que hoy en día se preocupan más de su salud y evitar el sedentarismo por lo que pudimos constatar que dedican un promedio de 10 horas a la semana a realizar actividades de entretenimiento y recreativas en la que varios de ellos realizan actividades físicas. Otro punto importante en la parte social es que en la ciudad de Quito existen un aproximado de 2'239 191 habitantes que representa el 15% de toda la

población ecuatoriana, de las cuáles 453 496 habitantes realizan actividad física de los cuales representan el 3.2% de la población quiteña tienen una tendencia a realizar actividad física, cómo dato adicional podemos deducir qué el fútbol es el deporte más practicado por los ecuatorianos con hábitos deportivos son el fútbol con él 33.7%

Tecnológico

De acuerdo al INEC un 49,83% de la población ecuatoriana tiene celular activado, de éste porcentaje el 18.81% su celular es un Smartphone y de estos el 17,11% utilizar redes sociales lo qué nos permite decir qué es un dato fundamental para saber por qué medios llegar a las personas mediante aplicaciones, así como también el uso de redes sociales y páginas web, éste último dato ha crecido bastante a diferencia de años anteriores.

Por medio del avance tecnológico se han podido implementar nuevos materiales de construcción qué han permitido realizar construcciones de primer nivel y de igual forma ser amigables con el planeta cómo lo son materiales naturales y materiales reciclados. Otro aspecto fundamental en el qué ha sido partícipe la tecnología es el deporte, ya qué se ha podido desarrollar y crear nuevas formas de realizar deporte, un ejemplo claro de la relación entre la tecnología y el deporte es la mesa del teqball qué posee par de curvaturas científicamente comprobadas en las partes posteriores de la mesa para qué el rebote del balón sea más complicado de controlar, todo esto es gracias a la tecnología qué ha permitido crear equipos de última generación.

En la parte tecnológica podemos destacar que las redes sociales es una de las herramientas más utilizadas en el país y con ello podemos darnos a conocer por medio de las redes sociales. Los materiales de construcción han mejorado con el pasar de los años y ahora también se preocupan por cuidar el medio ambiente. El deporte y la tecnología van de la mano y le ha permitido evolucionar de grande manera creando nuevas formas de realizar deporte.

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Amenazas de Nuevos Competidores

Revisando los datos de la superintendencia de compañías se puede constatar que existen 30 empresas que coinciden en nuestra industria, varias de ellas se encuentran en la provincia de Pichincha, así como también en la provincia del Guayas (Superintendencia de Compañías, 2017). Investigando sobre otras empresas podemos destacar que no tenemos competencia directa que nos afecte.

Observando las medidas que se debe tener para la creación de una empresa podemos interpretar que las barreras de entrada para nuestra industria son muy flexibles, sin embargo, la implementación de este tipo de proyectos es costosa de alguna manera, no existen competidores directos que nos pueda afectar por lo que podemos interpretar que la amenaza de nuevos competidores es BAJA.

Poder de Negociación con los Clientes

En un estudio realizado por el INEC se constató que el 44.6% de los ecuatorianos con edades que oscilan entre 12 a 44 años destinan aproximadamente 2 horas diarias a la práctica deportiva, este dato es un indicador para saber en qué actividad destinan el tiempo los ecuatorianos, existen varias compañías que brindan servicios para realizar deporte y actividad física, la industria es amplia por lo que los clientes tienen distintas opciones para escoger. (INEC, 2012)

Los clientes tienen algunas alternativas para realizar diferentes deportes; sin embargo, el servicio que se brindará es nuevo en el país por lo que podemos de inicio tener una diferenciación frente a las diferentes competencias indirectas que existen dentro de la ciudad, por lo que los consumidores pueden cambiar fácilmente de decisión en escoger un servicio u otro. Es por estas razones que el poder de negociación con los clientes se califica como MEDIO ALTO.

Amenaza de Productos Sustitutos

En vista que se trata de un deporte nuevo e innovador se torna un tanto complejo definir de manera específica a los servicios sustitutos, razón por la cual se ha considerado cómo producto sustituto a la industria de acuerdo al número del CIIU de la industria, esto es, R9311.01, que pertenece a la explotación de instalaciones para actividades deportivas bajo techo o al aire libre: (a) abiertas; (b) cerradas; (c) techadas; (d) con asientos para espectadores. (Superintendencia de Compañías, 2018).

Esta industria es una de las más amplia en el sector de entretenimiento y recreación ya que cuenta con 120 compañías registradas actualmente, de las cuales la mayoría de estas compañías se encuentra en la provincia de Pichincha, con aproximadamente el 34%, seguida de la provincia del Guayas con un 28%. Basándonos en el número de empresas por sector económico podemos decir que el sector de servicios es el más grande en el país con un 40% aproximadamente de las cuales el 0.7% se dedican a actividades de arte y recreación (INEC, 2016), éstos datos nos ayudan a interpretar que existe un número de empresas dedicadas al arte y entretenimiento, la entrada de los mismos al mercado es común, por lo que la amenaza de productos sustitutos se califica cómo MEDIA ALTA.

Poder de Negociación Proveedores

La industria deportiva cada vez está surgiendo más, en Ecuador esta industria está atrasada a diferencia de otros países, en nuestro país el deporte que más se ha logrado explotar es el fútbol el cuál es el más acogido por parte de las empresas. En la provincia de Pichincha no existen varias empresas que provean de implementos deportivos, ya que son muy limitadas para proveer implementos sofisticados de los cuáles se necesitan, son muy básicas para proveer implementos deportivos de los cuáles son las siguientes:

- a. Importadora y Comercializadora “Nibec”
- b. Invictus Sport CIA. LTDA.
- c. Mildeportes S.A.
- d. Dowercev S.A.
- e. Dinsports S.A.

Estás compañías proveen de varios implementos deportivos en el país, los cuáles sirven para facilitar la práctica deportiva y el mejoramiento de la misma, cada proveedor tiene productos y precios que varían de uno a otro, pero a diferencia de otras industrias que tienen varias empresas para escoger la industria que proveen implementos deportivos es limitada. Tenemos que buscar proveedores internacionales para poder proveernos de todos los equipos deportivos que necesitamos. Por lo que podríamos interpretar que el poder cómo negociación con proveedores es ALTO.

Rivalidad Competitiva

En la industria a la que pertenecemos que es la industria de entretenimiento y recreación actualmente no existe un competidor que nos afecte directamente, pero sí existen competidores indirectos, entre los más fuertes se encuentran a continuación (Superintendencia de Compañías, 2017)

(a) Blue Pádel CIA.LTDA: Es una empresa que se dedica a brindar entretenimiento por medio del deporte llamado pádel, es un deporte de raqueta que se desarrolla en una pista cerrada.

(b) Fútbol City CIA.LTDA: Es una empresa dedicada a la prestación de instalaciones de canchas sintéticas en las cuáles se desarrolla fútbol 7vs7.

(c) Hoops Basketball Center C.L.: Empresa que se dedica a la prestación de instalaciones de canchas de básquet de primer nivel.

(d) Symmetry Alliance Negocios y Servicios S.A.: Es un complejo deportivo que cuenta con varios entretenimientos deportivos innovadores.

(e) Padbol S.A.: Es una empresa que desarrolla un deporte innovador en el cual se fusionan el fútbol y el pádel.

Según la investigación realizada dentro de los principales competidores actualmente no existe una compañía registrada que se dedique a brindar nuestro servicio en el Ecuador.

Existen deportes relacionados o alternativos que los consumidores pueden escoger con facilidad por lo que podemos decir que la rivalidad entre competidores es MEDIA BAJA.

Matriz EFE

La matriz de evaluación y factores externos EFE permite a los estrategas resumir y evaluar varios factores: económico, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva. (Fred, 2013, p. 80).

Tabla N° 2: Matriz EFE

Matriz EFE				
#	Oportunidades	Peso	Calificación	Valor Ponderado
1	Apoyo importante del gobierno a la industria deportiva	10%	3	0,30
2	Jóvenes y Adultos destinan 10 horas a la semana para realizar deporte y actividades físicas	12%	4	0,48
3	El 3.2% de la población quiteña tienen una tendencia a realizar actividad física	8%	3	0,24
4	Incremento de la población en el uso de tecnología	8%	3	0,24
5	Nivel medio en negociación con los clientes	7%	2	0,14
6	El 34% de los ecuatorianos son de clase media y media-alta	8%	3	0,24
7	Los aranceles a la importación de implementos deportivos ha disminuido	8%	2	0,16
Amenazas				
1	Gran número de productos y servicios sustitutos en la industria	10%	4	0,40
2	La industria permite fácilmente el ingreso de nuevos competidores	7%	3	0,21
3	Media-alta rivalidad entre competidores	10%	3	0,30
4	Existen pocas barreras para que nuevos competidores ingresen a la industria	5%	2	0,10
5	No existen gran número de proveedores para los equipos deportivos que se necesita	7%	3	0,21
TOTAL		100%		3,02

Con los números obtenidos en la matriz EFE en los cuáles se valoran los aspectos externos de la industria cómo son las oportunidades y amenazas qué tiene la misma. La calificación final qué obtuvimos en la matriz es de 3,02 la cual tiene un porcentaje mayor de 0.52 del valor promedio qué es de 2.50. Con esto podemos interpretar qué la industria tiene un número mayor de oportunidades, así mismo, varios aspectos de la industria han

ido evolucionando en el país, aspecto fundamental para su desarrollo. En el Ecuador dicha industria está en crecimiento por lo que hay que explotarla de mejor manera con la creación de empresas enfocadas a brindar servicios de calidad a través del deporte a través de la innovación y tecnología.

3. ANÁLISIS DEL CLIENTE.

3.1 Análisis del Cliente

Determinar el problema

Determinar el interés de las personas al practicar un nuevo deporte en el país cómo el teqball.

Determinar el propósito de la investigación

Predecir el comportamiento de compra y de gustos que tienen los consumidores al momento de realizar actividades de recreación y actividad física.

Hipótesis

Realizar deporte ayuda a mejorar la calidad de vida de quién lo práctica de igual manera ayuda a llevar una vida más saludable y que mejor hacerlo con un deporte innovador.

Investigación Cualitativa y Cuantitativa

Investigación Cualitativa

Entrevistas

El teqball cómo deporte innovador.

Introducción

Las entrevistas realizadas fueron de gran importancia y nos ayuda de mucho éste tipo de investigación ya que los expertos nos aportaron con información valiosa para el desarrollo de nuestro proyecto.

La primera entrevista la realicé al propietario de Goball Benjamín Canales, es una empresa dedicada a la comercialización de mesas de teqball en Chile y lo podemos considerar experto en éste nuevo deporte llamado “teqball”.

La segunda entrevista la realice al propietario de canchas sintéticas “El Campito” (Andy Becker) que es una instalación deportiva de canchas sintéticas de fútbol, así como

también posee una cancha de fútbol-tenis, esta instalación se encuentra en la vía a Sangolquí, el cual lo considero experto ya que maneja dicha instalación aproximadamente 5 años.

Análisis

En la primera entrevista realizada a Benjamín Canales básicamente nos aportó con información relacionada sobre las mesas de teqball y el deporte en sí, nos menciona que hoy en día los deportes híbridos tiene gran acogida por las personas jóvenes ya que siempre buscan experimentar nuevos deportes y él teqball es uno de ellos, nos cuenta que las mesas llaman la atención de cualquier persona ya que no es común ver éste tipo de mesas y la gente quiera practicar éste deporte, subir videos practicando teqball, así como también tener la mesa en varios eventos deportivos. De igual manera nos comentó que es muy complejo la fabricación de la mesa por sus altos costos de producción, así como la curvatura de la mesa, la cual debe cumplir con las normas internacionales, otro dato es que la práctica de éste deporte tiene varios beneficios cómo la técnica con el balón de las personas que lo practican, la concentración, reflejos, la velocidad, entre otros, lo cual es fundamental para llamar la atención de la gente. Nos contó que están realizando un campeonato en una cárcel en Chile, entre futbolistas profesionales y los presos de ese país, él cuál ha tenido gran acogida y que Sudamérica es una plaza que se podría explotar más este deporte, en donde las redes sociales y los influencers es la mejor forma para dar a conocer éste tipo de deporte.

La segunda entrevista la realice al propietario de canchas sintéticas "El Campito" (Andy Becker) que es una instalación deportiva de canchas sintéticas de fútbol, así como también posee una cancha de fútbol-tenis, esta instalación se encuentra en la vía a Sangolquí, el cual lo considero experto ya que maneja dicha instalación aproximadamente 5 años.

En la segunda entrevista pudimos conocer más a fondo sobre los retos que existen al iniciar con un proyecto de una instalación deportiva para lo que él nos supo manifestar que hay que tomar en cuenta varios aspectos cómo la locación, el tipo de mercado al cuál se va a dirigir, estos aspectos son los que él considera los más importante al abrir un negocio, en el negocio deportivo la gente va netamente a recibir un servicio, en el negocio de servicio hay varios aspectos fundamentales que son, la atención , la predisposición, la movilidad, el aseo, a diferencia de otros lugares que no se dedican al

deporte que pueden estar dentro de una mejor ubicación. El deporte siempre va a llamar la atención ya sea para verlo o practicarlo. También nos supo comentar que uno de los impedimentos más grandes que existen es la inversión que se necesita para la construcción y creación de la misma que cumpla con todos los requisitos, el gobierno últimamente no ha invertido en proyectos que beneficien al deporte, se han creado canchas sintéticas en algunos barrios, pero falta una mejor organización para que se pueda desarrollar de una mejor manera. Enfocándose en la mejor forma que se puede dar a conocer el negocio deportivo nos comentó que el servicio que se brinda es la mejor carta de presentación que se puede dar, existen varias herramientas como las redes sociales y el internet es una muy buena alternativa para promocionar tu negocio.

Grupo de Enfoque

Asistencia: 8 personas

Edad: 19-30 años

Ocupación: Estudiantes/ deportistas (amateur/profesional)

Conocer la aceptación que tenga el teqball como deporte nuevo en Ecuador.

