



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ENSEÑANZA Y
PREPARACIÓN FÍSICA DE LUCHA LIBRE EN QUITO

AUTOR

BRYAN RAMOS

AÑO

2019



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ENSEÑANZA Y
PREPARACIÓN FÍSICA DE LUCHA LIBRE EN QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de

Ingeniero en Negocios y Marketing Deportivo.

Profesor Guía

Luis Eduardo Pavón Rosero

Autor

Bryan Alexander Ramos Panchi

Año

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de negocios para la creación de un centro de enseñanza y preparación física de lucha libre en Quito, a través de reuniones periódicas con el estudiante Bryan Alexander Ramos Panchi, 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. 1709740896

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, Plan de negocios para la creación de un centro de enseñanza y preparación física de lucha libre en Quito, del estudiante Bryan Alexander Ramos Panchi, en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Juan Carlos Zevallos

C.I. 1708891195

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”

Bryan Alexander Ramos Panchi

C.I. 1726681388

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios que ha sido un pilar fundamental en este proceso universitario, a mi familia que ha sabido apoyarme en cada una de mis etapas y ser un motivo de superación cada día.

A mis profesores y amigos que han sido parte de este proceso.

DEDICATORIA

A mi padre Gustavo, a mi madre Patricia, a mi hermana Karen, a mis amigos y familiares que han sabido confiar y creer en mí.

RESUMEN

El presente plan de negocios consiste en la creación de un centro de enseñanza y preparación física de lucha libre, cuyo principal objetivo es formar luchadores profesionales que puedan desenvolverse en este deporte a nivel nacional e internacional, a través de un proceso de desarrollo físico, mental y deportivo.

QUITUS WRESTLING ACADEMY nace con el propósito de rescatar la lucha libre un deporte que tuvo mucha relevancia en Quito en años posteriores, además de formar hombres y mujeres que buscan un espacio para practicar este deporte y sobre todo al finalizar el curso obtendrán una licencia de carácter internacional que los certifica como luchadores profesionales.

Para el desarrollo de este proyecto se utilizaron fuentes de información externas para validar lo existente en la industria de la enseñanza deportiva, también una investigación de mercados para conocer el segmento más apropiado y finalmente un plan financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Abstract

The present business plan consists of the creation of a teaching center and the physical preparation of wrestling, whose main objective is to train professional wrestlers that develop in this sport nationally and internationally, through a process of physical development, mental and sports.

QUITUS WRESTLING ACADEMY was born with the purpose of rescuing wrestling a sport that was very relevant in Quito in later years, in addition to training men and women looking for a space to practice this sport and especially at the end of the course they will obtain an international license that certify as professional wrestlers.

For the development of this project, external information sources are used to validate the existence of sports education in the industry, as well as market research to find out the most appropriate segment and finally a financial plan to determine the viability and profitability of the project.

ÍNDICE

1. Introducción	1
1.1 Justificación	1
1.3 Objetivos Específicos	2
2. Análisis del Entorno	3
2.1 Código CIU	3
2.2 Análisis del Entorno Externo PEST	3
2.3 Análisis de la Industria PORTER	7
2.4 Matriz EFE	9
2.5 Conclusiones análisis del entorno	10
3. Análisis del cliente	11
3.1 Investigación Cualitativa	11
3.2 Investigación Cuantitativa	16
3.3 Conclusiones análisis del cliente	18
4. Oportunidad de negocio	18
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio encontrada, sustentada por el análisis interno, externo y del cliente	18
5. Plan de marketing	21
5.1 Estrategia general de marketing	21
5.2 Mercado Objetivo	22
5.3 Propuesta de valor	23
5.4 Mezcla de Marketing	25
5.4.1 Producto/Servicio	25
5.4.2 Precio	27
5.4.3 Plaza	29
5.4.4 Promoción	30
6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional	31
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización	31
6.2 Plan de Operaciones	33
6.3 Estructura Organizacional	37
7. EVALUACIÓN FINANCIERA	39
7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos	39

7.2	Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital.....	40
7.3	Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja	40
7.4	Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración	42
7.5	Índices financieros.....	44
8.	Conclusiones generales	46
	Referencias.....	47
	ANEXOS	49

1. Introducción

1.1 Justificación

El deporte como actividad física y recreativa en el Ecuador es una práctica que está en constante crecimiento, esto debido a nuevas tendencias e influencias, especialmente relacionadas con mejorar el aspecto físico y salud. Según datos del INEC en 2014 aproximadamente un 41.8% de las personas de 12 años o más practicaron algún deporte ya sea en espacios públicos o privados. (El Comercio, 2016)

Con cifras del INEC entre el año 2012 y 2015 la ciudad de Quito, los quiteños usan 3 horas de su semana para actividades ligadas a la recreación y cultura. (INEC, 2013)

Además, expertos ligados a la organización mundial de la salud OMS recomiendan que se realice al menos 30 minutos de actividad física diaria, esto con el fin de mantener al organismo saludable, alejado de enfermedades y alteraciones metabólicas, sobre todo esta actividad física debe estar acompañada de una buena alimentación. (Clarín Fitness, 2017)

La definición de lucha libre es muy amplia, pero se podría entender por el concepto de mezclar la lucha grecorromana con el Wrestling estadounidense, originando un término inglés llamado catch-as-catch-can, pero popularmente conocido como "Cachascán", que significa agarra lo que puedas o mejor traducido lucha como quieras. (López G, 2010)

En la lucha libre tenemos más que un deporte, debido a que mezcla el teatro y el performance con la lucha, el uso de máscaras, vestimenta llamativa y sobre todo la acción mezclada con el drama y las piruetas, es algo característico de este deporte.

La lucha libre es un deporte con una tradición histórica muy rica y sobre todo que se ha convertido en países como México parte de su cultura y patrimonio, fue en su época dorada de los años 50 que resaltan grandes nombres de leyendas conocidas como El Santo, Blue Demon o Mil Máscaras, fueron estos nombre los principales expositores que dieron a conocer este deporte al mundo, y es del país azteca donde Ecuador y específicamente en la ciudad de Quito, que se adquiere la influencia de este deporte brindando grandes espectáculos en lugares como la Plaza Arenas o el

Coliseo Julio Cesar Hidalgo, con nombres locales como el Indio Comanche o El Relámpago Torres. (El Telégrafo, 2016)

El Plan de Negocios para la creación de un Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre pretende brindar un alto nivel de instrucción, dando a conocer sus principales beneficios como aumento de fuerza, definición de músculos, flexibilidad, coordinación, equilibrio y tonificación del cuerpo, pero sobre todo con este performance center se busca que las personas sientan la pasión y ese amor por este deporte conocido como Lucha Libre que tiene un trasfondo histórico muy importante y que también gente que desconoce de este deporte sienta la necesidad de practicar algo nuevo y que lo ayude a mejorar su salud y estado físico. Sobre todo, también a entender la lucha desde el punto de vista escénico en el desarrollo y caracterización de personajes para el desenvolvimiento dentro del ring e interacción con el público.

1.2 Objetivo General

Determinar la viabilidad técnico-financiera del Plan de Negocios para la creación de un Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre en Quito, con una proyección a cinco años. Además de rescatar y resaltar el deporte a nivel cultural.

1.3 Objetivos Específicos

Identificar por medio de un análisis los factores externos como PEST, Fuerzas Competitivas de PORTER y matriz EFE, para determinar las oportunidades y amenazas que existen en la industria de la enseñanza deportiva.

Realizar una investigación de mercado con el uso de técnicas cualitativas y cuantitativas con el propósito de definir los clientes potenciales.

Crear un plan de marketing con las mejores estrategias que generen una propuesta de valor, un aspecto diferenciador y posicionamiento.

Diseñar los conceptos administrativos para desarrollar la misión, visión, objetivos, plan operacional y estructura organizacional.

Elaborar un plan financiero con una proyección a cinco años con su respectivo análisis de estado de resultados, estado de situación financiera, estado de flujo de caja, inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital, para determinar la rentabilidad del plan de negocios.

2. Análisis del Entorno

2.1 Código CIU

Tabla N°1: Código CIU

P	Enseñanza
P85	Enseñanza
P854	Otros tipos de Enseñanza
P8541	Enseñanza Deportiva y Recreativa
P8541.01	Enseñanza en adiestramiento deportivo: béisbol, basketball, volleyball, fútbol, etcétera.

Adaptado de: INEC Clasificación Nacional de Actividades Económicas

2.2 Análisis del Entorno Externo PEST

Político y Legal

Un aspecto significativo se da en el cambio de Ministerio del Deporte a Secretaría técnica, realizado en el año 2018.

“La Secretaría Técnica del Deporte será creada por el Gobierno Nacional. Así lo informó la noche de este miércoles 2 de mayo la ministra del Deporte, Andrea Sotomayor, tras una reunión con el Consejo Consultivo del Deporte. Según la titular de la cartera de Estado, la Secretaría Técnica contará con un consejo consultivo integrado por actores de primer nivel en el sector deportivo.” (El Telégrafo, 2018)

A través de esto se busca potenciar, fortalecer y desarrollar el deporte y la actividad física en el Ecuador. (El Telégrafo, 2018)

Este cambio de Ministerio a Secretaría Técnica deportiva podría actuar de manera negativa en cuanto al alcance que podría tener, es decir, un Ministerio tiene más recursos, más personal para gestionar sus proyectos, en lugar de la Secretaría Técnica de Deporte que definitivamente tendrá un presupuesto más recortado y el apoyo al sector deportivo también será reducido.

El artículo 24 de la Constitución de la República del Ecuador dice que “las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Como el artículo antes mencionado existen varios más que garantizan a la población una práctica deportiva o recreativa de manera libre y con acceso a todas las personas sin distinguir su condición física, social, racial, etc.

Por último, se podría realizar alianzas estratégicas entre el Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre junto a la Secretaría técnica deportiva para intentar desarrollar una profesionalización del deporte.

Económico

Inflación

La inflación al mes de enero de 2019 fue de 0.47%, con respecto al mismo mes en el año 2018 que fue de 0.19%, para este mes el costo de la canasta básica se ubicó en \$ 719,88, mientras que el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de \$ 735,47. (El Telégrafo, 2019)

Esta inflación se ha visto reflejada en el encarecimiento de los productos de primera necesidad y sobre todo en la subida del precio de la gasolina que ha afectado mucho a las familias ecuatorianas, esto puede influir de manera negativa debido a que no pueden destinar un monto de sus ingresos a otro tipo de actividades como las deportivas.

Tasa de interés

Los microcréditos poseen los intereses más altos del sector financiero privado, público y, popular y solidario. Por ejemplo, la tasa anual máxima del microcrédito minorista es el 28,50%, mientras que el crédito productivo corporativo (para grandes negocios) grava el 9,33%. (El Telégrafo, 2018)

Estas tasas de interés altas representan un impacto negativo si se quiere obtener un crédito para la puesta en marcha del negocio.

Social

Nivel de Actividad

Ecuador es uno de los países más activos de la región según una encuesta realizada por Opina América Latina con un 75% de los encuestados respondiendo afirmativamente a la práctica deportiva. Estos datos coinciden con las cifras otorgadas por el INEC en 2014 que un 41,8% de personas de 12 años o más practicaron algún deporte y que una de cada cinco personas que practica algún deporte lo hizo durante 13 días o más en un mes. De acuerdo con esas estadísticas, el 24,2% de las personas entre 18 y 59 años dedica a la semana 150 minutos a la práctica de una actividad física en su tiempo libre. Un 69,2% se ejercita en espacios públicos, el 30,9% en establecimientos educativos, mientras que el 7,7% se entrena en la comodidad del hogar. (El Comercio, 2016)

Tabla N°2: Práctica deportiva según sexo

Distribución porcentual de la población que practica algún deporte, según sexo

Nivel Nacional

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Practica algún deporte	Si	2 232 480 47,7%	790 829 16,2%	3 023 309 31,8%
	No	2 451 302 52,3%	4 092 716 83,8%	6 544 018 68,4%
Total		4 683 782 100,0%	4 883 545 100,0%	9 567 327 100,0%

Nota: Datos tomados de INEC. ECV – Sta. Florida 2005/2008

Tomado de: INEC, 2009

En Quito las personas dedican 3 horas con 9 minutos a la semana a la práctica deportiva, además el gasto destinado para recreación y cultura entre 2012 y 2013 de los hogares quiteños fue de \$ 23.593.353,4 millones. (INEC, 2013)

Estas actitudes en cuanto a la práctica deportiva resultan negativas debido a que sí, la población ecuatoriana usa su tiempo libre para la recreación y el deporte, pero es menor que la mitad del país, sin embargo, cabe resaltar que en Quito se destina un monto alto para el consumo en bienes o servicios deportivos.

Nivel Socioeconómico

La siguiente tabla nos muestra el porcentaje de deporte que practican las personas según el nivel socioeconómico, de las personas que practican deporte.

Tabla N°3: Práctica deportiva según nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico	%
ALTA – (A)	46,4%
MEDIA ALTA – (B)	38,5%
MEDIA – (C+)	34,9%
MEDIA BAJA – (C-)	33%
BAJA – (D)	30,9%

Tomado de: INEC, 2017

Podemos observar en la ilustración que las personas de un nivel socioeconómico alto tienen más acceso a la práctica deportiva, esto puede ser por la capacidad de adquirir los implementos deportivos para la práctica o el tener la capacidad de acceso a las instalaciones deportivas. (Villarreal, 2009)

Tecnológico

Actualmente la tecnología juega un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad, y en el mundo deportivo no es la excepción especialmente para las comunicaciones digitales, como lo es a través del internet y el uso de las redes sociales.

En Ecuador en el 2018 las plataformas sociales encabezan la lista de las redes sociales más usadas por los ecuatorianos, empezando por Facebook con 12 millones de personas, Instagram está en el sexto lugar con 6 millones de personas y Twitter en la onceava posición con 800 mil usuarios. Las apps de mensajería instantánea como WhatsApp tienen 6,1 millones de usuarios, mientras Facebook Messenger tiene 1 millón. (Ekos Negocios, 2018)

Las redes sociales son un factor muy importante y de gran consideración para tomar en cuenta en el desarrollo de nuestra industria, porque es una manera en la cual podemos alcanzar a la población y atraerla a nuestro negocio.

Un aspecto muy importante del desarrollo tecnológico se da en el cuadrilátero, sobre el cual se va a practicar este deporte, es decir, en la actualidad no basta con tener una estructura, colchonetas y poner cuerdas, se requieren de varias medidas reglamentarias y sobre todo para la seguridad de los luchadores una aplicación de

leyes físicas que garanticen un funcionamiento adecuado del ring. Algunas partes y sus componentes son la estructura debe tener buena resistencia mecánica, gran estabilidad, tenacidad alta, fácil de montar y desmontar. La base debe ser estática, solida, plana, ergonómica, cómoda. Los complementos deben ser con cuerdas sólidas y flexibles, esquineros acolchados, patas regulables o niveladores, recubrimiento de zonas peligrosas, refuerzo con tensores. Además, el diseño del ring se lo puede hacer a través de un programa llamado CATIA V5, sobre todo porque reparte las cargas que debe soportar cada parte del ring según el tamaño. (Palomares, 2015)

Esto es un factor positivo debido a que ayuda a desarrollar de mejor manera el Ring que es un equipo esencial de la práctica de este deporte.

