



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CLUB DE BOXEO PARA  
PERSONAS CON PROBLEMAS DE DROGADICCIÓN Y ALCOHOLISMO

AUTOR

ALEXIS FERNANDO PICO BOLAÑOS

AÑO

2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CLUB DE BOXEO PARA  
PERSONAS CON PROBLEMAS DE DROGADICCIÓN  
Y ALCOHOLISMO

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

Profesor Guía:  
Diana Margarita Caamana

Autor:  
Alexis Fernando Pico Bolaños

Año

2019

## **DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de Negocios para la Creación de un Club de Boxeo para Personas con Problemas de Drogadicción y Alcoholismo, a través de reuniones periódicas con el estudiante Alexis Fernando Pico Bolaños, 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".

---

Diana Margarita Caamana Gómez

171829491-9

## **DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR**

"Declaro haber revisado este trabajo, Plan de Negocios para la Creación de un Club de Boxeo para Personas con Problemas de Drogadicción y Alcoholismo, del estudiante Alexis Fernando Pico Bolaños, en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

José Javier Barriga Tinajero

1716450349

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

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

---

Alexis Fernando Pico Bolaños

172050159-0

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy gracias a Dios, a mis abuelitos Agustín, Dolores, que me bendicen desde el cielo, y por brindarme apoyo incondicional. También agradezco a mis padres, por ser la guía que necesito siempre para elegir el camino correcto. Esto es por ustedes mi FAMILIA.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis realizada con mucho esfuerzo y sacrificio, va dedicada a mis padres Fernando y Mónica y a todas las personas que fueron parte de este largo proceso, gracias por los consejos y por el apoyo incondicional vamo arriba.

## RESUMEN

Hoy en día, el deporte en el Ecuador es cada vez parte importante en el ámbito social, cultural, así como en el económico, volviéndose en potencial fuente de empleo y sustento para personas e incluso familias que dependen del mismo.

El presente trabajo y plan de negocios, se orienta a conocer y analizar la viabilidad para la creación de un club de boxeo, cuyos usuarios serían personas con problemas de alcoholismo y drogadicción de la ciudad de Quito.

Mediante la práctica del box, el proyecto tiene como objetivo principal propiciar la liberación, especialmente de los jóvenes, que han caído en el lamentable mundo de las drogas, brindándoles un servicio a quienes asisten a los respectivos centros de rehabilitación.

La meta es tratar de incorporar a aquellas personas a la sociedad, en condición de ciudadanos con mentalidad y acciones positivas, dignos de sí mismo y de sus familias.

Al respecto, se desarrolló un análisis, utilizando diferentes herramientas como PESTEL, PORTER, igual que el análisis de Matriz EFE; de otra parte, se realizó el análisis del cliente por medio de la técnica cualitativa, con el propósito de tratar de revelar las necesidades latentes, en base de lo cual se llevó a cabo las diferentes estrategias para la mezcla de marketing que promuevan el desarrollo del club.

Igual se considera la creación de la estructura organizacional para proveer y cuidar del adecuado servicio, con valor en cada etapa del proceso de compra y vivencia del cliente, logrando su satisfacción y bienestar con el adecuado soporte del personal que forma parte del plan de negocios.

Finalmente, se ha podido realizar una evaluación del proyecto sobre un estudio financiero, aplicando las diferentes herramientas, que expresa la viabilidad del proyecto, lo que potencialmente puede satisfacer las necesidades de sus consumidores con características de sostenibilidad en el tiempo, permitiendo recuperar el capital invertido.

## **ABSTRACT**

Nowadays, sports in Ecuador are increasingly important in the social, cultural, as well as economic ambit, becoming a potential source of employment and sustenance for people and even families that depend on it. This thesis and business plan, is oriented to know and analyze the viability for the creation of a boxing club. Those who would attend would be people living in Quito with alcohol and drug addiction.

The main goal of this Project is to promote through boxing, the recovery, especially of Young people, who have fallen into the unfortunate world of drugs, providing a service to those who attend the various treatment centers. The goal is to try to incorporate those people into society, as citizens with mental and positive actions, worthy of themselves and their families.

An analysis was developed, using different tools such as PESTEL, PORTER, as well as the analysis Matrix EFE. On the other hand, the analysis of the client was carried out by the qualitative technique with the purpose to try to reveal the latent needs on the basis of which the different marketing strategies that promote the development of the club were carried out.

The creation of the organizational structure to provide and take care of the adequate service is also considered, with value at each stage of the consumers purchase and experience process, achieving their satisfaction as well as well-being for the personnel that is part of the business plan.

Finally, it was been possible to carry out an evaluation of the Project on a financial study, applying the different topics, which expresses the viability of the Project, since it can potentially satisfy the needs of its consumers with sustainability characteristics over time, allowing to recover the invested capital.

## ÍNDICE

1. Introducción.....	1
1.1 Justificación del trabajo.....	1
1.1.1 Objetivo General.....	2
1.1.2. Objetivos Específicos.....	2
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	3
2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	3
2.1.1 (ANÁLISIS PEST) .....	3
2.1.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA .....	11
2.1.3. MATRIZ EFE.....	14
2.1.4. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO: .....	15
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE .....	16
3.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	16
3.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:.....	16
3.3. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	17
3.3.1. Entrevistas a profundidad .....	17
4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	23
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO .....	23
5.1 ESTRATEGIA GENERAL .....	27
5.1.1 MERCADO OBJETIVO.....	28
5.1.2 PROPUESTA DE VALOR .....	29
5.2. Mezcla de Marketing.....	31
5.2.1. Producto .....	31
5.2.1.2. Branding: Logotipo.....	32
5.3. Precio .....	33
5.3.1. Estrategia de Precios.....	33
5.4. Plaza.....	34
5.5 Promoción .....	36
5.5.1. Marketing Directo:.....	38

5.5.2 Merchandising .....	38
5.6. Personal .....	39
5.7 Proceso .....	40
5.8 Physical .....	41
<b>6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional.....</b>	<b>43</b>
6.1. Misión, visión y objetivos de la organización.....	43
6.2 Plan de Operaciones .....	44
6.2.1. Ciclo de Operaciones.....	44
6.2.2. Procesos requeridos para el funcionamiento.....	47
6.3 Estructura Organizacional.....	47
6.3.1. Descripción de funciones.....	48
6.3.2. Estructura legal de la empresa .....	49
6.4. Gastos de sueldos y salario del personal.....	49
<b>7. EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>50</b>
7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos .....	50
7.1.1. Proyección de ingresos proyectados .....	50
7.1.3. Proyección de gastos generales .....	51
7.2. Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital.....	52
7.2.1. Inversión inicial .....	52
7.2.3. Estructura de capital .....	52
7.3. Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	53
7.3.1. Proyección de estados de resultados .....	53
7.3.2. Situación financiera.....	54
7.3.3. Estado de flujo de efectivo .....	54
7.4. Proyección del flujo de caja del inversionista y proyecto, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración.....	55
7.4.1. Proyección del flujo de caja del inversionista y proyecto .....	55
7.4.2. Cálculo de la tasa de descuento.....	56
7.5. Índices financieros .....	57
<b>8. CONCLUSIONES GENERALES .....</b>	<b>58</b>

Referencias .....	60
ANEXOS .....	64

## **1. Introducción**

### **1.1 Justificación del trabajo**

El presente plan de negocios busca estudiar la viabilidad para la creación de un club de boxeo, que sirva a personas con problemas de drogadicción y alcoholismo en la ciudad de Quito, cuyo propósito es generar y entregar un espacio que les permita a aquellas personas integrarse, formarse por medio del deporte, y que prioricen el espectáculo deportivo como alternativa para combatir y eliminar el consumo de estupefacientes en adolescentes y adultos.

Actualmente en el Ecuador, el aumento de la actividad deportiva y de recreación ha crecido con el paso de los años, la acogida de diferentes deportes en la vida de las personas se ha convertido en una actividad diaria. Las actividades físicas y recreativas se ha incrementado en 8,7 puntos, integrando a niños, adolescentes y adultos, contribuyendo de forma sustancial para la reducción del uso y consumo de sustancias psicotrópicas (alcohol, drogas), que conlleva problemas psicológicos, sociales, adaptándolos a la sociedad, sugiriéndoles valores y principios, orientándoles al camino de la práctica deportiva, generando un cambio en el estilo de vida de aquellas personas.

Por otro lado, la práctica deportiva en el país ha pasado de ser una actividad recreativa a constituirse en un factor crítico en la vida de las personas, tratando de encontrar equilibrio entre mantener un buen estado físico y su condición de salud. En promedio, los habitantes de Ecuador destinan una hora diaria a la recreación, práctica deportiva o actividad física, lo cual fundamenta como base para afirmar que la demanda de espacios deportivos en nuestro país va en aumento (INEC, 2009).

Según la revista Somos + 99 (2016) el programa, “Lo que la droga te quita el box te lo regresa”. Cada gota de sudor derramada por el esfuerzo físico limpia la sangre, que por años fue contaminada con diversas sustancias y estupefacientes, negativos para la salud de las personas. Cada golpe propinado en el cuadrilátero es el canal para descargar la furia, terror y fracaso de una vida

anclada a las drogas (Leon, 2016). Es el pensamiento que le dan al realizar este tipo de programas con éxito en países centroamericanos.

### **1.1.1 Objetivo General**

- Proponer un plan de negocios para la creación de un club para la enseñanza del boxeo, para personas con problemas de drogadicción y alcoholismo en la ciudad de Quito.

### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Analizar los factores del entorno externo y de la industria, detallando los aspectos más relevantes e influyentes para el desarrollo del presente plan de negocios.
- Analizar y conocer las necesidades del potencial cliente en la ciudad de Quito, a través de técnicas cualitativas que determinarán sus gustos, preferencias para la toma de decisiones.
- Determinar la oportunidad de negocio que demuestra el presente plan, para generar características diferentes, teniendo en cuenta todas las variables que puedan afectar el desarrollo de un espacio deportivo.
- Establecer la estrategia de marketing adecuada para el vigente modelo de negocio, teniendo en cuenta la propuesta de valor que genere un posicionamiento de marca hacia los consumidores.
- Construir una estructura organizacional apropiada para garantizar el éxito administrativo, determinando las funciones y la gestión del presente plan de negocios.
- Analizar la viabilidad del presente plan de negocios, a través de indicadores financieros y proyección de estados de resultados, durante los próximos 5 años.

## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### 2.1.1 (ANÁLISIS PEST)

##### **POLÍTICO - LEGAL**

La estructura económica, política y social del Ecuador ha sido inestable por largos periodos, en razón de diversos aspectos, como la ausencia de una adecuada estructura económica que permita un real desarrollo (sostenimiento de la economía en base a la producción y exportación de productos primarios, materia prima, fundamentalmente petróleo, cuyos precios de venta varían de conformidad con el mercado, la producción mundial, la calidad del crudo, etc.); también incide en el panorama señalado los conflictos políticos internos, la corrupción, la falta de oportunidades a sectores vulnerables (los jóvenes son los más afectados), entre otras. (RT en Español, 2018) Lo que podría producir un pequeño desliz a la hora de querer implantar el club por ende se debe tomar las medidas adecuadas y el pro y contras para poder emplear un proyecto que nos brinde la garantía y el apoyo gubernamental que se necesita para implantar algún tipo de negocio.

Respecto al ámbito deportivo en el Ecuador, el Art. 14 de la Ley de Educación Física y Recreación, sobre las “**Funciones y atribuciones**”, el gobierno tiene la responsabilidad de “Proteger, propiciar, estimular, promover, coordinar, planificar, fomentar, desarrollar y evaluar el deporte, educación física y recreación de toda la población, incluidos las y los ecuatorianos en el exterior” (Ley Educación Física y Recreación, 2010).

Según la Secretaría del Deporte (anterior Ministerio del Deporte), la inversión que se hace año tras año está destinada a: instalaciones deportivas, deportistas de alto rendimiento, organización de eventos, lo cual se refleja en la inversión que se realiza año tras año a los diferentes deportistas, con un total de 53 millones para el periodo 2018-2020, (Diario El Comercio, 2018).

En la reforma de la Constitución del año 2008, se da importancia al deporte como una actividad fundamental en la vida de los ecuatorianos. Allí se menciona al deporte en siete artículos, que principalmente se refieren al incentivo de la práctica deportiva en niños, niñas y adolescentes, vinculándolos exclusivamente con el deporte, la recreación y el tiempo libre (Asamblea Nacional , 2008).

El artículo 363 señala que el Estado será responsable de formular políticas públicas que garanticen la promoción, prevención, curación, rehabilitación y atención integral en salud, y fomentar prácticas saludables en los ámbitos familiar, laboral y comunitario.

En el artículo 381 de la Constitución, se menciona que el Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física, que comprende el deporte, la educación física, y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial. Además, el Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

El gobierno da apertura a lo mencionado, debido a que es una prioridad brindar apoyo al deporte y a la recreación de los ecuatorianos, de tal manera de alentar la práctica deportiva en las personas, posibilitando la disminución del sedentarismo; en esa misma dirección, las empresas privadas y dependencias públicas promueven la práctica deportiva mediante competencias, campeonatos, lo cual determina que empleados y funcionarios se mantengan alejados del potencial consumo de drogas al asumir prácticas deportivas que elevan tanto el espíritu como mantienen sanos cuerpo y mente.

El año 2018, la SETED Secretaria Técnica de Drogas pasó a formar parte del Ministerio del Interior, y de esa manera conjuntamente posibilitar la erradicación del consumo de drogas, a través de la campaña “Estrategia Misión Educación Cero Drogas”, que con el apoyo del gobierno capacitó a los docentes de las

instituciones educativas, a fin de concientizar entre los estudiantes del peligro que implica el consumo de drogas en su organismo (Ministerio del Interior, 2018). Los factores económicos son considerados neutros ya que la industria ha tenido un crecimiento considerable los índices económicos generan que los considerados como nuevos emprendimientos prefieran establecer estrategias nuevas para generar una mayor rentabilidad.

## **ECONÓMICO**

El (PIB) de la economía ecuatoriana, en el primer trimestre del año 2018, registró un crecimiento interanual de 1,9%, con relación al primer trimestre de 2017. (Banco Central del Ecuador, 2017).

En términos de inversión, esto representa un factor positivo para el club de boxeo, lo que hace que tengamos un potencial préstamo, como apoyo gubernamental o privado en diferentes entidades bancarias, a ser financiado a cinco años, con el objetivo de desarrollar el plan de negocios, teniendo en cuenta la situación económica del país.

Según un análisis de la Corporación de Estudios para el Desarrollo del Ecuador (Cordes), sobre la situación económica del país, se señala que el gobierno del presidente Lenin Moreno debe realizar un diagnóstico acertado de la compleja situación económica, considerando que el déficit fiscal en 2017 cerró en cinco mil millones de dólares, es decir, 43% más que en 2016; para enfrentar esta problemática, Moreno se ha visto obligado a buscar inversión extranjera (Cordes, 2018).

Durante los últimos años, la industria deportiva en el país se ha convertido en una de las más poderosas; sin embargo, no todos los deportes tienen el mismo impacto o se los sigue de la misma manera; se estima que tiene un movimiento considerable de dinero.

Dicha industria deportiva se encuentra en el sector “Otros Servicios”, que incluye las actividades de esparcimiento, recreación y entretenimiento, con una variación positiva del 1,2%, que evidencia el interés o apego que tienen las personas por las actividades deportivas y físicas, que determina que la producción de bienes y servicios ha ido creciendo en el país, generando así mayor oportunidad de producción, empleo y, sobre todo, interés por negocios o bienes que genera diversidad de oportunidades para el desarrollo de la práctica deportiva. Véase en anexo 1 la Contribución y variación del VAB por industria.

### **PIB NO PETROLERO**

Este resultado interanual del PIB se explica principalmente por el desempeño del sector No Petrolero, que registró un aumento de 2,7%; mientras que el VAB Petrolero presentó una tasa de variación negativa de 5,8%. (Banco Central del Ecuador, 2018)

Desde la perspectiva oferta - utilización, la formación bruta de capital fijo registró un crecimiento interanual de 5,5 %; el consumo final de los hogares 4,6%; el consumo final del gobierno 1,3 %, y las exportaciones de bienes y servicios 1,1%. Adicionalmente, las importaciones de bienes y servicios se incrementaron en 8,4% respecto a igual trimestre del año anterior (Banco Central del Ecuador, 2018).

### **DESEMPLEO**

El desempleo en el país ha crecido en comparación con el año 2017 que se encontraba en el 4,4%, en 2019 aumentó al 4,6% (INEC, 2019). Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC, Ecuador es uno de los países con la tasa de desempleo más baja de la región, en el 2018 cerró con el 3,7% la tasa más baja en los últimos cuatro años (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018). El empleo adecuado para personas que perciben ingresos iguales o superiores al salario mínimo, se ubicó en el 40,6 % al cierre del 2018 (Senplades,2018).

## **SOCIAL - ECOLÓGICO**

### **NIVEL SOCIO ECONÓMICO AGREGADO**

#### **NIVEL SOCIO ECONÓMICO**

Según el (INEC, 2017), Ecuador está representado por una pirámide jerárquica de nivel socioeconómico, que clasifica a los hogares ecuatorianos en base a diversos criterios, como: característica de vivienda, bienes, tecnología, hábitos de consumo, educación y economía, al respecto, se logró determinar cinco estratos sociales: D, C-, C+, B y A. El anterior Ministerio del Deporte, desde el año 2010, ha llegado a diferentes sectores mediante programas y servicios, que se han impartido y realizado a lo largo de estos años. En lo que respecta al club de boxeo se cuenta con un amplio sector de personas que cuentan con un nivel socio económico C+, B y A lo que hace favorable y factible el poder implantar el club brindando una mejor calidad de vida y recuperación por medio del deporte para los posibles clientes.