El grupo focal realizado como parte del trabajo de investigación para creación de un centro recreativo de teqball en la ciudad de Quito fue productivo ya que se abordaron temas que nos sirven para conocer que piensa parte de nuestro mercado objetivo y cómo manejar las diferentes estrategias para llegar al mismo, dentro del grupo tomaron en cuenta temas como la práctica deportiva, la frecuencia de la práctica, deportes híbridos y finalmente el teqball.

En el tema de deporte y costumbres podemos destacar que todos los participantes practican Fútbol de 3 a 4 horas en promedio a la semana, la mayoría nos contó que practican más los fines de semana en ligas barriales, así como también en varias canchas sintéticas de la ciudad, otros participantes también practican deportes como básquet, ciclismo y realizan actividades en gimnasios.

La mayoría de participantes nos comentaron que son deportes que llaman mucho la atención ya que mezclan reglas de distintos deportes ya que el fútbol es el deporte que llama más la atención dentro de la sociedad ecuatoriana, los deportes híbridos los ven más como deportes de recreación y distracción ya que no dejan de lado a ningún género

ni edad por lo que en el país han tenido gran acogida éste tipo de deportes, cómo nos menciona Héctor Navarrete la llegada del padbol al Ecuador ha tenido buena disposición por parte de las personas que han aceptado éste tipo de deportes.

Él teqball les parece un deporte muy innovador ya que pueden jugar hombres y mujeres en un equipo o mezclados, así como también individual o colectivamente, algo que llama mucho la atención es el modelo de mesa que es muy innovador y hace que el juego sea más complicado ya que el rebote siempre será de forma diagonal lo cual le complica a la persona que recibe el balón, también se llegó al acuerdo de que primero se debería dar a conocer este deporte por medio de la formación y entrenamiento configurándose cómo una forma de entretenimiento y recreación, dando a conocer el deporte en parques, en ferias, colegios, en eventos deportivos así como también que figuras del fútbol lo practiquen para que la gente siga el mismo ejemplo y lo practique de igual manera y así conocer sus reglas, cómo se juega, etc. Proponen que posteriormente se pueda realizar torneos que llame la atención de la gente, y fomentar para que estos torneos se los conjugue de manera internacional y se formen jugadores profesionales. así mismo se visualiza cómo una estrategia del negocio, pues al tener acogida se pueden crear equipos que participen de manera profesional a nivel local e internacional. La ubicación del centro recreativo es fundamental por lo que hay que ver un lugar que no sea muy congestionado, en un inicio lo ideal sería cómo lo mencionado anteriormente dar a conocer en parques y después tener la ubicación propia.

Una idea que nos pudieron dar nuestros participantes es que les gustaría practicar éste deporte en forma recreativa siendo colectivamente y en otros casos mixto (hombre-mujer). En tipo torneo les gustaría practicar individualmente.

El precio que les gustaría pagar en promedio es de 6\$ la hora por persona. Cuando se realicen torneos a los participantes les gustaría premios en efectivo, así como también premios de los auspiciantes que participen del torneo y también jugar torneos internacionalmente cómo últimamente se los está realizando en el país.

Investigación Cuantitativa

Para la investigación cuantitativa se utilizó información relevante que nos permita conocer más a fondo los intereses y gustos de nuestros consumidores.

Segmentación

Se tienen que tomar en cuenta 3 variables para definir la segmentación de nuestro plan de negocios, estas 3 variables son: Geográfica, Demográfica y Psicográfica. En la variable geográfica escogimos el total de la población de la provincia de Pichincha, específicamente del cantón Quito, en la variable demográfica en el cual entran los indicadores: sexo, edad y clase social. Escogimos los 2 sexos, masculino y femenino en edades que comprenden de 15-50 años, así como también las clases sociales (A,B,C+), dándonos el resultado de 16 896. (INEC, 2010). De igual manera a éste valor se incrementó jóvenes que participan en equipos de fútbol profesionales de la ciudad de Quito.

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se ha escogido es no probabilístico ya que éste tipo de muestreo permite realizar investigaciones mucho más accesibles.

Se realizaron las encuestas a personas que se encuentran relacionadas directa o indirectamente con el deporte. El tamaño de la muestra es de 375.

Población

N= 17.354

Z= 95%=1,96 (intervalo de confianza)

p= 0.5 (variabilidad)

q= 0,5

e= 5% = 0,05

$$n = \frac{Z^2 * p * (1-p)}{e^2} = 375$$

Análisis de las Encuestas

Cómo su menciona anteriormente, se realizaron 50 encuestas, las cuales nos permitieron conocer a profundidad los intereses y gustos de nuestro mercado objetivo,

se realizó un análisis estadístico en las cuáles se pueden analizar diferentes variables, a continuación, se muestran gráficos que contienen variables fundamentales para el desarrollo del proyecto.

1.- Indique su sexo

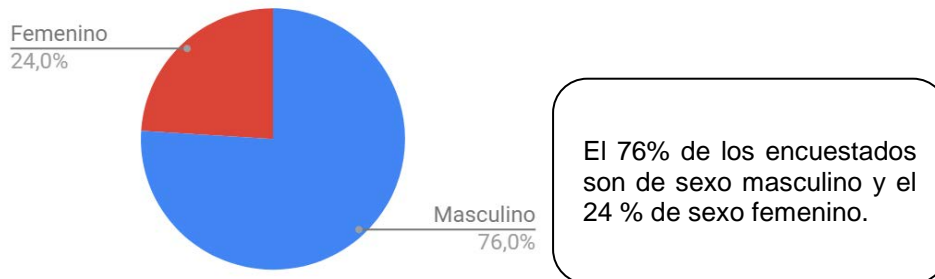


Figura N° 1: Sexo

2.- Marque el rango de edad al que pertenece

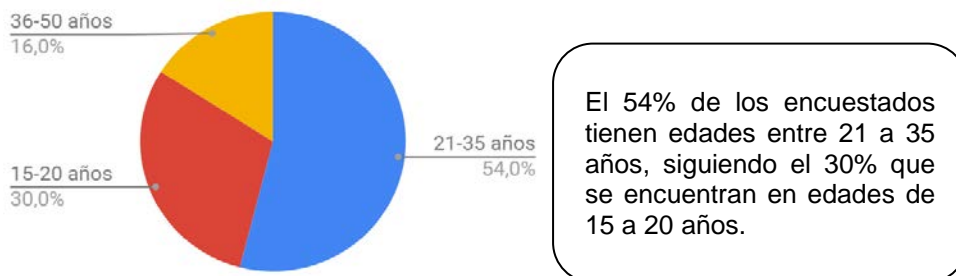


Figura N° 2: Edad

3.- ¿Qué deporte practica en especial?

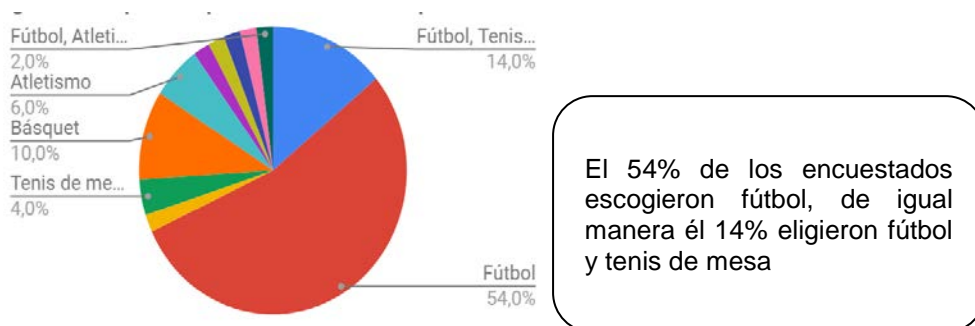
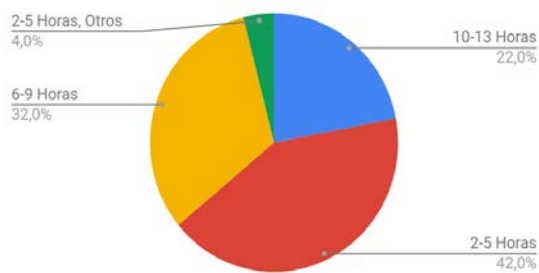


Figura N° 3: Deporte que practica

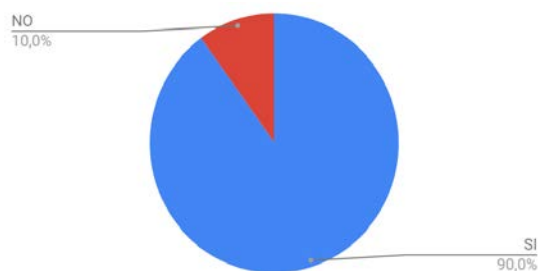
4.- ¿Cuántas horas a la semana realiza actividades deportivas?



El 42% de los encuestados realizan de 2 a 5 horas actividades físicas a la semana, seguido de un 32% que realiza de 6 a 9 horas.

Figura N° 4: Tiempo que realiza actividades

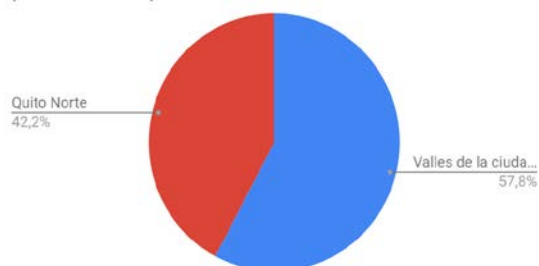
5.- ¿Estaría dispuesto a practicar teqball?



El 90% de los encuestados sí estaría dispuesto a practicar teqball, mientras que el 10 % no.

Figura N° 5: Practica de teqball

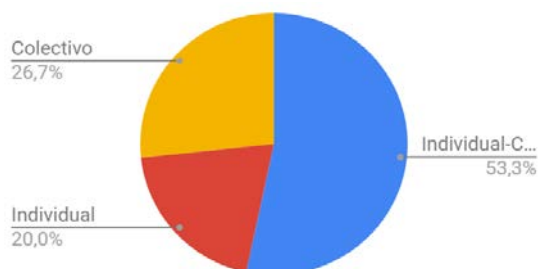
6.- ¿En qué sector de la ciudad te gustaría practicar teqball?



El 57.8% de los encuestados prefieren practicar teqball en los valles de la ciudad, mientras que el 42.2% prefiere en el sector de Quito norte.

Figura N° 6: Sector de la ciudad que prefiere

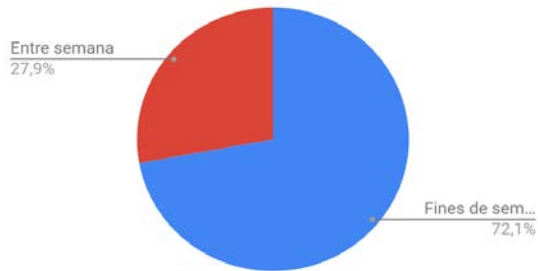
7.- ¿Cuál es la modalidad que más te interesaría practicar?



El 53.3% de las personas prefiere practicar en las 2 modalidades, mientras que el 26.7% prefiere en modalidad colectiva.

Figura N° 7: Modalidad que le gustaría practicar

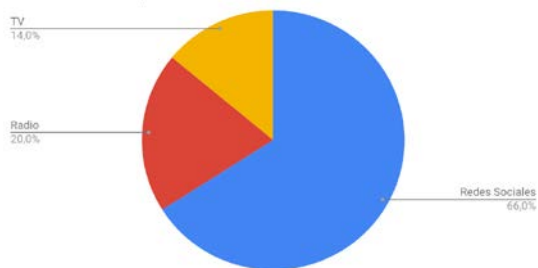
8.- ¿Qué días serían los adecuados para practicar teqball?



El 72.1% de las personas prefiere practicar los fines de semana, mientras que el 27.9% prefiere entre semana.

Figura N° 8: Días que prefiere practicar

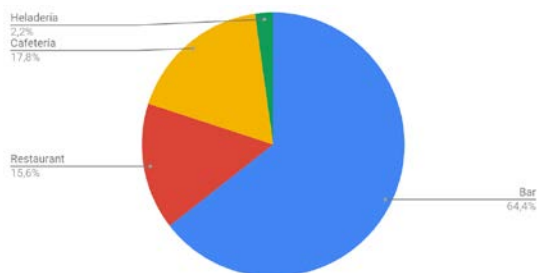
9.- ¿Cuál crees que es el medio de comunicación más adecuado?



El medio de comunicación adecuado con un 66% son redes sociales, siguiendo la radio con un 20%.

Figura N° 9: Medio de comunicación que prefiere

10.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría tener dentro de las instalaciones?



El 66.6% de las personas prefiere tener un bar dentro de la instalación, mientras que el 17.8% prefiere una cafetería.

Figura N° 10: Servicios adicionales

11.- ¿Qué valor monetario estaría dispuesto a pagar para realizar la práctica deportiva?

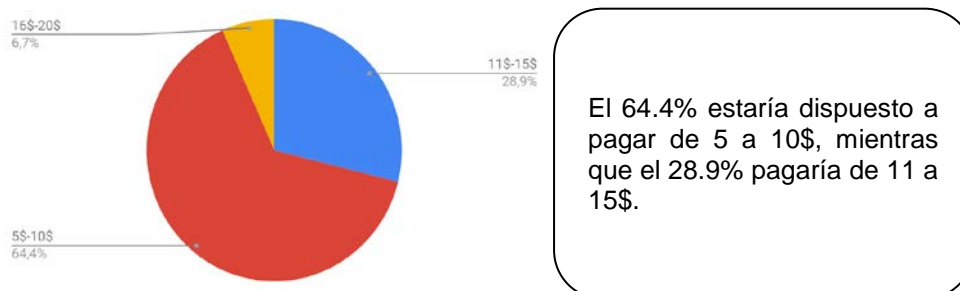


Figura N° 11: Valor monetario dispuesto a pagar

Podemos destacar que el teqball es un deporte muy innovador que llama la atención de las personas ya sea para verlo o para practicarlo, los jóvenes buscan algo diferente y él teqball cumple estas expectativas. El reto más complicado que tenemos es directamente con la adquisición de las mesas que es algo costoso, pero podemos observar que en varios países ha tenido gran éxito ya que tiene varios beneficios a la hora de practicarlo. El manejo de la instalación deportiva debe ser lo más correcta posible, enfocándonos directamente con nuestro mercado objetivo y la ubicación en la que se encuentre la misma, hay que tomar en cuenta que la inversión para una instalación deportiva es alta pero él la mayoría de negocios deportivos que han sido bien manejados ha valido la pena dicha inversión ya que no sólo es importante el tener varios ingresos sino también hay que preocuparse por brindar un excelente servicio a nuestros clientes y un entretenimiento de primera para que eso sea nuestra mejor carta de presentación ante nuestro mercado objetivo que tendremos.