2.3 Análisis de la Industria PORTER

Amenaza de entrada de nuevos competidores (Medio)

La amenaza de entrada de nuevos competidores es un riesgo medio, debido a que las empresas que se dedican a la enseñanza en la industria han ido creciendo a través de los años, si, no giran en relación con el negocio, pero han estado en constante crecimiento especialmente en deportes tradicionales como fútbol, basquetbol o ecuavoley, pero para que sean verdaderos competidores deberían ser deportes de contacto y los antes mencionados no lo son. Además, para la creación de una empresa se necesita una gran cantidad de dinero, aunque en el país se han promovido los distintos créditos para emprendedores, microempresarios y empresarios por parte de las instituciones bancarias. (El Universo, 2018)

Además, se necesitan los trámites legales como el registro de la empresa en la Superintendencia de Compañías y la obtención del RUC o RISE en el SRI.

Poder de negociación de los proveedores (Bajo)

El poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que en la industria de la enseñanza no se necesitan una producción constante de productos o artículos, ya que lo principal que se necesita es el recurso humano para la transmisión del conocimiento, pero si analizamos la industria de la enseñanza deportiva necesitamos

artículos deportivos que nos ayudan con la práctica deportiva, en el país existen varias empresas que nos pueden proveer estos materiales.

Poder de negociación de los consumidores (Bajo)

Dentro de la industria existen varias empresas para que escojan los clientes, pero no están caracterizadas por el giro deportivo del negocio, por lo tanto, los consumidores no tienen opciones para escoger dentro de la industria, así que los clientes no tienen las variables para decidir en cuanto al precio y calidad, por lo tanto, podemos considerar a este tipo de amenaza como baja. Existen otras academias de deportes de contacto como boxeo o MMA con precios entre 40\$ y 60\$ mensuales, pero no están dentro de la industria.

Amenaza de productos sustitutos (Alto)

Para la industria de la enseñanza existen muchos sustitutos en el país especialmente en el ámbito del entretenimiento, como cine, actividades de recreación, auto enseñanza, estudio, usos de redes sociales o dentro de la misma industria existe una escuela de paintball, que son deportes nacientes. Según una encuesta del INEC las mujeres dedican su tiempo un 46% al trabajo remunerado o no remunerado y un 54% a las actividades de tiempo personal, mientras que los hombres dedican un 40% de su tiempo al trabajo remunerado y no remunerado y un 60% a las actividades de tiempo personal. (INEC, 2013)

Se considera que esta amenaza es de nivel alto debido a que los clientes tienen muchas opciones para escoger en lugar de la enseñanza.

Adicional a esto el creciente incremento de academias de boxeo y popularidad del deporte de la MMA también es una amenaza para la industria.

Rivalidad entre competidores (Medio)

En la industria existen aproximadamente 20 empresas distribuidas en su mayoría en las ciudades de Quito y Guayaquil, la mayor parte de las empresas de esta industria se dedican al fútbol, por lo cual no siguen la misma línea de negocio, sin embargo, son modelos atractivos y podríamos considerar esta amenaza de nivel medio.

Tabla N°4: Empresas competidoras en el código CIU

CAPITULO	EMPRESA		PROVINCIA	CANTON	CUIDAD
CIU	RUC	NOMBRE COMPAÑIA			
17725		ACADEMIA ARGENTINA FUTBOL CLUB CA. LTDA.	LOJA	LOJA	LOJA
178019		ATSPORTS S.A.	GUAYAS	GUAYAS	GUAYAS
25300	07027295001	BURROEL CA. LTDA.	PECHINCHA	QUITO	QUITO
14388	01017070001	CLUB DEPORTIVO DE ARADRO CA. LTDA.	LOJA	LOJA	LOJA
131767	00027730001	CENTROACORSA S.A.	GUAYAS	GUAYAS	GUAYAS
130110	01002740001	DAMOS ECUADOR DEMARCHE CA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA
143091	17021000001	DEPORTSPORT PROMOTORES DEPORTIVOS CA. LTDA.	PECHINCHA	QUITO	QUITO
134512	00002270001	DEUTSA S.A.	GUAYAS	GUAYAS	GUAYAS
29330		ESCUELA CEGOCENTRO HOMBRE S.A.	GUAYAS	GUAYAS	GUAYAS
212556	17021350101	ESCUELA DE FUTBOL LITTLE K QUITO NORTE CA. LTDA.	PECHINCHA	QUITO	QUITO
218054	20174800001	ESCUELA NACIONAL DE AJEDREZ "ANAL" S.A.	SUCUMBIOS	LAGO AGUÍ	NEIVA LOJA
240070	17048800001	ESCLUSIV S.A.	PECHINCHA	QUITO	QUITO
103491	00021530001	FUTBOL FUTURO FUTBO S.A.	GUAYAS	GUAYAS	GUAYAS
103525	00021900001	IMAGIAPHOT S.A.	GUAYAS	GUAYAS	GUAYAS
120504	00023290001	JAFNAJO S.A.	GUAYAS	GUAYAS	GUAYAS
257090	07021230001	LITTLE ROCKERS FÚTBOL QUITO SURQUITA LTDA.	PECHINCHA	QUITO	QUITO
143070	07021630001	LAFUTBOL CA. LTDA.	PECHINCHA	QUITO	CUMBAYÁ
200700	17022420001	MADWICH CHESS AND SOHA WANGPOPOEE CA. LTDA.	PECHINCHA	QUITO	QUITO
179317	00021310001	MONTESOLA S.A.	GUAYAS	SAMBOROMBÓN	SAMBOROMBÓN
100032	00021740001	NANOVE S.A.	GUAYAS	DORÁN	ELOY ALFARO (DORÁN)

Tomado de: Superintendencia de Compañías, 2019

2.4 Matriz EFE

La Matriz EFE evalúa varios factores externos, se obtienen oportunidades y amenazas de los puntos evaluados en los análisis PEST y PORTER, a estos factores se les asigna una ponderación entre 0 y 1.0, las sumas de estos pesos debe ser igual a 1, posterior a esto a los factores se debe establecer una calificación de entre 1 y 4, es decir, del menos importante al más importante, luego se multiplica la ponderación con la calificación y tenemos una puntuación, sumamos la puntuación de cada factor y tendremos un promedio de 2.5. Si el valor es menor que 2.5 nos indica que las amenazas externas influyen mucho en el negocio, pero si es mayor que el valor nos indica que las oportunidades pesan más por sobre las amenazas y el negocio es bueno.

Tabla N°5: Matriz EFE

OPORTUNIDADES	PONDER.	CALIF.	PUNT.
Leyes que promueven la práctica deportiva.	0,06	2	0,12
Alianzas con la Secretaría Técnica.	0,05	3	0,15
Gastos destinados al deporte.	0,08	2	0,16
Nuevas tecnologías.	0,07	3	0,21
Desarrollo tecnológico Ring	0,09	4	0,36
Negociación proveedores	0,07	2	0,14

Negociación consumidores	0,08	3	0,24
AMENAZAS			
Cambios Ministeriales.	0,06	2	0,12
Inflación.	0,08	2	0,16
Tasa de interés.	0,07	3	0,21
Baja práctica deportiva.	0,07	1	0,07
Nuevos Competidores.	0,09	3	0,27
Productos sustitutos.	0,1	4	0,4
Rivalidades competidores.	0,03	2	0,06
TOTAL	0,1		0
TOTAL	1		2,67

2.5 Conclusiones análisis del entorno

En las conclusiones del análisis PEST, podemos decir que los factores políticos influyen de una manera positiva en cuanto al desarrollo del negocio, debido a que el único cambio que se da es del paso de Ministerio a Secretaría Técnica, que, si pueden reducir los recursos, pero se pueden formar nuevas alianzas estratégicas para el desarrollo del negocio. Los factores económicos analizados relejan un escenario negativo, por la inflación que ha generado un cambio en los precios y sobre todo se ve reflejado en el encarecimiento de productos como la gasolina, pero estos cambios se dan de manera lenta y progresiva, además para optar por un crédito las tasas de interés son muy altas. El factor social representa un aspecto positivo y negativo debido a que un poco más de la mitad del país practica deporte, sin embargo, el porcentaje que, si lo hace, destina cantidades económicas grandes a la práctica deportiva. La tecnología es un factor positivo por el incremento del uso del Internet y el acceso a redes sociales, por lo que representa un medio muy importante para aprovechar y también nuevos programas de innovación permiten incrementar la tecnología en el desarrollo de las estructuras para la práctica deportiva.

En cuanto a las conclusiones del análisis PORTER, debemos considerar muy bien todas las fuerzas que giran en torno a la industria, saber reconocer que potenciales nuevos competidores existen varios y el acceso se lo podría considerar fácil pero tienen una gama de variedad muy amplia no relacionado con el ámbito deportivo, además los proveedores no juegan un papel muy importante en la industria de la

enseñanza deportiva, también sabemos que los compradores no tienen la capacidad de decidir directamente en cuanto a precios o calidad, debido a la escasez de oferta relacionada directamente a la lucha libre o deportes de contacto en la industria, los productos sustitutos de la industria representan una amenaza real, relacionados con otro tipo de actividades que puedes realizar en lugar de optar por la industria de la enseñanza y por último las empresas competidoras existen varias, pero funcionan con otra línea de negocio, por lo tanto la competencia no resulta una amenaza dentro de la industria.

Para concluir, después de analizar los factores externos más importantes tenemos una ponderación final de 2.67 que es mayor al promedio 2,5 esto quiere decir que las oportunidades tienen mayor peso por sobre las amenazas, si, no sobrepasan en gran manera el promedio, sin embargo, podemos desarrollar estas oportunidades para que las estrategias garanticen el éxito del negocio, y también hay que analizar las amenazas y ver cómo evitarlas o hacerlas frente, porque juegan un papel muy importante en la industria.

3. Análisis del cliente

En este capítulo analizaremos la información recopilada en relación con el proyecto planteado y la aceptación en el mercado. Se revisará las necesidades y preferencias del cliente en cuanto a este deporte.

3.1 Investigación Cualitativa

Entrevista con expertos

En este estudio se realizaron 3 entrevistas que se encuentran relacionadas con el medio del negocio y la actividad física como entrenamiento.

Entrevista 1: José Luis Sánchez, edad 27 años, docente de Educación Física de la Unidad Educativa San José la Salle y entrenador deportivo.

Resultados: El entrevistado menciona que la lucha libre se lo considera también como un deporte de contacto mezclado con la parte del espectáculo algo falso, en que se podría considerar muchas de las técnicas como falsas, pero la lucha libre menciona que se trata de espíritu sobre medir fuerzas con la otra persona.

Menciona que en últimos 10 años han crecido los aficionados a la lucha libre sobre todo por lo que vemos en televisión con el programa Smack Down, este programa es una marca de la WWE.

Nos dice que en la lucha libre esta la parte de espectáculo, pero mientras el cuerpo se ejercite y se mantenga sano está bien, cuando se practica deporte trae muchos beneficios como lo menciona con un conocida frase “mente sana, cuerpo sano” la práctica deportiva en general trae beneficios como un corazón sano, la quema de calorías e inclusive la actitud de las personas mejora, relacionándolo con la lucha libre al practicar este deporte hay un desarrollo de la parte motora y también se presentan riesgos al incluir estipulaciones de lucha violentas o sangrientas, que el entrevistado considera que son antideportivas y se mancha a la lucha como tal. Además, que un luchador debe tener hábitos de aseo, alimenticios y sobre todo ser disciplinado con el ejercicio.

Por último, menciona que en el país el apoyo a deportes de contacto no existe y menos a la lucha libre, lo que existe quizás es a nivel provincial con la Concentración Deportiva de Pichincha, y que estos son los únicos lugares que conoce para practicar lucha, pero a nivel olímpico, es decir, lucha grecorromana y para el desarrollo profesional de la lucha libre como espectáculo, al ser un país de tercer mundo debe existir apoyo de la empresa privada.

Entrevista 2: Gerardo “Relámpago” Torres, edad 80 años, ex luchador de Quito.

Resultados El Relámpago como se lo conocía a Gerardo por su velocidad dentro del ring, menciona que hace 40 años aproximadamente la lucha era un negocio muy lucrativo para los empresarios, existían eventos en Guayaquil, Quito, Riobamba, Santo Domingo y mucha otras partes del Ecuador, en la capital existían dos eventos por semana se luchaba en la extinta Plaza Arenas y el Coliseo Julio Cesar Hidalgo, además en esa época el nivel de lucha ecuatoriano estaba equilibrado con el resto de América Latina, México, Colombia, Perú, pero si los comparaban con los americanos quedaban muy atrás, ya que ellos sabían hacer dinero y vendía un deporte de más espectáculo que lucha.

La lucha para él es su pasión, debe estar dentro de uno para comprenderla solo un masoquista disfruta con los golpes, dice hay teatro involucrado, pero no es payasada, los golpes son de verdad y también hay que saber cómo caer. Esta pasión se veía

reflejada después de sus entrenamientos que regresaba a casa adolorido, golpeado y remellado, como el mismo lo menciona.

Podemos ver aquí los cambios en el entrenamiento físico y de la práctica de lucha, mencionaba que no existían los gimnasios, sino solo una plaza donde había pesas de piedra y con eso se ejercitaban, para practicar lucha libre en Quito existía un club llamado Los Halcones, no existía un ring para entrenar sino lo hacían sobre potrero, que de tanto entrenar era solo tierra, aprendías a caer, aprendías llaveos, y otras técnicas.

Gerardo considera como la cuna de la lucha a México y Japón, dice que le gustaría tomar esos modelos de negocio para aplicarlos acá, donde los luchadores viven de eso profesionalmente, dice que ni en su época de oro se podía vivir de la lucha en el Ecuador, a pesar de los varios eventos que se realizaban se completaba como lo equivalente a un sueldo básico y debías tener otra profesión.

Para terminar, considera que en el país no hay apoyo al “cachascán”, solo a la lucha olímpica, que falta publicidad, marketing e inversión por parte de la empresa privada o empresarios con plata, para hacer de este deporte lo que era antes.

Entrevista 3: Roger “Comando” Torres, edad 47 años, exluchador, entrenador de lucha y mánager gimnasio EFW.

Resultados: Roger considera a la lucha libre como su vida, después de su etapa como luchador, su vida se centra ahora en entrenar a los nuevos muchachos y mantener el gimnasio para estos jóvenes, menciona que esta pasión es hereditaria al ser un luchador se segunda generación.

Nos dice que para ser luchador o practicar lucha libre se debe tener una base de lucha olímpica, porque es ahí donde aprendes lo que es la lucha clásica al ras de lona, las llaves y contra llaves, pero se ha dado cuenta que ahora a los jóvenes no les interesa mucho esta lucha clásica por así decirlo, ahora están más involucrados en lo que la lucha aérea que involucra acrobacias sobre las cuerdas, cree que desde México que es la cuna se han olvidado de la lucha al ras de lona y lo consideran como un circo a esto de saltar con las cuerdas, pero también nos menciona que la lucha americana, es decir, la WWE le parece una burla que solo es una telenovela para hombres, donde se maneja más el micrófono antes que el desempeño dentro del ring.