#### **USO DEL TIEMPO**

La distribución del tiempo en Ecuador está dividida en trabajo remunerado, no remunerado y actividades no productivas. En las actividades no productivas se establece el uso del tiempo personal, especificando el tiempo de convivencia social, pasatiempos y deporte, así, los hombres emplean 10:17 horas a la semana en convivencia y actividades deportivas, mientras que las mujeres emplean 9:54 horas semanales (INEC, 2012).

En el país, con respecto al año 2006, ha aumentado en 8,7 puntos el número de personas que practica deportes; para el 2014, el 42% de los ecuatorianos mayores de 15 años practican algún tipo de deporte, de los cuales el 50,2% son hombre y el 25,3% mujeres. El deporte ha aumentado en las personas a nivel país y eso favorece a nuestro proyecto, los deportes de impacto han crecido de manera considerable haciendo atractivo y con buenos ojos la implantación del box como una salida para los problemas de consumo de alcohol y drogas.

De enero a mayo de 2017, el Ministerio de Salud atendió a 8.554 personas por problemas relacionados con los estupefacientes. La edad promedio del primer consumo de drogas es a los 14 años; la marihuana es la más consumida con el 35,2%, le siguen los inhalantes con el 29,2%; las demás sustancias son repartidas en porcentajes variados para el consumo de drogas (El Universo, 2014). Según el Ministerio de Salud Pública, en el 2018, señala que 250.000 personas tendrían problemas por el consumo de alcohol y drogas, cifra que se incrementó en comparación con el año pasado. Esta cifra fue recogida por la atención que recibieron los 480 centros ambulatorios.



Figura No 1: Acceso a drogas en el Ecuador  
Tomado de: CONSEP, 2017

Los jóvenes representan el 20% de la población del país. Según el INEC, en el 2017 había aproximadamente 3.404.891 jóvenes (personas entre 18 y 29 años). De esta cifra, el 18,4% consume cerveza, el 10,5% tienen apego al cigarrillo y el 7,6% se inclinan al consumo de bebidas alcohólicas.

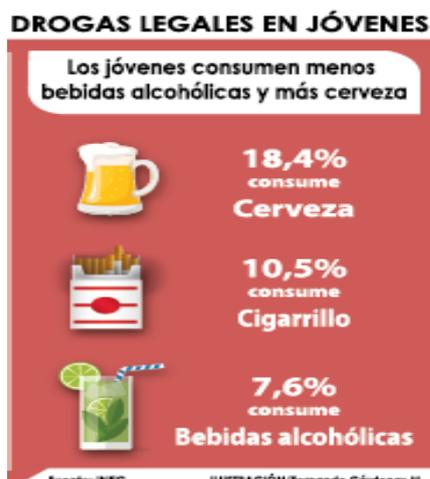


Figura No 2: Acceso al consumo de drogas legales en jóvenes.

Tomado de: INEC, 2016

Los factores sociales son favorables ya que existe una amplia población que gusta y disfruta de la actividad física en el uso del tiempo libre y los cuales cuentan con un poder adquisitivo considerable para optar por un servicio privado.

## TECNOLÓGICO

En el ámbito tecnológico, Ecuador continúa creciendo en el acceso a las tecnologías de la información comunicación (TICs), que constituye un derecho de todos los ciudadanos. El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, promueve el uso de servicios tecnológicos de primera, por medio del acceso a Internet, dotación de equipamiento y capacitación a niños, jóvenes y adultos. En pleno siglo XXI, aún existen los analfabetos virtuales; es obligación del gobierno capacitar y promover las nuevas tendencias que se implementan en la actualidad (Moreira, 2018).

Este factor se ha convertido en parte fundamental de nuestra vida cotidiana y, en mayor medida, en los adolescentes y jóvenes, conforme un estudio realizado por el Sistema Integrado de Comercio en el 2017 (Sisco) tres billones de personas tienen o cuentan con una red social, para el año 2021, el 80% de la información fundamentalmente será audiovisual, por lo cual es esencial y

beneficioso contar con este factor tecnológico, a fin de generar todo el contenido audiovisual con fines de publicación y promoción; es necesario considerar este soporte de herramientas para llegar a un mayor número de personas a un bajo costo, y con alcance nacional e internacional.

El factor tecnológico es considerable al punto de generar diversas campañas de comunicación, pauta, promoción entre otros de forma que se pueden optimizar recursos y llegando a una mayor cantidad de población a un costo significativamente menor.

Se ha determinado mediante la investigación y evaluación de los factores externos que en el ámbito político y económico de las entidades públicas y gubernamentales facilitan el desarrollo de los modelos económicos de la industria de enseñanza.

Por otra parte, dentro del ámbito social en resumen existe una concientización hacia el aprendizaje de nuevos elementos de conocimiento provocando una demanda creciente en la industria dentro del territorio local, finalmente, en el ámbito tecnológico para la industria se han implementado al mercado nuevas herramientas de comunicación que facilitan el acceso a cualquier tipo de información generando una fortaleza para la industria.

## 2.1.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA (ANÁLISIS PORTER)

- P —> ENSEÑANZA
- P85 —> ENSEÑANZA
- P854 —> OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA
- P8541 —> ENSEÑANZA DEPORTIVA Y RECREATIVA
- P8541.01 —> ENSEÑANZA EN ADIESTRAMIENTO DEPORTIVO:  
BEISBOL, BÁSQUETBOL, VOLLEYBALL, FÚTBOL, ETC.

### AMENAZA DE ENTRADA NUEVOS COMPETIDORES (MEDIA)

Se debe tener en cuenta aspectos como el costo de inversión, debido a que se requiere un elevado capital inicial para el correcto funcionamiento, uno de ellos puede reflejarse en el costo del terreno según su ubicación o del costo del alquiler de la infraestructura, herramientas y maquinarias, como juegos, equipos mecánicos y no mecánicos, entre otros.

Uno de los principales factores que se presenta como **obstáculo de entrada** a la industria, es la inversión que se efectúa para poner en marcha una instalación deportiva.

Según las normas, en la ciudad existen requisitos previos para el funcionamiento del mismo, como permisos otorgados por parte del gobierno o del municipio; se debe tomar muy en cuenta que existen varios pasos para obtener los permisos de funcionamiento como el Registro Único de Contribuyentes - RUC, la aprobación de la SUPERCOM (Superintendencia de Compañías, 2019), permisos de seguridad industrial, bomberos, municipalidad adecuaciones de la infraestructura, normas de seguridad, seguros, entre otros, por lo tanto, el nivel de entrada de nuevos competidores podría catalogarse como MEDIO.

## **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES (ALTO)**

En el ámbito nacional existen 7 empresas dedicadas a la manufactura de implementos deportivos las cuales nos muestra que 5/7 compañías están establecidas en la ciudad de Quito; es de sumo conocimiento que existen otras empresas reconocidas que se dedican a la confección de implementos deportivos, pero, quizá, entran en otra industria con diferente CIIU; las empresas cuentan con una oferta limitada, lo cual ayuda a los negocios a cumplir con los diferentes aspectos y tener una posición de costo - beneficio entre industria y proveedor (Superintendencia de Compañías, 2019). Véase en anexo 2. Tomado de: Superintendencia de compañías 2018.

En la ciudad de Quito, las empresas más representativas son Chango Sports Cía. LTDA., Invictus Sport Cía. LTDA, tienen un gran alcance en la industria manufacturera, por ello se consideran de las más llamativas a la hora de elegir un proveedor, ya sea por la variedad y facilidad que tienen las diferentes empresas, clubs o equipos al poder elegir o adquirir alguno de los diferentes implementos deportivos, es por esto que cada empresa cuenta con su punto diferenciador, que hace factible o accesible comunicarse para la adquisición de cualquier insumo deportivo.

## **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES (BAJO)**

El poder que tienen los potenciales clientes o consumidores al momento que desean adquirir un producto o servicio que dispone esta industria, es baja, lo cual no constan empresas que ofrezcan este tipo de servicio dado que cada una de las empresas debe enfocarse en las necesidades específicas del cliente, implementar diferentes estrategias de marketing, que debe estar en sintonía con las metas del negocio (Oropesa, 2018) para así dar satisfacción al cliente y fidelizarlo.

La industria a la que estamos enfocados debe captar potenciales clientes, que estén de acuerdo y a gusto en el negocio, es decir, la diferenciación, el precio, la

accesibilidad y los medios de interacción que se va a ofrecer; esta es una oportunidad debido a que no existen muchos negocios de este tipo, por lo que el cliente no cuenta con varias alternativas, y tiene que optar por el que mejor le parezca o convenga, considerando que la mayoría cuenta con planes de membresías, o planes de financiamiento, que en cuestión de precios no varía mucho entre uno u otro proveedor.

### **AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS (ALTO)**

En este segmento, “amenaza de productos sustitutos”, dentro del CIU P (Enseñanza), existen 507 empresas registradas; por otro lado, también se toma en cuenta a la industria R (Artes, Entretenimiento y Recreación) la cual cuenta con aproximadamente 900 empresas registradas (Superintendencia de Compañías, 2019), al ser una industria que atiende a la enseñanza deportiva recreativa, se presentan varios productos considerados sustitutos, ya que ocupan el tiempo y dinero que las personas están destinando a la recreación ya sea deportivo o de bien común para las diferentes actividades que se realizan a diario, o como distracción de las mismas, como ejemplo tenemos: cines, spas, parques de atracciones, bares, discotecas, teatros, entre otros. Los productos sustitutos que entran en mayor competencia son aquellos que mejoran la relación precio / rentabilidad con respecto al producto de la empresa. En este sentido, y en base a lo anotado anteriormente, se puede inferir que el nivel de productos sustitutos es ALTO.

### **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES (MEDIA)**

En el país existen 20 empresas que constan con el CIU de la industria que nos vamos a enfocar. Según la Superintendencia de Compañías, 7 empresas se encuentran en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha (Superintendencia de Compañías, 2019). Las principales empresas en la ciudad de Quito que están activas son BluePadel Cía. Ltda.; Escufav S.A.; LK Fútbol Cía. Ltda. (Superintendencia de Compañías, 2019). Es importante mencionar que aunque

tengan el mismo CIUU, estas empresas no cuentan como competencia directa ya que no siguen una misma línea de negocio.

Por otro lado, existen gimnasios donde se realiza este tipo de enseñanza, cabe recalcar que podrían estar ubicadas en otro sector más no en el de enseñanza como tal como es el Gimnasio de Cotocollao y el de San Juan, que se encuentran en el centro norte de la capital y serían competidores indirectos (véase en anexo 03 la rivalidad de la industria).

### 2.1.3. MATRIZ EFE

Tabla No 1: Matriz EFE

OPORTUNIDADES	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN
Aumento de personas hacia la práctica deportiva	0,15	3	0,45
Realizar alianzas con centros de rehabilitación	0,1	4	0,4
Pocos competidores directos en la industria	0,05	1	0,05
Variedad de posibles proveedores	0,1	4	0,4
Alto nivel de uso de Tics	0,15	2	0,30
Poca diferenciación en la industria	0,05	3	0,15
<b>AMENAZAS</b>			
Existencia de gran número de productos sustitutos	0,1	4	0,4
Inversión alta	0,1	4	0,4
Permisos requeridos	0,05	3	0,15
Obstáculos de entrada	0,1	2	0,1
Presencia en medios digitales	0,05	1	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,85</b>

#### Conclusión:

Una vez realizada la matriz EFE, se demuestra la siguiente puntuación total de 2,85, que es mayor al promedio (2,5) e indica que para iniciar un oficio en este tipo de industria, habría éxito sobre el plan que se ha planteado. Los ecuatorianos en promedio destinan una hora al día en la recreación u ocio, por tanto, teniendo con las pautas y guías necesarias podríamos llegar a que realicen algún tipo de deporte.

Un valor importante es la diferenciación, factor clave dentro de la industria, en este caso, la diferenciación deriva del nivel de innovación del servicio y la experiencia que se les brinde a los clientes.

Sabemos que podemos aprovechar las oportunidades y, en cierta parte, fortalecernos de un gran cuadro marcado como son las amenazas, diferenciándonos de la competencia a través de estrategias que nos hagan mejorar. Es importante destacar la misión y filosofía del negocio que pretendo, y a donde deseo llegar, en el cual interactúan lo económico, el servicio y el impacto social.

#### **2.1.4. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO:**

- El gobierno promueve la práctica deportiva y recreacional como una estrategia de desarrollo integral de las personas, lo cual facilita la creación de un negocio de dicha industria.
- El Estado impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial de forma que ayude sin restricciones a la creación del centro deportivo
- En la industria de entretenimiento y recreación consta un mercado que está en constante crecimiento, integro a que los individuos han incrementado su participación en el uso del tiempo libre, hacia la práctica de algún deporte en los últimos 10 años.
- Las empresas buscan adaptarse a nuevas tecnologías, herramientas y tendencias para generar mayor impacto y contacto con el cliente, y así facilitar su gestión y control, así se reduce y maximiza recursos.
- Dentro de las barreras de entrada a nuevos competidores no existe estrictas regulaciones y altos requerimientos de inversión, por lo cual la opción a triunfar es media aceptable.
- Los consumidores tienen diversas opciones para la elección de diferentes instalaciones la que este más acorde a los requerimientos solicitados; lo que marca la diferencia es que un negocio dentro de esta industria debe ofrecer un valor agregado diferente al de sus competidores.

### **3. ANÁLISIS DEL CLIENTE**

El presente capítulo tiene como objetivo la recopilación y análisis de información encontrada; el tipo de investigación que se empleó en el presente plan de negocios, que sirve como base para su aceptación en el mercado, por lo cual se identificará aspectos claves como las necesidades del cliente y preferencias para un club de boxeo, que serán usadas como oportunidades para generar estrategias de acuerdo con los resultados obtenidos.

#### **3.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Determinar si existe mercado potencial para la creación de un club de boxeo para personas con problemas de drogadicción y alcoholismo ubicado en la ciudad de Quito.

##### **❖ PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN**

Prever el comportamiento de los consumidores por medio de las preferencias, gustos, apego, aprendizaje e identificación que tengan por el boxeo en la ciudad de Quito.

##### **❖ OBJETIVOS**

- ✓ Determinar si las personas con problemas por consumo de sustancias psicotrópicas se adaptarán a este programa.
- ✓ Determinar si las personas con problemas de alcoholismo y drogadicción están dispuestas a participar en un club de boxeo.
- ✓ Identificar cuanto están dispuestos a pagar los consumidores por esta alternativa como terapia y servicio de enseñanza de boxeo.
- ✓ Identificar el tiempo que dedicarían las personas a la práctica del boxeo.
- ✓ Determinar lo que impulsa a las personas a la práctica del boxeo.

#### **3.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:**

Se lo ejecutó pensando básicamente en los aspectos geográficos, demográficos y psicográficos, con características y datos como número de habitantes de 18 años en adelante, que consuman alcohol o drogas de la ciudad de Quito, su nivel socioeconómico, opción por el deporte, entre otras.

Tabla No. 2: Segmentación

SEGMENTACIÓN	INFORMACIÓN	POBLACIÓN	%.
Segmentación Geográfica	Ecuador (Inec, 2019)	16.888.132	100%
	Quito	3.116.111	18%
Segmentación Demográfica	Personas de 18 a 29 años (Inec, 2019)	552.054	18%
	Quintil económico A B C+ (Inec, 2018)	164.372	35,9 %
Segmentación Psicográfica	Actividad física (Inec, 2014)	81.693	49,8 %
	Personas con consumo de alcohol y drogas (Inec, 2012)	31.280	38.3%

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Es necesario puntualizar que el presente plan de negocios cuenta sólo con el método de investigación cualitativa, que se basa en las entrevistas a profundidad. No pudimos estructurar el método de investigación cuantitativa debido a que las personas (pacientes) que asisten a los centros de rehabilitación, por su misma condición, están amparadas por un sistema de anonimato, que es regla en los centros de rehabilitación del país; en este sentido, no fue posible realizar el “focus group” y la recopilación de información mediante encuestas, optando por las entrevistas a profundidad con los directores o encargados de los diferentes centros especializados - CETAD, que se ocupan del tratamiento de alcohólicos y drogadictos, de quienes pudimos recopilar información y diferentes criterios que nos ayudaran a estructurar el presente plan de negocios.

### 3.3. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

#### 3.3.1. Entrevistas a profundidad

Las entrevistas a profundidad se realizaron a personas expertas, con formación académica, experiencia e incluso vivencias sobre el tema que nos ocupa. Así, en nuestras visitas y entrevistas encontramos a directores, encargados y profesionales de los diferentes CETADS de la ciudad de Quito, quienes cotidianamente enfrentan y están inmersas en la problemática que vamos a tratar; nos contaron sus experiencias, problemas, motivaciones, dudas, perspectivas, que nos ayudan a estructurar y clarificar el plan de negocios que tenemos en mente, ya que partimos de conocer un poco de cerca esta compleja problemática, y así tener mejor orientadas nuestras inquietudes e interrogantes

sobre el presente trabajo. Véase en anexo 05- Cetads en la ciudad de Quito que funcionan con el respectivo con permiso.