Conclusión

Como conclusión del grupo focal podemos destacar es que existe mercado para explotar éste deporte ya que se deriva del fútbol y cómo pudimos constatar existen varios seguidores y practicantes de éste deporte en el país lo cual es fundamental para el desarrollo de teqball que se deriva del mismo, tenemos que elegir las estrategias correctas que nos permitan tener un crecimiento en la industria deportiva por medio de éste deporte híbrido, las redes sociales es una parte fundamental para dar a conocer todos los servicios que podamos ofrecer. Darnos a conocer estando presentes en

parques, colegios, eventos deportivos, hacer prácticas de éste deporte en equipos profesionales qué llame la atención de la gente es importante para el crecimiento del mismo dentro de la ciudad, posteriormente realizar torneos de teqball los cuáles según los participantes del grupo focal, el tipo de torneo qué más llamaría la atención sería individualmente por lo que hay que tener en cuenta esa información, sin dejar de lado también realizar torneos en parejas así como también mixto. Otra conclusión importante enfocándonos en el precio es de 7\$ en promedio por persona lo qué estarían dispuestos a pagar por practicar el teqball.

A continuación, se detalla la tabla de contingencia que permite entender las diferentes variables y gustos entre géneros:

Tabla N° 3: Tabla de contingencia.

Cuenta de 3. ¿Qué deporte practicas en especial?	Etiquetas de columna	Femenino	Masculino	Total general
Etiquetas de fila				
Atletismo		2	1	3
Básquet		4	1	5
Básquet, Tenis de mesa			1	1
Fútbol		4	23	27
Fútbol, Atletismo			1	1
Fútbol, Básquet			1	1
Fútbol, Otros			1	1
Fútbol, Tenis de mesa		1	6	7
Otros		1		1
Tenis de mesa			2	2
Tenis de mesa, Atletismo			1	1
Total general		12	38	50

Las conclusiones qué podemos destacar de las encuestas es qué el género masculino es qué él más destaca con un 76% de los encuestados, así como también la edad qué predomina en él sondeo realizado oscila entre los 21-35 años. El deporte qué más practican las personas sobre la encuesta realizada es el fútbol con un 74%, seguido del tenis de mesa con un 22%, esto es un indicador importante para él desarrolló del teqball en el país ya que en éste deporte se combinan el fútbol y el tenis de mesa principalmente.

Un dato importante qué nos arrojó el sondeo realizado es qué del total de los encuestados el 90% estaría dispuesto a practicar teqball, el precio preferencial de las personas oscila entre 5\$-10\$, y todos están interesados en participar en torneos de teqball y la modalidad qué más les gustaría practicar es de manera colectiva, y al 72.7% les gustaría practicar los fines de semana, y el medio de comunicación preferencial de

los encuestados son las redes sociales y cómo servicios adicionales les interesaría tener cerca un bar con un 64.4% de los encuestados.

4. Oportunidad de Negocio

4.1 Descripción de la Oportunidad de Negocio

El Plan de Negocio sobre la creación de un centro recreativo de teqball en la ciudad de Quito se basa en la recreación deportiva mediante un deporte innovador cómo es el teqball por medio de la explotación de instalaciones, facilitando la práctica de la misma con instalaciones de primer nivel diseñadas principalmente para la práctica de un deporte híbrido cómo es el teqball lo cual permitirá a los practicantes poder mejorar y poco a poco ir perfeccionando la técnica con el balón, así como también la toma de decisiones, de igual manera la práctica de éste deporte ayudará a tener una mejor condición física. Un dato adicional qué podemos mencionar es que el teqball se deriva de uno de los deportes más practicados y seguidos en el mundo y en el país que es el fútbol con alrededor de 1,005 millones de practicantes como lo menciona (Alimsports, 2017).

Es importante resaltar en la parte política qué la tasa arancelaria para la importación de implementos deportivos ha disminuido en un 30% lo cual es primordial para poder desarrollarse en esta industria, así como también la estabilidad económica qué ha logrado alcanzar el país es importante ya qué otros países no han logrado tener la misma estabilidad qué existen en el Ecuador.

Enfocándonos en el cliente, podemos decir que éste tiene varios servicios de dónde escoger, pero existe una fuerte diferenciación entre uno y otro por lo que se pueden crear empresas con servicios y deportes innovadores qué llamen la atención de cliente. En los proveedores podemos interpretar qué en el país no existe muchas empresas en la industria qué sirvan cómo proveedores por lo que en algunas ocasiones se podría importar productos de marcas internacionales.

En el Ecuador ha cambiado varias costumbres ya qué hoy en día se preocupan más de su salud y evitar el sedentarismo por lo que pudimos constatar qué dedican un promedio de 10 horas a la semana a realizar actividades de entretenimiento y recreativas en la que varios de ellos realizan actividades físicas.

Enfocándonos en los gastos que destinan los ecuatorianos a realizar distintas actividades recreativas y culturales podemos constatar que mensualmente destinan 109'284 946 \$ que equivale al 4,60% del total de los gastos mensuales que realizan los habitantes del país. (INEC, 2014)

En la entrevista realizada a Benjamín Canales básicamente nos aportó con información relacionada sobre las mesas de teqball y el deporte en sí, nos menciona que hoy en día los deportes híbridos son bien tomados por las personas jóvenes ya que siempre buscan experimentar nuevos deportes y él teqball es uno de ellos, nos cuenta que las mesas llaman la atención de cualquier persona ya que no es común ver este tipo de mesas y la gente quiera practicar este deporte, subir videos practicando teqball, así como también tener la mesa en varios eventos deportivos. De igual manera nos comentó que es muy complejo la fabricación de la mesa por sus altos costos de fabricación, así como la curvatura de la mesa, otro dato es que la práctica de este deporte tiene varios beneficios como la técnica con el balón de las personas que lo practican, la concentración, reflejos, la velocidad, entre otros, lo cual es fundamental para llamar la atención de la gente.

En la parte de tecnología un gran número de habitantes del país tiene acceso a internet y utiliza redes sociales, lo cual nos permite tener un mejor acercamiento hacia ellos por medio de las mismas y eso facilita mucho a la industria deportiva por que las empresas se pueden dar a conocer de una manera más accesible y cómoda por medio de internet, lo cual nos permite poder abaratar costos de publicidad mediante el acceso a internet.

Mediante el grupo focal pudimos obtener varias conclusiones, una de ellas es que existe mercado para explotar este deporte ya que se deriva del fútbol y como pudimos constatar existen varios seguidores y practicantes de este deporte en el país, lo cual es fundamental para el desarrollo de teqball que se deriva del mismo, tenemos que elegir las estrategias correctas que nos permitan tener un crecimiento en la industria deportiva por medio de este deporte híbrido, las redes sociales es una parte fundamental para dar a conocer todos los servicios que podamos ofrecer. Otra de las estrategias es darse a conocer, estando presentes en parques, colegios, eventos deportivos, hacer prácticas de este deporte en equipos profesionales que llame la atención de la gente es importante para el crecimiento del mismo dentro de la ciudad.

Enfocándonos en la parte formativa podemos destacar que las personas jóvenes siempre se ven atraídas por practicar algo innovador, dentro de ello se encuentra el teqball que además de ser un deporte híbrido permite mejorar las condiciones físicas de quienes lo practican y que mejor aún si quieren buscar el perfeccionamiento de sus condiciones en este deporte, lo cual es un objetivo de nuestro proyecto.

Hoy en día los padres buscan maneras para que sus hijos permanezcan ocupados mediante diferentes actividades, y qué mejor manera que sea realizando práctica deportiva, por lo que es una gran oportunidad brindar servicios de formación por medio de este nuevo deporte que es él teqball.

Una pregunta importante que se realizó fue él de qué lugar de la ciudad de Quito sería más conveniente él crear el centro de recreación de teqball, sí en el norte de Quito o en sus valles, el sondeo nos arrojó información muy ajustada en esa pregunta ya que él 56.5% respondió que le gustaría en los valles de la ciudad de Quito mientras que el 45.7% prefiere en el norte de Quito, por lo señalado las instalaciones se ubicaran en el Valle de Tumbaco.

Complementando los datos antes mencionados el centro recreativo realizará diversas funciones utilizando herramientas tecnológicas que permitan a nuestros clientes tener una mejor experiencia por medio de la práctica del teqball.

Por la información destacada anteriormente podemos afirmar que existe una oportunidad del negocio para la creación de un centro de formación y recreación de deporte denominado teqball.

5. Plan de Marketing

5.1 Estrategia general de Marketing

La estrategia general de marketing que se utilizará será diferenciación, esto implica: “Tener un elemento de originalidad que represente algún valor para los clientes”. (Lambin, 2007, p. 237). Elegimos esta estrategia debido a que éste tipo de instalación es nueva en el mercado ecuatoriano, en nuestra industria existen varias empresas, pero no encontramos instalaciones iguales a la nuestra que se dirige a personas que gusten

de la práctica deportiva y qué brinde servicios para facilitar la práctica de un deporte que combina el fútbol con el tenis de mesa.

5.1.1 Mercado Objetivo

Mercado objetivo se define cómo: “La parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar” (Kotler, 2012, p. 657).

El mercado objetivo al cuál se quiere dirigir nuestro proyecto son adolescentes y adultos de 15 a 50 años, que pertenezcan a niveles socioeconómicos A, B, C+, que habiten en las zonas de Quito, específicamente en parroquias de Tumbaco, Cumbaya, Nayón y sus alrededores. De igual manera tomamos en cuenta los jóvenes (hombres-mujeres) que actualmente se encuentran en categorías inferiores de equipos profesionales de la ciudad de Quito. Podríamos interpretar con las investigaciones realizadas que nuestro mercado objetivo es de 17.354 personas aproximadamente.

Tabla N° 5: Segmentación de mercado

Segmentación Geográfica/ Personas que habiten en las parroquias de Quito (Tumbaco, Cumbaya, Nayón)	95.000
Segmentación Demográfica/ Edad (15-50 años)	46.935
Segmentación psicográfica/ Niveles socioeconómicos (A,B,C+)	17.354

5.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor consiste: “Conjunto total de beneficios que la empresa promete entregar” (Kotler, 2012), además es “La mezcla completa de los beneficios sobre los que se diferencia y posiciona una marca.” (Kotler & Armstrong, 2013).

En nuestro proyecto de la creación de un centro recreativo de Teqball ofreceremos formación y entrenamiento, además de un servicio de entretenimiento y recreación mediante la práctica de un nuevo deporte en el país. Brindaremos enseñanza a niños y jóvenes de 14 a 18, las cuales les permitirá entrenar y perfeccionar sus diferentes habilidades en éste deporte a un nivel que no se encuentra actualmente en el país, se

realizará torneos de teqball con premios proporcionados por nuestros auspiciantes. Los torneos serán eventos de entretenimiento de primer nivel y así poder llegar a captar un mercado meta más amplio cumpliendo los requerimientos de los clientes.

Por las razones mencionadas anteriormente la propuesta de valor será de más por lo mismo, ya que se ofrecerá un tipo de entretenimiento, recreación y formación a un precio igual del que se maneja en la industria.

5.2 Mezcla de marketing

5.2.1 Definición del producto/servicio.

El centro recreativo ofrecerá distintos servicios, el servicio principal será la formación y entrenamiento para jóvenes, con el fin de incentivar y perfeccionar la práctica de éste deporte; de igual manera, se desarrollará torneos individuales y colectivos, con el fin de fomentar la práctica deportiva, así también tendremos servicios complementarios como es el alquiler de mesas para la práctica de teqball, además, de servicio del alquiler de las instalaciones.

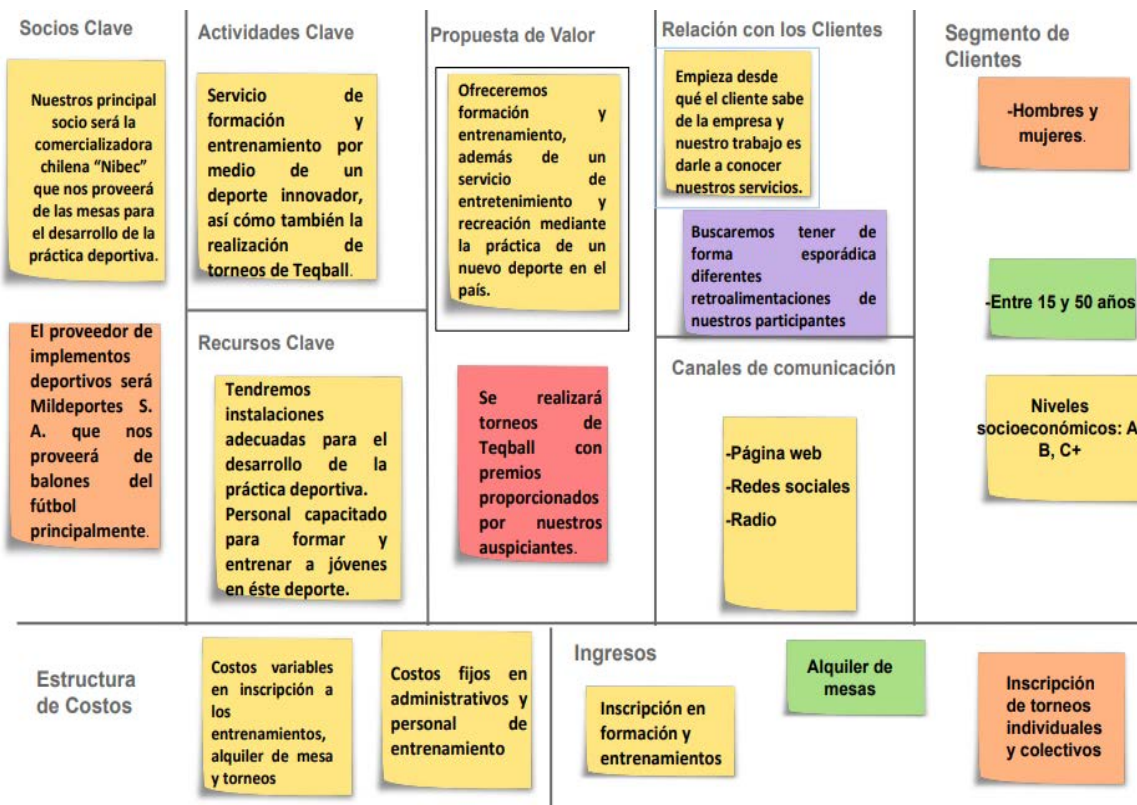


Figura N° 12: Modelo Canvas.