Considera a la lucha libre como un deporte muy completo porque ganas resistencia, agilidad, fuerza y todo el cuerpo se ejercita, además, es una salida para muchos jóvenes con vicios, para ser luchador debes parecer luchador menciona el entrevistado se debe complementar la técnica del ring con rutinas de gimnasio pesas, cardio, elasticidad. Acoge a todos los interesados en el gimnasio y menciona que siente nostalgia al enseñar la lucha porque extraña practicarla, las lesiones, golpes, pasan factura y dice que o puede enseñarles con el ejemplo, lo que trata de hacer es mantenerlos sobre la tierra, llegan los chicos y dicen como luchador quiero llegar a la WWE, yo me veo todos los videos, etc., pero diferente el ver y practicar, muchos se desaniman, solo quedan los que tienen de verdad pasión.

Por último, Comando dice que quiere desarrollar este deporte en el país, en su galpón realiza eventos cada dos meses y está trabajando en proyectos para salir con marca EFW en la televisión nacional, esto con el propósito de intentar profesionalizar a la lucha libre, cree que se debe tomar modelos de negocio de México o Japón y le agrada las respuestas de las universidades hacia los proyectos de lucha libre

Focus Group

Tuvo una duración de 55 minutos, se realizó GYM Ecuador Full Wrestling ubicado en el barrio Ferroviaria Alta, estuvieron 10 participantes con las siguientes características estudiantes, deportistas y practicantes de lucha libre en la EFW, contaban con una edad promedio de 21 a 32 años.

Resultados: Todos los participantes describen a la lucha libre como su pasión, como una manera en la que se desestresan, subirse al ring es olvidarse de los problemas, de esa presión del trabajo, es una manera en la cual muchos de ellos han podido cumplir una meta, un sueño que lo han tenido desde que eran pequeños, cuando veían a sus “héroes” luchar en un ring, es un deporte diferente, debes ser valiente para ejecutar las movidas y saber actuar donde se ve la parte del espectáculo. Sin importar el dolor, las lesiones o riesgos a la lucha libre lo ven como una emoción increíble. Su principal motivación o inspiración para escoger este deporte es por lo que veían en televisión cuando eran niños, todos han tenido una influencia en común que fue la WWF y posteriormente la WWE, también empresas mexicanas como AAA o CMLL y por último de Japón con la NJPW. En el Ecuador no ven el apoyo o la ayuda por parte de las autoridades, la lucha libre es un fenómeno a nivel global, pero en el

país muy pocas personas lo conocen, exceptuando los años 70 u 80 que fue una sensación este deporte, con eventos semanales, ahora los eventos que hace EFW lo deben realizar a través de autofinanciamiento sin mayor apoyo, pero se resalta que este es un deporte en que se debe saber llevar a través de las generaciones, como es el caso de Sergio Torres y su padre, que con su propio esfuerzo han logrado mantener viva una parte de este deporte. Desde un punto de vista de luchadores ven que la lucha tiene beneficios como el practicar cualquier otro deporte viéndolo como actividad física, pero existen muchos riesgos dentro de la práctica del deporte como son las lesiones, caídas, movidas mal ejecutadas y en ocasiones la muerte, otro riesgo, es en el sentido de la imagen pública del deportista, el mostrar un estilo de vida sano, también lo ven como una responsabilidad, hay niños que quieren imitarlos y deben mostrar un ambiente de trabajo seguro. En un lugar para practicar Wrestling se necesita principalmente un entrenador capacitado, alguien que conozca de lucha libre, que por lo general haya sido luchador o sepa de lo que es el desenvolvimiento dentro del ring, que tengan experiencia en el deporte y lo demuestren con acciones, además de la parte física que se utilizaría en cualquier gimnasio máquinas de pesas, abdominales, etc. Además, se necesita de un lugar amplio que no limite las movidas desde la tercera cuerda o hacia afuera del ring y sobre todo lo esencial un ring. Los estilos de lucha son algo innato de los luchadores, se empiezan con la base de lucha a ras de lona a maniobrar, saber caer, aprender a no lesionarte y aprender a no lesionar a tu compañero, pero el estilo se desarrolla con el tiempo y también va de acuerdo al personaje Dentro del ring y de acuerdo a sus habilidades, se va desarrollando lo que es el personaje o gimmick, esto a parte de practicarlo o trabajarlo, lo determina el público, ellos deciden si te aplauden o te abuchean, existe lo que ellos llaman el ángel de la lucha libre que es la manera en que te ganas al público ya sea por lo que dices o tus movidas, pero también si quieres enfocarte en ser técnico o rudo, la mayor parte de las acciones van a estar enfocadas en eso para que la gente tengan la determinada reacción ante tu presencia. Una edad recomendada para empezar a practicar este deporte sería desde los 15 años el límite te lo pones tú mismo, hasta cuando el cuerpo diga ya basta. Un entrenamiento óptimo de lucha libre es de 3 a 4 veces a la semana con un aproximado de 2 a 3 horas, pero también se necesita un cuidado personal, es decir, una dieta balanceada y rutinas de ejercicios. Pero lo más importante en este deporte es formar una familia de luchadores, en la que todos son por igual, nadie debe creerse más que los demás y formar esta unión

en la que si alguien tiene problemas ayudarse entre todos mutuamente. Los participantes concluyen con que la EFW es una empresa que busca desarrollarse y lograr que sea reconocida a nivel nacional e internacional, con el fin de expandirse y traer talentos desde otras partes del Ecuador y Latinoamérica.

3.2 Investigación Cuantitativa

Cálculo de la muestra

El método utilizado fue el muestreo no probabilístico porque no se conoce la probabilidad de muestreo y se guía en el conocimiento del investigador.

Al ser una muestra de más de 100.000 personas, en este caso 169.551,67 se usa la fórmula de población infinita.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384,16$$

Es decir, se debe encuestar a un máximo de 384 personas.

Encuestas

Tras conocer el tamaño de la muestra 384 personas, se realizaron 52 encuestas de prueba para conocer la aceptación del público a la creación de un centro de lucha libre en la ciudad de Quito

Resultados: Las respuestas fueron de un 51,9% por parte de hombres y 48,1% por parte de mujeres, la mayoría de los encuestados tenía una edad de 19 a 25 años, un 76% de los encuestados conocía lo que era la lucha libre y estaría dispuesta a practicar este deporte en un centro especializado con el propósito de buscar un desarrollo físico, la cantidad de días que les gustaría practicar serían de 2 a 3 días por semana, con una duración de 1 a 2 horas diarias, un 59% de los encuestados menciona que le gustaría practicar un estilo de lucha clásico es decir a ras de lona. El 52% de los encuestados desea que el lugar este ubicado en el sur de Quito y el precio que estarían dispuesto a pagar una mensualidad de 20 a 30 dólares, y un 76%

menciona que le gustaría recibir la información acerca del centro de lucha libre por medio de redes sociales.

Correlación

Hipótesis: Los habitantes de Quito están interesados en practicar lucha libre en un Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre.

Análisis tabla 1: Esta tabla nos muestra el medio por el que el público prefiere recibir la información acerca del centro de lucha libre según su edad, la mayoría de los encuestados prefiere recibir la información por medio de redes sociales con 36 respuestas, seguido por TV, cabe resaltar que la mayoría de público que prefiere la información por redes sociales tienen la edad de 19 a 25 años.

Análisis tabla 2: Aquí podemos ver la preferencia que tiene el público femenino y masculino, en cuanto al tipo de lucha que preferirían practicar, aquí hay una coincidencia en cuanto al estilo de ras de lona tanto hombres como mujeres prefieren este estilo con 28 respuestas divididas en 14 para cada género, luego tenemos que 7 hombres y 5 mujeres están interesados en la lucha aérea.

Análisis tabla 3: Los datos de este cruce nos muestran lo que tan interesante consideran la práctica de lucha libre según el género, con una escala del 1 al 5, siendo 1 malo y 5 muy bueno, en este caso tanto hombres como mujeres con 32 respuestas cada uno, consideran un punto número 4 que sería bueno, por lo que hay aceptación.

Análisis tabla 4: En este cruce de información podemos ver el precio que estarían dispuestos a pagar con respecto a los servicios extra que se ofrecerían en el centro de lucha libre, la mayoría de las personas estarían dispuestos a pagar un precio de 10 a 20 dólares y debería tener un gimnasio, otras respuestas de los encuestados que pagarían de 20 a 30 dólares mensuales les interesa que ofrezcan una alimentación especializada.

Análisis tabla 5: Esta tabla es una de las más importantes porque relaciona el precio que estarían dispuestos a pagar los clientes con respecto a la ubicación del centro de lucha libre, en el rango de 10 a 20 dólares y 20 a 30 dólares mensuales, es la mayor cantidad de personas que pagarían esos precios por una instalación ubicada en el sur de la ciudad, también hay 12 personas que preferirían la instalación en el norte pagando hasta el rango de 30 a 40 dólares mensuales.

Análisis tabla 6: Aquí podemos ver la cantidad de ejercicio que les gusta realizar a las personas por semana según su rango de edad, 30 personas del rango de edad de 19 a 25 años le gusta realizar actividad física 3 días por semana, de igual manera en ese mismo rango de edad a 22 personas realizan actividad física 2 días por semana, un dato interesante es que en el rango de 15 a 18 años, a 5 personas les gusta realizar actividad física 5 días a la semana, se podría entender esto por su juventud y energía.

3.3 Conclusiones análisis del cliente

Para terminar con el análisis de este capítulo podemos determinar que la lucha libre es un deporte que tiene aceptación por parte del público y sobre todo es conocido en la ciudad de Quito, cabe resaltar que en épocas anteriores este deporte era muy conocido y se realizaban varios eventos, pero debido a malas administraciones fue desapareciendo, pero en los últimos años han surgido iniciativas para incursionar en este deporte y desarrollarlo, existen empresas como WAR, EFW o CELL a nivel nacional. Además, el público considera interesante la idea de la creación de un lugar especializado para la práctica de este deporte y está dispuesto a pagar una cuota mensual aceptable por un servicio de calidad, con profesionales especializados y ejercicios complementarios como lo es el gimnasio, y por último es importante saber utilizar las herramientas de comunicación como son las redes sociales y aprovechar todo su potencial, para saber transmitir el mensaje adecuado, debido a que el público prefiere recibir la información por este medio.

4. Oportunidad de negocio

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

La creación de un Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre en Quito, está enfocado en las personas que gustan de este tradicional deporte como es la lucha libre y también en aquellas personas que estén interesadas en practicar un nuevo deporte. En base a lo investigado, tenemos un panorama más amplio para conocer la oportunidad de implementar este centro de entrenamiento en la capital.

Según el análisis PEST, en el ámbito político han existido distintos cambios ministeriales, que se detalla más adelante, pero a pesar de estos cambios las leyes en cuanto al apoyo del deporte han sabido mantenerse, sobre todo con los planes a promover la actividad física y desarrollo deportivo de las personas, a través de algunos programas como Ejercítate Ecuador, que incita a una vida activa libre de sedentarismos, problemas de salud y vicios. (Secretaría del Deporte, 2017). El cambio de Ministerio del deporte a Secretaría técnica del Deporte ha ocasionado que el presupuesto general asignado a este sector se reduzca, sin embargo, esta nueva reestructuración del organismo contará con un consejo consultivo integrado por actores de primer nivel en el sector deportivo, que seguirán buscando potenciar, fortalecer y desarrollar el deporte y la actividad física en el Ecuador. (El Telégrafo, 2018).

Según el análisis económico nos muestra que la inflación ha tenido cambios con respecto a años anteriores y sobre todo se ha visto reflejado con la subida de precios de productos de primera necesidad y otros como la gasolina, afectando al gasto de las personas.

Donde se presentan desventajas para el desarrollo del negocio es en el sentido de adquirir un crédito para el funcionamiento del centro de entrenamiento, donde existen las tasas de interés más altas y puede resultar difícil solventarse los primeros años con estas tasas altas. (El Telégrafo, 2018).

El ámbito social representa un aspecto importante para el desarrollo de este proyecto porque nos muestra la posición que tienen las personas con respecto a la actividad física, según datos nos muestran que Ecuador es uno de los países más activos de Latinoamérica, siendo un 41.8% de los ecuatorianos que dedican su tiempo libre a la práctica deportiva. Un 24% de las personas con edad de 18 a 59 años dedican unos 150 minutos a la semana para la actividad física. (El Comercio, 2016). En Quito las personas dedican unas 3 horas semanales para la práctica deportiva y destinan aproximadamente destinan unos 23 millones de dólares a lo referente con recreación y cultura. (INEC, 2013).

Según los datos de los niveles socioeconómicos la lucha libre está catalogada como un deporte de clase media o baja, los porcentajes de personas dentro de estas categorías que practican deportes son de 33% y 30% respectivamente, esto nos

indica que dentro de cada grupo las personas que practican deporte son un porcentaje bajo y se puede considerar un aspecto negativo para el desarrollo del proyecto.

La última variable del análisis PEST es del sector tecnológico, lo importante es conocer como la tecnología puede aportar al desarrollo positivo del proyecto, sobre todo con la Internet la cual tienen acceso un 70% de los ecuatorianos, siendo las redes sociales los sitios a los que más acceden y esto se relaciona con los datos brindados en las encuestas, donde nos indican que es por medio de las redes sociales donde la mayoría de los usuarios prefieren recibir la información acerca del centro de lucha libre.

El análisis de las variables de PORTER, nos indica que la entrada de nuevos competidores tiene un nivel de amenaza medio, estas nuevas empresas que ingresan al mercado son en su mayoría emprendimientos, si hay varios ingresos, pero no giran en torno al ámbito deportivo y el giro del negocio planteado.

Los proveedores no tienen un poder de negociación alto dentro de la enseñanza deportiva, debido a que en esta industria no se necesita de un solo proveedor fijo de materiales, si no, se enfoca más en los recursos humanos, además, hay varios proveedores en el país de materiales deportivos, por lo cual el poder adquisitivo baja y es más fácil la adquisición de estos productos. En cuanto a los clientes, en la industria no tienen opciones con el giro de negocio para poder comparar o exigir precios, de igual manera para comparar la calidad del servicio que se brinda, debido a que no hay empresas relacionadas.

Los productos sustitutos dentro de la industria del código CIU son altos, los clientes tienen otras opciones para escoger dentro y fuera del ámbito deportivo, como otras industrias de entretenimiento a la cual pueden dedicar su tiempo libre, comparando este punto con los competidores de la industria podemos darnos cuenta que existe una gran oportunidad del desarrollo del Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre en Quito, debido a que en la industria existen 20 empresas, pero en su mayoría de fútbol, hay otras empresas de lucha libre que no están registradas dentro de la industria, pero no se desarrollan como escuelas de este deporte, aquí podemos aprovechar para satisfacer nuevas necesidades de los clientes.

La información brindada por los expertos nos indica que el desarrollo de un lugar para practicar la lucha libre sería bueno y destacaría en cuanto a las oportunidades y

beneficios que se pueden obtener, en la ciudad de Quito hubo una época que la lucha era un deporte muy popular solamente detrás del fútbol, pero si se plantea una buena idea y con el apoyo de inversión privada se puede volver a desarrollar en la capital a la lucha libre como un deporte profesional.