**Entrevista Nro. 1**  
**Doctora Andrea Cevallos**  
**Hospital Voz Andes - Centro Médico UDLA**  
**Doctora General**

Se concluyó que esta es una problemática social y recae principalmente en la sociedad; otro aspecto es la falta de oportunidades laborales, la falta de guía y la adecuada formación de las personas; determina que esto se va complicando. De otra parte, este problema no se lo puede erradicar fácilmente, existen países que legalizan la droga, Ecuador es un país de tránsito de estupefacientes y contrabando de alcohol, así, la sociedad ve como algo normal el consumo de las mismas; por otro lado la práctica deportiva en las personas que se encuentran en los diferentes centros de rehabilitación mejoraría su proceso de recuperación.

**Entrevista Nro. 2**  
**Misión Desafío Juvenil**  
**Dr. Jefferson Minda, Psicólogo Clínico**  
**Director del Centro**  
**Calderón**

Esta entrevista nos abrió un debate, el experto apunta que el consumo de alcohol y drogas es un problema social, que se iniciaría en las reuniones familiares o las llamadas fiestas con amigos; inicialmente nos convertimos en dependientes del alcohol o de otra sustancia, por lo cual pensamos desde la adolescencia que sin alcohol no hay diversión. Lastimosamente, puntualiza, que la crianza fue así; el problema de la sociedad radica en el pensamiento que hoy en día tienen los jóvenes.

**Entrevista Nro. 3**  
**CADUM**  
**Lcda. Miriam Maldonado**  
**Valle de los Chillos**

Hoy en día, el consumo de drogas y alcohol es un problema que invade a la sociedad; las personas consumen este tipo de sustancias ya sea para socializar, para no ser rechazadas o por experimentar, allí es donde radica el problema. Estamos inmersos en esta situación por la facilidad de encontrar estas sustancias, por su expendio y venta libre. Sobre el programa de rehabilitación cuenta con varias actividades, el deporte es una de ellas, un factor clave para que el paciente se pueda rehabilitar.

**Entrevista Nro. 4**  
**Casa de la Niñez 2 Patronato San José**  
**Rommel Artieda, Coordinador**  
**Armenia 2**

Nos habla que el consumo que tienen hoy en día los jóvenes y adultos lo considera un agravante, que pone en evidencia el problema que vive nuestra sociedad; a decir verdad, la falta de conocimiento y de educación en los más jóvenes hace que este problema sea más común cada día; la facilidad de conseguir las llamadas bebidas sociales, o poder adquirir drogas hasta a domicilio, es un problema muy preocupante que esconde una triste realidad. La migración es un factor que llevó a la desintegración, a que las familias se desmoralicen tanto en su estructura como en el cariño de hogar que siempre se necesita.

**Entrevista Nro. 5**  
**CETAD Carlos Díaz**  
**Dr. Carlos Vallejo, director**  
**La Vicentina**

Actualmente, el consumo de alcohol y drogas se ha convertido en el pan de cada día; va en aumento los índices de personas que recién empiezan su adolescencia, convirtiéndose en un problema en el país, esto se debe a la accesibilidad que tienen las personas para adquirir dichas sustancias, igual que el déficit de control y el expendio ilegal son factores que se deben erradicar de raíz.

**Entrevista Nro. 6****Libertad CETAD****Psicóloga Clínica Marlena Vásquez, directora****Guayllabamba**

Respecto al consumo de alcohol y drogas, hay que poner énfasis en que el alcohol es una droga igual que el tabaco, simplemente ha sido mucho más naturalizada, por este concepto de legalidad, el acceso es sencillo y la problemática radica en que cualquier persona puede conseguir diferentes tipos de sustancia, lo cual tiene su inicio en la dinámica familiar, cuando un niño es desprotegido se convierte en un adolescente desprotegido; hay pacientes que nos cuentan que su inicio en el consumo de alcohol empezó en sus familias. Véase en anexo 06-Charla prevención de consumo de adicciones.

**Entrevista Nro. 7****Sagrado Corazón****Director Rubén Chiriboga****Pomasqui**

Manifestó que el consumo de alcohol y drogas en las personas se da por varios factores que involucran a la sociedad en sí, el ámbito familiar, los hábitos que se dan con personas cercanas y también la migración forman parte de esta problemática que sucede a nivel país, por otra parte la manera de enfrentar esto es educar a las personas, brindándoles capacitación e incluso no excluirlos ni señalarlos.

**Conclusión General:****Conclusión:**

Las entrevistas a profundidad que se realizó en seis de los nueve Centros especializados en el tratamiento de alcohólicos y drogadictos CETAD, y a una doctora general, se lo hizo de la mejor manera; mostraron la mejor predisposición de colaborar y ayudar a recopilar la información para el presente plan de negocios.

Al respecto, podemos deducir y evidenciar los principales aspectos que se reseñan a continuación, como soporte para estructurar nuestro proyecto:

**La migración.** - La desintegración familiar, fundamentalmente por el tema económico, incide en la falta del calor de hogar, la guía del padre, la madre para continuar por el siempre difícil camino de la vida.

**La deficiencia en la dinámica familiar.** - No siempre es entendido y apoyado quien ya cae en el problema de la drogadicción y el alcoholismo; hasta que la familia más próxima no se dé cuenta del todo, aquel familiar enfrenta una situación muy dolorosa y grave.

**La violencia.** - Lamentablemente, el consumo de drogas y alcohol lleva inevitablemente a generar y a vivir en medio de incidentes, peleas, enfrentamientos, el robo, demandas, presencia en dependencias policiales y de justicia. El tema de la violencia es inevitable, muy unido y paralelo al mundo de las drogas y el alcohol.

**Inclusión en un grupo social.** - Este tema es mucho más cercano en los jóvenes, en los estudiantes de colegios, en el barrio; la persona para ser admitido como parte de un grupo, en la gallada, en muchas ocasiones tiene que pasar por la iniciación, que es una especie de rito en las pandillas, ahí es cuando se inmiscuye en sus primeros tragos, aprende a fumar y otros vicios.

**La curiosidad.** - También empuja, incide como factor de enganche al consumo; las personas por naturaleza, por desconocimiento, por experimentar, poco a poco se van metiendo en ese mundo oscuro, y si no tienen una guía, apoyo y comprensión, será muy difícil que puedan salir del mismo.

**La soledad.** - Anteriormente señalábamos que la migración es un aspecto bastante complicado, del cual se deriva la soledad, especialmente de los jóvenes, aunque no exclusivamente, porque también hay personas adultas a las que su familia les ha abandonado a su suerte, lo cual también se da en jóvenes, dándose casos que se convierten hasta en indigentes, ya que lo único que les queda es la calle, los parques.

Estos son algunos de los tantos factores del porqué las personas se inclinan al consumo de estas sustancias. El deporte como medio de rehabilitación para los pacientes, es muy indispensable para las personas, para evitar recaer en el consumo de sustancias psicotrópicas y salir de las mismas, forma parte de la terapia que necesita un paciente; existen programas de rehabilitación en los que el deporte forma parte de la rehabilitación de los pacientes. Por otro lado, el **plan de negocios** “Un golpe a la esperanza”, es muy bien visto, tiene buenos criterios en los seis centros de rehabilitación visitados; se ha señalado como propuesta nueva e innovadora, que se debería poner en marcha; tenemos el apoyo total para desarrollar este plan en los centros con una propuesta bien estructurada, planificada. Tendríamos la aceptación de los centros a los que acudimos.

El costo por el servicio propuesto se ha mencionado podría oscilar entre 25 y 30 dólares, dependiendo de horarios, frecuencia del servicio, el centro de rehabilitación. La mejor opción sería realizar la actividad en los CETAD, de forma que la organización esté correctamente planificada, se haga el seguimiento constante para conseguir los resultados deseados. La apertura sería total y el espacio que nos brindarían en su centro para realizar la práctica del mismo ayudaría mucho en el proceso de recuperación que necesitan los pacientes; en definitiva, el proyecto con el plan de negocios planteado es muy bien visto por los diferentes directores, profesionales y encargados de los centros, por los beneficios y apoyo que recibirían los pacientes mediante el programa de desintoxicación con la práctica deportiva del box.

## 4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

### 4.1 DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Luego de analizar la información obtenida en los tres primeros capítulos del presente trabajo, se puede identificar los mecanismos aplicados, entrevistas realizadas a profesionales e instituciones. Consideramos que este proyecto es viable para su aplicación en centros de rehabilitación que lo requieran.

Las actividades físicas y recreativas en las personas han aumentado en 8,7 puntos, integrando a niños, adolescentes y adultos, contribuyendo de forma importante en la disminución del sedentarismo. En esa misma dirección, las empresas privadas y dependencias públicas promueven la práctica deportiva mediante competencias, campeonatos, lo cual determina que empleados y funcionarios se mantengan alejados del potencial consumo de drogas, ya que con la práctica deportiva elevan tanto el espíritu como mantienen sanos el cuerpo y la mente.

Como hemos mencionado al inicio de este trabajo, la inclusión del boxeo, como práctica deportiva en los centros de rehabilitación para jóvenes, es una oportunidad para que las personas posibiliten un cambio en su entorno, igual que se generen resultados positivos en su proceso de rehabilitación; además, según los datos obtenidos, el mayor porcentaje de personas acepta que la propuesta se realice en los centros de rehabilitación por las condiciones y el proceso de recuperación que necesitan los pacientes, lo cual sería una buena opción para los centros de rehabilitación que funcionan en el resto del país. Tomando en cuenta la cantidad de pacientes que se encuentran en los seis Cetads antes mencionados contamos con **145** posibles clientes en total que formarían parte del club y del programa de rehabilitación.

Como parte del análisis del entorno, se ha evidenciado que esta problemática tiene incidencia en jóvenes y adultos de la ciudad de Quito. De otra parte, la práctica deportiva es una actividad motivadora para las personas; en relación a la presente propuesta, puede realizarse de manera frecuente, ya como

mecanismo de defensa, diversión o relax, más aún si se trata del sexo masculino, que si bien de manera común practica fútbol o vóley, puede generar interés por deportes en los que se apela a la fuerza, destreza mental y física, como es el caso del box, que se ha convertido en uno de los deportes más llamativos en la población y uno de los más aceptados para realizarse en los centros de rehabilitación.

En el ámbito **político** con repercusión en lo social, se puede señalar que el gobierno ofrece un importante apoyo a la práctica deportiva (factor positivo para la creación del club propuesto), considerando que el mayor propósito de la iniciativa es apoyar a las personas inmersas en el problema, con el soporte de normas vigentes, regidas en instancias gubernamentales.

En el aspecto **económico** se puede inferir que un club de estas características sería de gran valía no sólo en la ciudad de Quito, sino en todo el país, de tal manera que, por su importancia y necesidad, tendría un positivo impacto, posicionándose el club de manera efectiva como una oportunidad de negocio. Por otra parte, es importante mencionar que el desarrollo económico del país en los últimos años ha permitido que varias empresas puedan desarrollarse de mejor manera; que, a través de préstamos, financiamientos, inversiones por parte de instituciones gubernamentales, han generado beneficios por sí mismas.

En lo **social** el impacto también sería positivo, evidenciándose la aceptación por parte de jóvenes y adultos, conociéndose que en la actualidad el tema de drogas es una realidad que silenciosamente está carcomiendo las bases fundamentales de la sociedad. Según el INEC (2015), señala que el 37,3% de la población nacional dedica su tiempo personal para pasatiempos deportivos, identificando una gran cantidad de mercado potencial que, de alguna manera, podrá interactuar con el negocio propuesto en el desarrollo de la práctica de actividades físicas y deportivas.

El ámbito **tecnológico** genera grandes aportes para el sector de la enseñanza, con diversos sistemas, equipos y TIC's modernos, que inciden en el aumento y generación de valor agregado, lo cual determina que nuevas empresas mejoren su potencialidad promocional, ventas, oferta de productos o servicios finales. Por otro lado, el número de proveedores es mayor en comparación a años anteriores, por lo que se puede adquirir implementos y equipos a menor costo.

Dentro del análisis PORTER, se observa que la industria presenta barreras de entrada respecto al tipo de inversión, debido a los costos que puede generar el mantenimiento y construcción de una instalación deportiva.

Asimismo, otra oportunidad que se debe considerar es que existen varios proveedores de productos relacionados con la actividad deportiva propuesta, que cuentan con insumos e implementos de calidad, que beneficiarán a sus clientes.

Según la Superintendencia de Compañías, en esta industria existen siete empresas registradas, lo cual motiva a que nuevas empresas sean parte de esta industria al saber que no existe mucha competencia.

Es importante mencionar que, aunque tengan el mismo CIIU, estas empresas no tienen competencia directa, ya que no siguen una misma línea de negocio, así, no se tendría una competencia similar, ya que son pocos los centros que fomentan o realizan deporte como actividad de apoyo al uso de drogas y sustancias psicotrópicas. Además, esta iniciativa tiene como agregado una alternativa humana de apoyo social para personas con adicciones que, para su proceso de rehabilitación, recuperación necesitan adecuadas condiciones, sin embargo, existen productos o servicios sustitutos relacionados con la actividad física y práctica deportiva.

Al momento de realizar la investigación de mercados, se pudo identificar qué actividades como esta no se realiza en los diferentes centros, evidenciándose la práctica de deportes tradicionales. Se deduce que el acondicionamiento físico es una buena opción para tratar a este tipo de personas, ofreciéndoles algo nuevo y diferente.

Existe mercado y, por parte de los diferentes directores de los centros, mostraron un gran interés para que sus pacientes sean parte de un programa deportivo de desintoxicación por medio del box, disciplina que beneficiaría al mejoramiento y calidad de vida de las personas lamentablemente inmersas en esta problemática, al ser parte de un servicio de fortalecimiento mental y físico, que les permita compensar y eliminar el abuso y los problemas que aquejan por el consumo de estas sustancias, cediéndoles y facilitándoles técnicas y nuevas actividades para mejorar su proceso de recuperación / rehabilitación.

Es potencial la oportunidad de negocio para el club de boxeo en la ciudad de Quito, cuyo público objetivo se orientaría a personas de 18 años en adelante, que acuden a los diferentes CETADS de la ciudad, y que deseen realizar actividad física como el box, así como los **beneficios** que la práctica deportiva conlleva para la recuperación de pacientes, disminuyendo la ansiedad por el consumo de drogas, así, la oportunidad para el plan de negocio es alta, considerando que este tipo de programas se han realizado en distintos países con un alto nivel de aceptación, por los beneficios para los pacientes de los centros y sus familias, elementos positivos por todo lo que implica apoyar a personas del peligroso y nefasto mundo de las drogas, para transformarlas en seres con la suficiente autoestima de sí mismos.

La oportunidad de negocio no sólo lo dimensionamos en el plano estrictamente económico, sino que lo más destacado del proyecto sería el servicio que con rostro humano se ofrecería a las personas que en determinado momento fueron excluidas por la sociedad, es darles una oportunidad con un trato nuevo y diferente, es revalorarlas en su yo interior y frente a la sociedad. No pudiera darse mejor resultado que mirar a una persona volverse a levantar, salir de lo más bajo en lo que pudo caer, y si se lo hace con comprensión, con bondad y compromiso, sería la mejor oportunidad, el mayor rédito de negocio que nos hayamos planteado; si logramos arrancar a una sola persona de ese nefasto mundo, estaremos convencidos y convenceremos al resto que hemos tenido la mejor y más exitosa oportunidad de negocio.

## 5. PLAN DE MARKETING

### 5.1 ESTRATEGIA GENERAL

El proyecto propuesto para la creación de un club de boxeo para personas con problemas de drogadicción y alcoholismo incluye actividades deportivas e inclusivas, que por su concepción lo harían único al momento de elegir un centro de narcóticos, los llamados CETAD.

Se ha enfocado en la estrategia de **Diferenciación**, “Hacer diferencias reales en la oferta del mercado para crear un valor superior para el cliente” (Porter, 2017), debido a que en la investigación de mercados se pudo establecer que en la ciudad de Quito, los centros de rehabilitación buscan actividades nuevas, innovadoras, con un mayor grado de adrenalina cuando se trata del contacto físico, a fin de contrarrestar el síndrome de ansiedad en los pacientes, y no las actividades tradicionales como el fútbol, vóley, entre otras; nos planteamos brindar un servicio con características distintas, que sean atractivas para los pacientes y únicas a la hora de vivirlas, sentir un estado de pertenencia, el cual nos ayudará a crear lealtad y mayor alcance para los pacientes .

El principal factor es mejorar y satisfacer las necesidades de pacientes inmersos en esta problemática, grupo poblacional para el cual casi no hay opciones, sumiéndolos en la marginación y olvido, ya que quizá en el país no existen este tipo de clubs especializados en box, que brinden un verdadero servicio con el respectivo acompañamiento profesional, actividades físicas acorde al deporte y de convivencia con la comunidad.

La ventaja que tendría el plan de negocios sobre su competencia directa o indirecta sería el servicio al cliente, la fidelización al mismo, participación del mercado objetivo en las distintas actividades proyectadas y el servicio puerta a puerta, por lo que plantearemos la estrategia conocida como **más por menos**, contar con un servicio de calidad, personalizado, de bajo costo, que lo diferenciaría de la posible competencia.

		Precio		
		Más	Lo mismo	Menos
Beneficios	Más	Más por más	Más por lo mismo	Más por menos
	Lo Mismo			Lo mismo por menos
	Menos			Menos por menos

Figura Nro. 3: Estrategia de posicionamiento

Tomado de: Marketing Estratégico

### 5.1.1 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo que hemos elegido cuenta con varios factores y datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. El mercado seleccionado se ubica en un segmento poblacional de los 18 años en adelante, asistentes a los diferentes CETADS de la ciudad de Quito, que serían nuestros potenciales usuarios, y tendrían la respectiva ayuda del club de box, que funcionaría en los centros de rehabilitación, considerando que el programa de rehabilitación, como uno de sus principales aspectos, tiene la práctica deportiva; iniciativa que está planteada para los diferentes CETADS, que tendría la concurrencia de personas de un estatus social medio, medio alto y alto, quienes pueden tener el respaldo de sus padres, familiares o allegados.