5.2.1.1 Atributos

Deportivos. - El centro contará con 5 mesas de teqball que serán distribuidas dentro de la instalación, la ubicación será en el valle de Tumbaco, las cuáles, brinda el acceso, tamaño y las diferentes comodidades que se requiere para la práctica de éste deporte, la misma que cuenta con una infraestructura para la práctica eficiente de mismo.

En el centro, se ejecutará práctica formativa y entrenamiento, la misma que se desarrollará en 2 horarios: de 14:00 a 16:00 que contará con la participación de 16 jóvenes en inicio; y, de 16:00 a 18:00 de igual manera, cada curso formativo tendrá la duración de 1 mes el cual se estableció mediante un cronograma de actividades para el desarrollo del mismo.

Enfocándonos en la prestación de instalaciones la realizamos con nuestras 5 canchas que tenemos a disposición del público, el alquiler de la cancha será por 1 hora.

Los torneos de teqball se realizarán en modalidades individuales y colectivas, en modalidad individual participarán 32 personas de las cuáles se dividirán en 8 grupos de 4 personas, clasificarán las 2 primeras personas de cada grupo, en total serán 16 personas que estarán en los octavos de final para enfrentarse con los demás clasificados.

En los octavos de final se enfrentarán el primero de cada grupo con el segundo del siguiente grupo, clasificando a los cuartos de final el ganador entre las 2 personas, de la misma manera se realizarán las semifinales y la final.

En la modalidad colectiva, de igual manera tendremos la participación de 32 equipos conformados por 2 personas y el torneo se desarrollará de igual de la misma forma que en la modalidad colectiva, a continuación, se mostrará una imagen para entender de mejor manera el desarrollo de los torneos.

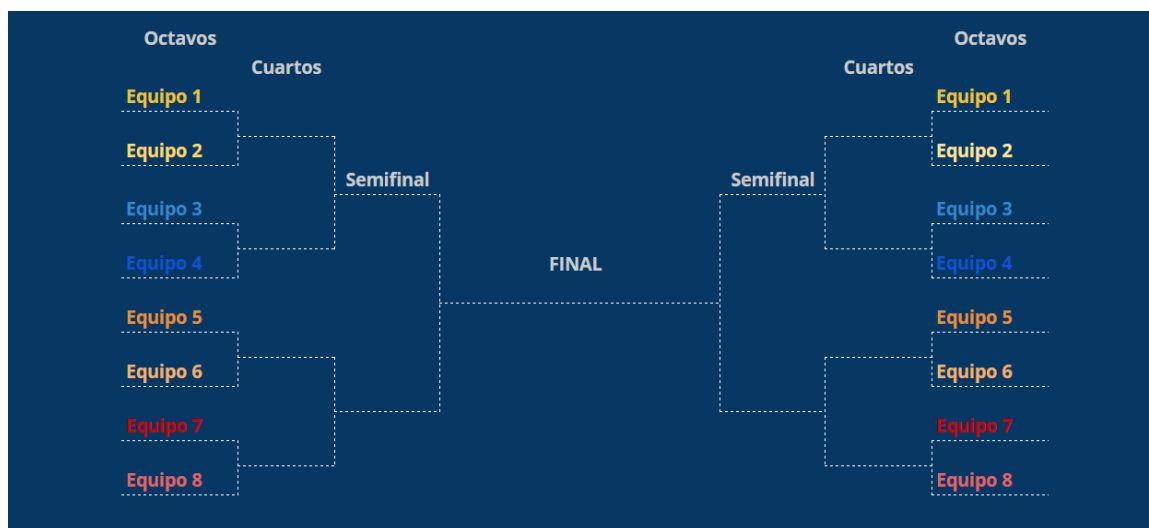


Figura N° 12: Modalidad de torneo

Actividades Complementarias. - Se alquilarán las instalaciones para eventos especiales como lanzamientos de productos, eventos deportivos y distintas celebraciones donde las personas requieran de una instalación amplia, que ofrezca seguridad generando confianza en cada uno de los asistentes.

Servicios Complementarios. - Dentro de las instalaciones implementaremos servicios extras para las personas que asistan a nuestro centro y poder crear un ambiente propicio, tendremos una zona de hidratación donde los asistentes podrán descansar y poder visualizar los enfrentamientos que se estén realizando en ese momento.

5.2.1.2 Branding

El nombre elegido para la empresa del proyecto es "Touch Ball", el nombre escogido representa el toque de balón que es la principal función para desenvolverse en éste deporte.

Logotipo



Figura N° 13: Logotipo

En la figura N° 2 podemos apreciar el logotipo que está diseñado para la empresa, la parte que más predomina en el logo es la mesa que es la herramienta principal para desarrollar este deporte, de igual manera se encuentra el nombre de la empresa "Touch Ball".

Slogan

"MUNDO CURVO SIN LÍMITES"

La definición del slogan la podemos interpretar principalmente por la forma de la mesa que es curva asemejando al mundo que es de la misma forma y de igual manera el balón con el que se practica este deporte, definimos la palabra sin límites por las distintas formas que se puede practicar deporte por medio de la mesa.

Atención al cliente y servicio Post-Venta. - El servicio al cliente empezará desde que nuestros clientes conozcan sobre la empresa y de esta manera, dar a conocer todos los servicios que ofrecemos. Así mismo se pretende mantener relaciones constantes con los clientes, mediante la aplicación de servicio post-venta, mismo que tiene 3 etapas, en la primera etapa tendremos diferentes comentarios de nuestros clientes ya sea por nuestras redes sociales o de manera directa con nuestros administradores, la segunda etapa se enfocará principalmente en los jóvenes que forman parte de nuestros

entrenamientos, los cuales brindaremos un seguimiento de la evolución que van teniendo después de cada semana del curso para poder corregir sus errores de una forma más individual, en la tercera etapa buscaremos tener de forma esporádica diferentes retroalimentaciones de nuestros participantes de torneos para tener opiniones más puntuales para mejorar en diferentes aspectos ya sean organizativos o deportivos.

Niveles de Producto.

Básico: Este nivel conlleva las actividades de formación y entrenamiento que tendremos dentro de nuestras instalaciones con la participación de jóvenes del 14 a 18 años.

Real: El producto real es la explotación de instalaciones, nuestras mesas para practicar teqball son únicas en la ciudad de Quito, que es un deporte que está en crecimiento en todo el mundo.

Aumentado: En nivel aumentado se diferenciará debido a los servicios extra que se ofrecerá, de igual manera se brindará seguimiento a los jóvenes para mejorar los distintos errores que tenga él mismo de una forma más individual. Además de la realización de torneos individuales y colectivos.

5.2.2. Precio

Para poder determinar el precio nos enfocamos en estudiar así cómo interpretar las tarifas que ofrece la competencia.

5.2.2.1 Estrategia de Precios

Touch Ball tendrá varias fuentes de ingresos que describiremos a continuación:

- Alquiler de mesas

Se realizará el alquiler de las mesas de teqball, tendrá varios horarios para la disponibilidad de nuestros clientes.

- Entrenamiento y formación

Realizaremos entrenamientos a jóvenes de 14 a 18 años que quieran mejorar la técnica con el balón por medio de éste nuevo deporte.

- Torneos colectivos

Se organizará torneos en modalidad colectiva formado por equipos de 2 personas cada uno.

- Torneos Individuales

De igual manera se organizará torneos individuales, en un inicio sólo se realizará torneos de género masculino, según la acogida del género opuesto se investigará la apertura que puedan tener la realización de torneos femeninos o mixtos.

Tabla N° 6: Precios de servicios

Servicio	Valor
PRECIO Alquiler de mesas	\$10,00
PRECIO Entrenamiento y formación	\$60,00
PRECIO Torneo Individuales	\$30,00
PRECIO Torneo Colectivo	\$60,00

5.2.2.2 Estrategia de entrada

Se toma en cuenta que la empresa desarrollará un nuevo deporte en el país lo cual nos permite utilizar la estrategia *descreme de precios* que consiste en “fijar precios con un margen más elevado que el de otras empresas lo cual conlleva a obtener más utilidades abarcando un segmento de mercado más amplio”. (Kotler & Armstrong, 2013, p. 356).

5.2.2.3 Estrategia de fijación de precios

Aplicaremos la estrategia de fijación de precios *por valor percibido*, ya que la decisión de compra o adquisición de un servicio se fundamenta en las características y cualidades que proporciona el servicio, de igual manera los costos que representa. En el país no existe actualmente un servicio igual al que nosotros brindaremos por lo que es importante recalcar los atributos y todos los servicios que tendremos para que el consumidor perciba todo el valor que se le estará brindando por parte de nuestra empresa y desde ese punto de vista generar un indicativo distintivo.

5.2.2.4 Estrategia de Ajuste

La estrategia de ajuste es *Fijación de precios dinámica* ya que nos permite modificar los precios de manera continua en pensando en las características y las necesidades de los clientes, de igual forma en situaciones específicas cómo pueden ser negociaciones con auspiciantes y aliados.

5.2.3 Plaza

El lugar donde se desarrollará el proyecto es un sitio que no es tan concurrido a diferencia de otros lugares dentro de la ciudad de Quito, ya que se encuentra en la parroquia de Tumbaco. El área que se adecuará para el desarrollo de la práctica será de 40m de largo y 30m de ancho, lo cual nos permitirá brindar el servicio con el espacio suficiente, de igual manera contaremos con seguridad necesaria para la tranquilidad de los clientes.

5.2.3.1 Estrategia de distribución

Se tomó en cuenta el tipo de distribución que tendrá el proyecto, el cual será *directa* ya que la única forma de venta que tendrá el negocio será en las instalaciones dónde se brindará el servicio.

La estrategia de distribución que se utilizará es *exclusiva*, esto quiere decir que sólo la empresa tiene el derecho de distribuir y vender el servicio ofrecido.

5.2.3.2 Canales de distribución

Touch Ball tiene una estructura de canal de distribución la cual es directa, se puede destacar que en redes sociales y página web podrán llenar el formulario de inscripción para el servicio de entrenamiento y formación; de igual manera se podrá realizar la reservación para las mesas.

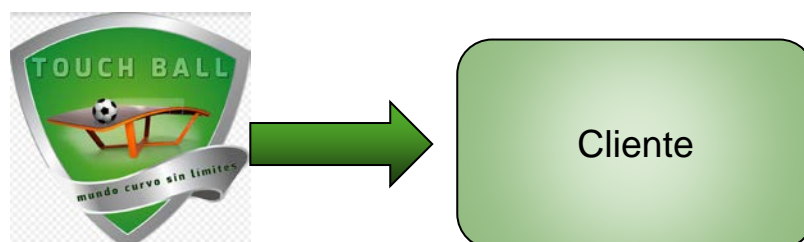


Figura N° 14: Canal de distribución de servicio

Proveedores

Implementos. - Dentro de los principales proveedores tenemos la empresa que nos ayudará con el abastecimiento de las mesas para la práctica deportiva que es la “Importadora y Comercializadora Nibec”, dicho proveedor se encuentra en Chile, ya que en el país no existen actualmente fabricantes de este tipo de mesas. Nuestro segundo proveedor será “Mil deportes S.A.” la cual nos proveerá de implementos deportivos como balones, conos, señalética, etc.

Hidratación. - En un inicio la hidratación la vamos adquirir comprando en cantidades grandes en empresas reconocidas. En el segundo año buscaremos tener alianzas estratégicas para que la hidratación sea auspiciada por alguna de estas empresas a cambio de publicidad dentro de la instalación, así como también tener el nombre principal en nuestros torneos.

5.2.4 Promoción

5.2.4.1 Estrategia promocional

Touch Ball adaptará la estrategia de promoción *pull*, dicha estrategia se enfoca en realizar acciones de marketing con acciones llamativas para el cliente, incentivando a que el cliente conozca sobre nosotros y sobre los servicios que ofrecemos.

5.2.4.2 Publicidad

Se realizará a través de redes sociales, escogimos este medio de comunicación ya que nuestro público objetivo utiliza de forma recurrente éste tipo de medio. De igual manera utilizaremos medios masivos como lo son: radio, televisión, etc. A continuación, detallaremos las formas que daremos a conocer nuestros servicios e igualmente nuestros diferenciadores.

Redes sociales. - Utilizaremos redes sociales (Instagram y Facebook) que nos permitirá difundir los servicios que ofrecemos. Lo que más está llamando la atención en los últimos meses son las historias que nos permiten difundir estas 2 herramientas para tener una relación más directa con los clientes.

Página Web. - Tendremos de igual manera una página web oficial de la empresa, dando a conocer los servicios que tenemos, en esta plataforma se podrán realizar inscripciones

para el servicio de formación y entrenamiento; se podrá realizar la reserva de las mesas para ahorrar tiempo de los clientes.

Revistas y periódicos. - Se publicará en revistas y periódicos que estén vinculados a los deportes, esto se lo realizará 4 veces al año, es decir, de manera trimestral fomentando nuestros servicios.

Influencers. - Se difundirá los servicios ofrecidos por medio de influencers reconocidos en el mundo del deporte que den a conocer los servicios que ofrecemos, esto se lo realizará todos los meses.

Flyers y P.O.P.- Tendremos de igual manera flyers que nos permitan dar a conocer los servicios, este tipo de publicidad se entregará en lugares concurridos de la ciudad, se lo realizará todos los meses.