En el Focus Group todos los participantes eran personas que practicaban lucha libre en un gimnasio llamado EFW, todos coincidían en que para ellos el Wrestling era una pasión que no tenía retribución económica pero la sensación de estar en el ring y ejecutar sus movidas, el relacionarse con el público según su personaje consideraban la mejor paga que podían recibir, para tener un lugar para practicar lucha se necesita personal experimentado, profesores que hayan sido luchadores y conozcan como es el desempeño dentro de un ring, debido a que no cualquier entrenador o preparador físico puede enseñar porque este deporte necesita mucha experiencia para evitar lesiones. El espacio para practicar también lo consideran importante ya que debe ser amplio para poder ejecutar las movidas y también para poder tener el espacio necesario para las caídas, además, el ring debe tener las medidas reglamentarias de 6 m², la separación de las cuerdas debe ser de 35 cm y estar bien tensas, esto para que el desempeño sea el adecuado.

Según los datos de las encuestas la mayoría eran hombres que estaban interesados en el desarrollo de este deporte, en su mayoría de los encuestados rodeaban la edad de 19 a 25 años, por lo que el público joven es el más enfocado. Podemos considerar que las personas buscan un desarrollo físico y conocen los beneficios que tienen la práctica de la lucha libre, estas encuestas nos indican datos en cuanto tiempo destinarían a la semana a la práctica de este deporte, con un promedio de 2 a 3 días por semana, siendo cada sesión de entrenamiento de 1 a 2 horas. El precio que se podría establecer mensualmente sería de 20 a 30 dólares.

5. Plan de marketing

5.1 Estrategia general de marketing

La estrategia general que se va a utilizar va a ser la de diferenciación, porque se va a ofrecer un servicio diferente, debido a los atributos que van a ser totalmente distintos a lo que se puede encontrar en el mercado (Porter, 1991), es decir, el modelo de

negocio que ofrece la Lucha Libre en el país es único, debido a que existen solo de manera limitada los centros para entrenar este deporte, además, con el desarrollo de imagen de marca y las distintas propuestas que se van a plantear, será muy atractivo para las personas que deseen entrenar este deporte.

5.2 Mercado Objetivo

El mercado objetivo según los autores Kotler & Armstrong “es el conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender”. (Kotler & Armstrong, 2013).

El mercado objetivo propuesto para el negocio es en la ciudad de Quito, determinado por parte de las encuestas está enfocado en hombres y mujeres que tengan el rango de edad de 18 a 25 años, además, que disfruten y quisieran practicar deportes de contacto no tradicionales que también está sustentado por los datos de las edades obtenidas en el Focus Group que los participantes tenían en su mayoría un promedio de 22 años. Sin embargo, pueden entrenar hombres y mujeres desde la edad de 15 años bajo el consentimiento de sus padres.

Dentro de la segmentación psicográfica se considera las personas que realizan actividad deportiva en el país que representa un 48% de las personas, junto con el porcentaje de personas que les gustaría practicar lucha libre en un centro especializado que serían un 67.5% según los datos de las encuestas. Este grupo de personas serían las que les gusta el deporte de la lucha libre y realizan actividad deportiva, e encuentran interesante las idea de practicar junto a los beneficios de este nuevo deporte a desarrollarse. (INEC, 2012)

Después del cálculo de estos datos tenemos que el mercado objetivo en la ciudad de Quito es de 113.599,62.

Tabla N°6: Segmentación

Segmentación	Información	Población	%
Segmentación Geográfica	-Ecuador	17 millones	100%
	-Pichincha	2.756.287	15%
	-Quito	2.239.191	13%

Segmentación Demográfica	-Edad 15-40	1.112.106	100%
	-Hombres	533.810,88	48%
	-Mujeres	578.295,12	52%
Segmentación Psicográfica	-Clase A	21.130,01	1,90%
	-Clase B	129.004,29	11,20%
	-Clase C	253.560,16	22,80%
	Total	403.694,46	100%
	Práctica deportiva	169.551,67	42%
	Personas que les gustaría practicar lucha libre	113.599,62	67%

Propuesta de valor

En el caso del proyecto de la creación de un Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre en Quito, va a ofrecer un servicio muchos beneficios para los clientes. Lo más importante de esta propuesta de valor es que al finalizar el curso se otorgará una licencia, que garantiza un nombramiento de luchador profesional a nivel internacional, para poder participar en cualquier promoción acreditada del mundo, entre ellas las principales como México o Japón. Al finalizar el curso se tomará un examen de aprobación y el mismo será visto por caza talentos de empresas el CMLL de México o la NJPW de Japón, en busca de una posible contratación por parte de las mismas. Este centro contará con un espacio exclusivo para la práctica de la lucha libre, brindando un lugar amplio y seguro para que puedan desarrollarse deportivamente. Además, el ring contará con las medidas establecidas y reglamentarias, junto con su respectiva seguridad es decir el acolchonamiento necesario, dentro y fuera del ring, adicional el diseño y desarrollo el cuadrilátero estará formado por un software que garantiza un modelo funcional y sobre todo brindará un ambiente seguro a los practicantes.

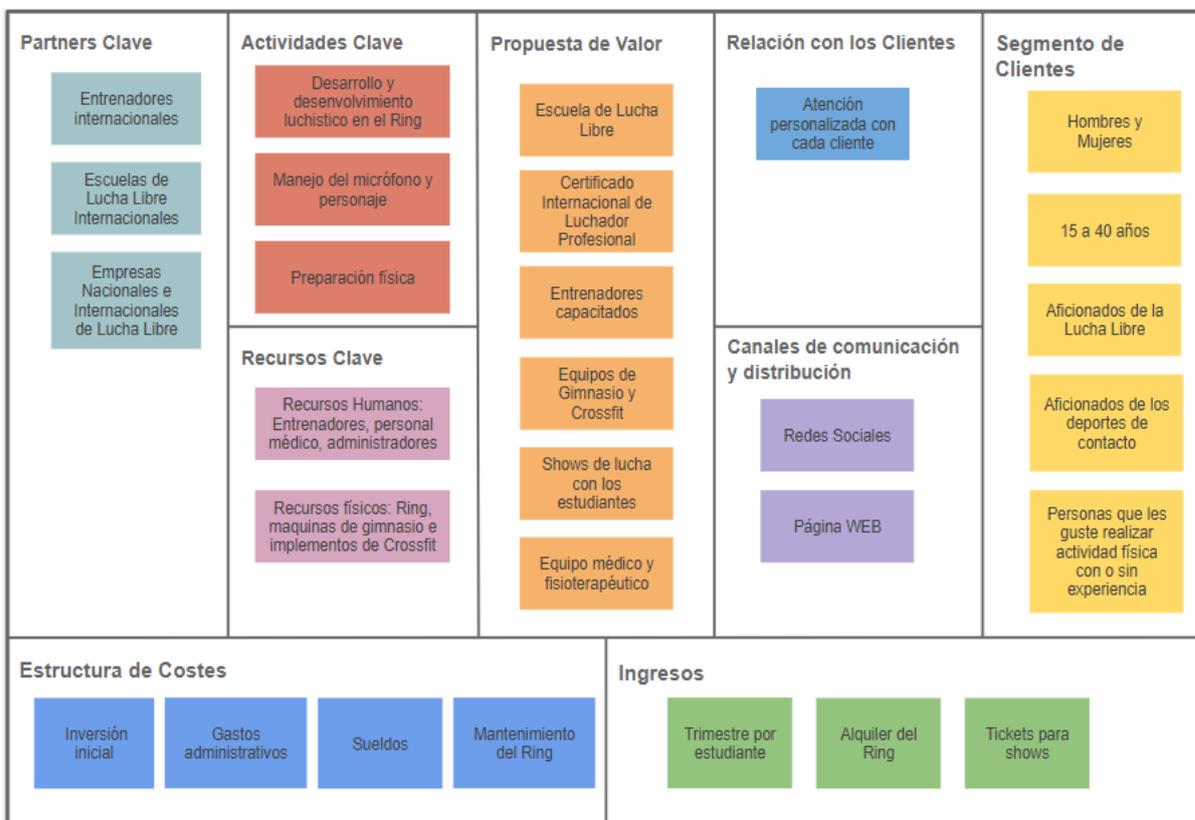
Este centro especializado contará también con servicios complementarios, pero no menos importantes como es el gimnasio, debido a que el ejercicio físico se relaciona directamente con la lucha libre, además. Con un dispensario médico para atender posibles heridas o lesiones, también contará con duchas, vestidores y servicio de parqueadero.

Es importante resaltar que el centro de lucha libre se va a contar entrenadores especializados, exluchadores profesionales, sobre todo que sean personas

capacitadas y con experiencia dentro del cuadrilátero, que sepa manejarse con los movimientos dentro del ring y pueda mostrar a los estudiantes como realizar las actividades, acoplándose al nivel que presente cada uno de los alumnos del centro especializado. Además, cada mes se irán desarrollando nuevas metodologías basadas en el WWE Performance Center y se plantea la posibilidad de traer luchadores internacional para charlas y prácticas extraordinarias.

La propuesta de valor se detalla a continuación en el modelo Canvas:

Figura N°1: Modelo Canvas



Matriz de posicionamiento

En esta matriz se busca ubicar la posición del negocio en base a la relación entre el precio y beneficio, para que los clientes puedan saber qué es lo que están obteniendo al demandar nuestro servicio.

Tabla N°7: Matriz de posicionamiento

		PRECIO		
		Más	Lo Mismo	Menos
BENEFICIO	Más	Más por Más	Más por lo Mismo	Más por Menos
	Lo Mismo			Lo Mismo por Menos
	Menos			Menos por Menos

La ubicación del Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre se ubica en el cuadrante de Más por Más, al ofrecer un mayor beneficio al público por un precio mayor, es decir, la gente que entrene en este lugar podrá desarrollarse como luchador profesional y obtener una licencia de carácter internacional.

5.3 Mezcla de Marketing

Es un análisis interno que busca desarrollar una estrategia, toma en cuenta 4 variables que son producto o servicio, precio, plaza y promoción.

5.3.1 Producto/Servicio

El servicio que ofrece el Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre consiste en enseñar a los estudiantes del segmento previamente establecido, las técnicas y habilidades que se necesitan para tener un manejo y desarrollo de la lucha libre dentro y fuera del cuadrilátero.

Atributos

La escuela de Lucha Libre estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, consta de un galpón que brindará las facilidades necesarias y óptimas para el desarrollo deportivo. Contará con entrenadores capacitados con experiencia luchística, es decir, ex luchadores/ras o luchadores/ras activos, para que puedan transmitir a los estudiantes de la mejor manera las habilidades y técnicas que se

necesitan para ser luchador. Lo atractivo de practicar Lucha Libre en esta escuela es que al finalizar podrás obtener una licencia internacional de luchador profesional.

Además, tendrá los siguientes servicios complementarios:

- Alquiler del Ring.
- Shows mensuales.

Y también se ofrecerá a nuestros clientes espacios como:

- Área de gimnasio y crossfit.
- Duchas de chorro.
- Dispensario médico.
- Garantías deportivas y de seguridad.
- Atención al cliente.

Niveles de Producto

Básico: El producto básico a ofrecer es la enseñanza deportiva.

Real: El producto real a ofrecer es la enseñanza de Lucha Libre.

Aumentado: El producto aumentado a ofrecer es la enseñanza de Lucha Libre con entrenadores con experiencia y que al finalizar el curso obtendrás la licencia de luchador profesional.

Lineamientos de la escuela

La duración total del curso será de 1 año, distribuido en 4 módulos de 3 meses cada uno, con el propósito de que los estudiantes puedan completar su desarrollo. Para que los estudiantes accedan a la licencia internacional de luchador profesional, deben cumplir con todas las horas requeridas planteadas en el pensum académico y deberán aprobar un examen práctico junto a entrenadores internacionales que evaluarán su habilidad y desempeño como luchador.

A continuación, se detalla el pensum académico:

Tabla N°8: Pensum académico

Módulo 1		Módulo 2		Módulo 3		Módulo 4
Primer Trimestre		Segundo Trimestre		Tercer Trimestre		Cuarto Trimestre
Formación básica				Consolidación		Aplicación
Lucha al ras de lona		Llaveo y contra llaveo		Definición estilo de lucha		Desarrollo y desenvolvimiento

Branding

El nombre que se asignó al Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre es “QUITUS WRESTLING X ACADEMY”, este nombre se relaciona con la ciudad de Quito y una cultura llamadas Quitus originarios de la provincia de Pichincha, que resalta nuestra identidad ecuatoriana y representa la primera escuela profesional de Lucha Libre.

Logo

En la figura N°1 está representado el logotipo de la escuela, que se caracteriza por dos personas practicando Lucha Libre y una tipografía que resalta las cualidades de este deporte fuerza, arte y habilidad.



Figura N°2: Logotipo de la empresa

El slogan definido para la escuela es “La destreza es tu fuerza”, porque en la Lucha Libre no basta solo con tener fortaleza física, si no saber cómo actuar dentro del cuadrilátero.

5.3.2 Precio

Percepción de valor

Para poder definir el precio que costará nuestro curso, se evaluó el servicio por el cual están pagando y lo que van a recibir a cambio cada uno de los clientes, y en vista que se definió el método de “más por más”, porque no están adquiriendo solo Lucha Libre como deporte si no una instrucción formal de este deporte.

El precio total del curso de Lucha Libre es de 840\$ por un año, el curso está repartido en 4 módulos de 3 meses cada uno, cada módulo tendría un costo de 210\$. Estos precios están sobre la media establecida en los resultados obtenidos en las encuestas, ya que les estamos dando un mejor servicio y más beneficios al finalizar el curso.

Además, la escuela de Lucha va a tener otros ingresos como el alquiler del Ring y el cobro de entrada a los shows mensuales que se van a realizar. Estos costos del alquiler del ring incluyen el traslado y el personal para ensamblarlo. Los shows se realizarán cada mes y el valor detallado es el precio de la entrada por persona.

Tabla N°9: Precios del servicios

	Precio
Escuela de Lucha Libre	\$ 840,00
Alquiler del Ring	\$ 500,00
Shows	\$ 10,00

Estrategia de entrada

La escuela va a iniciar con estrategia de precios de “descremación de precios”, es decir el servicio nuevo va a tener un costo alto, para alcanzar a todas las personas que realmente estén interesadas y deseen adquirir el servicio. Esto debido a que nuestro servicio es único, innovador y no existe competencia. Sobre todo, porque esta enfocado en las personas que quieran probar un deporte diferente, con grandes beneficios y enfocado en aquellos amantes de la lucha libre.

Estrategia de ajuste

La estrategia de fijación de precios de QUITUS será basada en el valor percibido del servicio ya que alcanza el nivel más alto del mercado, el mismo que ofrece a los alumnos lo necesario para poder competir y desarrollar habilidades dentro de la lucha.

Claramente las personas que son aficionadas a este deporte generan un mayor valor a este tipo de servicio por lo que están dispuestas a pagar un valor más alto.