La aceptación obtenida de la iniciativa (negocio) nos dieron a conocer los diferentes directores, profesionales o encargados de los centros de rehabilitación, personas que han consumido estupefacientes, además de profesionales médicos que, de alguna forma, viven esta problemática a diario, a quienes les gustaría contar con este servicio en los CETADS, y que al parecer tendría aceptación.

Los seis centros de rehabilitación que visitamos y conocimos son pagados, en total cuentan con **145 pacientes**, cifra que aumenta cada bimestre (previsiblemente, ingresa un paciente por centro), para lo cual se plantea

asistencia a las puertas de cada uno de los Cetads, brindando servicio a domicilio, y efectuándolo en el mismo centro de rehabilitación, formando así una alianza, en la cual el servicio será parte del programa de desintoxicación para cada paciente.

Se obtendrá una oficina para ofrecer información sobre quiénes somos y poder ampliar nuestro servicio a los diferentes Cetads, material audiovisual, sitio web y estadísticas de nuestros clientes, forjando un mejor desarrollo al ser parte del programa de desintoxicación. En proyección, se intentaría que todos los Cetads formen parte de este programa deportivo.

Tabla No 3: Segmentación de mercado

<b>Geográfica</b>	<b>CETADS Ubicados en:</b> Valle de los Chillos, La Armenia, Guayllabamba, Calderón, La Vicentina, Pomasqui
<b>Demográfica</b>	<b>Género:</b> Masculino y Femenino <b>Edad:</b> 18 años en adelante que pertenezcan a los diferentes CETADS de la ciudad de Quito
<b>Psicográfico</b>	<b>Nivel Socioeconómico:</b> Medio, Medio Alto, Alto
<b>Conductual</b>	<b>Condición psicológica:</b> Jóvenes y adultos con problemas en el consumo de drogas y alcohol. <b>Interés:</b> Personas interesadas en practicar el deporte (box)

### 5.1.2 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor constituye una serie de ventajas o diferenciadores que una empresa ofrece a los clientes (Osterwalder A. , 2012). La propuesta de valor se basa en posicionarse en el servicio, ofreciendo calidad y diferenciándose de las demás empresas, considerando las actividades y experiencia que vive el cliente en el club de box, ofreciéndole servicio puerta a puerta, actividades que llenen su expectativa, actividades lúdicas, de esparcimiento, que incluya programas de convivencia con otros centros de rehabilitación, torneos entre sí, que ayuden a forjar y a realizar actividad deportiva en estos centros como parte de su programa de recuperación, a creer en ellos, que se sienten y viven rechazados o marginados por la sociedad; se contará con personal especializado y de apoyo para convertir a este club en un modelo a seguir.

Se utilizará la estrategia ya mencionada, más por menos, proporcionando un servicio diferenciado y especializado, a fin de forjar y rehacer personas de bien, que sean parte de un adecuado ambiente deportivo, familiar, social, de reinserción, que sería uno de los puntos fuertes y diferenciaría a nuestros posibles competidores.

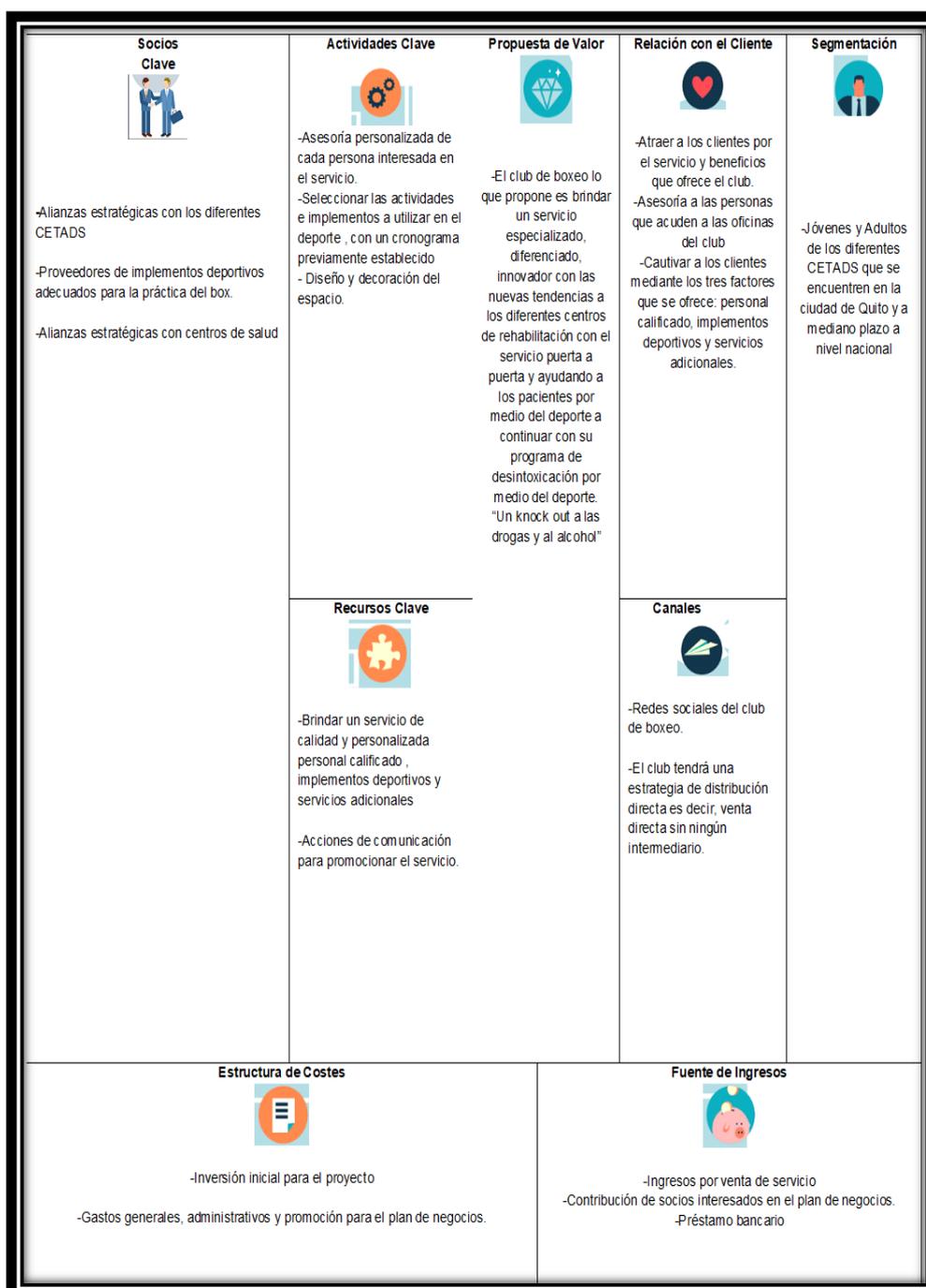


Figura No 4: Modelo Canvas

## 5.2. Mezcla de Marketing

### 5.2.1. Producto

El servicio se enfoca en la enseñanza del box, el cual se basa en un deporte de contacto y exhibición, enfocados en entrenamientos motivacionales y de superación personal que brinde un beneficio físico y psicológico, a fin de apoyar el programa de rehabilitación, mismo que se realizará en las instalaciones de los diferentes centros especializados en el tratamiento de alcohol y drogadicción CETADS.

#### **Atributos**

El club se basa en la enseñanza del box, al mando de personas especializadas e incluso que salieron de esta gran problemática; con el soporte de técnicas innovadoras permitirá a los pacientes desenvolverse en un ambiente deportivo, con un importante trabajo físico, disciplinario y, sobre todo, con la finalidad de generar una ayuda al programa de desintoxicación a través del deporte, que ayudará a los pacientes a sentirse en un estado físico activo y sano, eliminando el síndrome de abstinencia, apelando a la adrenalina que es parte de este deporte.

El club de boxeo “Un Golpe a la Esperanza”, desarrollará sus actividades en las instalaciones de los seis “CETADS”, que se ubican en diferentes sectores de la ciudad de Quito.

El club ofrecerá sus servicios en diferentes horarios, previamente establecidos con los diferentes centros de rehabilitación, con lo cual tendremos un cupo mínimo de 10 y un máximo de 30 pacientes por mes; el club contará con instructores certificados en el deporte.

**Implementos:** Los implementos de nuestro Club de Boxeo serán adquiridos a la empresa CHANGO SPORT, empresa ecuatoriana que surgió hace aproximadamente 20 años en el tradicional barrio quiteño de La Tola. Como implementos se contará con 60 pares de guantes, sacos de golpeo (varias funciones), protectores, 6 pulsómetros y pulseras de

actividad física, dos uniformes con el logo del club que sumarian un total de 290 y 2 a cada uno, y de diferentes colores para las prácticas deportivas y un toma todo para cada.

**Aspecto Social:** La actividad física y deportiva es parte del desarrollo social, ayuda a potenciar y mejorar las habilidades de las personas, tanto como posibilita el trabajo en equipo, interactuar en el contexto psico social, reconocerse a sí mismo, valorar a los demás, al otro, al eventual contrario.

**Aspecto Físico y Mental:** En esta variable ubicamos la capacidad de superación, las ganas de salir adelante, fortalecer la confianza en sí mismo, conocer limitaciones, forjar el carácter y mayor seguridad como persona, en si como sujetos hacernos una introspección para mejorar.

**Aspecto Emocional y Familiar:** Mayor confianza y mejores relaciones con su entorno, facilidad para interactuar con los demás.

#### 5.2.1.2. Branding: Logotipo



Figura Nro. 5: Logotipo

**Logotipo:** El logotipo incluye la figura de un boxeador con su brazo levantado como ganador, signo que busca transmitir el esfuerzo, el sacrificio, el compromiso, la perseverancia, la autoconfianza y el triunfo sobre el alcohol y las

drogas. En el contorno superior e inferior se ubica la bandera tricolor, cuya connotación es el compromiso que tiene el país para combatir esta problemática social, así como proteger a su población.

El nombre del club, “Un golpe a la esperanza”, sugiere la idea del combate, de la lucha que viven a diario las personas que enfrentan este problema; cada segundo, cada minuto, cada hora, cada día, tienen una constante lucha por combatir este mal, y que mejor ligarlo al box, un golpe a la esperanza por cada gota de sudor, cada golpe que les dio la vida y cada golpe al pasado, hacen que la esperanza por su recuperación llegue con esfuerzo, trabajo y sacrificio; algo así como “darse de golpes todos los días con la vida”, para procurar mejores días, por buscar su liberación, una mejor realidad.

**Eslogan:** El eslogan tiene significado particular, “Un Knock Out a las drogas y alcohol”, implica insistir, persistir, resistir y nunca desistir o desmayar, lo cual determinará que la práctica del box los lleve a una estabilidad emocional, espiritual, los libere de vicios y les permita la superación personal.

### **5.3. Precio**

#### **5.3.1. Estrategia de Precios**

##### **Estrategia de entrada:**

Se realiza una estrategia de **Penetración**, con el propósito que un mayor número de potenciales clientes sea partícipe del servicio que se ofrece en el presente plan de negocios.

El club aplicará la Estrategia de **Penetración**; al ser el único club de boxeo para personas con problemas de drogadicción y alcoholismo dirigido a los diferentes CETADS de la ciudad de Quito, el servicio será personalizado, único, con precios accesibles a los de la posible competencia.

##### **Estrategia de fijación de precios:**

El club optará por una estrategia de **valor agregado**, contará con varios beneficios y diferenciadores para los clientes, lo cual permitirá una mayor satisfacción y beneficio de los mismos, fundamentado en los resultados de las entrevistas a profundidad.

En base a la investigación de mercados el club tendrá un precio de \$30 para los pacientes de los diferentes CETADS; conforme las entrevistas a profundidad a los diferentes directores y encargados de los centros de rehabilitación señalaron que estarían dispuestos a pagar por los servicios a prestar, valor que se descontaría de la mensualidad que paga cada paciente a los centros de rehabilitación. Este valor es menor al de la competencia indirecta (Gimnasios de boxeo) debido a que el enfoque es a los pacientes de los centros de rehabilitación ubicados en la ciudad de Quito, y debe ser atendido con características diferentes debido a la problemática evidenciada.

#### 5.4. Plaza

##### Descripción de la ubicación:

En base a las entrevistas a profundidad, por preferencia, logística y seguimiento al programa de recuperación, lo más adecuado es realizar la práctica del deporte en las instalaciones de los diferentes centros de rehabilitación. Sin embargo, para atención a los potenciales interesados, se prevé contar con una oficina para información, venta y cronogramas del club, así como una bodega para los diferentes implementos deportivos, el mismo no tiene costo, el local pertenece al dueño del proyecto, ubicado en la Av. De la Prensa y Zamora, sector de fácil acceso por las opciones de transporte, incluso cuenta con parqueadero para facilitar el acceso a los interesados.

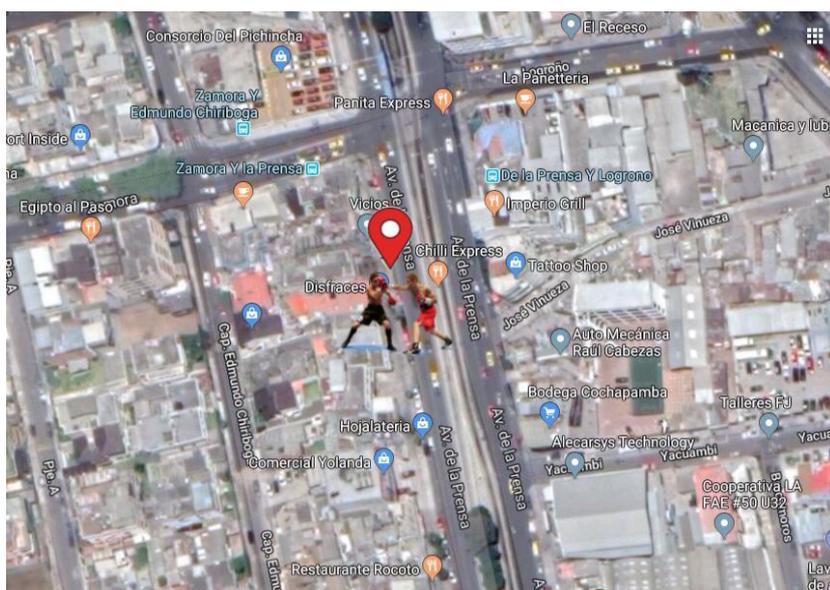


Figura No. 6: Ubicación geográfica del Club tomado de Google Maps, 2019.

HORARIOS DE ATENCIÓN CLUB DE BOXEO "UN GOLPE A LA ESPERANZA"					
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
9:00-10:00	Guayllabamba /Valle de los Chillos	Guayllabamba /Valle de los Chillos	Guayllabamba /Valle de los Chillos	Guayllabamba /Valle de los Chillos	Guayllabamba /Valle de los Chillos
11:00-12:00	Calderón / La Armenia 2	Calderón / La Armenia 2	Calderón / La Armenia 2	Calderón / La Armenia 2	Calderón / La Armenia 2
14:00-15:00	Pomasqui/ La Vicentina	Pomasqui/ La Vicentina	Pomasqui/ La Vicentina	Pomasqui/ La Vicentina	Pomasqui/ La Vicentina
	<b>GRUPO # 1</b>	<b>GRUPO# 2</b>	<b>GRUPO# 3</b>		
	CETAD LIBERTAD/ CADUM	MISIÓN DESAFÍO JUVENIL /CASA DE LA NIÑEZ 2 PATRONATO SAN JOSE	CASA DE ACOGIDA PUMAMAQUI/ CARLOS DÍAZ		

Figura No. 7: Horarios del servicio en los diferentes CETADS

### Estrategia de distribución:

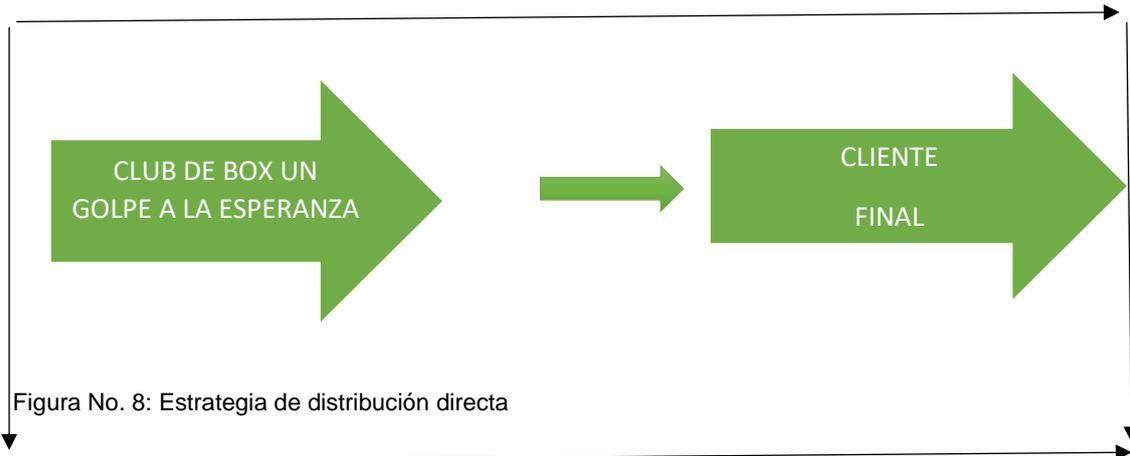
El plan de negocios contará con una **estrategia de distribución directa**, la cual no cuenta con intermediarios para la entrega del servicio, es decir la compañía ofrece vende de manera directa a sus consumidores (Philip & Gary, Fundamentos de Marketing, 2013).