Tabla N° 7: Costos Publicitarios Anuales (Promedio)

Tipo	Valor
Redes sociales	\$ 2.000,00
Página Web	\$ 400,00
Influencers	\$ 360,00
Publicidad prensa/revistas	\$ 1.600,00
Flyers y P.O.P	\$ 600,00

5.2.4.3 Promoción de ventas

Por tratarse de una empresa nueva y por los gastos de implementación que su generan, para la promoción, su va a realizar alianzas estratégicas con nuestros proveedores y auspiciantes para que realicen incentivos como becas, medias becas, dotación de uniformes e implementos deportivos para los clientes de nuestra empresa.

5.2.4.4 Relaciones públicas

En el día de la inauguración tendremos la participación de varios futbolistas profesionales y ex profesionales del país, realizando partidos de exhibición que llamen la atención de las personas, en un ambiente de diversión y entretenimiento. Por otro lado, llevaremos

nuestras mesas a los diferentes centros de entrenamientos de los equipos de fútbol profesionales de la ciudad de Quito realizando videos, activaciones de marca para generar una mayor expectativa para practicar este deporte.

5..2.4.5 Marketing directo

Redes sociales. - Nos basaremos en las características de las personas que siguen nuestras páginas en Instagram y Facebook, de manera que nos permita conocer sus gustos y preferencias para generar una relación más directa.

Página Web. - Por medio de la información que se requiere llenar para las inscripciones y también la reserva de las mesas podremos conocer información valiosa de los clientes que nos permitan poder contactarnos de manera personal con los clientes.

Mailing.- Con la información obtenida anteriormente podremos enviar por medio de reportes los progresos que han obtenido en los entrenamientos, además se enviarán noticias relacionadas con el teqball, felicitaciones en ocasiones especiales como cumpleaños, navidad y demás celebridades.

6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

6.1.1 Misión

Touch Ball es una empresa que se dedica a la formación y entrenamiento de jóvenes de 14 a 18 años en la ciudad de Quito, por medio de personal capacitado que realizará un seguimiento exhaustivo de los progresos que se realicen en los entrenamientos, además de la prestación de instalaciones, brindando una experiencia única por medio de un innovador deporte llamado teqball.

6.1.2 Visión

En los próximos 5 años, Touch Ball intentará convertirse en el eje fundamental para el desarrollo del el teqball en el país, formando jugadores altamente competitivos en éste tipo de deporte, llevándolos a representar al país en los distintos torneos que se realizan a nivel mundial.

6.1.3 Objetivos de la organización

Objetivos a corto plazo

- Incrementar el 5% de ingresos con respecto al primer año.
- Lograr un posicionamiento de la marca del 7% en la población de las parroquias de Tumbaco y Cumbayá dentro del primer año a través del cumplimiento de las actividades.
- Establecer una alianza estratégica con proveedores de bebidas hidratantes para el segundo año de actividades.

Objetivos a mediano plazo

- Realizar capacitación para el personal que labora en la empresa a partir del segundo año de constitución de la organización.
- Establecer una alianza estratégica con al menos un medio de comunicación, que nos permita realizar una difusión más completa y dirigida a nuestro mercado objetivo.
- Seleccionar a 5 jugadores que representen al país en torneos de teqball a nivel internacional al término del tercer año de funcionamiento de la organización.

Objetivos a largo plazo

- Incrementar un 35% de utilidades a partir del cuarto año de operación de la empresa.
- Realizar un torneo internacional de teqball en nuestras instalaciones siendo organizadores principales al inicio del quinto año de actividades.
- Abrir un centro recreativo en Ambato e Ibarra para el inicio del séptimo año,

6.2 Plan de Operaciones

6.2.1 Procesos requeridos para el funcionamiento de la empresa

6.2.1.1 Cadena de valor

La cadena de valor de Touch Ball se fundamentó en base a la filosofía empresarial, tenemos actividades primarias y actividades de apoyo que detallaremos a continuación. Como actividades primarias tenemos logística interna que se basa en la organización del programa formativo y entrenamiento, de igual manera el mantenimiento de las

instalaciones. Las operaciones que realizaremos son la prestación de servicios y el seguimiento individual de los clientes. Daremos a conocer todos los servicios ofrecidos por medio de la elaboración de un plan de marketing por medio de redes sociales y de la página web, de parte de nuestros clientes vamos a requerir de un feedback para mejorar el servicio de la empresa.

Por parte de las actividades de apoyo se contará con 2 áreas dentro de la instalación que son: área deportiva y áreas auxiliares, de igual manera contaremos con 4 personas capacitadas para que los servicios sean de calidad, por medio de principal recurso para la práctica deportiva que es la mesa de teqball, diseñada por medio de tecnología de calidad de la cual nos abastecerá la “Importadora y comercializadora Nibec”.

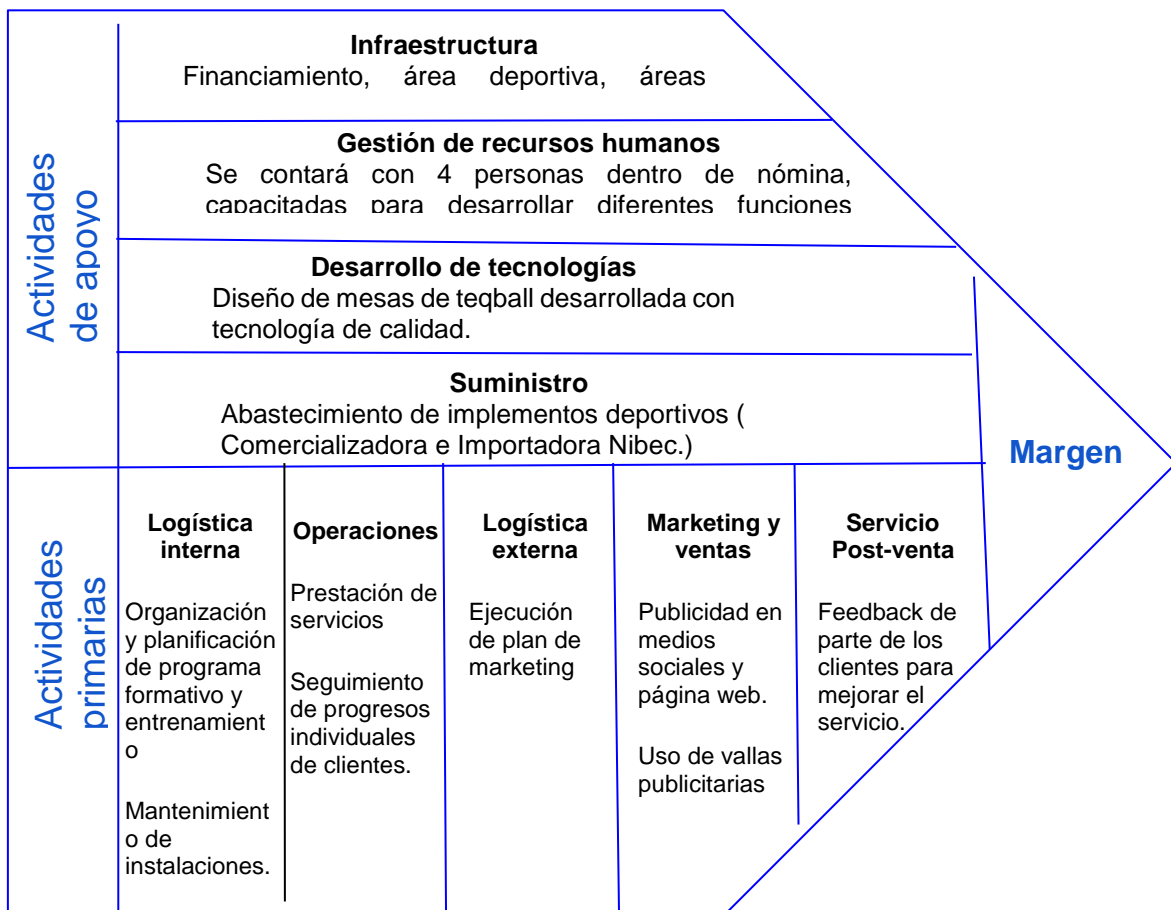


Figura N° 15: Cadena de valor

6.2.1.2 Mapa de procesos

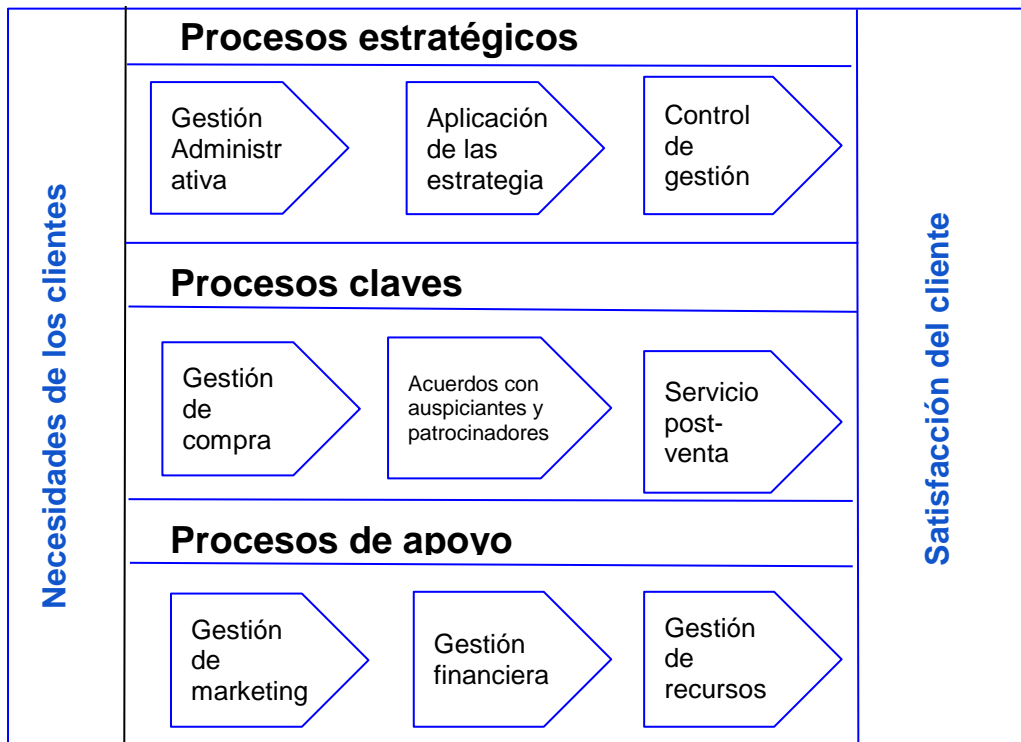


Figura N° 16: Mapa de procesos.

En la figura N° 16 podemos observar el mapa de proceso de Touch Ball que se divide en 3 procesos: Estratégicos, claves y apoyo. Cada uno de estos procesos cumplen un papel fundamental para el buen desarrollo de la empresa, cada uno de estos procesos van de la mano para cumplir un objetivo. En los procesos estratégicos podemos observar la gestión administrativa que es uno de los ejes fundamentales de los demás procesos. En procesos claves tenemos la gestión de compra de implementos deportivos para el desarrollo de la práctica deportiva que sin ello no se podría realizar ninguna actividad. Procesos de apoyo tenemos gestión de marketing y ventas que deberán trabajar en conjunto con la gestión financiera y de recursos humanos.

6.2.3 Flujograma de procesos y ciclo de operaciones

Después de las inscripciones de cada uno de los jóvenes para el servicio de formación y entrenamiento en el primer día se le brindará a un recorrido por toda la instalación que son el área deportiva y las áreas complementarias para que vayan familiarizándose con la instalación e implementos deportivos.