5.3.3 Plaza

“QUITUS WRESTLING X ACADEMY” estará ubicado en el sector norte de Quito en un galpón de 600 m², que nos brindará el espacio necesario para el ejercicio físico, luchas en el cuadrilátero, clases teóricas y oficinas.

Estrategia de distribución

La distribución del del servicio será de manera directa, debido a que la escuela será la única encargada de hacer llegar el servicio al cliente.

El cliente deberá acercarse personalmente a QUITUS WRESTLING X ACADEMY para poder realizar su proceso de inscripción, o también podrá inscribirse mediante la página WEB de esta manera generamos la relación entre cliente y servicio de manera más personalizada y exclusiva.

Puntos de venta

Los puntos de venta serán en la escuela ubicada en el Norte de Quito, en la oficina administrativa mediante el proceso de adquisición del servicio con la secretaria de la escuela de Lucha Libre y podrá cancelar por el servicio en efectivo o con tarjeta de crédito. Además, el cliente podrá adquirir el servicio de manera online, mediante la página WEB y cancelar con tarjeta de crédito mediante datafast.

Estructura canal de distribución

El canal de distribución será directo, es decir, el servicio llegará directamente al cliente sin intermediarios.

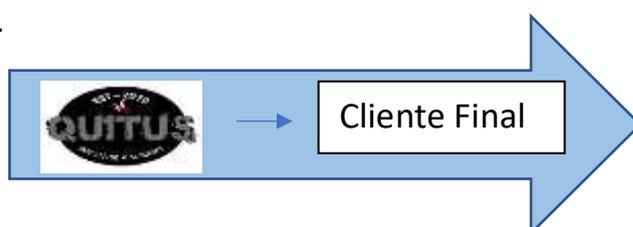


Figura N°3: Canal de distribución

Tipos de canal

La oficina administrativa y la página WEB son los canales directos en que los clientes pueden inscribirse y adquirir el servicio.

5.3.4 Promoción

Estrategia promocional

La estrategia de marketing a utilizar será la de “PULL” que busca atraer al cliente hacia la marca, es decir, la escuela de Lucha Libre. El propósito de esta promoción es comunicar e informar a los clientes las ventajas de entrenar en nuestra escuela. Sobre todo, para inducir a los clientes a que adquieran el servicio.

El mix promocional consistirá en publicidad, marketing directo, relaciones públicas y merchandising.

Publicidad

La publicidad de QUITUS WRESTLING X ACADEMY se realizará a través de redes sociales, que es un medio que consumen la mayoría de nuestro público objetivo y últimamente han ido creciendo estas noticias e informaciones en las redes, sobre todo vamos a optar inicialmente por pautar en Facebook e Instagram. Además, afuera del galpón va a contar con unas gigantografías con información del lugar, los futuros eventos y torneos de lucha, además dentro del galpón también tendrá gigantografías acordes a la lucha libre. En la oficina administrativa contará con un Roll Up con información acerca de los pagos.

- Redes Sociales: Se realizará una inversión de 200\$ mensuales, distribuidos en 100\$ para Facebook cada mes y 100\$ para Instagram cada mes.
- Gigantografías: Se realizará 1 gigantografía en lona con información de QUITUS WRESTLING X ACADEMY para ubicarla afuera del galpón con un tamaño de 2 metros x 5 metros por un valor de 150\$.

Se realizará 1 gigantografía en lona con el logotipo de QUITUS WRESTLING X ACADEMY para ubicarla en la parte interna central del galpón con un tamaño de 3 metros x 3 metros por un valor de 120\$

Se realizarán 4 gigantografías con imágenes relacionadas a la lucha libre para ubicarlas en la parte interna del galpón como decoración con un tamaño de 1.5 metros x 1.5 metros por un valor de 57\$ cada una.

- Roll Up: Se realizará un Roll Up con información acerca del proceso de inscripción y pagos de QUITUS WRESTLING X ACADEMY para ubicarla a un

lado de la oficina administrativa por un valor de 100\$ que incluye la lona y la estructura metálica.

Marketing directo

Existirá una comunicación directa entre QUITUS WRESTLING X ACADEMY y los estudiantes mediante las redes sociales y correo electrónico, además, los clientes pueden comunicarse mediante el Call Center con la escuela por si necesitan saber información o tienen alguna sugerencia o queja. Generando con cada estudiante y cliente una atención personalizada.

Relaciones públicas

Se realizará un curso de inducción para todos los estudiantes nuevos, previo al inicio de clases con el propósito de que conozcan las instalaciones y se contará con luchadores profesionales que brinden un discurso y motiven a los estudiantes a seguir este deporte y puedan tener un espacio de Meet & Greet. Además, será la presentación oficial de las empresas internacionales de Lucha Libre que serán aliadas a QUITUS WRESTLING X ACADEMY, junto a luchadores reconocidos internacionalmente.

Merchandising

A partir del sexto año, una vez que este posicionada la marca empezaremos a lanzar nuestra línea de productos como camisetas, chompas y gorras con el logotipo de QUITUS WRESTLING X ACADEMY.

6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

Misión

QUITUS WRESTLING X ACADEMY es una empresa nacional de Lucha Libre que pretende difundir la práctica de este deporte como una opción de salud a nivel físico y emocional, a través de actividades multidisciplinarias que incluyen desarrollo

técnico, físico, formativo y recreativo, principalmente en jóvenes y adultos que buscan un espacio de expresión artística combinada con el deporte.

Visión

En 5 años QUITUS WRESTLING X ACADEMY buscará ser una empresa líder en enseñanza de Lucha Libre a nivel nacional y ser reconocidos por nuestros métodos que desarrollen al estudiante de manera física y mental, perfeccionando los métodos educativos.

Objetivos

Objetivos a corto plazo

- Mantener el número de inscritos en cada uno de los módulos, esto es, de 420 al año.
- Que por lo menos el 25% de los deportistas conozcan a nuestra empresa durante los dos primeros años.
- Dar 1 curso de capacitación anual a los empleados, entrenadores de la empresa.

Objetivos a mediano plazo

- Desarrollar 3 nuevos métodos de enseñanza después del segundo año de funcionamiento.
- Que por lo menos el 50% de los deportistas conozcan a nuestra empresa durante los tres primeros años.
- Obtener por lo menos el 70% de estudiantes de la capacidad máxima a partir del tercer año de funcionamiento.

Objetivos a largo plazo

- Organizar 1 torneo de Lucha Libre con talento nacional e internacional a partir del quinto año de funcionamiento.
- Crear una nueva escuela sucursal en otro sector de la ciudad después del quinto año de funcionamiento.
- Obtener por lo menos el 90% de estudiantes de la capacidad máxima a partir del quinto año de funcionamiento.

6.2 Plan de Operaciones

Localización geográfica y espacio físico

QUITUS WRESTLING X ACADEMY estará ubicado en un galpón en Cochapamba, sector El Bosque, al norte de Quito, contará con un terreno de 600 m² y el espacio de construcción de 400 m².

Este lugar cuenta con el espacio necesario para la instalación de los dos Rings, se adecuará el espacio para el área de gimnasio y crossfit. Además, cuenta con el área para la adecuación de las oficinas, área de enseñanza teórica, departamento médico, lugar de aseo y parqueaderos.

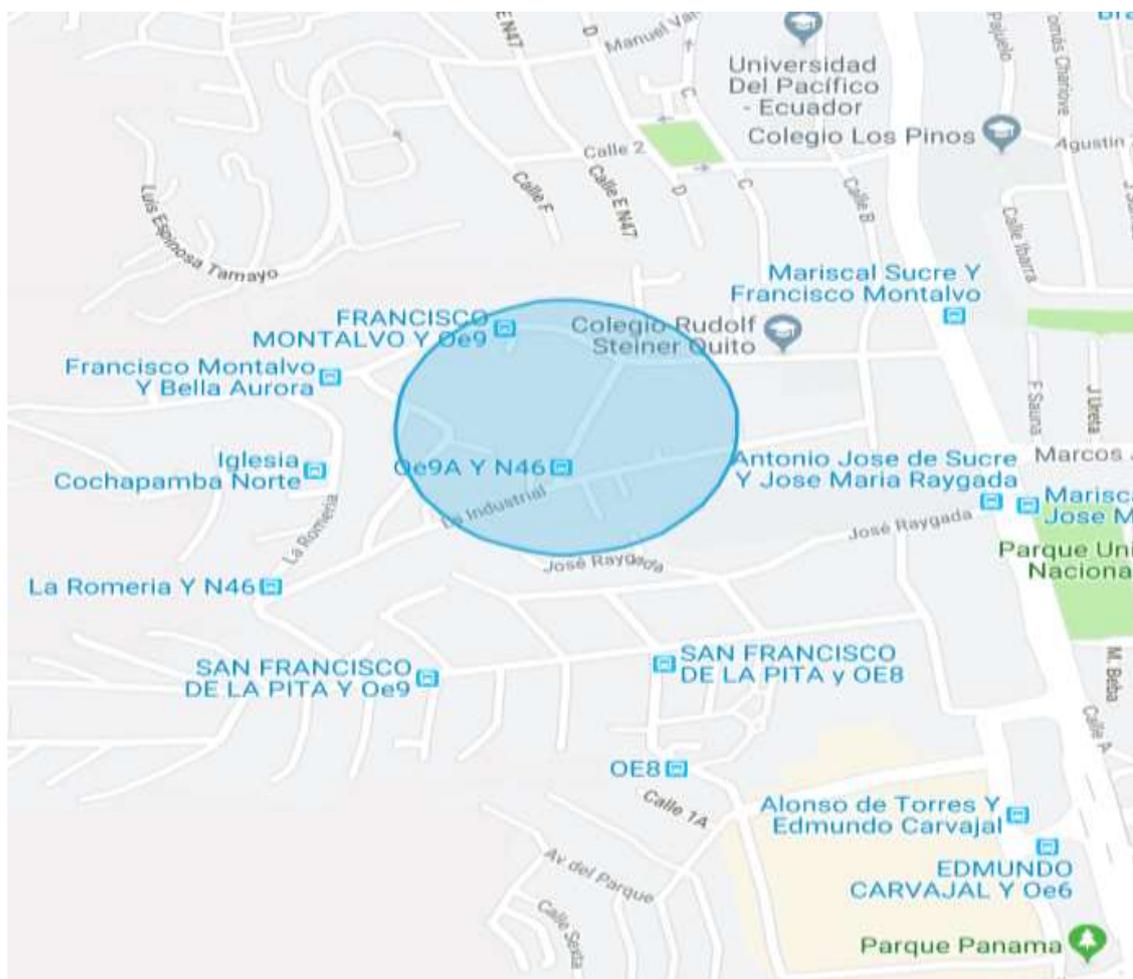


Figura N°4: Localización del proyecto

Además, en la figura N°6 y 7 se detalla un plano del posible diseño de las instalaciones, está planteado que en la primera planta estén los baños, vestidores y los Rings. En la segunda planta estarían las oficinas, el espacio para el área médica y la sección de gimnasio y crossfit.

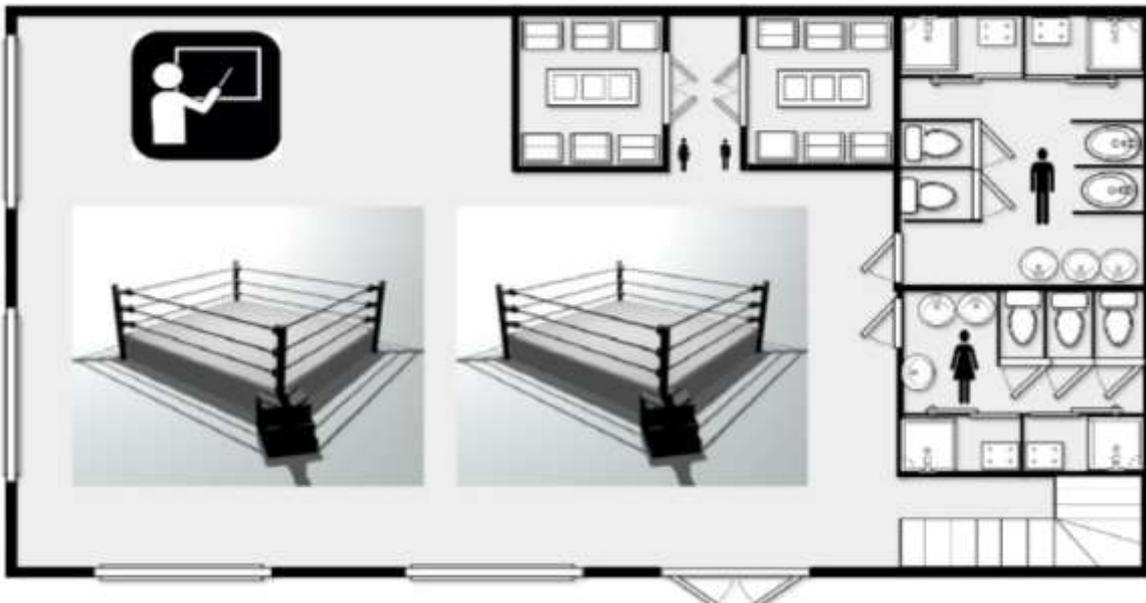


Figura N°6: Primera Planta Instalaciones



Figura N°7: Segunda Planta Instalaciones

Flujograma de procesos y ciclo de operaciones

Proceso adquisición del servicio

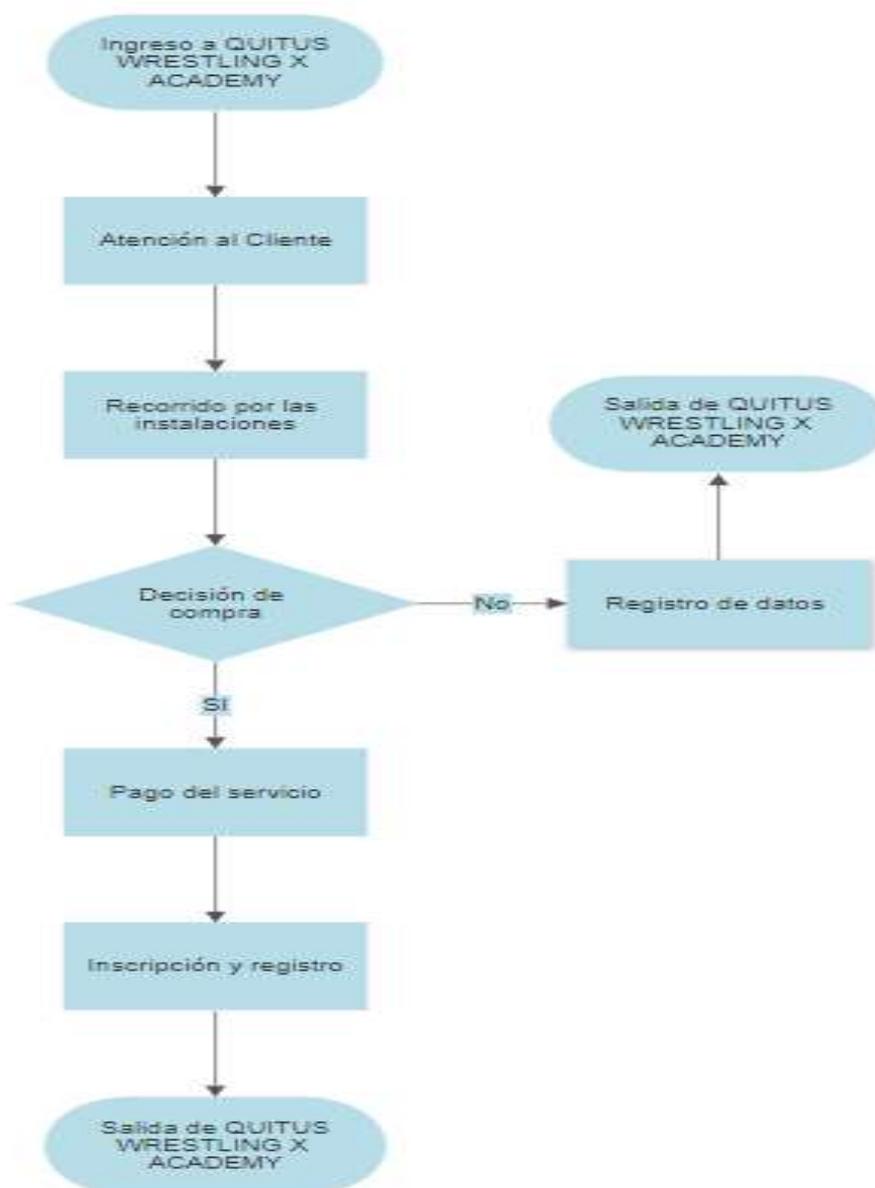


Figura N°8: Flujograma de adquisición del servicio

En la figura N°8 está representado el proceso que debe seguir el cliente que visita nuestras instalaciones, con un recorrido previo y luego el cliente decide si adquiere o no el servicio, en caso de que no acepte se toma sus datos para un registro y posterior envío de información y los que adquieran el servicio pasan a la inscripción y registro.