### Estructura del Canal de distribución:

La estructura del canal de distribución, el servicio contará con un canal de distribución directo lo cual no tendrá intermediarios, la venta del servicio se lo realizará directamente en las oficinas del club ubicadas en la Av. De la Prensa y Zamora.

### Canal de distribución:

El canal de distribución tendrá como estrategia la distribución directa, lo cual es beneficioso para el club, sin intermediarios y de manera directa con el posible cliente.



### Proveedores

- El proveedor principal que tendremos para el Club de boxeo será la empresa ecuatoriana Chango Sport, encargada de proveernos de los implementos necesarios para la práctica deportiva.

### 5.5 Promoción

El club busca implementar una estrategia de PULL, que consiste en varias herramientas del mix de promoción, con el uso de herramientas y medios como: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y merchandising, con el único propósito de impulsar las ventas del servicio, con orientación directa al potencial cliente.

Con el objetivo de establecer una mayor atracción al club de boxeo por parte de nuestro mercado objetivo, y con la intención de apoyo e información de los mismos se contará con los siguientes factores:

**Publicidad:** La promoción será masiva a través de redes sociales; el principal mercado objetivo son los jóvenes y la investigación realizada en el análisis del entorno señala que actualmente las personas con más frecuencia usan el Internet, cuyas fuentes principales de información serán Facebook, Instagram y YouTube; la finalidad de generar un impacto sobre el club del monto anual que es un total de \$522,33 lo que destinaremos de los ingresos para promoción y publicidad del club.

**Radio:** Se pondrá énfasis en emisoras con amplio alcance en la población; daremos a conocer sobre la propuesta y, sobre todo, el beneficio que brinda a la sociedad, lo que implica rehabilitar, liberar a una persona utilizando como medio el deporte.

**Relaciones públicas:** Se realizará alianzas con el Ministerio del Interior y el Ministerio de Salud Pública para la presentación conjunta de la propuesta, que genere un posicionamiento fuerte y diferenciador; como parte de la alianza con estos ministerios, también se podría generar la campaña “Un knock out a las drogas y alcohol”, fomentando el deporte y prácticas de salud motivadoras, de tal forma de replicar el servicio y su filosofía en diferentes lugares, lo cual permitirá una mayor y mejor acogida del club.

**Material Promocional:** El servicio contará con información específica, mediante el uso de material visual, de manera de facilitar la comunicación e información, para lo cual se tendrá a disposición el siguiente material promocional:

**Roll ups:** Con información del club, principales beneficios, costo. El valor estimado es de 50 dólares, con su respectiva estructura de aluminio y estuche para fácil transporte; las dimensiones de la lona serán de 1,80 cm. x 70 cm.

**Gigantografías:** Referimos a la fabricación de tres gigantografías; dos serán para la escenografía del club de boxeo en los diferentes CETADS, dependiendo el horario y el tercero será para la adecuación de la oficina del club, el cual contará con las siguientes dimensiones:

- ✓ 2 gigantografías para los diferentes CETADS: 600 cm. x 200 cm.: Impresión a láser, a full color en lona gris, valor 150 dólares.
- ✓ 1 gigantografía para adecuación información en la oficina, de 400 cm. x 200 cm., impresión láser, a full color en lona gris, valor de 70 dólares; este material se cambiará, previsiblemente, cada seis meses.

Tabla No 4: Costos de promoción y publicidad

ITEM	COSTO ANUAL
2 GIGANTOGRAFÍAS 600CM X 200 CM	\$150
1 GIGANTOGRAFÍA 400CM X 200 CM	\$70
2 ROLL UPS	\$50
CUÑAS RADIALES	\$100
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	\$52,22
MERCHANDISING	\$100,11
<b>TOTAL</b>	<b>\$522,33</b>

### 5.5.1. Marketing Directo:

- ✓ **Mailing:** Se enviará correos continuamente a la base de datos de los pacientes del club y directores de los diferentes CETADS con información y los detalles de los próximos eventos a realizarse.
- ✓ **Marketing boca a boca:** Acción fundamental para el club, por lo cual el servicio que se ofrecerá será personalizado, de calidad, así los diferentes centros se informarán, se interesarán en incluir el servicio que se ofrece, capte la atención de estos y se amplíe el mercado.

### 5.5.2 Merchandising

Con la inscripción se otorgará varios artículos para la práctica deportiva del paciente como maletas deportivas, pulseras de recordación, gorras con el sello del club con el fin de transmitir un sentimiento de pertenencia y generar un posicionamiento en la mente del consumidor.

## 5.6. Personal

El club contará con seis personas que tendrán diferentes funciones en la comercialización del servicio: dos entrenadores y dos asistentes de apoyo certificados, quienes estarán presentes en los diferentes CETADS, de acuerdo al horario establecido; un administrador estará en las oficinas brindando información realizando gestiones y facilitando diferentes aspectos necesarios para los potenciales clientes; un auxiliar de marketing para los aspectos de promoción del centro (fotografía, material audiovisual de proyección de imagen y servicio que familiarice al cliente con la empresa).

**Entrenadores y asistentes:** Contaremos con cuatro personas altamente calificadas con experiencia, proyección y, sobre todo, el carisma para asociar el trabajo constante, implicando la filosofía del club, personas con compromiso, responsabilidad, ética y mística para forjar en los pacientes una oportunidad de vida diferente.

Competencias Entrenadores:

- Conocimiento en el boxeo
- Trabajo en equipo
- Cursos aprobados nacionales e internacionales de boxeo.
- 2 años de enseñanza en escuelas o gimnasios.

Trabajo a desarrollar:

Coordinar las actividades a realizarse previamente un cronograma estructurado de las actividades, supervisar las áreas de trabajo, atender a los clientes y brindarles todo el respaldo.

Competencias asistentes:

- Conocimiento en el boxeo
- Trabajo en equipo
- Participe de competencias o torneos de box

Trabajo a desarrollar:

Tener predisposición de trabajo y apoyo bajo el mando de los entrenadores, apoyar, guiar y sacar de dudas a los clientes en la etapa de entrenamiento, llevar registros, estadísticas del desempeño de los clientes día a día, con reportes semanales.

**Auxiliar de Marketing:** Realizará varias interacciones y diseños para los diferentes CETADS que no cuentan con este servicio; para los mismos clientes crear valor al hacerlos parte del club; generar material impreso y audiovisual que fortalezca el servicio como parte fundamental para asociar al cliente con el club. Se contará con esta persona 2, 3 días, en tareas de oficina y en los diferentes CETADS para recopilar material fotográfico y audiovisual.

Trabajo a desarrollar:

Es el encargado de crear contenido audiovisual para nuestros clientes, el generar un sentido de pertenencia con el club mediante material multimedia.

### **5.7 Proceso**

Los clientes tendrán un sistema de información completo que constará de cronogramas, horarios y, sobre todo, el trato a brindarse, igual para todos; preferencia y exclusividad para los seis CETADS que hoy contarán con nuestro servicio, así sea la suma de más centros se tendrá el mismo trato y respeto que tendremos día a día con nuestros pacientes.

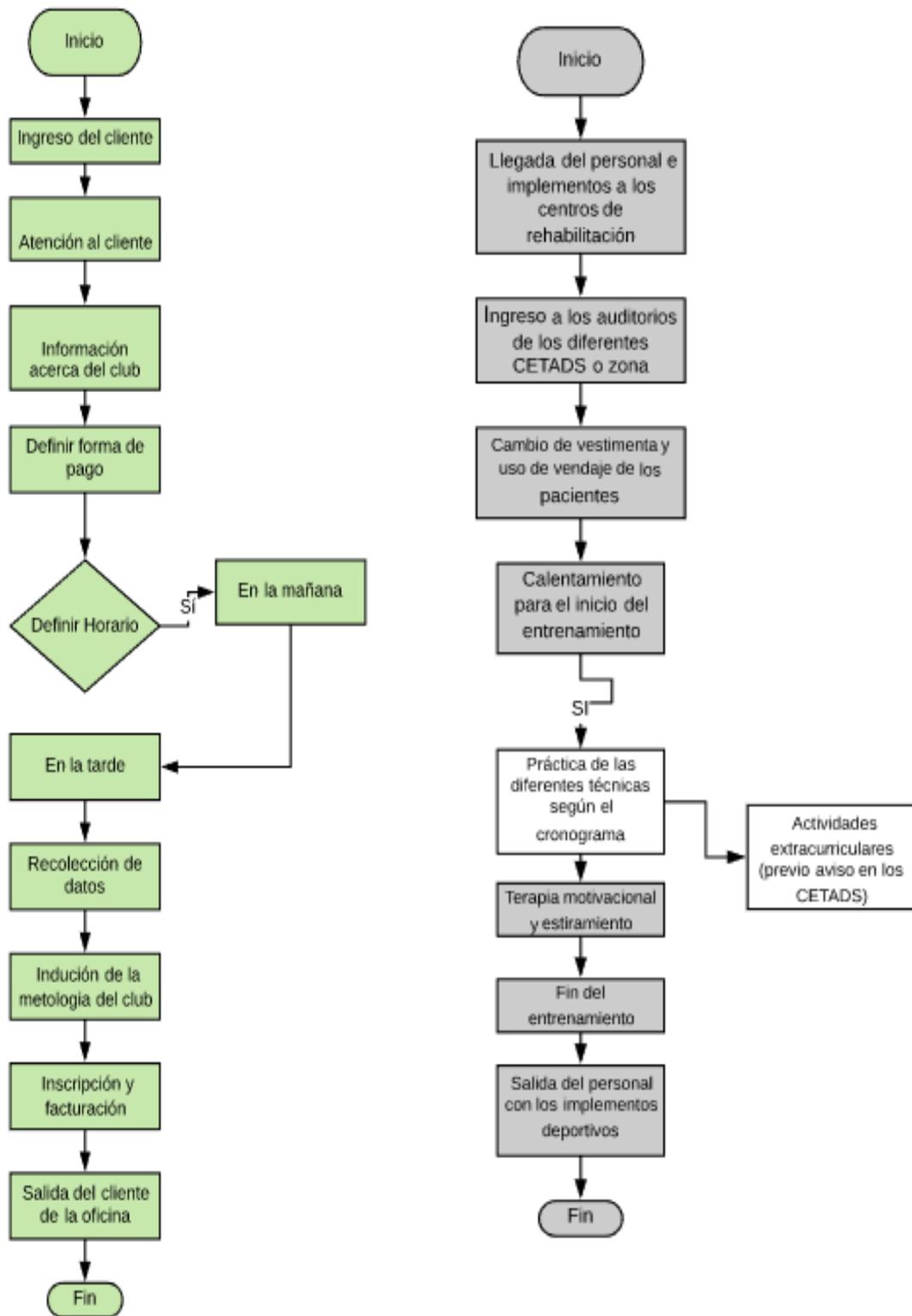


Figura No 9: Diagrama de flujo servicio/ práctica

## 5.8 Physical

El servicio se realizará en los espacios de los diferentes centros, tendremos la apertura para realizar la práctica deportiva en su infraestructura, con un ambiente y música acorde a la práctica deportiva, implementos deportivos de calidad como entrenadores certificados, motivadores, con calidad humana. Por lo cual tendremos la aptitud y actitud para poder brindar el servicio de forma que se garantice el aprendizaje y se opte por buenas directrices del programa de rehabilitación.

La práctica del deporte en si consistirá en el estado del clima, por ende tendremos la apertura a sus diferentes instalaciones tanto abiertas como cerradas, teniendo opciones para poder acceder al servicio, teniendo en cuenta el estado del clima y varios factores que impedirían realizarlo al aire libre, cada día contaremos con el cronograma de práctica el cual involucra ciertos implementos ya sea de agilidad, cardio, de golpe o defensa para poder facilitar y aumentar el rendimiento de cada uno de los clientes , formando en gran parte diversos trabajos de aprendizaje con el material ya mencionado. Cada uno de los instructores contara con la indumentaria correspondiente para ser reconocido y caracterizado por el club camiseta, pantaloneta y protecciones para la práctica del mismo.

En la oficina del club tendremos un ambiente deportivo, estadísticas de los seis mejores rendimientos mensuales de cada centro de rehabilitación, fotografías de los entrenamientos y de la actividad vivencial del centro, implementos deportivos en buen estado y a la vista del potencial cliente, lugar acogedor y de buen ambiente para mayor interacción con las personas interesadas en este plan de rehabilitación el cual busca mejorar la calidad de vida de cada uno de los que forman parte de los CETADS.

## **6. Propuesta de filosofía y estructura organizacional**

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

#### **MISIÓN**

Apoyar a través del club de box a los pacientes inmersos en el consumo de drogas y alcohol, quienes acuden a los centros de rehabilitación - CETADS, de tal manera que la práctica deportiva se convierta en una alternativa válida que les ayude a su proceso de rehabilitación física, psíquica y social.

#### **VISIÓN**

Al 2024, convertir al Club de boxeo Un golpe a la Esperanza en un club box de referencia entre los pacientes de los CETADS del país, aportando un positivo apoyo deportivo en el proceso de rehabilitación, atrayendo a los talentos de la disciplina, con la finalidad de mejorar la calidad de vida por medio del deporte y que el programa de rehabilitación sea un ejemplo a seguir en demás países de Latinoamérica.

#### **Objetivos a corto plazo**

- Comenzar el funcionamiento del club el último trimestre del año 2019.
- Generar el 100% de ingresos por inscripciones para el primer año de funcionamiento.
- Obtener 1.500 seguidores en redes sociales para el primer año de funcionamiento, por las diferentes pautas.
- Incrementar el 3,5% de inscritos en el segundo año de funcionamiento del club "Un Golpe a la Esperanza".

#### **Objetivos a mediano plazo**

- Organizar el primer campeonato inter CETADS el mes de mayo (mes del boxeo), previsto para el segundo semestre del 2020.
- Lograr fidelizar al 70% de los Centros de rehabilitación e incrementar la participación de los mismos en Quito para el año 2020.

- Ampliar la cobertura del club a partir del tercer año, difundiendo la filosofía y servicio del club en los diferentes CETADS de la Sierra ecuatoriana para el año 2021.

### Objetivos a largo plazo

- Ingresar a todos los CETADS a nivel nacional, apelando a una alianza con el Ministerio del Interior, expandiendo así la acción del club para el año 2025.
- Posibilitar que el 100% del mercado objetivo sea partícipe y se sienta identificado con el club, generando sentido de pertenencia al año 2025.
- Generar el 30% de utilidad al año 2025.
- Lograr proyección internacional mediante alianzas, eventos, charlas motivacionales con boxeadores famosos para el año 2027.

## 6.2 Plan de Operaciones

### 6.2.1. Ciclo de Operaciones

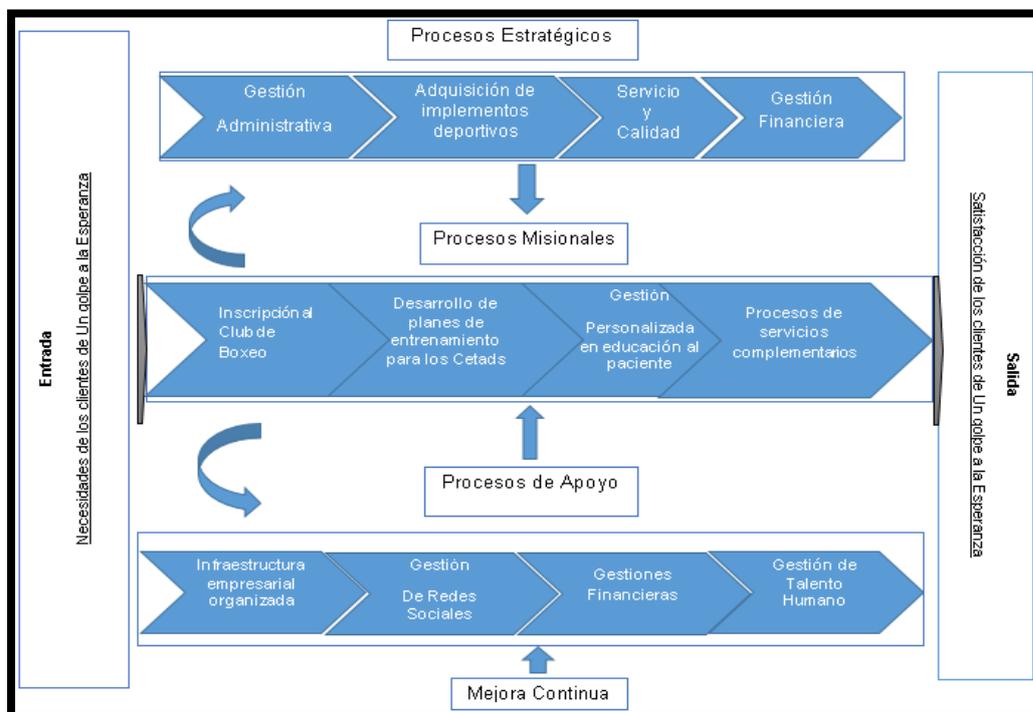


Figura No. 10: Mapa de procesos

## **Funcionamiento del Club**

El Club **Un Golpe a la Esperanza** establece ciertas operaciones para su funcionamiento profesional, adecuado y eficaz para lo cual contará con un personal capacitado conformado por (1) Gerente general, (2) Entrenadores, (2) Asistentes, (1) Auxiliar de Marketing; el personal de limpieza y mantenimiento no constará en nómina, se los contratará por servicios específicos en la empresa. Por otro lado, los potenciales clientes que ingresen a cualquiera de los seis centros de rehabilitación cumplirán con el proceso de entrenamiento, el cual se basa en las experiencias de los entrenadores; parte de los contenidos serán los fundamentos de la técnica del boxeo, parada de combate, desplazamientos, golpes fundamentales y su defensa, golpes rectos, pasos diagonales, combinaciones, entre otras técnicas, fundamentales para el aprendizaje y práctica del box.