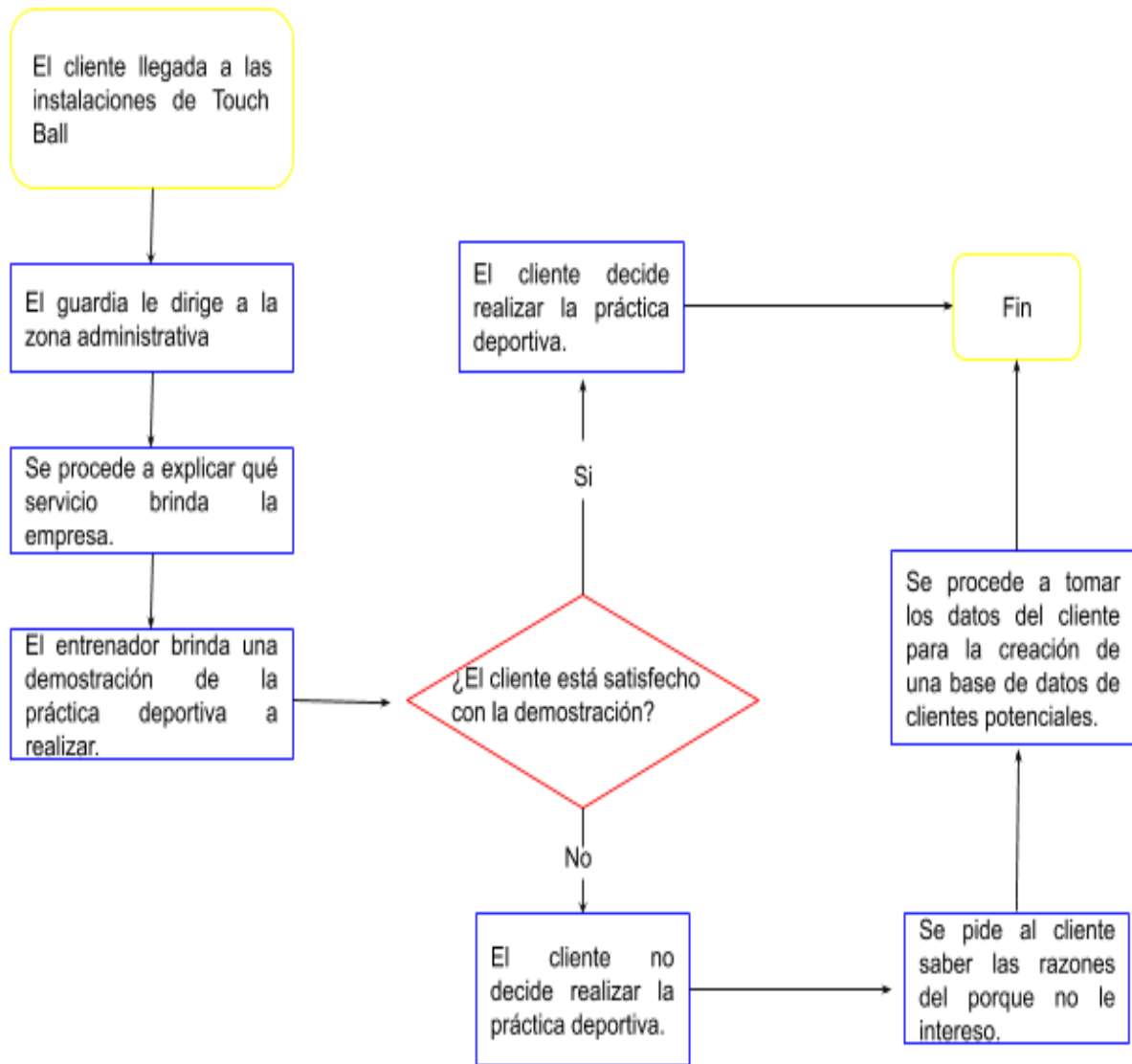


Figura N° 17: Flujograma de proceso de captación de cliente

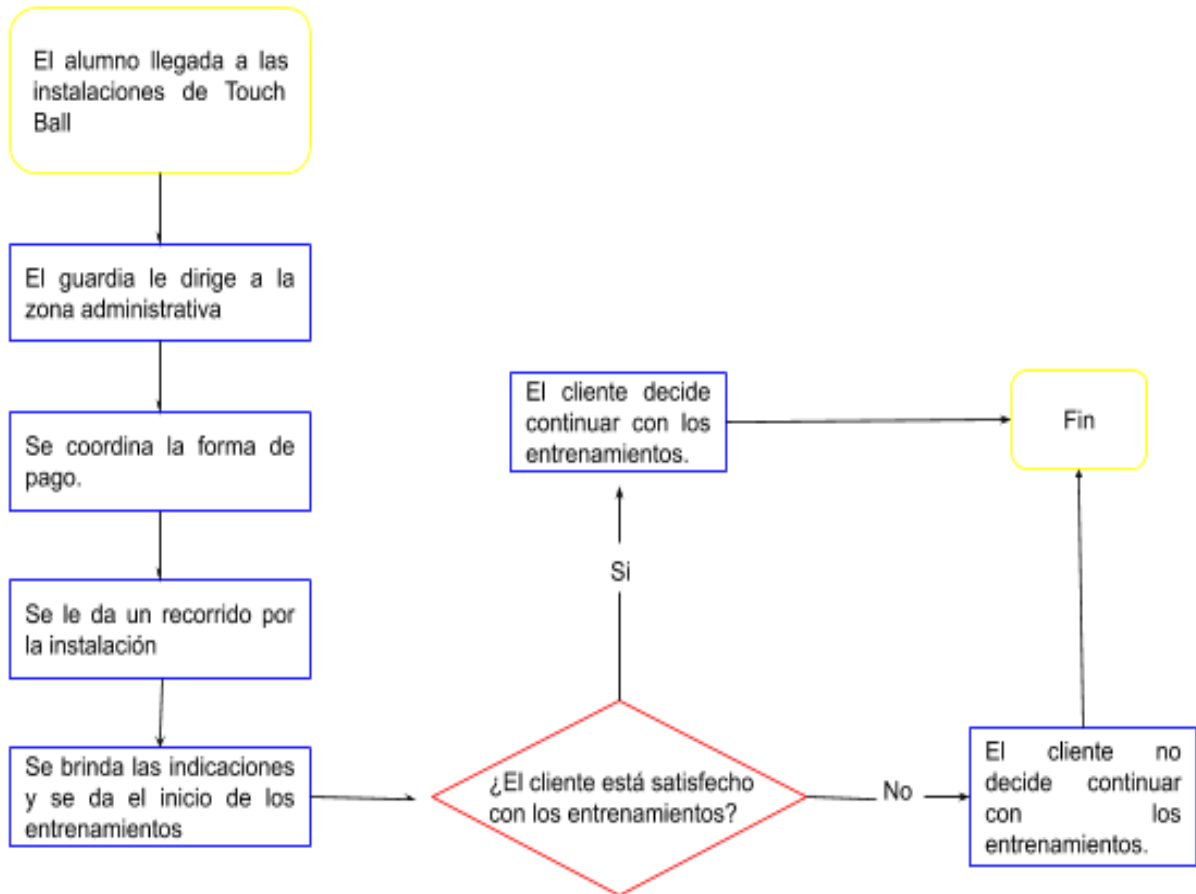


Figura N° 18: Flujo del proceso de entrega de servicios

6.3 Estructura Organizacional

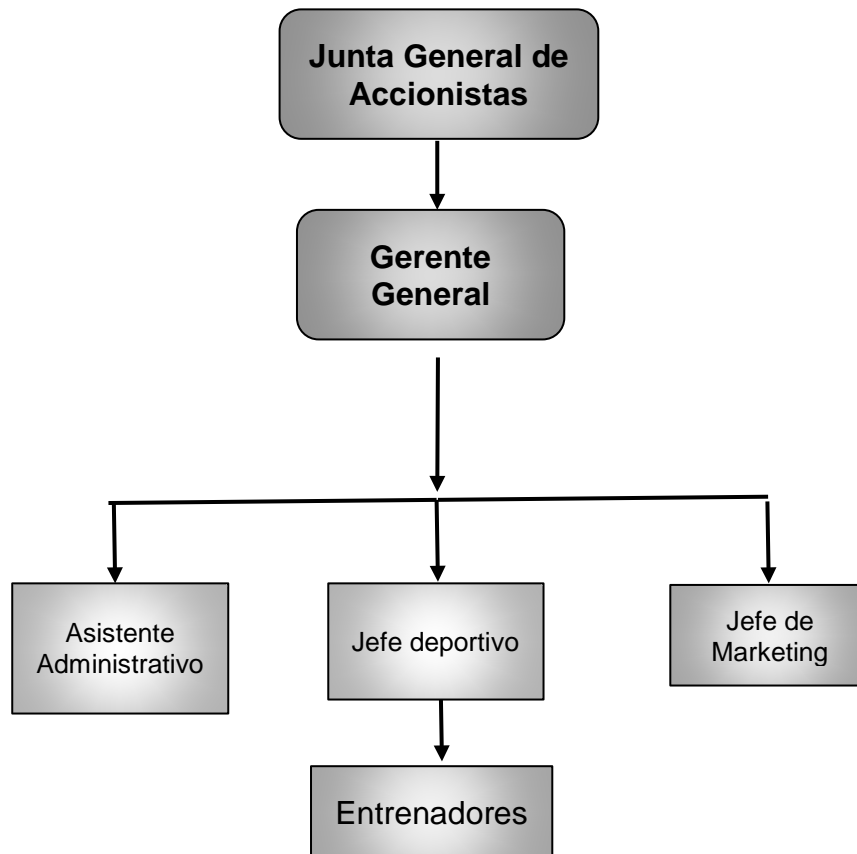


Figura N° 19: Estructura Organizacional

La estructura organizacional de Touch Ball se diseñó basándonos en que es una organización pequeña que recién está ingresando a un mercado, la cual trabajará de manera jerárquica, todos los trabajadores estarán al mando del gerente general, de igual manera tendremos un asistente administrativo, un jefe deportivo, jefe de marketing y dos entrenadores, esta estructura creemos que es la más adecuada para poder ajustarnos a las necesidades de la empresa. Dicha estructura organizacional se puede comparar con el organismo regulador de todo el fútbol mundial profesional (FIFA) ya que su estructura organizacional es de manera jerárquica. (FIFA, 2019).

6.3.1 Descripción de funciones

Junta general de accionistas. - Touch Ball tendrá 2 socios, los cuales aportarán con el 50% de la inversión.

Gerente General. - Representante legal de la empresa, encargado de tomar decisiones dentro y fuera de la empresa.

Asistente administrativo. - Persona encargada de la recepción y bienvenida a los clientes, realizar los cobros respectivos para brindar los servicios requeridos, registrar datos personales de los clientes, recepción de sugerencias.

Jefe Deportivo. - Persona encargada de todos los procesos deportivos, dar seguimiento individual de los alumnos con la ayuda del entrenamiento, entregar informes al gerente general con la ayuda de los entrenadores.

Jefe de Marketing. - Encargado del manejo de medios sociales, buscar y crear estrategias para tener un mayor número de clientes, encargado de todos los procesos relacionados con marketing.

Entrenadores. - Personas encargadas de brindar todos sus conocimientos sobre el desarrollo de la práctica deportiva a los alumnos, de igual manera brindar apoyo al momento de realizar los informes de progreso de cada uno de los alumnos, de igual manera estar ayudando en lo requerido a todos los clientes.

6.3.2 Sueldos de nómina

Tabla N° 8: Sueldos de nómina

Cargo	Unidad	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Aporte IESS anual	Total anual
Gerente general	1	\$800,00	\$9.600,00	\$800,00	\$394,00	\$1.166,40	\$11.960,40
Jefe deportivo	1	\$600,00	\$7.200,00	\$600,00	\$394,00	\$874,80	\$9.068,80
Jefe de marketing	1	\$600,00	\$7.200,00	\$600,00	\$394,00	\$874,80	\$9.068,80
Asistente administrativo	1	\$394,00	\$4.728,00	\$394,00	\$394,00	\$574,45	\$6.090,45
Entrenadores	2	\$1.000,00	\$12.000,00	\$1.000,00	\$394,00	\$1.458,00	\$14.852,00

En la tabla N° 8 podemos observar la nómina de la empresa Touch Ball, añadiendo las prestaciones obligatorias de la ley del país, el total de la nómina anual sería de \$51.040,45.

6.3.3 Estructura legal del proyecto

La empresa Touch-Ball estará constituida como sociedad anónima, la misma que estará formada por dos socios, los cuales aportarán con el 50% de la inversión inicial del proyecto, del mismo modo para la inicialización del proyecto es necesario registrar el nombre de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) y de igual manera en el SRI.

7. Evaluación Financiera

7.1 Proyección de Ingresos, costos y gastos.

7.1.1. Ingresos

Tabla N° 9: Proyección de ingresos

Proyección Ingresos	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 6.959,40	\$ 7.752,25	\$ 8.801,74	\$ 9.935,96	\$ 11.160,70

Para la proyección de los ingresos del negocio tomamos en cuenta 4 tipos de ingresos operacionales que detallamos a continuación:

- (a) Ingresos por servicio de entrenamiento
- (b) Ingresos por servicio de alquiler de mesas
- (c) Ingresos por servicios de torneo individual
- (d) Ingresos por servicio de torneo colectivo.

Para todos los servicios se toma en cuenta el abastecimiento de la instalación, la cual se compone de 5 mesas para desarrollar la práctica deportiva, brindaremos detalles de cómo se realizó la proyección con cada uno de los servicios.

Servicio de entrenamiento. - Al inicio del proyecto tendremos 30 personas divididas en 2 horarios distintos.

En el primer horario de 14h00 a 16h00 contaremos con 15 alumnos, el segundo horario de 16h00 a 18h00 tendremos 15 alumnos, las clases se impartirán de lunes a viernes con duración de un mes.

Servicio de alquiler de mesa. - Realizamos el nivel de ingresos de este servicio por medio de horas de ocupación de las mesas, mediante las observaciones realizadas a establecimientos similares al nuestro podemos decir que las horas ocupadas al mes de las mesas se iniciara con 500 horas con un valor de 10\$ cada hora. El horario de funcionamiento de este servicio será de 18h00 a 23h00.

Servicio de torneo individual. - Este servicio se lo realizará de manera trimestral los días: lunes, miércoles y sábado. Brindar este servicio nos obligará a disminuir las horas del servicio de alquiler de mesas por la ocupación de las mismas en el torneo.

Servicio de torneo colectivo. - El torneo colectivo lo realizaremos de manera quimestral, es decir, lo organizaremos dos veces al año. Esto nos llevará a disminuir las horas del servicio de alquiler de mesa de manera significativa los días: lunes, miércoles y sábado.

7.1.2 Costos y gastos

Tabla N° 10: Costos y gastos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 80,446.74	\$ 90,469.86	\$ 104,205.45	\$ 118,318.02	\$ 133,573.30
Costo de ventas	\$ 25,775.16	\$ 28,830.84	\$ 31,661.46	\$ 34,663.36	\$ 37,775.55
Utilidad bruta en ventas	\$ 54,671.58	\$ 61,639.01	\$ 72,543.99	\$ 83,654.66	\$ 95,797.75
Arriendo	\$ 7,200.00	\$ 7,344.72	\$ 7,492.35	\$ 7,642.95	\$ 7,796.57
Servicios básicos	\$ 2,400.00	\$ 2,448.24	\$ 2,497.45	\$ 2,547.65	\$ 2,598.86
Suministros de oficina	\$ 180.00	\$ 183.62	\$ 187.31	\$ 191.07	\$ 194.91
Horarios profesionales	\$ 600.00	\$ 612.06	\$ 624.36	\$ 636.91	\$ 649.71
Mantenimiento de las instalaciones	\$ 600.00	\$ 612.06	\$ 624.36	\$ 636.91	\$ 649.71
Sueldos administrativos y ventas	\$ 27,119.65	\$ 29,512.90	\$ 30,124.56	\$ 30,748.91	\$ 31,386.19
Gasto de constitución	\$ 8,512.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Redes sociales	\$ 2,000.00	\$ 2,040.20	\$ 2,081.21	\$ 2,123.04	\$ 2,165.71
Página Web	\$ 400.00	\$ 80.00	\$ 81.61	\$ 83.25	\$ 84.92

Influencers	\$ 360.00	\$ 367.24	\$ 374.62	\$ 382.15	\$ 389.83
Publicidad prensa/revistas	\$ 1,600.00	\$ 1,224.12	\$ 832.48	\$ 424.61	\$ -
Flyers y P.O.P	\$ 600.00	\$ 612.06	\$ 624.36	\$ 636.91	\$ 649.71
Total costos y gastos	\$ 77,346.81	\$ 73,868.06	\$ 77,206.14	\$ 80,717.71	\$ 84,341.68

La determinación del costo de los servicios tiene como fundamento la adquisición de las mesas para el desarrollo del deporte y materiales necesarios para la práctica de teqball. En la tabla N° 10 podemos observar los gastos que tendrá la organización, los gastos de marketing se presentan de manera más descriptiva que en el primer año nos da un valor de \$ 4.960, para el segundo año el total de costos y gastos debido a que ya no se cuenta con el rubro de gastos de constitución, a partir de eso los costos y gastos tienen un crecimiento de 5% en los siguientes años.