Proceso del desarrollo del servicio

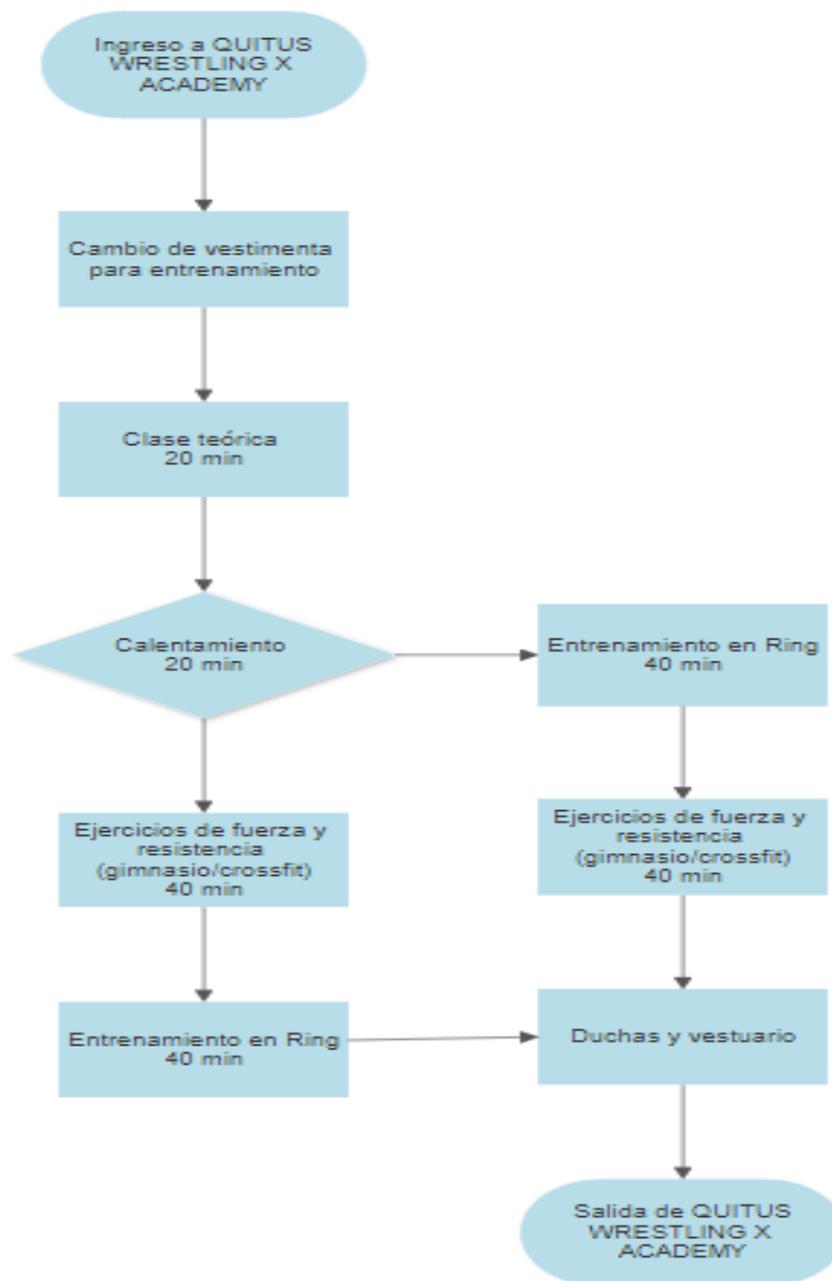


Figura N°9: Flujograma de desarrollo del servicio

En la figura N°9 está representado el proceso que van a realizar todos los clientes que llegan a la escuela para cumplir con el entrenamiento, deben pasar por los vestuarios, luego por una clase teórica y proceder al calentamiento, entonces a un grupo de los estudiantes se los dirige a los ejercicios de fuerza y resistencia, y luego

que sigan al entrenamiento dentro del ring, y al otro grupo de estudiantes se los dirige primero al entrenamiento dentro del ring y luego que pasen a los ejercicios de fuerza física y resistencia, sobre todo para evitar aglomeración en las actividades, por último se dirigen al área de aseo y posterior salida de la escuela.

6.3 Estructura Organizacional

Estructura Legal

QUITUS WRESTLING X ACADEMY va a estar consolidado como una compañía de responsabilidad limitada de 3 socios, que se requiere como mínimo 400\$ de capital inicial. La inversión inicial es de 22.790\$, los socios van a aportar con el 60% de esta inversión en 3 partes.

Organigrama

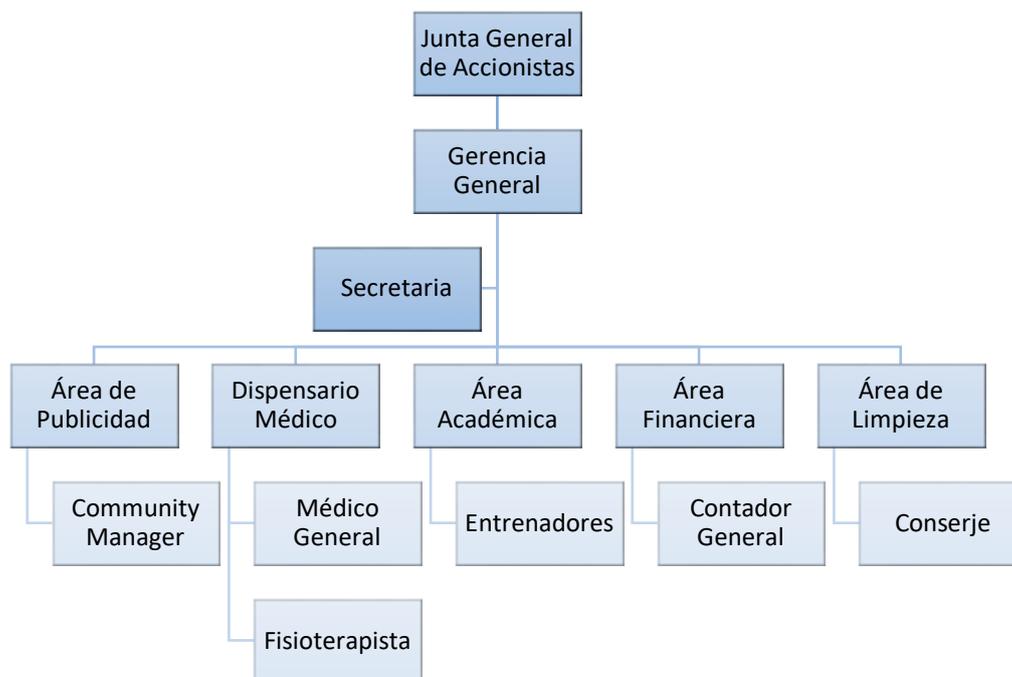


Figura N°10: Organigrama

Las funciones de cada área son las siguientes:

Junta General de Accionistas: Compuesto de 3 socios quienes aportarán con el 60% del capital inicial.

Gerencia General: Representante de QUITUS WRESTLING X ACADEMY, debe coordinar y dirigir el correcto funcionamiento de la escuela, incluye los procesos de inscripción y pagos mediante el apoyo de una secretaria.

Área de publicidad: Encargado de manejar los diseños y posts a publicar en las redes sociales, además, es el encargado de manejar el servicio al cliente online.

Dispensario médico: Encargados de la seguridad y salud física, deben realizar las pruebas médicas necesarias para evitar posibles lesiones, caídas o fallos de los estudiantes.

Área Académica: Encargados de la parte práctica de los estudiantes y quienes guiarán su proceso para el desarrollo académico deportivo.

Área Financiera: Encargado de manejar los presupuestos, llevar la contabilidad de la escuela y responder con las obligaciones fiscales.

Área de limpieza: Encargado de la limpieza y aseo de las instalaciones de la escuela.

Cadena de valor



Figura N°11: Cadena de Valor

En la figura N°11 se detalla el proceso de la cadena de valor de QUITUS WRESTLING ACADEMY, donde se ven reflejadas las actividades de soporte y las actividades primarias con el propósito de darle un servicio con valor agregado al cliente final.

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

Las fuentes de ingreso de QUITUS WRESTLING X ACADEMY se darán por las inscripciones en la escuela de lucha libre que tendría duración de 1 año, los horarios de funcionamiento serían los siguientes lunes, miércoles, viernes con horarios de 16:00 a 22:00 horas y los sábados con horarios de 8:00 a 14:00 horas, en el primer año de funcionamiento la escuela funcionará al 50% de su capacidad, tendremos también el alquiler del ring 6 veces al año y de igual manera los shows de lucha en el propio galpón 6 veces al año.

Tabla N°10: Proyección de ingresos

VENTAS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Inscripciones		\$ 42.000,00	\$ 50.400,00	\$ 58.800,00	\$ 67.200,00	\$ 75.600,00
Total Alquiler Ring		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Total Shows		\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
TOTAL VENTAS		\$ 57.000,00	\$ 65.400,00	\$ 73.800,00	\$ 82.200,00	\$ 90.600,00

Los gastos están distribuidos en publicidad y marketing, el mantenimiento que se va a dar al ring, incluyendo a los equipos de gimnasio y crossfit, también esta conformado por el pago del arriendo del galpón y los servicios básicos, además de los suministros de oficina y limpieza que se van a utilizar. Los gastos están proyectados con un crecimiento anual de 1,89%.

Tabla N°11: Proyección de gastos

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS PUBLICIDAD Y MARKETING	\$ 2.998,00	\$ 3.054,66	\$ 3.112,40	\$ 3.171,22	\$ 3.231,16
GASTOS MANTENIMIENTO	\$ 864,50	\$ 1.761,68	\$ 1.778,33	\$ 1.828,90	\$ 1.863,47
GASTOS ARRIENDOS	\$ 18.000,00	\$ 18.340,20	\$ 18.686,83	\$ 19.040,01	\$ 19.399,87
GASTOS SUMINISTROS	\$ 430,00	\$ 438,13	\$ 446,41	\$ 454,84	\$ 463,44
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.920,00	\$ 1.923,02	\$ 1.926,05	\$ 1.929,07	\$ 1.932,10
TOTAL GASTOS	\$ 24.212,50	\$ 25.517,69	\$ 25.950,01	\$ 26.424,05	\$ 26.890,02

La utilidad bruta representa el 100% debido a que es un servicio sin inventarios ni materia prima, los dos primeros años están representados en números negativos y a partir del tercer año empieza a crecer el margen neto.

Tabla N°12: Margen bruto, operacional y neto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Bruta	100%	100%	100%	100%	100%
Margen Operacional	-22,1%	-2,2%	7,8%	15,7%	22,1%
Margen Neto	-24,4%	-3,5%	4,7%	10,0%	14,1%

7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

El total de la inversión del proyecto es de 22.790\$ que incluye el diseño y compra de los 2 Rings de lucha, los muebles, equipos para la actividad física, equipos de computación, entre otros que se detallan juntamente en la siguiente tabla.

Tabla N°13: Inversión inicial

Equipos de computación	\$ 3.150,00
Maquinaria y equipos	\$ 10.120,00
Muebles	\$ 4.020,00
Constitución de la Empresa	\$ 1.500,00
Página Web	\$ 500,00
Inversión publicitaria	\$ 1.500,00
Otros gastos de preinversión	\$ 2.000,00
Total inversión inicial	\$ 22.790,00

La estructura del capital de trabajo es del 60% de los socios y el 40% con una deuda a 3 años plazo.

Tabla N°14: Estructura del capital

Estructura del Capital		
Aporte Socios	60%	\$ 13.674,00
Deuda	40%	\$ 9.116,00
Total	100,00%	\$ 22.790,00

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

Estado de resultados

El estado de resultados esta proyectado a 5 años donde se puede ver que los dos primeros años generan una utilidad neta negativa, esto debido a los gastos iniciales

e inversión, pero a partir del tercer año empieza a generar utilidad por el aumento de la demanda, finalmente en el año 5 se genera una utilidad de 12.778\$.

Tabla N°15: Estado de resultados

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 57.000,00	\$ 65.400,00	\$ 73.800,00	\$ 82.200,00	\$ 90.600,00
(-) Costos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 57.000,00	\$ 65.400,00	\$ 73.800,00	\$ 82.200,00	\$ 90.600,00
GASTOS OPERATIVOS:		\$ 69.582,70	\$ 66.845,49	\$ 68.058,01	\$ 69.294,28	\$ 70.554,78
(=) UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.		\$ (12.582,70)	\$ (1.445,49)	\$ 5.741,99	\$ 12.905,72	\$ 20.045,22
(-) Gastos de intereses		\$ 1.311,60	\$ 857,86	\$ 323,65	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN		\$ (13.894,30)	\$ (2.303,35)	\$ 5.418,34	\$ 12.905,72	\$ 20.045,22
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ -	\$ -	\$ 812,75	\$ 1.935,86	\$ 3.006,78
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ (13.894,30)	\$ (2.303,35)	\$ 4.605,59	\$ 10.969,86	\$ 17.038,43
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ -	\$ -	\$ 1.151,40	\$ 2.742,46	\$ 4.259,61
(=) UTILIDAD NETA		\$ (13.894,30)	\$ (2.303,35)	\$ 3.454,19	\$ 8.227,39	\$ 12.778,83

Estado de situación financiera

En el estado de situación financiera están reflejadas las cuentas de activos, pasivos y patrimonio, de igual manera se puede ver que para cada año los balances entre activos son iguales a los pasivos más el patrimonio.