Para un mejor aprendizaje y con la apertura de las instalaciones de los diferentes CETADS, al disponerse de una infraestructura amplia, dividiremos en 4 secciones: ataque, defensa, bloqueo y deslizamiento en un área de combate esto lo aplicaremos en dos días de entrenamiento. La atención del club de box es de lunes a viernes en los diferentes horarios, determinados por los diferentes CETADS; de realizarse programas o actividades en las cuales los centros de rehabilitación no puedan acceder al servicio, se trabajará con horario exclusivo, reprogramado, dependiendo la coordinación que tengamos con el centro. Véase en anexo 8, horarios para los diferentes Cetads.

## Cadena de Valor

Como parte del plan de operaciones para el marketing enfocado al servicio, se debe tener en cuenta particularidades como la intangibilidad que representa el no tener posesión física de algo, tomando en cuenta factores diferentes como los elementos de prestación del servicio en lugar de materiales y suministros (Alonso, 2008). A continuación, se presentará la cadena de valor aplicada al modelo de negocio analizado.

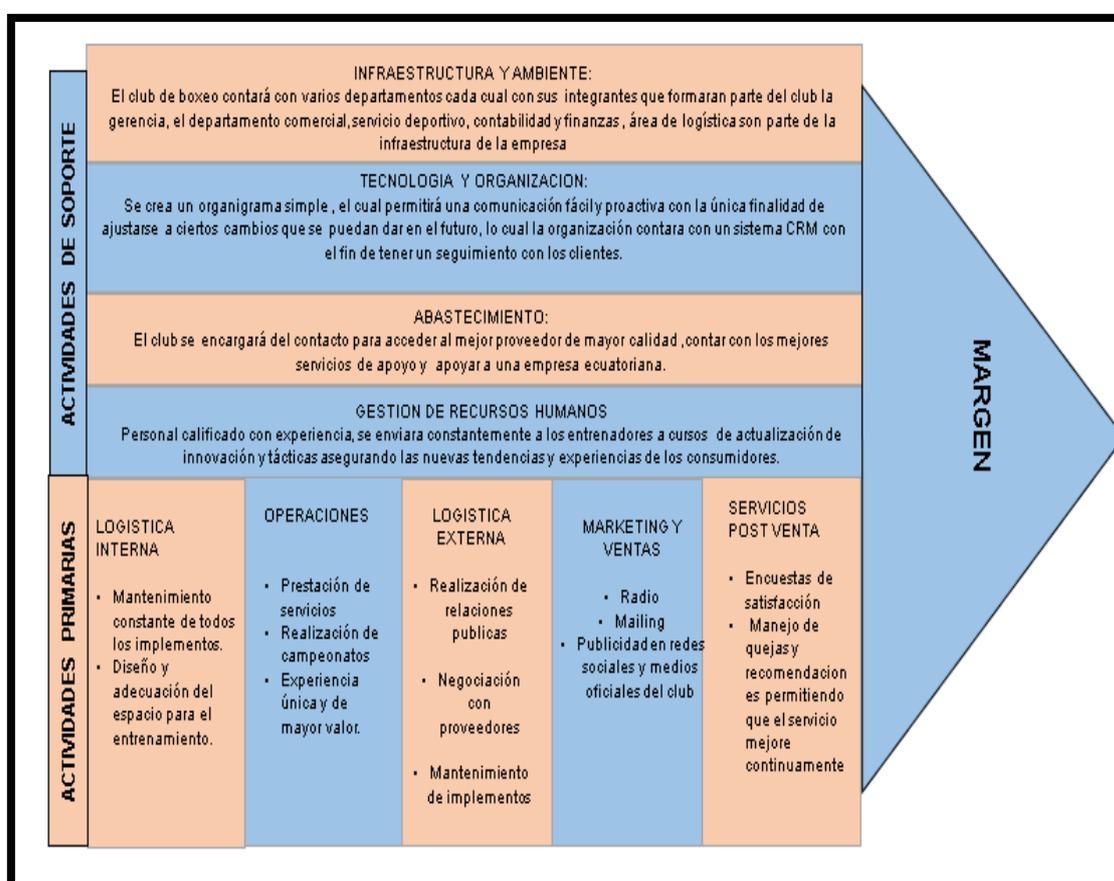


Figura No 11: Cadena de Valor

### 6.2.2. Procesos requeridos para el funcionamiento

Tabla No. 5: Tiempo- Práctica

ACTIVIDAD	TIEMPO DE PRÁCTICA EN EL CLUB
Llegada del personal con los implementos	3 minutos
Adecuación del espacio físico a utilizar	2 minutos
Cambio de vestimenta y equipos de protección	5 minutos
Calentamiento	10 minutos
Práctica del deporte	40 minutos
Estiramiento	5 minutos
Charla motivacional	10 minutos
<b>TOTAL</b>	<b>1 hora 15 minutos</b>

Tabla No. 6: Tiempo-Servicio

ACTIVIDAD	TIEMPO ESTIMADO DE LA ACTIVIDAD
Atención al cliente	3 minutos
Recorrido de reconocimiento	12 minutos
Inducción de la metodología del club	8 minutos
Inscripción y facturación	12 minutos
<b>TOTAL</b>	<b>35 minutos</b>

### 6.3 Estructura Organizacional

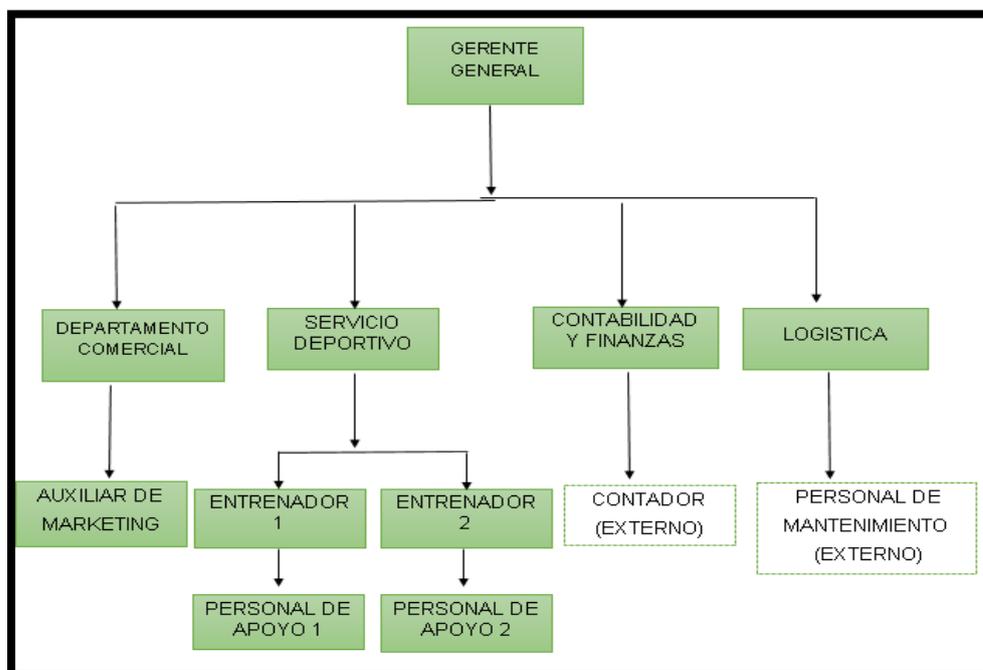


Figura Nro. 13: Organigrama

El presente plan de negocio contará con una estructura tipo micro administrativo, la cual permite una buena distribución de su carga laboral y de toda la organización, como de un sólo departamento de manera detallada. En el presente organigrama el personal encargado de las estrategias, supervisión del club estará a cargo del Gerente General hasta llegar al departamento comercial, director deportivo y asistentes.

### 6.3.1. Descripción de funciones

Las funciones para el personal de la empresa se detallan en el siguiente cuadro, con las funciones específicas:

Tabla No. 7: Personal

Cargo	Funciones	Competencias
<b>Gerente General</b>	Gestionar el control del club en todas las áreas, toma de decisiones relevantes de toda la organización, atender todo tipo de problema que se presente y crear un ambiente laboral adecuado y donde todas las áreas conozcan los objetivos del club.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en gestión deportiva</li> <li>• Conocimiento en la industria deportiva</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Buenas competencias</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>Auxiliar de Marketing</b>	Es el encargado de crear contenido audiovisual para nuestros clientes, el generar un sentido de pertenencia con el club mediante material multimedia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en Adobe Ilustrador</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Edición y creación de videos</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>Entrenadores</b>	Coordinar las actividades a realizarse previamente un cronograma estructurado de las actividades, supervisar las áreas de trabajo, atender a los clientes y brindarles todo el respaldo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en el boxeo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Cursos aprobados nacionales e internacionales de boxeo.</li> <li>• 2 años de enseñanza en escuelas o gimnasios.</li> </ul>
<b>Personal de Apoyo</b>	Tener predisposición de trabajo y apoyo bajo el mando de los entrenadores, apoyar, guiar y sacar de dudas a los clientes en la etapa de entrenamiento, llevar registros, estadísticas del desempeño de los clientes día a día, con reportes semanales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en el boxeo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Participe de competencias o torneos de box</li> </ul>
<b>Personal de mantenimiento</b>	Mantener en óptimas condiciones la oficina del club y los implementos deportivos darles un constante mantenimiento; realizarán de forma externa, ir a la oficina 2 veces por semana.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachiller</li> <li>• Responsable</li> <li>• Buenas relaciones humanas</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>
<b>Contador</b>	Encargado de llevar las cuentas de toda el área financiera de la empresa y lo realizará de forma externa, lo cual asistirá a la oficina 1 o 2 veces al mes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Graduado de la Universidad</li> <li>• Conocimientos administrativos y contables</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>

### 6.3.2. Estructura legal de la empresa

La constitución de “Un golpe a la Esperanza” contará con una estructura legal de Compañía Limitada, constituida por tres o más personas; inicialmente, la misma involucrará a 3 socios, 3 inversores quienes aportarán un capital similar, con lo cual uno de los socios estará al mando de la compañía, y deberá realizar los trámites respectivos en la Superintendencia de Compañías, SRI, Municipio de Quito y, finalmente, registrar la marca comercial en el Instituto de Propiedad Intelectual.

### 6.4. Gastos de sueldos y salario del personal

Tabla No. 8: Sueldos nómina

Cargo	Sueldo	Contratación (Años)	Clasificación	Sueldo (Anual)
Gerente general	\$ 500,00	1	GASTO	\$ 6,000
Auxiliar de marketing	\$ 396,00	1	C.I.F.	\$ 4,752
Entrenador 1	\$ 396,00	1	M.O.D.	\$ 4,752
Entrenador 2	\$ 396,00	1	M.O.D.	\$ 4,752
Asistente 1	\$ 396,00	1	M.O.D.	\$ 4,752
Asistente 2	\$ 396,00	1	M.O.D.	\$ 4,752
<b>Personal Externo</b>				
Contador	\$ 250,00	1	GASTO	\$ 3,000
Personal de Mantenimiento	\$ 100,00	1	GASTO	\$ 1,200

## 7. EVALUACIÓN FINANCIERA

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

#### 7.1.1. Proyección de ingresos proyectados

La actividad económica tendrá una sola fuente de ingresos, la cual será el servicio de un club de boxeo para personas que se encuentran dentro de un programa de rehabilitación de alcoholismo o drogas. Con el análisis financiero sobre los ingresos proyectados del negocio, podemos conocer que el consumo de cada cliente tiene un rubro de 30 dólares, los cuales serán pagados según el convenio que se realice con el Club de box "Un Golpe a la Esperanza".

Por otra parte, este valor tendrá un crecimiento del 0,31% anual, tomando como referencia la variación de precios en el Ecuador, según la tasa de inflación (Banco Central del Ecuador, Tasa de inflación anual, 2019).

Detallando la proyección de ingresos se puede identificar un crecimiento importante entre el primero y el quinto año; en lo que respecta a su valor, al finalizar el año 1 la compañía genera unos ingresos totales de 52.200 dólares, y en el año 5 genera un valor de 60.152,40 dólares, con un crecimiento en este periodo sobre las ventas, del 13,30%. En definitiva, el incremento de ingresos es constante de un año a otro durante la proyección, por lo que se puede considerar que sus ingresos son buenos y su crecimiento promedio es equilibrado.

Tabla No. 9: Total ingresos por ventas 2019

	Años				
	1	2	3	4	5
Cantidad Proyectada de clientes (Ventas)	1.740	1.800	1860	1.920	1.980
Precio Promedio	\$30,00	\$30,09	\$30,19	\$30,28	\$30,38
Total ingresos por ventas	\$52.200	\$54.162	\$56.153,40	\$ 58.137,6	\$60.152,40

### 7.1.3. Proyección de gastos generales

En los rubros de gastos generales se puede definir un total de 6 diferentes gastos, entre operacionales y costos indirectos de fabricación, previamente a la exposición de dichos valores expondremos las definiciones de estas categorías de gastos primer orden:

“El gasto que una empresa desembolsa por concepto del desarrollo de las actividades diferentes que se despliegan” (Josue, 2017) y los costos indirectos de fabricación que tiene como definición “Costes de producto necesarios para su producción” (Emprende Pyme, s.f.).

Existirán los gastos generales sobre suministros de oficina (Abastecer la papelería y documentación), Mantenimiento y reparaciones (Para cubrir el desgaste de los suministros), Servicios básicos (Cubrirá coste de luz – agua – Internet), Gasto arriendo, Publicidad valor que se tomará del 1% de los ingresos mensuales generados y, finalmente, gasto de constitución que será un valor único inicial para pagar. Por otra parte, a excepción de la publicidad que tendrá su monto según el porcentaje ya mencionado, todos los demás rubros tendrán un crecimiento anual de 0,31%, tomando como referencia la variación de precios en el Ecuador según la tasa de inflación (Banco Central del Ecuador, Tasa de inflación anual, 2019).

Resumiendo, los gastos generales, tendrán una constante de crecimiento en los cinco primeros años; al año uno se obtiene un monto de gasto de 2.662 dólares en tanto que para el año 5 el gasto será de 2.364 dólares, con un decrecimiento total de 11,18%; se puede determinar que los gastos para la proyección no se elevan de manera considerable en este ciclo.

Tabla No. 10: Total gastos generales 2019

	Años				
	1	2	3	4	5
Gastos Suministros de Oficina	\$ 60,00	\$ 60,19	\$ 60,38	\$ 60,57	\$ 60,76
Mantenimiento y reparaciones	\$ 120,00	\$ 120,38	\$ 120,75	\$ 121,13	\$ 121,51
Servicios básicos	\$ 360,00	\$ 361,13	\$ 362,26	\$ 363,39	\$ 364,53
Gasto arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.203,76	\$ 1.207,53	\$ 1.211,32	\$ 1.215,11
Publicidad	\$ 522,23	\$ 542,12	\$ 562,14	\$ 582,29	\$ 602,56
Gastos de Constitución	\$ 400,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos totales	\$ 2.662,23	\$ 2.287,58	\$ 2.313,07	\$ 2.338,70	\$ 2.364,47
Gastos operacionales	\$ 2.442,23	\$ 2.167,20	\$ 2.192,31	\$ 2.217,57	\$ 2.242,96
Costos indirectos de fabricación	\$ 220,00	\$ 120,38	\$ 120,75	\$ 121,13	\$ 121,51

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

### 7.2.1. Inversión inicial

Para la inversión de arranque del proyecto luego de considerados los rubros requeridos, tenemos un valor a invertir de 18.400 dólares, que se desglosa en: Inversiones en propiedad, planta y equipo que conforman casi la totalidad de la inversión inicial (Monto que conforma la compra de suministros deportivos y tecnológicos para la ejecución del servicio).

Inversiones intangibles, en este caso se refieren a la adquisición de software para las artes gráficas de los sistemas web a manejar.

Tabla No. 11: Total inversión inicial requerida 2019

Inversiones PPE	\$ 18.370,00
Inversiones Intangibles	\$ 30,00
Capital de trabajo	\$ -
Varios	
<b>Total inversión inicial</b>	<b>\$ 18.400,00</b>

### 7.2.3. Estructura de capital

Con el indicador financiero de inversión inicial podemos conocer el monto definitivo de financiamiento que requiere el club de boxeo "Un golpe a la Esperanza", que es de 18.400 dólares, cuya estructura de aportación e inversión se detallara a continuación:

- **Capital grupo accionista:** En cuanto al capital propio para la inversión se contará con el apoyo de socios cuyo aporte será el siguiente: Alexis Pico con el 16,66% del capital propio requerido, será el inversor principal

y accionista encargado de la empresa, Cesar Rojas con el 16,66% del capital y Jorge Ortiz con el 16,66%. La sociedad aportará como capital propio \$ 9.200 dólares, que constituye el 50% de la estructura de capital de la organización.

- **Deuda bancaria a largo plazo:** El valor faltante para la apertura y funcionamiento del club “Un Golpe a la Esperanza” es de \$ 9.200 dólares a ser financiados mediante préstamo a la entidad económica del Banco Internacional (Préstamo Emprendedor), que dispone de una tasa del 10,78% de interés, en un periodo de 5 años. Este valor corresponde al 50% del capital requerido según la estructura de capital.