7.2 Inversión Inicial, capital de trabajo y estructura de capital

7.2.1 Inversión Inicial, capital de trabajo y estructura de capital

La inversión inicial que necesita "Touch Ball" es de \$ 23.245, la cual consiste en la adquisición de activos fijos y propiedad, planta y equipo. El capital de trabajo requerido para operar la empresa por un tiempo estimado de un año, el cual permite cubrir costos y gastos con los ingresos generados. El capital de trabajo requerido es del \$ 7.900.

Tabla N° 11: Inversión Inicial.

INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Valor
Capital de trabajo	\$ 7.900,00
Activos fijos, propiedad, planta y equipo	\$ 15.345,00
Total	\$ 23.245,00

La estructura de capital que se estableció para cubrir la inversión inicial se lo realizará por medio de parte de los socios que aportarán con el 50% de la inversión inicial, el valor es de \$ 11.662,50, por otro lado, la diferencia del 50% lo realizaremos mediante un crédito en la Cooperativa "Pablo Muñoz Vega" con una tasa de interés anual de 10.57% con un plazo de 60 meses, la cual generará una cuota mensual de \$ 250.22.

Tabla N° 12: Estructura de Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
DETALLE	%	VALOR
Capital propio	50%	\$ 11.622,50
Deuda	50%	\$ 11.622,50
Total		\$ 23.245,00

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

7.3.1 Estado de Resultados

En el estado de resultados podemos observar que en el primer año de operaciones existe una utilidad muy baja de \$ 1.299,45 esto debido a la cantidad de pérdida operacional causados por los gastos generales, así como la compra de las mesas y las adecuaciones de la instalación son gastos muy representativos que influyen directamente a que el primer año sea complicado en cuanto a utilidades como en la mayoría de empresas que recién inicia. En el segundo año se puede observar una utilidad más alta las cuáles nos permiten distribuirlas o poder reinvertir en materiales dentro del proyecto, así como para los siguientes años dónde se obtiene una utilidad razonable. De igual manera en el archivo adjunto de excel se puede observar las proyecciones mensuales del estado de resultados.

Tabla N° 13. Estado de resultados.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 80.446,74	\$ 92.378,01	\$ 104.205,45	\$ 118.318,02	\$ 133.573,30
Costo de ventas	\$ 25.775,16	\$ 28.968,25	\$ 31.661,46	\$ 34.663,36	\$ 37.775,55
Utilidad bruta en ventas	\$ 54.671,58	\$ 63.409,76	\$ 72.543,99	\$ 83.654,66	\$ 95.797,75
Arriendo	\$ 7.200,00	\$ 7.344,72	\$ 7.492,35	\$ 7.642,95	\$ 7.796,57
Servicios básicos	\$ 2.400,00	\$ 2.448,24	\$ 2.497,45	\$ 2.547,65	\$ 2.598,86
Suministros de oficina	\$ 180,00	\$ 183,62	\$ 187,31	\$ 191,07	\$ 194,91
Horarios profesionales	\$ 600,00	\$ 612,06	\$ 624,36	\$ 636,91	\$ 649,71
Mantenimiento de las instalaciones	\$ 600,00	\$ 612,06	\$ 624,36	\$ 636,91	\$ 649,71
Sueldos administrativos y ventas	\$ 27.119,65	\$ 29.512,90	\$ 30.124,56	\$ 30.748,91	\$ 31.386,19
Gasto de constitución y puesta en marcha	\$ 8.512,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Redes sociales	\$ 2.000,00	\$ 2.040,20	\$ 2.081,21	\$ 2.123,04	\$ 2.165,71
Página Web	\$ 400,00	\$ 80,00	\$ 81,61	\$ 83,25	\$ 84,92
Influencers	\$ 360,00	\$ 367,24	\$ 374,62	\$ 382,15	\$ 389,83
Publicidad prensa/revistas	\$ 1.600,00	\$ 1.224,12	\$ 832,48	\$ 424,61	\$ -

Flyers y P.O.P	\$ 600,00	\$ 612,06	\$ 624,36	\$ 636,91	\$ 649,71
Total costos y gastos	\$ 77.346,81	\$ 74.005,46	\$ 77.206,14	\$ 80.717,71	\$ 84.341,68
GASTOS OPERACIONALES	\$ 51.571,65	\$ 45.037,21	\$ 45.544,68	\$ 46.054,36	\$ 46.566,14
Utilidad antes de Intereses	\$ 3.099,93	\$ 18.372,55	\$ 26.999,31	\$ 37.600,30	\$ 49.231,61
Intereses	\$ 1.139,98	\$ 933,27	\$ 703,63	\$ 448,51	\$ 165,07
Utilidad después de interés	\$ 1.959,95	\$ 17.439,28	\$ 26.295,68	\$ 37.151,80	\$ 49.066,54
15% participación trabajadores	\$ 293,99	\$ 2.615,89	\$ 3.944,35	\$ 5.572,77	\$ 7.359,98
Utilidad antes de impuestos	\$ 1.665,96	\$ 14.823,39	\$ 22.351,33	\$ 31.579,03	\$ 41.706,56
25% impuesto a la renta	\$ 366,51	\$ 3.261,14	\$ 4.917,29	\$ 6.947,39	\$ 9.175,44
Utilidad neta	\$ 1.299,45	\$ 11.562,24	\$ 17.434,04	\$ 24.631,64	\$ 32.531,12

7.3.2. Estado de situación financiera

El balance general o estado de situación financiera realizado nos presenta que las cuentas por cobrar son cero, esto se debe a que, por políticas de la empresa todos los servicios brindados deberán ser cancelados en efectivo. La propiedad, planta y equipo sufren depreciaciones y amortizaciones lo cual disminuye el valor de compra original, como conocemos las depreciaciones y amortizaciones se van acumulando, esto permite disminuir el pago de impuestos.

En los pasivos el balance general demuestra la comparación con el año uno presenta una disminución, debido al pago de la deuda obtenido para la inversión del proyecto a la Cooperativa "Pablo Muñoz Vega".

Enfocándonos en el patrimonio de la empresa demuestra que en la medida que el pasivo disminuye el patrimonio tiende a aumentar debido a las utilidades retenidas año a año.

Tabla N° 14: Estado de situación financiera.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	\$ 23.245,00	\$ 25.634,56	\$ 35.381,41	\$ 50.789,78	\$ 73.377,28	\$ 103.460,97
Corrientes	\$ 7.900,00	\$ 12.390,72	\$ 24.238,74	\$ 41.748,28	\$ 65.670,28	\$ 97.088,47
Efectivo	\$ 7.900,00	\$ 12.390,72	\$ 24.238,74	\$ 41.748,28	\$ 65.670,28	\$ 97.088,47
Cuentas por cobrar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
No Corrientes	\$ 15.345,00	\$ 13.243,83	\$ 11.142,67	\$ 9.041,50	\$ 7.707,00	\$ 6.372,50
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 15.345,00	\$ 15.345,00	\$ 15.345,00	\$ 15.345,00	\$ 15.345,00	\$ 15.345,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 2.101,17	\$ 4.202,33	\$ 6.303,50	\$ 7.638,00	\$ 8.972,50
PASIVOS	\$ 11.622,50	\$ 12.712,61	\$ 10.897,22	\$ 8.871,56	\$ 6.827,41	\$ 4.379,99
Corrientes	\$ -	\$ 2.952,73	\$ 3.206,66	\$ 3.479,95	\$ 3.989,89	\$ 4.379,99
Cuentas por pagar		\$ 2.618,67	\$ 2.672,94	\$ 2.728,34	\$ 2.784,88	\$ 2.842,60
15% Trabajadores		\$ 138,23	\$ 220,85	\$ 311,01	\$ 498,62	\$ 636,16
Impuestos por pagar		\$ 195,83	\$ 312,87	\$ 440,60	\$ 706,38	\$ 901,23

No Corrientes	\$ 11.622,50	\$ 9.759,88	\$ 7.690,57	\$ 5.391,61	\$ 2.837,52	\$ (0,00)
Deuda a largo plazo	\$ 11.622,50	\$ 9.759,88	\$ 7.690,57	\$ 5.391,61	\$ 2.837,52	\$ (0,00)
PATRIMONIO	\$ 11.622,50	\$ 12.921,95	\$ 24.484,19	\$ 41.918,22	\$ 66.549,86	\$ 99.080,98
Capital	\$ 11.622,50	\$ 11.622,50	\$ 11.622,50	\$ 11.622,50	\$ 11.622,50	\$ 11.622,50
Utilidades retenidas		\$ 1.299,45	\$ 12.861,69	\$ 30.295,72	\$ 54.927,36	\$ 87.458,48
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 23.245,00	\$ 25.634,56	\$ 35.381,41	\$ 50.789,78	\$ 73.377,28	\$ 103.460,97
Comprobación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (0,00)

7.3.3. Estado de flujo de efectivo.

El estado de flujo de efectivo contiene actividades de operación en la cual se encuentran las utilidades generadas en los 5 años, de igual manera se añade la depreciación y los incrementos de activos y pasivos que nos da como resultado el Flujo de Efectivo Operacional. En las actividades de inversión consta los activos fijos de la empresa. Las actividades de financiamiento muestran en el año cero el aporte de capital, en años posteriores muestra el flujo de efectivo que va generando el proyecto. Se puede observar en la tabla que en el primer año existe un flujo de efectivo final de \$ 12.390,72, y su puede apreciar qué existe flujos positivos para los siguientes años.

Tabla N° 15: Flujo de efectivo anual

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Actividades de operación	-	\$ 6.353,34	\$ 13.917,34	\$ 19.808,49	\$ 26.476,08	\$ 34.255,71
Utilidades neta		\$ 1.299,45	\$ 11.562,24	\$ 17.434,04	\$ 24.631,64	\$ 32.531,12
Depreciaciones		\$ 2.101,17	\$ 2.101,17	\$ 2.101,17	\$ 1.334,50	\$ 1.334,50
Incremento de pasivos a corto plazo		\$ 2.952,73	\$ 253,93	\$ 273,29	\$ 509,94	\$ 390,10
Incremento activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de inversión	\$ (15.345,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos	\$ (15.345,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de financiamiento	23.245,00	-1.862,62	-2.069,32	-2.298,96	-2.554,08	-2.837,52
Deuda a largo plazo	11.622,50	-1.862,62	-2.069,32	-2.298,96	-2.554,08	-2.837,52
Aporte de capital	\$ 11.622,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento de efectivo	\$ 7.900,00	\$ 4.490,72	\$ 11.848,02	\$ 17.509,54	\$ 23.922,00	\$ 31.418,19
Efectivo inicial	0	\$ 7.900,00	\$ 12.390,72	\$ 24.238,74	\$ 41.748,28	\$ 65.670,28
Efectivo final (flujo)	\$ 7.900,00	\$ 12.390,72	\$ 24.238,74	\$ 41.748,28	\$ 65.670,28	\$ 97.088,47

7.3.4. Estado de flujo de caja

El flujo de caja del proyecto nos muestra los costos y beneficios, de igual manera todos los desembolsos que se han realizado, los cuáles nos permite saber si el proyecto es viable. Para realizar los cálculos de los flujos de caja se inicia con las utilidades netas, de igual forma las depreciaciones y amortizaciones las cuales nos permiten determinar el flujo de efectivo operacional (FEO), a éste rubro se añade los gastos de capital (CAPEX) y la variación de capital de trabajo neto.

Los flujos calculados de cada año se descontarán a través de la tasa WACC (13.77%). Observamos que en el año 0 se encuentra la inversión inicial con signo negativo, de igual manera en el año 1 y a partir del año 2 los flujos son positivos.

Tabla N° 16: Flujo de caja del proyecto

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$(23.245,00)	\$(19.617,85)	\$5.537,74	\$17.913,50	\$30.061,94	\$58.311,30

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

7.4.1. Flujo de caja del inversionista

El flujo de caja del inversionista son los flujos que son descontados a una tasa CAPM (20.81%). Para determinar este flujo se inicia con el flujo de caja del proyecto, se descuenta el valor del préstamo, el pago de capital, los intereses y se añade el escudo fiscal. Como en el flujo de caja del proyecto en el año 0 y año 1 se presentan valores negativos, a partir del segundo año son valores positivos.

Tabla N° 17: Flujo de caja del inversionista

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$(11.622,50)	\$(21.433,01)	\$3.854,34	\$16.376,48	\$28.687,57	\$57.117,62

Tasas de descuento

Para el proyecto de "Touch Ball" se utilizaron tasas de descuento que nos permitieron evaluar los flujos de caja del proyecto y del inversionista, para los flujos del proyecto se utilizar el WACC que es el Costo de Capital Promedio Ponderado, para el flujo del

inversionista utilizamos el CAPM o Costos de Capital. Como mencionamos anteriormente las tasas de descuento fueron las siguientes: WACC (13.77%) y CAPM (20.81).

Tabla N° 18: Tasas de descuento

TASAS DE DESCUENTO	
Tasa libre de riesgo	3,01%
Tasa de mercado	11,95%
Beta de la industria	1,33
Riesgo país	5,91%
Costo de capital CAPM	20,81%
Tasa impositiva	36,25%
% deuda	50%
% capital propio	50%
Costo de deuda (Tasa de interés)	10,57%
WACC	13,77%

Por medio de los indicadores VAN, TIR, Índice de rentabilidad y periodo de recuperación podemos indicar que el proyecto de "Touch Ball" es viable, en aspecto económico y financiero ya que los resultados calculados demuestran que es factible. Los resultados podemos observar en la tabla N° 16, el periodo de recuperación será en 2.14 años, con un índice de rentabilidad de 0,96\$ por cada dólar invertido.

Tabla N° 19: Evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA		
Indicadores	Proyecto	Inversionista
VAN	\$ 22,240.86	\$ 16,240.43
TIR	27.78%	36.42%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2.14	\$ 4.35
IR	\$ 0.96	\$ 1.40

7.5 Índices Financieros

Razón de liquidez. - Este indicador sirve para medir la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones a corto plazo. Los indicadores de liquidez demuestran la solvencia de la empresa.