Tabla N°16: Estado de situación financiera

ACTIVOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Corrientes						
Efectivo	\$ 9.116,00	\$ 1.273,60	\$ 4.626,40	\$ 15.225,85	\$ 34.669,07	\$ 63.563,34
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activos corrientes	\$ 9.116,00	\$ 1.273,60	\$ 4.626,40	\$ 15.225,85	\$ 34.669,07	\$ 63.563,34
No Corrientes						
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 2.164,00	\$ 4.328,00	\$ 6.492,00	\$ 8.656,00	\$ 10.820,00
Intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activos no corrientes	\$ 22.790,00	\$ 24.954,00	\$ 27.118,00	\$ 29.282,00	\$ 31.446,00	\$ 33.610,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 31.906,00	\$ 26.227,60	\$ 31.744,40	\$ 44.507,85	\$ 66.115,07	\$ 97.173,34
PASIVOS						
Corrientes						
Cuentas por pagar proveedores	\$ -	\$ 10.236,83	\$ 21.064,00	\$ 31.950,23	\$ 42.610,85	\$ 58.297,10
Impuestos por pagar	\$ -	\$ 537,17	\$ 542,00	\$ 546,93	\$ 551,88	\$ 557,09
Impuestos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.964,15	\$ 4.678,32	\$ 7.286,89
Total Pasivos Corrientes	\$ -	\$ 10.774,00	\$ 21.606,00	\$ 34.461,31	\$ 47.841,13	\$ 66.120,58
No Corrientes						
Deuda a largo plazo	\$ 9.116,00	\$ 6.557,89	\$ 3.546,05	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos No Corrientes	\$ 9.116,00	\$ 6.557,89	\$ 3.546,05	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 9.116,00	\$ 17.331,89	\$ 25.152,05	\$ 34.461,31	\$ 47.841,13	\$ 66.120,58
PATRIMONIO						
Capital	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00	\$ 22.790,00
Utilidades retenidas	\$ -	\$ (13.894,50)	\$ (16.197,65)	\$ (12.745,40)	\$ (4.516,00)	\$ 8.262,76
TOTAL PATRIMONIO	\$ 22.790,00	\$ 8.895,70	\$ 6.592,35	\$ 10.044,54	\$ 18.273,94	\$ 31.052,76
TOTAL PASIVOS & PATRIMONIO	\$ 31.906,00	\$ 26.227,58	\$ 31.744,40	\$ 44.507,85	\$ 66.115,07	\$ 97.173,34

Flujo de efectivo

En el flujo de efectivo esta representado la entrada y salida de efectivo que tiene la escuela, están reflejados en las actividades operacionales, inversión y financiamiento.

Se puede ver flujos positivos al final de cada periodo, sin embargo, en las actividades de financiamiento debido al préstamo hay flujos negativos.

Tabla N°17: Flujos de efectivo

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Actividades Operacionales						
Utilidad Neta	\$ -	\$ (13.894,30)	\$ (2.303,35)	\$ 3.454,19	\$ 8.227,39	\$ 12.778,83
Depreciaciones y amortización						
+ Depreciación		\$ 2.164,00	\$ 2.164,00	\$ 2.164,00	\$ 2.164,00	\$ 2.164,00
+ Sueldos por pagar		\$ 6.446,00	\$ 6.504,00	\$ 6.563,16	\$ 6.623,50	\$ 6.685,05
+ Impuestos		\$ -	\$ -	\$ 1.964,15	\$ 4.678,32	\$ 7.266,39
Total Actividades Operacionales		\$ (5.284,30)	\$ 6.364,65	\$ 14.145,50	\$ 21.693,22	\$ 28.894,27
Actividades de Inversión						
- Adquisición PPE y intangibles	\$ (22.790,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (2.250,00)	\$ -
Total Actividades de Inversión	\$ (22.790,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (2.250,00)	\$ -
Actividades de Financiamiento						
+ Deuda Largo Plazo	\$ 9.116,00	\$ (2.558,11)	\$ (3.011,84)	\$ (3.546,05)	\$ -	\$ -
- Pago de dividendos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Capital	\$ 22.790,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Actividades de Financiamiento	\$ 31.906,00	\$ (2.558,11)	\$ (3.011,84)	\$ (3.546,05)	\$ -	\$ -
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO	\$ 9.116,00	\$ (7.842,40)	\$ 3.352,81	\$ 10.599,45	\$ 19.443,22	\$ 28.894,27
Efectivo principio del periodo	\$ -	\$ 9.116,00	\$ 1.273,60	\$ 4.626,40	\$ 15.225,85	\$ 34.669,07
FLUJO EFECTIVO FINAL DEL PERIODO	\$ 9.116,00	\$ 1.273,60	\$ 4.626,40	\$ 15.225,85	\$ 34.669,07	\$ 63.563,34

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

Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja de del proyecto muestra los costos y beneficios, movimientos de caja y desembolsos que se realizaron. Para el cálculo, se toma en cuenta el flujo de caja operativo, seguido por la variación del capital de trabajo neto y por último los gastos de capital. El flujo nos muestra que los dos primeros años son negativos, pero a partir del tercer año se reflejan flujos positivos.

Tabla N°18: Flujo de caja del proyecto

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIPA.		\$ (12.583)	\$ (1.445)	\$ 5.742	\$ 12.906	\$ 20.045
(+) Gasto de depreciación		\$ 2.164	\$ 2.164	\$ 2.164	\$ 2.164	\$ 2.164
(-) 15% Participación trabajadores		\$ -	\$ -	\$ 813	\$ 1.936	\$ 3.007
(-) 25% Impuesto a la renta		\$ -	\$ -	\$ 1.151	\$ 2.742	\$ 4.260
(=) I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)		\$ (10.419)	\$ 719	\$ 5.942	\$ 10.991	\$ 14.943
Inversión de capital de trabajo neto	\$ 9.116	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Variación de capital de trabajo neto	\$ -	\$ (13.068)	\$ (1.203)	\$ 3.822	\$ 11.391	\$ 18.929
(+) Recuperación de capital de trabajo neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.756
(=) II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ 9.116	\$ (13.068)	\$ (1.203)	\$ 3.822	\$ 11.391	\$ 29.685
Inversiones	\$ 22.790	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.150	\$ -
(+) Recuperaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) III. GASTOS DE CAPITAL	\$ 22.790	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.150	\$ -
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO ANUAL	\$ 31.906	\$ (23.487)	\$ (484)	\$ 9.764	\$ 24.933	\$ 44.627

Flujo de caja del inversionista

En este flujo se observa la variación del capital de las entradas y salidas de efectivo de los flujos del inversionista, de igual manera como en el flujo de caja del proyecto se observan flujos negativos en los dos primeros años, pero a partir del tercero se reflejan flujos positivos.

Tabla N°19: Flujo de caja del inversionista

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja del proyecto	\$ (31.906)	\$ (23.487)	\$ (484)	\$ 9.764	\$ 24.933	\$ 44.627
(+) Prestamo	\$ 9.116	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gasto de interés	\$ -	\$ (1.312)	\$ (858)	\$ (324)	\$ -	\$ -
(-) Amortización del capital	\$ -	\$ (2.558)	\$ (3.012)	\$ (3.546)	\$ -	\$ -
(+) Escudo fiscal	\$ -	\$ 475	\$ 311	\$ 117	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ (22.790)	\$ (26.881)	\$ (4.043)	\$ 6.012	\$ 24.933	\$ 44.627

Tasa de descuento

La tasa de descuento se calculo con datos obtenidos del mercado financiero. El valor del CAPM es de 5,12% que determina la rentabilidad para un activo, con una beta de 1,28 que indica que hay riesgo y el WACC de 7,8% que resulta menor a la TIR y refleja un buen indicador.

Tabla N°20: Tasa de descuento

Tasa libre de riesgo	3,50%	
Rendimiento del Mercado	9,40%	
Beta	1,28	
Beta Ajustada	1,61	
Riesgo País	3,69%	
Tasa de impuestos	20%	
Participación Trabajadores	15%	
Escudo Fiscal	36,20%	
Razón Deuda/Capital	1	
Costo Deuda Actual	16,44%	
TASA DE DESCUENTO		
WACC		7,80%
CAPM		5,12%

Criterios de valoración

Ambas tasa de TIR son positivas que hacen que la VAN sea igual a 0, el índice de rentabilidad indica que, por cada dólar invertido, se obtiene 1,09\$ de ganancia en el caso del proyecto, y en el del inversionista por cada dólar invertido se obtiene 1,37\$.

Tabla N°21: Criterios de valoración

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA	
VAN	\$ 2.801,6	VAN	\$ 8.340,9
IR	1,09	IR	1,37
TIR	9,2%	TIR	9,3%

7.5 Índices financieros

Liquidez

El indicador de razón de liquidez nos indica la capacidad que tiene la empresa para asumir las obligaciones a corto plazo, la escuela tiene un promedio de 0.49 dentro de los 5 primeros años. Esto nos indica que puede traer problemas con las deudas.

Endeudamiento

La razón de endeudamiento mide la deuda en relación con los activos que posee la empresa. Con un promedio de 72.6% que nos indica que ese porcentaje de los activos totales se han financiado.

Actividad

La rotación del activo nos indica el grado de eficiencia con el que están siendo utilizados los activos de la empresa y se obtuvo en promedio un valor de 1.61.

Rentabilidad

El margen neto indica el beneficio que se obtiene por cada dólar vendido, la empresa genera 0,18\$ centavos por cada dólar que ingresa.

Tabla N°22: Índices financieros

Razon de Liquidez		Activos circulantes / Pasivos circulantes			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empresa	0,12	0,21	0,44	0,72	0,96
Razón de Endeudamiento		Total de pasivos/ Total de activos			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empresa	66,1%	79,2%	77,4%	72,4%	68,0%
Razón de Actividad		Ventas / Total activos			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empresa	2,17	2,06	1,66	1,24	0,93
Razón de Rentabilidad		Utilidad neta / Ventas			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empresa	-24,4%	-3,5%	4,7%	10,0%	14,1%

8. Conclusiones generales

Según el análisis de la industria, se ha podido determinar que el entorno en que se va a desarrollar el proyecto posee varias oportunidades en relación con las amenazas, debido a que la enseñanza de deportes nuevos para el país resulta muy atractiva para el público, además las ventajas que se pueden obtener de la práctica de lucha libre también pueden enganchar a la gente que le gusta realizar actividad física.

La investigación de mercados nos muestra resultados que la lucha libre es un deporte muy atractivo porque está relacionado con muchas otras disciplinas deportivas y trae varios beneficios. Además, la implementación de la escuela resulta llamativa debido a que no existen lugares de enseñanza de este deporte a nivel profesional y puede atraer a muchos fanáticos de este deporte y personas deportivamente activas. Este tipo de centros generan una ventaja competitiva muy alta y otorga un gran valor a los clientes. El valor a pagar será de 210\$ por cada módulo, y 840\$ por el año de desarrollo y enseñanza como luchador, además de la obtención de la licencia al finalizar el año de entrenamiento de luchador profesional a nivel internacional.

El centro va a contar con entrenadores capacitados que hayan sido luchadores, y las instalaciones van a contar con equipo como el Ring de primer nivel para la práctica de lucha libre, además con área de gimnasio y crossfit, sobre todo que garanticen la seguridad de los clientes y van a tener otros servicios extras como dispensario médico, baños, duchas y parqueadero.

Con la estructura organizacional se definió la misión, visión y objetivos, además están establecidas las funciones del personal que garanticen el correcto funcionamiento del centro de lucha libre.

Después de evaluar el plan financiero, se puede afirmar que la creación del Centro de enseñanza y preparación física de Lucha Libre en Quito es viable debido a que genera utilidad durante los 5 primeros años, en los dos primeros años se presentan pérdidas debido a la inversión inicial y poca demanda que se puede presentar, pero a partir del tercer año empieza a generar utilidad, sin embargo, no es totalmente rentable en el sentido que no genera la utilidad esperada y para inversionista no puede resultar un modelo de negocio atractivo para invertir.

Referencias

- Clarín Fitness. (15 de Mayo de 2017). *Clarín*. Obtenido de Clarín:
https://www.clarin.com/entremujeres/vida-sana/fitness/ejercitar-cuerpo-llevar-vida-saludable_0_S16JIGfIZ.html
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Sección sexta Cultura física y tiempo libre*. Ecuador.
- Ekos Negocios. (15 de Marzo de 2017). *Ekos Negocios*. Obtenido de Ekos Negocios:
<https://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8839>
- Ekos Negocios. (17 de Abril de 2018). *Ekos Negocios*. Obtenido de Ekos Negocios:
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/m/verArticulo.aspx?idArt=10463>
- Ekos Negocios. (12 de Agosto de 2018). *Ekos Negocios*. Obtenido de Ekos Negocios:
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10877>
- Ekos Negocios. (14 de Febrero de 2018). *Ekos Negocios*. Obtenido de Ekos Negocios:
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10225>
- El Comercio. (19 de Julio de 2016). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/tendencias/ejercicio-actividadfisica-estadisticas-ecuador-americalatina.html>
- El Comercio. (19 de Julio de 2016). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/tendencias/ejercicio-actividadfisica-estadisticas-ecuador-americalatina.html>
- El Comercio. (6 de Mayo de 2018). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/cambios-cargos-ecuador-politica-gobierno.html>
- El Telégrafo. (13 de Marzo de 2016). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-relampago-ovacionado-por-multitudes>
- El Telégrafo. (3 de Mayo de 2018). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/otros/1/secretariadeporte-misterioeducacion-ecuador>
- El Telégrafo. (10 de Julio de 2018). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/tasas-interes-revision-ecuador>
- El Telégrafo. (29 de Septiembre de 2018). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pib-crecimiento-ecuador>

- El Telégrafo. (6 de Febrero de 2019). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/inflacion-enero2019-reporte>
- El Universo. (3 de Julio de 2018). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/07/03/nota/6840290/creditos-emprendedores-pymes-ecuador>
- Guerrero, S. (30 de Mayo de 2017). *Bendito Fútbol*. Obtenido de Bendito Fútbol: <https://www.benditofutbol.com/nacional/nike-academy-quito-francisco-correa-1.html>
- INEC. (2012). *INEC*. Obtenido de http://aplicativos.deporte.gob.ec/investigacion/libros/DEPORTE_EN_CIFRAS%202012.pdf
- INEC. (9 de Diciembre de 2013). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/quito-el-canton-mas-poblado-del-ecuador-en-el-2020/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- López G, V. M. (2010). "La lucha libre mexicana. Su función compensatoria en relación al trauma cultural". *Jung Journal: Culture & Psyche*.
- Palomares, J. (28 de Enero de 2015). *Prezi*. Obtenido de Prezi: https://prezi.com/wh5c_uvbtjhn/disenio-de-un-ring-de-lucha-librewrestling/
- Porter, M. (1991). *Estrategias competitivas genéricas*. Rio de Janeiro: Estratégica competitiva: Técnicas para análisis de indútrias e da concorrência.
- Secretaría del Deporte. (2017). *Deporte*. Obtenido de Deporte: <https://www.deporte.gob.ec/ecuador-ejercitate-activa-las-24-provincias-del-pais/>
- Sotomayor Andrade, A. D. (16 de Enero de 2018). *Acuerdo Ministerial Nro. 24*. Ecuador.
- Superintendencia de Compañías. (s.f.). *Supercias*. Obtenido de Supercias: <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>
- Villarreal, H. (2009). SIMULACRO, CATARSIS Y ESPECTÁCULO MEDIÁTICO EN LA LUCHA LIBRE. *Razón y Palabra*, 1-11.
http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
(Betas, Junio 2019)
- <https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=reallongtermrate> (U.S Department of the treasury, Junio 2019)

ANEXOS

Anexo 1

Preguntas Entrevista 1

1. Presentación, que haces, que te dedicas, etc.
2. ¿Qué representa la lucha libre para ti?
3. ¿Cómo describirías a la lucha libre?
4. ¿Cómo ves a la lucha libre en el Ecuador?
5. Haz visto por parte del Gobierno o Ministerio de deporte algún apoyo a este deporte.
7. Conoces lugares en el Ecuador donde se pueda entrenar la lucha libre.
8. ¿Qué ventajas crees que hay para la salud el practicar deporte?
9. Crees que hay alguna diferencia entre la lucha libre y otros deportes de contacto.
10. Crees que un luchador debe tener algunas cualidades o características para poder estar sobre un ring.
11. Alguna recomendación general para este deporte?