Tabla No. 12: Estructura de capital de la organización 2019

<b>Estructura de Capital</b>		
<b>Propio</b>	50%	\$ 9.200,00
<b>Deuda L/P</b>	50%	\$ 9.200,00

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

#### 7.3.1. Proyección de estados de resultados

Con las aportaciones del marketing, crecimiento de la industria y el crecimiento del precio, valores que han sido expuestos anteriormente en otros capítulos, podemos determinar que la empresa registra ganancias desde su primer año de funcionamiento, las cuales crecen constantemente en un valor razonable, según la idea de negocio e inversión realizada.

En consecuencia, de las variaciones anuales en el crecimiento por marketing, crecimiento industria y decrecimiento en los precios, “**Un golpe a la esperanza**” registraría ganancias a partir del primer año, las cuales crecen, y se mantendrían

en márgenes positivos hasta el quinto año. Dentro del ciclo analizado, podemos determinar que el crecimiento del rubro entre el primero y el quinto año es de 57,58%, duplicándose las ganancias durante el periodo analizado.

### 7.3.2. Situación financiera

Para el indicador de activos se puede determinar que existe un crecimiento constante del tiempo inicial al año 5, Sobre los pasivos se puede señalar que existe un decrecimiento constante en el ciclo analizado, con un descenso en el rubro hasta el monto de 1.131 dólares, el cual era casi 9 veces mayor en un inicio. Por otra parte, el patrimonio tiene un crecimiento constante desde sus inicios hasta el último año analizado, sus bienes son mayores cada vez.

Tabla No. 13: Resumen estado de situación inicial. 2019

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Activos</b>	<b>\$ 18.400,00</b>	<b>\$ 22.881,30</b>	<b>\$ 25.649,22</b>	<b>\$ 29.167,95</b>	<b>\$ 33.367,36</b>	<b>\$ 38.216,16</b>
<b>Corrientes</b>	\$ -	\$ 5.681,30	\$ 9.653,22	\$ 14.375,95	\$ 19.779,36	\$ 25.832,16
Efectivo	\$ -	\$ 5.681,30	\$ 9.653,22	\$ 14.375,95	\$ 19.779,36	\$ 25.832,16
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>No Corrientes</b>	<b>\$ 18.400,00</b>	<b>\$ 17.200,00</b>	<b>\$ 15.996,00</b>	<b>\$ 14.792,00</b>	<b>\$ 13.588,00</b>	<b>\$ 12.384,00</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 1.194,00	\$ 2.392,00	\$ 3.590,00	\$ 4.788,00	\$ 5.986,00
Intangibles	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Amortización acumulada	\$ -	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 30,00
<b>Pasivos</b>	<b>\$ 9.200,00</b>	<b>\$ 8.767,68</b>	<b>\$ 7.099,47</b>	<b>\$ 5.321,56</b>	<b>\$ 3.343,56</b>	<b>\$ 1.131,49</b>
<b>Corrientes</b>	\$ -	\$ 1.035,30	\$ 1.000,97	\$ 1.042,04	\$ 1.089,09	\$ 1.131,49
Sueldos por pagar	\$ -	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 788,00
Impuestos por pagar	\$ -	\$ 247,30	\$ 212,97	\$ 254,04	\$ 301,09	\$ 343,49
<b>No Corrientes</b>	<b>\$ 9.200,00</b>	<b>\$ 7.732,38</b>	<b>\$ 6.098,50</b>	<b>\$ 4.279,52</b>	<b>\$ 2.254,47</b>	<b>\$ -</b>
Deuda a largo plazo	\$ 9.200,00	\$ 7.732,38	\$ 6.098,50	\$ 4.279,52	\$ 2.254,47	\$ -
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 9.200,00</b>	<b>\$ 14.113,62</b>	<b>\$ 18.549,75</b>	<b>\$ 23.846,40</b>	<b>\$ 30.023,80</b>	<b>\$ 37.084,67</b>
Capital	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00
Utilidades retenidas	\$ -	\$ 4.913,62	\$ 9.349,75	\$ 14.646,40	\$ 20.823,80	\$ 27.884,67

### 7.3.3. Estado de flujo de efectivo

El modelo de negocio presenta una liquidez desde el primer año, además, este valor se incrementa constantemente durante todo el ciclo evaluado, dando como resultado que el club de box "Un Golpe a la Esperanza" tiene un flujo de efectivo desde su primer año de apertura, mantiene esa liquidez en valores para los últimos años a largo plazo.

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

### 7.4.1. Proyección del flujo de caja del proyecto e inversionista

#### Flujo de caja inversionista

Los indicadores requeridos del flujo del inversionista son: el flujo de caja del proyecto, préstamo a largo plazo, escudo fiscal, gasto de interés y amortización. Por consiguiente, luego de los cálculos, se conoce que su periodo de recuperación será de 1,56 años. Así, el flujo de caja del inversionista mostrará una utilidad positiva en los últimos 4 años de desarrollo del servicio.

Tabla No. 14: Estado flujo de caja inversionista. 2019

Flujo de Caja del inversionista anual					
0	1	2	3	4	5
\$ (9.200,00)	\$ 5.851,90	\$ 5.944,87	\$ 6.104,04	\$ 6.278,17	\$ 40.399,62
\$ (9.200,00)	\$ (3.348,10)	\$ 2.596,77	\$ 8.700,81	\$ 14.978,98	\$ 55.378,60

#### Flujo de caja proyecto

Para el club de boxeo existe un flujo de caja liquido desde el primer año de desarrollo del servicio; el crecimiento en el transcurso de los 5 primero años es continuo, y para el último año en análisis, su valor se multiplica totalmente respecto a año inicial, determinando que la compañía posee liquidez cada vez mayor con la propuesta planteada y según el análisis monetario.

Tabla No. 15: Estado flujo de caja. 2019

Flujo de Caja del proyecto Anual					
0	1	2	3	4	5
\$ (18.400,00)	\$ 3.773,89	\$ 3.810,83	\$ 3.907,62	\$ 4.012,30	\$ 38.056,44
\$ (18.400,00)	\$ (14.626,11)	\$ (10.815,28)	\$ (6.907,66)	\$ (2.895,36)	\$ 35.161,09

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

Para el cálculo del (WACC) se requiere el porcentaje de escudo fiscal, el cual es actualmente del 33,70%. Además, el valor de la razón deuda/capital de la organización, en este caso es de 100,00%; y el costo de deuda actual, que es de 9.200,00 dólares. Además, se requiere el valor CAPM, mismo que se obtiene de los siguientes cálculos financieros, expuestos a continuación: Tasa libre de riesgo que en tiempo presente es de 2,33% (YahooFinance, 2019); la beta apalancada del proyecto que es 1,11, que se extrae de la beta del sector industrial denominado "Servicios de apoyo a la salud" 0,98 (Dadomaran, 2019); el rendimiento del mercado, que tiene un valor de 12,54% se obtiene del precio de S&P 500 actual y 5 años atrás; el riesgo país que muestra un valor de 6,010% (Banco Central del Ecuador, Riesgo país) y, finalmente el escudo fiscal antes comentado. Con los valores mencionados anteriormente dan como resultado un CAPM de 19,65%, así, con todo el uso de cálculos financieros se obtiene un WACC de 13,40%. Véase en anexo 09 o el plan financiero las tablas.

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

Los indicadores financieros se muestran positivos en una proyección de 5 años, determinando que el proyecto es aceptado y cuenta con un valor actual neto positivo, y su recuperación es antes del ciclo de los 5 años; además, su tasa interna de retorno es positiva tanto para inversor como proyecto. El índice de rentabilidad del proyecto muestra un valor superior a 1, determinando que el proyecto es aceptado para su ejecución; por otra parte, el Valor actual neto del proyecto muestra un flujo de caja en el quinquenio positivo, demostrando liquidez a futuro en su desarrollo.

## 7.5. Índices financieros:

Tabla No. 16: Indicadores industria – organización.

		Años					Industria
		1	2	3	4	5	
<b>Razones de liquidez</b>							
Razón Circulante	Veces	5,49	9,64	13,80	18,16	22,83	1,21
<b>Razones de apalancamiento</b>							
Razón de deuda a capital	Veces	0,62	0,38	0,22	0,11	0,03	1,66
Cobertura del efectivo	Veces	0,0031	0,0031	0,0054	0,0099	0,0307	
<b>Razones de actividad</b>							
Periodo de cuentas por cobrar	Días	267,20	279,45	274,76	270,38	266,40	33,22
<b>Razones de rentabilidad</b>							
Margen de utilidad	%	0,094	0,081	0,094	0,106	0,117	0,118
ROA	%	0,215	0,171	0,182	0,185	0,185	
ROE	%	0,348	0,237	0,222	0,206	0,190	

- Razón de Liquidez:** Con referencia a la industria, la razón de liquidez es de 1,21 actualmente. Por otro lado, por parte de “Un Golpe a de Esperanza” se pose un crecimiento constante al pasar de los años. En conclusión, es fuerte la capacidad de efectivo de la compañía con la competencia de la industria dentro del periodo analizado.
- Razón de Apalancamiento:** Para el quinto año el endeudamiento del activo es de 0,03, lo cual muestra una damnificación a largo plazo en su independencia financiera. Respecto a la industria se encuentra con un 1,66%, esto apunta a que en los 5 años “Un Golpe a la Esperanza” no sobrepasa el promedio del competidor sobre los recursos ajenos, así tiene una menor capacidad de efectivo sobre la competencia.
- Razones de actividad:** El indicador de la industria muestra un porcentaje de 33,22. Por otra parte, la actividad económica tiene un promedio entre el ciclo proyectado de 266,40. Este resultado demuestra que el modelo de negocio genera un volumen mayor dentro del margen de negocio industrial para el tamaño de inversión en activos.
- Razón de Rentabilidad:** El indicador de la industria muestra una rentabilidad de 0,118. Por otro lado, la empresa posee un promedio en el ciclo proyectado de 0,117. Esto da como respuesta que el club de box posee menor rentabilidad que la industria dentro del periodo analizado.

## 8. CONCLUSIONES GENERALES

El presente plan de negocios, a fin de crear un club de boxeo para personas con problemas de drogadicción y alcoholismo, expresa la viabilidad del proyecto, por lo cual se consideran las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Realizando el análisis de mercado se encontraron aspectos y factores positivos (por medio de los expertos), mostrando interés por el plan de negocios planteado. Al respecto, se destaca la facilidad del servicio que se ofrece al llegar a los diferentes centros de rehabilitación y desarrollarlo en el mismo. El deporte como alternativa que presentaría el programa de desintoxicación es algo que llena mucho, tanto como realizar un seguimiento al paciente y brindar material visual para que el consumidor se sienta fidelizado como parte del club. Por otro lado, existe una oferta escasa a los diferentes CETADS con este tipo de servicio; se recomienda realizar alianzas con el Ministerio de Salud y el Ministerio del Interior para realizar este tipo de programas que benefician a la sociedad y como soporte del programa de rehabilitación.
- Las necesidades de los consumidores encontradas como parte de la investigación realizada, se estableció el plan de marketing, el mismo que se orienta a la satisfacción de las necesidades y, sobre todo, brindar un servicio que garantice el aprendizaje de los pacientes, como aporte y beneficio al programa de desintoxicación, experiencia única en el mercado, por lo que se desarrollará la estrategia de más por menos, servicio diferenciador de la competencia.
- En el análisis del entorno nos podemos dar cuenta que el gobierno brinda apoyo y fomenta la práctica deportiva en el país, a su vez las instituciones públicas dan apoyo a la industria deportiva fomentando el deporte e implementando campañas para la erradicación de drogas con el resultado de motivar a las personas a la práctica deportiva y de

beneficio a su salud. Por otro lado, el apoyo a la creación de organizaciones orientadas a la enseñanza deportiva, brindando autonomía para su libre funcionamiento, sin intervención del gobierno, hace que este sea un factor positivo para el presente plan de negocios.

- Se determina que la propuesta de valor permite que el modelo de negocio brinde una nueva oportunidad y una nueva visión de apoyo al programa de rehabilitación por medio del deporte, con el propósito de salir del mundo del alcohol y las drogas; el objetivo es brindar un servicio diferente a los ya existentes en el mercado, que llenen las expectativas de los clientes, logrando así una alianza entre los Cetads y el club de box.
- El estudio del análisis financiero determinó la viabilidad del proyecto, los indicadores expuestos muestran valores positivos en el VAN, TIR, IR, con un periodo de recuperación de 4,08 años y del inversionista de 1,56 años, lo que permite concluir que el proyecto es factible por la aceptación del mismo y de su propuesta de valor, su baja inversión, bajos costos de funcionamiento. El proyecto mantiene valores positivos, permitiendo solvencia y riesgo de inversión mínimo; la clave es la eficiencia al utilizar los recursos y la efectividad para el control de gastos.
- Se plantea una estructura organizacional que facilite los procesos y el cumplimiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo, con eficiencia y calidad.

## Referencias

- Alonso, G. (2008). *Marketing de servicios - Reinterpretando la cadena de valor*. Obtenido de [https://www.palermo.edu/economicas/pdf\\_economicas/business\\_paralela/review/marketing\\_servicios.pdf](https://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/business_paralela/review/marketing_servicios.pdf). Recuperado en Enero 2019
- Asamblea Nacional . (2008). *Constitución del Ecuador* . Obtenido de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf). Recuperado en Enero 2019
- Banco Central del Ecuador. (2017). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>. Recuperado en Enero 2019
- Banco Central del Ecuador*. (2018). <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>. Recuperado en Enero 2019
- Banco Central del Ecuador. (2018). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>. Recuperado en Enero 2019
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Tasa de inflacion anual*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201902.pdf>. Recuperado en Enero 2019
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Riesgo pais*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201902.pdf>. Recuperado en Enero 2019
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf). Recuperado en Febrero 2019
- Cordes. (2018). Obtenido de <https://www.cordes.org/>. Recuperado en Febrero 2019
- Dadomaran. (Febrero de 2019). *Betas de la industria*. Obtenido de [http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html). Recuperado en Febrero 2019
- Diario El Comercio, s. (2018). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/deportes/ecuador-inversion-deportes-alto-rendimiento.html>. Recuperado en Febrero 2019
- El Universo. (2014). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/08/nota/4320646/droga-se-consigue-facil-calles-discotecas>. Recuperado en Febrero 2019

- Emprende Pyme, s. (s.f.). *Costos Indirectos*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/costes-indirectos.html>. Recuperado en Febrero 2019
- INEC. (2009). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios\\_Socio-demograficos/CostumPracticasDeportivas.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/CostumPracticasDeportivas.pdf). Recuperado en Marzo 2019
- Inec. (2012). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Revistas/Postdata/postdata01/files/assets/downloads/page0006.pdf>. Recuperado en Marzo 2019
- INEC. (2012). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/uso-del-tiempo-2/>. Recuperado en Marzo 2019
- Inec. (2014). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV\\_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf). Recuperado en Marzo 2019
- Inec. (2018). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>. Recuperado en Marzo 2019
- Inec. (2019). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV\\_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf). Recuperado en Marzo 2019
- Inec. (2019). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV\\_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf). Recuperado en Marzo 2019
- INEC. (2019). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin\\_mar2019.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin_mar2019.pdf). Recuperado en Marzo 2019
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2017). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>. Recuperado en Marzo 2019
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). *Inflación Mensual*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Junio-2017/Reporte\\_inflacion\\_201706.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Junio-2017/Reporte_inflacion_201706.pdf). Recuperado en Marzo 2019
- Josue. (2017). *Gastos Operacionales*. Obtenido de <https://financiamiento.org.mx/gastos-operacionales-y-gastos-no-operacionales/>. Recuperado en Abril 2019
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. CD México: Pearson Education, Inc. Recuperado en Abril 2019

- Lambin, Galluci, & Sicurello. (2009). *Dirección de marketing: Gestión estratégica y operativa del mercado*. México D.F: Litografica Ingramex. Recuperado en Abril 2019
- Leon, V. (2016). Obtenido de <http://www.somosmass99.com.mx/lo-que-la-droga-te-quita-el-box-te-lo-regresa-ninos-de-sinaloa-contra-sus-adicciones/>. Recuperado en Abril 2019
- Leon, V. (2016). Obtenido de <http://www.somosmass99.com.mx/lo-que-la-droga-te-quita-el-box-te-lo-regresa-ninos-de-sinaloa-contra-sus-adicciones/> Recuperado en Abril 2019
- Ministerio del Deporte . (2017). *Activate Ecuador*. Obtenido de <http://www.deporte.gob.ec/activate-ecuador/>. Recuperado en Abril 2019
- Ministerio del Interior. (2018). Obtenido de <https://www.ministeriointerior.gob.ec/112-funcionarios-de-la-ex-seted-pasaron-a-formar-parte-del-ministerio-del-interior/>. Recuperado en Mayo 2019
- Moreira, M. A. (2018). *Tecnología Educativa. Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación en la Educación*. Obtenido de <http://www.ardilladigital.com/DOCUMENTOS/TECNOLOGIA%20EDUCATIVA/TICs/T1%20SOC.INFORMACION/AREA%20ANALFABETISMO.pdf>. Recuperado en Mayo 2019
- Oropesa, A. (2018). *ForMarketing,2017*. Obtenido de <https://es.blastingnews.com/economia/2018/04/poder-de-negociacion-consumidores-002511661.html>. Recuperado en Mayo 2019
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelos de Negocio*. Obtenido de <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>. Recuperado en Mayo 2019
- Porter, M. (2017). Obtenido de <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter/>. Recuperado en Mayo 2019
- Recreacion, L. d. (2010). *Ley Educación Física y Recreación*. Obtenido de <https://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Ley-del-Deporte.pdf>. Recuperado en Mayo 2019
- RT en Español. (2018). Obtenido de <https://actualidad.rt.com/actualidad/266221-situacion-politica-actual-ecuador>
- Superintendencia de Compañías. (2019). *Director de supercompañías*. Obtenido de <https://appscvs.supercias.gob.ec/constitucionElectronicaApp>. Recuperado en Mayo 2019

- Superintendencia de Compañías. (2019). *Directorio de Compañías Resumido*. Obtenido de [https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b\\_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Busqueda%20por%20Actividad%20](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Busqueda%20por%20Actividad%20). Recuperado en Mayo 2019
- Superintendencia de Compañías, v. y. (2019). Obtenido de [https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b\\_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Busqueda%20por%20Actividad%20](https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Busqueda%20por%20Actividad%20). Recuperado en Mayo 2019
- YahooFinance. (2019). *Tasa libre de riesgo*. Obtenido de <https://finance.yahoo.com/quote/%5EIRX?p=%5EIRX>. Recuperado en Mayo 2019

## ANEXOS

Anexo 01: Contribución y variación del VAB por industria.