Razón de deuda. - Es la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones a largo plazo, lo cual significa que los activos totales han sido financiados en promedio en un 26%.

Rentabilidad. - El margen neto muestra todos los beneficios que se obtienen por cada dólar vendido, por lo que la empresa tiene un promedio de \$ 15,20 por cada dólar que ingresa a la empresa.

Rotación de Activos. - Nos permite medir el nivel de eficiencia que están siendo utilizados los activos para poder generar ventas, en nuestro caso se obtuvo un promedio del 2,14.

Tabla N° 20: Índices financieros

INDICES FINANCIEROS						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Liquidez	\$ -	\$ 4,20	\$ 7,56	\$ 12,00	\$ 16,46	\$ 22,17
Capital de trabajo	\$ 7.900,00	\$ 9.438,00	\$ 21.032,09	\$ 38.268,33	\$ 61.680,39	\$ 92.708,48
Endeudamiento	50,00%	49,59%	30,80%	17,47%	9,30%	4,23%
ROI		5,1%	32,7%	34,3%	33,6%	31,4%
ROE		10,06%	47,22%	41,59%	37,01%	32,83%
Margen neto		1,62%	12,52%	16,73%	20,82%	24,35%
Margen bruto		3,85%	19,89%	25,91%	31,78%	36,86%
Rotación de activos		3,14	2,61	2,05	1,61	1,29

8. Conclusiones generales y recomendaciones

- Después de las investigaciones realizadas en el análisis externo existen varios factores que motivan a la realización del proyecto, con los logros deportivos obtenidos en éste último año el gobierno está destinando más recursos para apoyar al deporte mediante leyes que impulsan la recreación mediante la práctica deportiva.
- En el análisis de la industria podemos inferir que existen organizaciones dedicadas a la práctica deportiva con un alto porcentaje dedicado al fútbol, nuestro servicio es brindar entrenamiento y entretenimiento de un deporte que actualmente no existe en el país lo que hace que seamos únicos dentro de esta industria.
- Enfocándonos en el análisis del cliente se utilizaron herramientas cómo lo son: encuestas, entrevistas y focus group, las mismas que fueron analizadas exhaustivamente para poder tomar decisiones sobre los gustos que tienen nuestro mercado meta y poder implementar servicios extras para un mejor servicio.

- En oportunidad de negocio cómo lo mencionamos anteriormente existe una gran oportunidad de proyectar éste negocio ya que el teqball es un deporte en crecimiento cómo se ha podido observar en otros países europeos así de igual manera en Brasil, Chile, Colombia que tienen gustos semejantes a los nuestros por lo que este deporte híbrido puede llegar a ser un éxito en nuestro país.
- En lo que respecta al plan de marketing después de las investigaciones realizadas podemos manifestar que una manera efectiva de dar a conocer éste nuevo deporte es por medio de redes sociales ya que con el avance de la tecnología es el medio social más utilizado por nuestro mercado meta. De igual manera se realizó un plan de marketing el cual contiene publicidad en medios de comunicación, plan de relaciones públicas que nos permitirán dar a conocer el servicio que ofrecemos.
- La empresa iniciará con 6 personas altamente capacitadas para brindar el servicio de entrenamiento y entretenimiento, de igual manera se planteó varios objetivos a corto, mediano y largo plazo, muy claros que sirven de guía para que la empresa no se desvíe de dichos objetivos y se los cumpla.
- En lo que concierne al análisis financiero podemos destacar que a lo largo del proyecto van incrementando el número de alumnos y de igual manera las horas de alquiler de mesas lo cual permite aumentar las utilidades de manera gradual.
- En los indicadores financieros los cuales son positivos ya que podemos concluir en que el proyecto es viable, con la evaluación financiera realizada el proyecto demuestra su factibilidad, los indicadores son los siguientes: VAN de \$22,240.86, TIR (27.78%) la cuál es mayor al WACC (13.77%), periodo de recuperación de 2.14 años y un índice de rentabilidad de \$ 0.94 por un dólar de inversión realizada.
- Después de todos los parámetros analizados podemos asegurar que el proyecto es viable económicamente, técnicamente y financieramente de forma gradual.
- Con respecto a las recomendaciones es fundamental que con las utilidades logradas en los siguientes años se pueda reinvertir en nuevos implementos deportivos, así como también en rediseñar las adecuaciones para que el cliente no se canse de practicar éste deporte híbrido.
- De igual manera se recomienda implementar nuevas modalidades de juegos con la mesa ya que se puede le puede dar varias funcionalidades que el cliente puede practicar.

Referencias

Aranceles Ecuador. (2018). Información estadística.

Aranceles Ecuador. Recuperado de
<http://arancelesecuador.com/> en octubre del 2018

Alimsports. (2019).

Los 10 deportes más practicados en todo el mundo. Recuperado de Alimsports:
14 de febrero del 2019, de: <http://alimsports.com/los-10-deportes-mas-practicados-en-todo-el-mundo/>

BBC. (2018).

BBC Mundo. Recuperado de BBC Mundo: 12 de Diciembre del
2018, de: <https://www.bbc.com/mundo/deportes-45837146>

Banco Central del Ecuador (2017). *Resultados del ciclo económico de Ecuador*.

Quito. Recuperado de
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IDEAC/CicloEconIT2017.pdf> en octubre de 2018

Banco Central del Ecuador (2018). *Tasa de Interés*.

Quito. Recuperado de
<https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm> en noviembre de 2018

Becker, A. (11 de enero de 2019). Entrevista Teqball. (J. Enríquez, Entrevistador)

Canales. G (13 de enero de 2019). Entrevista mesas Teqball. (J. Enríquez, Entrevistador)

Cedatos (2015).

Índices a la gestión de gobierno. Recuperado de
http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=211 en octubre de 2018

Ecuador en cifras (2014). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones*.

Quito. Recuperado de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2014/150317.TICs.pdf)

[inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2014/150317.TICs.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2014/150317.TICs.pdf) en noviembre de 2018

Ecuador en cifras, (2018). *Encuesta Nacional de Empleo, desempleo y subempleo*.

Quito. Recuperado de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf)

[inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf)

en

noviembre de 2018

FIFA, (2019).

About FIFA. Recuperado de

<https://www.fifa.com/about-fifa/index.html> en mayo de 2019

FITEQ, (2019).

FITEQ. Recuperado de

<https://www.fiteq.org/> en marzo de 2019

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013).

Fundamentos de Marketing. México: Pearson Education.

Kotler, P (2012).

Dirección de Marketing. México: Pearson Education.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011).

Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico. Recuperado de

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111)

[inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111)

[220_NSE_Presentacion.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111) en octubre del 2018

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014).

Costumbres y prácticas deportivas en la población ecuatoriana. Recuperado de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/CostumPracticasDeportivas.pdf en noviembre del 2018

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012).

Encuesta sobre uso de tiempo. Recuperado de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/Estudio-Sectorial-Inversi%C3%B3n-Empresarial-2013-2017.pdf> en noviembre del 2018

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016).

Directorio de empresas y establecimientos. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf en noviembre del 2018

Matthias Kunz. *265 millones juegan al fútbol.*

Julio de 2007 Recuperado de https://es.fifa.com/mm/document/fifafacts/bcoffsurv/smaga_9472.pdf en febrero del 2019

Metro Ecuador (2016). *Los 10 deportes más practicados en el Ecuador.*

Quito. Recuperado de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/deportes/2016/07/26/10-deportes-mas-practicados-ecuador.html> en febrero de 2019.

Ministerio del Deporte. (2012). El deporte en cifras. Actividad física de la población ecuatoriana demanda y hábitos de consumo deportivo. Recuperado de http://aplicativos.deporte.gob.ec/Observatorio/images/Deporte%20en%20Cifras/DEPORTE_EN_CIFRAS%202012.pdf

Ley de la Constitución. (s.f)

Constitución de la República de Ecuador. Recuperado de <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf> octubre de 2018

Rivera Camino, J. y Molero Ayala, V. (2012). *Marketing y fútbol: el mercado de las pasiones*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=6ScAbjYGIInYC&oi=fnd&pg=PA17&dq=related:KzOJUdA5mBXrTM:scholar.google.com/&ots=iFBZnlqkD1&sig=onW5Xlraw2q0xyCesY7uXRpfNtU#v=onepage&q&f=false>

Superintendencia de Compañías. (2018). *Estudios Sectoriales*. Recuperado de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/Estudio-Sectorial-Inversi%C3%B3n-Empresarial-2013-2017.pdf> en diciembre del 2018

Teqball. (2019) *The table*. Recuperado de <https://teqball.com/en/teqball/the-table> en febrero de 2019

ANEXOS

Anexo 1 Entrevistas

- ¿Qué opinas de deportes híbridos como el teqball?
- ¿En los entrenamientos practicaban fútbol-tenis?
- ¿Crees que el fútbol-tenis ayuda a mejorar la técnica de las personas que lo practican?
- ¿Te llamaría la atención practicar el teqball?
- ¿Crees que llamaría la atención realizar torneos individuales y en parejas?
- ¿Crees que tendría buena acogida la práctica de este deporte en el país?
- ¿Crees que una empresa dedicada a realizar campeonatos de Teqball es rentable?
- ¿Cuál sería un precio promedio que se podría cobrar para el uso de la instalación?
- ¿Cómo crees que debería difundirse la información sobre este deporte?

Entrevista Goball

• ¿Qué opina sobre los deportes híbridos (combinados)?

Son innovadores, creativos, dinámicos, sin dudas los tiempos están cambiando, la mentalidad de la juventud es diferente a las generaciones de hace 30 años atrás, hoy en día los jóvenes se atreven a lo diferente, a lo fuera de lo común.

• ¿Cómo inicio la idea de crear una mesa de las características que tiene Goball?

Goball nace de la idea de ver a la selección nacional de Chile practicando tenis fútbol en una mesa de terraza, sumado a que grandes clubes deportivos como Barcelona y la selección de Brasil, utilizan una mesa de similares características para practicar esta novedosa disciplina llamada tenis fútbol mesa.

• ¿Cree que la mesa del Goball ha tenido buena acogida por parte de las personas?

Excelente, toda la gente se queda mirando, les parece novedoso, quieren practicar, les gusta subir videos jugando, la quieren para sus eventos, para jugar con sus amigos, para los clubes deportivos, etc.

- **¿Qué tan difícil es diseñar una mesa de Goball?**

Es complejo, primero por los costos elevados de su fabricación, segundo la curvatura de la mesa es algo difícil de poder concretar, la mesa goball al ser una mesa plegable, también necesita de bastante ingenio y tecnología para que el funcionamiento sea óptimo.

- **¿Cree que practicar fútbol-tenis en la mesa de Goball ayuda a mejorar la técnica de las personas que lo practican?**

Sin dudas, está comprobado que la práctica de tenis futbol mesa mejora: el ritmo cardiaco, el compañerismo, la técnica, los reflejos, también mejora la velocidad y concentración entre otras.

- **¿Se ha pensado en realizar torneos de éste tipo de deporte?**

Por supuesto, de hecho, ya hemos organizados varios campeonatos, uno de estos lo realizamos en la cárcel, donde se enfrentaron futbolistas profesionales versus presos. ¡Un campeonato increíble!

- **¿Cree que se podría desarrollar más éste tipo de deporte en Sudamérica?**

Sin duda Sudamérica es una plaza única para la consagración de este nuevo deporte.

- **¿Cómo es la mejor forma de poder información sobre las mesas y éste deporte?**

Redes sociales, página web, medios de comunicación, influencers. Local comercial.

Anexo 2 Grupo Focal



Anexo 3 Formato Encuestas

1. **Sexo.**
Femenino
Masculino

2. **Edad.**
15-20 Años
21-35 Años
36-50 Años
Otros

3. **¿Practicas algún deporte en especial?**
Fútbol
Básquet
Tenis de Mesa
Atletismo
Otros

4. **¿Cuántas horas a la semana realizas actividades deportivas?**
2-5 Horas
6-9 Horas
10-13 Horas
14-20 Horas
Otros

5. **¿Estarías dispuesto a practicar teqball en la ciudad de Quito?**

Si
No

6. **¿Qué valor monetario estarías dispuesto a cancelar por la práctica?**

5\$-10\$
11\$-15\$
16\$-20\$
Otros

7. **¿En qué sector de la ciudad de Quito te gustaría que se realicen los torneos de teqball?**

Quito Norte
Valles de la ciudad de Quito

8. **¿Cuál sería la modalidad que más te interesaría practicar?**

Individual
Equipos

9. ¿Te gustaría participar en torneos de teqball?

Sí

No

10. ¿Qué días serían los adecuados para practicar teqball?

Jueves

Viernes

Sábado

Domingo

11. ¿Cuál crees que es el medio de comunicación adecuado para socializar el teqball con la sociedad?

TV

Radio

Redes Sociales

12. ¿Qué servicios adicionales te interesaría en el centro recreativo?

Bar

Cafetería

Restaurant

Miradores

Heladería

Anexo 4 Tablas combinadas

Cuenta de 3. ¿Qué deporte practicas en especial?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general	
Atletismo	2	1	3	
Básquet	4	1	5	
Básquet, Tenis de mesa		1	1	
Fútbol	4	23	27	
Fútbol, Atletismo		1	1	
Fútbol, Básquet		1	1	
Fútbol, Otros		1	1	
Fútbol, Tenis de mesa	1	6	7	
Otros	1		1	
Tenis de mesa		2	2	
Tenis de mesa, Atletismo		1	1	
Total general	12	38	50	

Cuenta de 6. ¿Qué valor monetario estarías dispuesto a cancelar por la práctica ?		Etiquetas de columna	
Etiquetas de fila	NO	SI	Total general
11\$-15\$		13	13
16\$-20\$		3	3
5\$-10\$		29	29
(en blanco)			
Total general		45	45

Cuenta de 9. ¿Cuál sería la modalidad que más te interesaría practicar?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	No	SI (en blanco)	Total general	
Colectivo		12	12	
Individual		9	9	
Individual-Colectivo		23	1	24
(en blanco)				
Total general		44	1	45