Preguntas Entrevista 2

Preguntas:

1. Presentación, que haces, que te dedicas, etc.
2. ¿Qué es la lucha libre para ti?
3. ¿Cómo fue que llegaste a sentir pasión por este deporte?
4. ¿Cómo ves a la lucha libre en el Ecuador?
5. Crees que ha evolucionado la lucha libre en el Ecuador desde la época dorada.
6. Haz visto por parte del Gobierno o Ministerio de deporte algún apoyo a este deporte.
7. Conoces lugares en el Ecuador donde se pueda entrenar la lucha libre.
8. ¿Qué crees que es lo más importante que se necesita para practicar este deporte?
9. Crees que en el Ecuador alguien puede vivir solo de la lucha libre.

10. ¿Qué diferencias podrías notar entre la lucha libre en el Ecuador y el resto de América Latina?

11. Alguna recomendación general para este deporte?

Preguntas Entrevista 3

1. Presentación, que haces, que te dedicas, etc.

2. ¿Qué es la lucha libre para ti?

3. ¿Cómo fue que llegaste a sentir pasión por este deporte?

4. ¿Cómo ves a la lucha libre en el Ecuador?

5. Haz visto por parte del Gobierno o Ministerio de deporte algún apoyo a este deporte.

6. Conoces lugares en el Ecuador donde se pueda entrenar la lucha libre.

7. ¿Qué crees que es lo más importante que se necesita para practicar este deporte?

8. ¿Qué ventajas hay al practicar este deporte?

9. ¿Qué diferencias encuentras en el punto de vista de luchador y ahora entrenador?

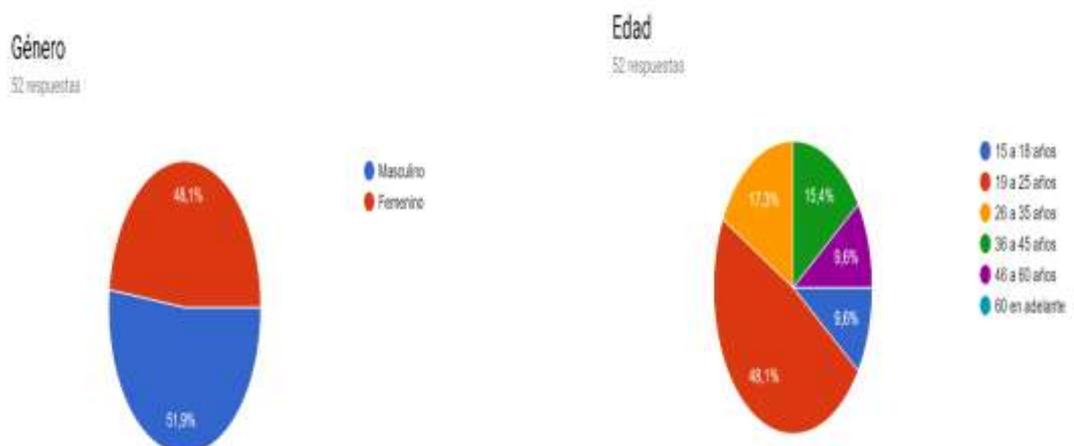
10. Crees que en el Ecuador alguien puede vivir solo de la lucha libre.

11. ¿Qué diferencias podrías notar entre la lucha libre en el Ecuador y el resto de América Latina?

12. Alguna recomendación general para este deporte?

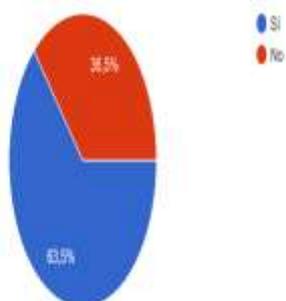
Anexo 2

Preguntas y respuestas encuesta



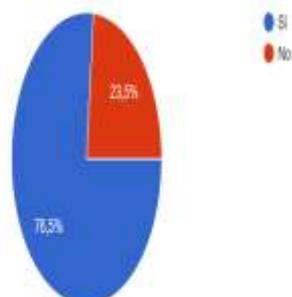
¿Practica algún tipo de actividad física?

52 respuestas



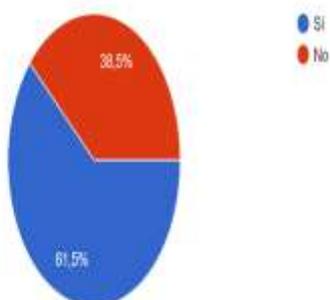
¿Conoce la lucha libre?

51 respuestas



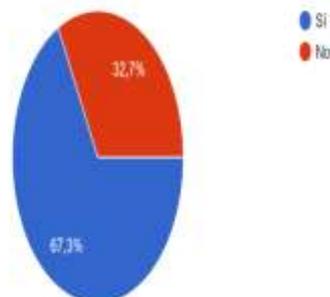
¿Sabías que la lucha libre es un deporte muy completo por que desarrolla agilidad, musculatura, fuerza, tonifica...entración, aumenta el autoestima, etc?

52 respuestas



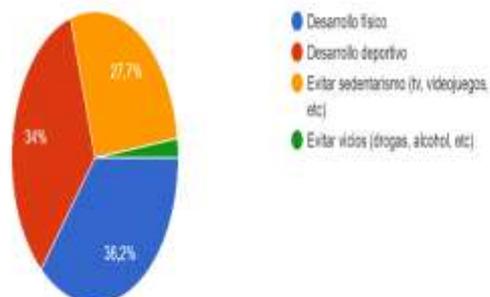
¿Le gustaría practicar lucha libre en un centro especializado?

52 respuestas



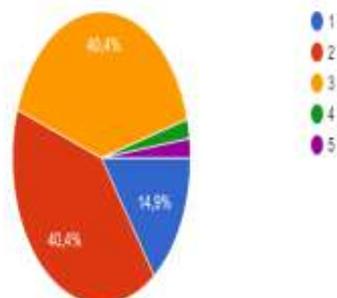
¿Cuáles serían los motivos por los que le gustaría practicar lucha libre en un centro especializado?

47 respuestas



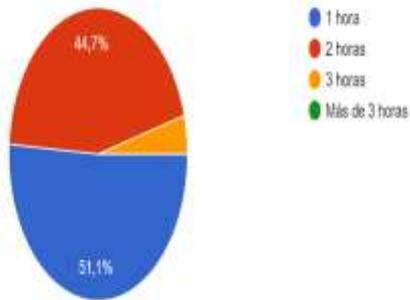
¿Cuántas días a la semana le gustaría practicar este deporte?

47 respuestas



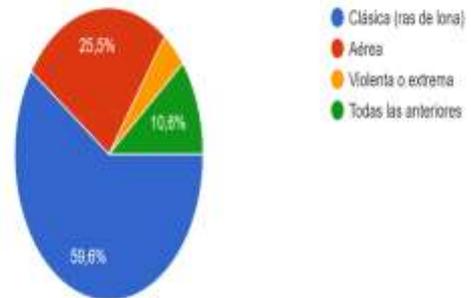
¿Cuántas horas por día le gustaría practicar este deporte?

47 respuestas



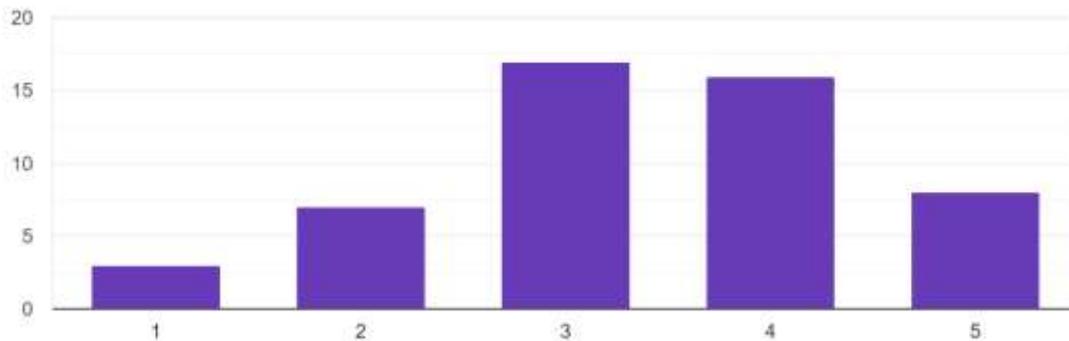
¿Qué estilo de lucha libre le gustaría practicar?

47 respuestas



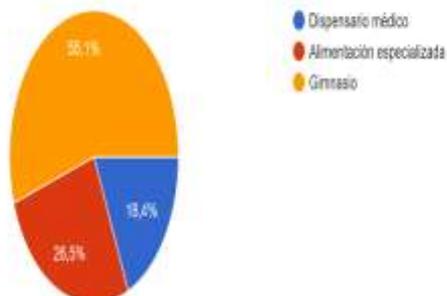
Siendo 1 malo y 5 muy bueno. ¿Qué tan interesante considera la práctica de lucha libre?

51 respuestas



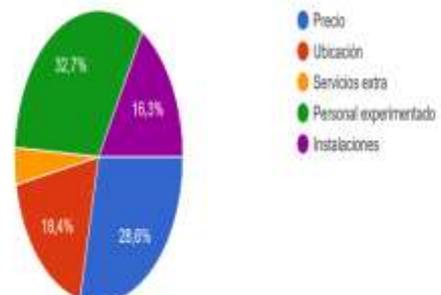
¿Qué servicios extra le gustaría que existan en el centro de lucha libre?

49 respuestas



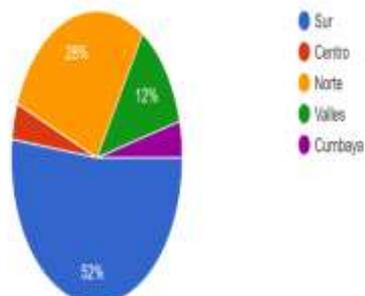
¿Qué factor principal es el más importante escoger un centro especializado de lucha libre?

49 respuestas



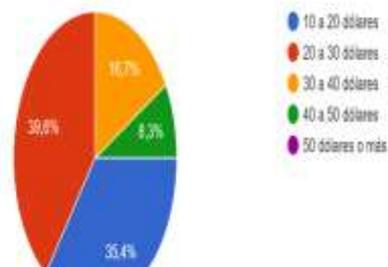
¿En qué sector de Quito le gustaría que este ubicado el centro especializado de lucha libre?

50 respuestas



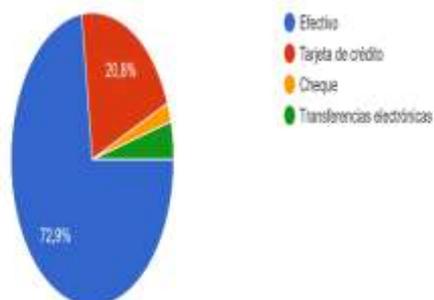
¿Qué precio estaría dispuesto a pagar mensualmente por un centro especializado de lucha libre?

48 respuestas



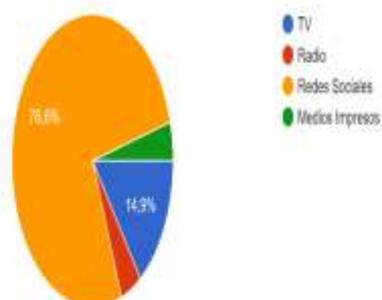
¿Cómo estaría dispuesto a pagar la mensualidad?

48 respuestas



¿Por que medio de comunicación le gustaría recibir información del centro especializado de lucha libre?

47 respuestas



Anexo 3

Tablas Cruzadas

Tabla 1

Cuenta de Edad	Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila	15 a 18 años	19 a 25 años	26 a 35 años	36 a 45 años	46 a 60 años	Total general
Medios Impresos	1	1				2
Radio		1			1	2
Redes Sociales	4	18	6		4	36
TV		4	1		1	7
Total general	5	24	7	6	5	47

Tabla 2

Cuenta de Género	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Femenino	Masculino	Total general
Aérea		5	7
Clásica (ras de lona)		14	14
Todas las anteriores		1	4
Violenta o extrema		1	1
Total general		21	26

Tabla 3

Suma de Siendo 1 malo y 5 muy bueno. ¿Qué tan interesante considera la práctica de lucha libre?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		1	2	3	4	5 (en blanco)	Total general
Femenino		2	8	24	32	10	76
Masculino		1	6	27	32	30	96
Total general		3	14	51	64	40	172

Tabla 4

Cuenta de ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar mensualmente por un centro especializado de lucha libre?		Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila		10 a 20 dólares	20 a 30 dólares	30 a 40 dólares	40 a 50 dólares	Total general
Alimentación especializada		2	6	3	2	13
Dispensario médico		1	6	1	1	9
Gimnasio		14	7	4	1	26
Total general		17	19	8	4	48

Tabla 5

Cuenta de ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar mensualmente por un centro especializado de lucha libre?		Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila		10 a 20 dólares	20 a 30 dólares	30 a 40 dólares	40 a 50 dólares	Total general
Centro				1	1	2
Cumbaya		2				2
Norte		6	3	3		12
Sur		8	13	3	2	26
Valles		1	2	1	2	6
Total general		17	19	8	4	48

Tabla 6

Suma de ¿Cuántas días a la semana le gustaría practicar este deporte?		Etiquetas de columna					
Etiquetas de fila		1	2	3	4	5	Total general
15 a 18 años			2	9	5		16
19 a 25 años		2	22	30	4		58
26 a 35 años		3	2	9			14
36 a 45 años		2	8				10
46 a 60 años			4	9			13
Total general		7	38	57	4	5	111

Anexo 5

Fotos Focus Group