Figura No 1: Contribución y variación del VAB por industria  
Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018.

Anexo 02: Industrias Manufactureras de artículos y material para la práctica deportiva.

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	PROVINCIA	CANTÓN	CIUDAD
307320	1792770483001	CHANGOSPORTS CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
53304	1791296168001	CONFECCIONES SPORT COMPETENC CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
709800	1391844379001	CONSTRUCTORA ESPACIO LIBRE CONESPALIBRE S.A.	MANABI	MANTA	MANTA
177023	1792495911001	DOWERCEV S. A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
719058	1792894786001	INVICTUSSPORT CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
91726	1791805534001	K&CO SPORT S.A	PICHINCHA	QUITO	QUITO
300972	0992907754001	THE FITNESS COMPANY DOMICHIRI S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL

Figura No 2: Industrias Manufactureras de artículos y material para la práctica deportiva.

Anexo 03: Rivalres de competidores de la industria.

EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	PROVINCIA	CANTÓN	CIUDAD
137723		ACADEMIA ARGENTINA FUTBOL CLUB CIA. LTDA.	LOJA	LOJA	LOJA
172019		ATSPORTS S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
707865	1792677653001	BLUPADEL CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
143846	1191747670001	CASA DEPORTIVA RICASADAGI CIA. LTDA.	LOJA	LOJA	LOJA
139767	0992717343001	CENTURIACORSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
139518	0190374920001	DARDOS ECUADOR DEMANCHER CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA
143611	1792350506001	DEPORTSPORT PROMOTORES DEPORTIVOS CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
134512	0992622784001	DICOTSA S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
709309		ESCUELA CEGO CENTRO GOMEZ S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
712556	1792763541001	ESCUELA DE FUTBOL LITTLE K QUITO-NORTE CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
714054	2191748088001	ESCUELA NACIONAL DE AJEDREZ "ANAJ" S.A.	SUCUMBIOS	LAGO AGRIO	NUEVA LOJA
718979	1792896940001	ESCUFAV S.A.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
103441	0992151846001	FUTBOL FUTURO FUTBO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
166325	0992790695001	IMAGESPORT S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
128584	0992532904001	JAFRAJO S.A.	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL
707698	1792675383001	LITTLE KICKERS FÚTBOL QUITO LKFQ CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
145070	1792363144001	LKFUTBOL CIA. LTDA.	PICHINCHA	QUITO	CUMBAYÁ
305706	1792724236001	MARWEN CHEBBI ASESORA MAINOPPOSÉE CIA.LTDA.	PICHINCHA	QUITO	QUITO
179537	0992873914001	MONTEBULJO S.A.	GUAYAS	SAMBORONDÓN	SAMBORONDÓN
169032	0992807474001	NAVOYE S.A.	GUAYAS	DURÁN	ELOY ALFARO

Figura No 3: CIU de la industria que nos vamos a enfocar. Tomado de: Superintendencia de compañías 2018

Anexo 04: Entrevistas a profundidad

Con el fin de recopilar información acerca del presente plan de negocios les solicitamos a los expertos que nos respondan las siguientes preguntas:

**PERSONAL-EXPERIENCIA LABORAL**

- ✓ ¿Cuál es su nombre?
- ✓ ¿Cuál es su área de formación profesional?
- ✓ ¿Cuánto tiempo lleva al mando de este centro de rehabilitación?
- ✓ ¿Cuál fue el motivo para la creación de este centro?
- ✓ ¿Qué experiencia tiene en el manejo, gestión de este Centro?

## **ASPECTO DEPORTIVO**

- ✓ **Mente sana en cuerpo sano se dice, ¿qué opina sobre esa frase?**
- ✓ **¿Cuál es su opinión sobre la práctica deportiva en general en el país?**
- ✓ **¿Cómo motivar a una persona a practicar deporte?**
- ✓ **¿Considera que practicar deportes puede constituir una salida, una válvula de escape para personas que consumen sustancias psicotrópicas?**
- ✓ **Las instancias que tiene que ver con la práctica deportiva y la misma ley del deporte, ¿ayudan a mejorar el entorno social?**
- ✓ **¿El box como deporte podría ayudar a las personas como parte de su rehabilitación?**
- ✓ **Teniendo un enfoque deportivo el box es de contacto físico, “Un knock-out a las drogas y al alcohol”, ¿qué opina sobre el slogan?**

## **PROBLEMÁTICA**

- ✓ **¿Cuál es su opinión sobre el consumo de alcohol y drogas por parte de los jóvenes y adultos?**
- ✓ **¿Qué o quién influye en los jóvenes a consumir alcohol y drogas?**
- ✓ **¿Cómo influye la imagen social del consumidor y su familia?**
- ✓ **¿Cuál es la sustancia más consumida en los jóvenes?**

- ✓ ¿Cómo actuar al saber que tenemos a una persona cercana involucrada en esta problemática social?
- ✓ ¿Cómo podría apoyar la sociedad a personas que están inmersas en el consumo de drogas y alcohol?
- ✓ ¿Conoce qué porcentaje de jóvenes ha sido rehabilitado por medio del deporte?
- ✓ ¿Cómo devolver la confianza a personas que han sido marginados por la sociedad?
- ✓ ¿Añadiría algún aspecto adicional al programa de rehabilitación de su centro?

## **PROYECTO**

- ✓ El proyecto que se plantea mediante la práctica del box, tiene como objetivo principal propiciar la liberación, especialmente de los jóvenes, del lamentable mundo de las drogas, proyectando brindarles un servicio a quienes asisten a los nueve centros de rehabilitación. La meta es tratar de incorporarlos a la sociedad como ciudadanos con mentalidad y acciones positivas, dignos de sí mismo y de sus familias.  
El desarrollo de esta propuesta también implica darles una oportunidad a personas anónimas, y devolverles la confianza que perdieron por diversidad de motivos, al caer en tan penosa situación.

Para ello, deberán tener toda la convicción y entereza para librar una dura batalla tanto interna como social, dura prueba, quizá, más que los golpes que reciban en las prácticas y competencias boxísticas, en las que la rutina diaria, esforzada, sea realizada mediante un trabajo en equipo; que cada gota de sudor les lleve a dejar atrás su pasado, y no sólo deben estar

dispuestos a asimilar las enseñanzas del viril deporte de los puños, sus tácticas y técnica, sino, fundamentalmente, aprender a levantarse de la difícil y compleja situación en la que cayeron.

**“Un knock-out a las drogas y al alcohol”** es el slogan, deberán seguir **“Un golpe a la esperanza”** es el nombre de nuestro proyecto para defenderse de diversidad de males, peligros y no volver a caer en dañinas garras, en busca de la libertad interna.

- ✓ ¿Qué opina sobre el proyecto?
- ✓ ¿Cree usted que este proyecto tendría acogida en el ámbito nacional?
- ✓ ¿Usted conoce sobre algún programa deportivo de boxeo en un centro de rehabilitación?
- ✓ ¿Usted que añadiría a esta nueva propuesta?
- ✓ ¿Estarían dispuestos a firmar un convenio con nosotros?
- ✓ (Si – No) ¿Por qué?
- ✓ ¿Cuál sería el precio que estén dispuestos a pagar las personas por este servicio?
- ✓ ¿Por qué medios se recibiría la información sobre nuestro servicio?
- ✓ ¿Dónde sería más factible realizar nuestro servicio?
- ✓ ¿Recomendaría nuestro proyecto a una persona o a algún centro?

Anexo 05: CETADS

**CENTROS ESPECIALIZADOS EN TRATAMIENTO A PERSONAS CON CONSUMO PROBLEMÁTICO DE ALCOHOL Y OTRAS DROGAS - CETAD  
OBTUVIERON EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LA ACESS**

**ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS DE SALUD PÚBLICOS Y PRIVADOS / III NIVEL DE ATENCIÓN / CENTROS ESPECIALIZADOS / TIPOLOGÍA 3.1.1**

RUC	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	ENTIDAD	CANTÓN	PARROQUIA	
1768035840001	CASA DE ACOGIDA PUMAMAQUI		Público	QUITO	POMASQUI	AV. MA
1768035840001	CETAD CARLOS DÍAS		Público	QUITO	VICENTINA	
1791974603001	CENTRO PARA ADICCIONES DANDO UNA MANO CADUN	CADUM	Privada	QUITO	ALANGASÍ	PRINCI
1791851595001	FUNDACION DEJANDO HUELLA	DEJANDO HUELLA	Privada	QUITO	PUEMBO	Tobar C
1791421310001	MISION DESAFIO JUVENIL DEL ECUADOR		ONG	QUITO	CALDERÓN (CARAP	AV. RAF
1792382009001	COMTEAVI COMUNIDAD TERAPEUTICA APRENDER A VIVIR	COMTEAVI	Privada	QUITO	CONOCOTO	OCTAVI
1724821903001	BASANTES ZURITA NICOLE NATHALIA	COMUNIDAD TERAPEUTICA NUEVO EVEZEZER	MUNICIPIO	QUITO	AMAGJANA	CARLOS
1768180930001	UNIDAD PATRONATO MUNICIPAL SAN JOSE	CASA DE LA NIÑEZ 2	MUNICIPIO	QUITO	CONOCOTO	SEXTA
1711464865001	FRIAS MONTENEGRO MERI JANNETH	COMUNIDAD TERAPÉUTICA LIBERTAD	Privada	QUITO	GUAYLLABAMBA	LOS AG

Figura No 4: Cetads que obtuvieron el permiso de funcionamiento

Anexo 06: Charla de prevención contra las adicciones



Figura No 5: Uno de los centros que nos vamos a enfocar

## Anexo 07: Infografía

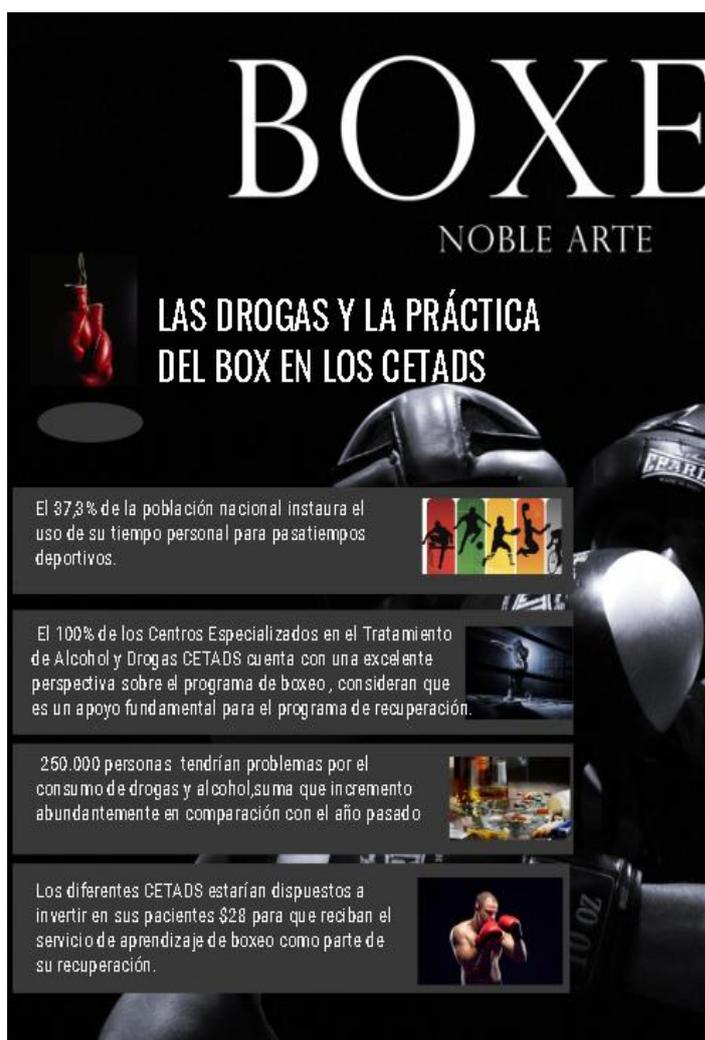


Figura No 6: Infografía de investigación

## Anexo 08:

Tabla No. 1: Tasa de inflación anual

Tasa de Inflación anual (Variación Anual de Precios)		
Meses	Variación Anual de Precios	<b>0,31%</b>
1	Febrero 28 de 2019	0,16%
2	Enero 31 de 2019	0,54%
3	Diciembre 31 de 2019	0,27%
4	Noviembre 30 de 2019	0,35%
5	Octubre 31 de 2019	0,33%
6	Septiembre 30 de 2019	0,23%

Anexo 09:

Tabla No. 2: Tasa de descuento con Beta apalancada

2019

<b>Tasa de Descuento con Beta Apalancada</b>	
Tasa libre de riesgo	2,33%
Rendimiento del mercado	12,54%
Beta Proyecto	1,108
Riesgo País	6,010%
Tasa de Impuestos Empresa	33,70%
CAPM	19,65%
WACC	13,40%

Anexo 10:

Tabla No. 3: Criterios de inversión del inversionista y proyecto.

2019

<b>Criterios de Inversión</b>			
Criterios de inversión Proyecto		Criterios de inversión Inversionista	
VAN	\$ 13.290,98	VAN	\$ 22.941,79
IR	1,72	IR	3,49
TIR	30%	TIR	78%
Periodo Rec.	4,08	Periodo Rec.	1,56

Anexo 11:

Tabla No.4: Tablas de inversión y depreciación.

2019

Suministros de gimnasio									
Ítem	Cantidad (unidades)	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Valor de rescate unitario	Valor de mercado al fin del proyecto	Valor contable a la vida del proyecto	Valor residual después de impuestos (unitario)	Valor residual después de impuestos (total)
Guantes de Entrenamiento	60	\$ 35,00	\$ 2.100,00	5	\$ 3,50	\$ 21,00	\$ 3,50	\$ 15,10	\$ 906,15
Pera Rápida	10	\$ 30,00	\$ 300,00	5	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 30,00
Cuchimbolo	10	\$ 30,00	\$ 300,00	5	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 30,00
Pera Loca	10	\$ 12,00	\$ 120,00	5	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 12,00
Cabezales	60	\$ 12,00	\$ 720,00	5	\$ 1,20	\$ 7,20	\$ 1,20	\$ 5,18	\$ 310,68
Spun Vendas	150	\$ 5,00	\$ 750,00	5	\$ 0,50	\$ 7,50	\$ 0,50	\$ 5,14	\$ 771,15
Bucales	150	\$ 3,00	\$ 450,00	5	\$ 0,30	\$ 4,50	\$ 0,30	\$ 3,08	\$ 462,69
Colchonetas	6	\$ 20,00	\$ 120,00	5	\$ 2,00	\$ 1,20	\$ 2,00	\$ 1,47	\$ 8,82
Uniformes del Club	290	\$ 8,00	\$ 2.320,00	5	\$ 0,80	\$ 23,20	\$ 0,80	\$ 15,65	\$ 4.538,85
Tomatodo	150	\$ 1,00	\$ 150,00	5	\$ 0,10	\$ 1,50	\$ 0,10	\$ 1,03	\$ 154,23

Vehiculos									
Ítem	Cantidad (unidades)	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Valor de rescate unitario	Valor de mercado al fin del proyecto	Valor contable a la vida del proyecto	Valor residual después de impuestos (unitario)	Valor residual después de impuestos (total)
Peugeot 206 Berlina	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	10	\$ 500,00	\$ 100,00	\$ 2.750,00	\$ 993,05	\$ 1.986,10

Suministros de tecnología									
Ítem	Cantidad (unidades)	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Valor de rescate unitario	Valor de mercado al fin del proyecto	Valor contable a la vida del proyecto	Valor residual después de impuestos (unitario)	Valor residual después de impuestos (total)
Pulsómetros PH 7	6	\$ 40,00	\$ 240,00	5	\$ -	\$ 2,40	\$ -	\$ 1,59	\$ 9,55
Portátil Dell 3467 I5	2	\$ 400,00	\$ 800,00	5	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 5,30	\$ 10,61

Anexo 12:

Tabla No. 5: Estado de resultados anual

2019

Años	Años				
	1	2	3	4	5
Meses					
Ventas	\$ 52.209,57	\$ 54.198,34	\$ 56.199,73	\$ 58.229,00	\$ 60.256,35
Costo de los productos vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 52.209,57</b>	<b>\$ 54.198,34</b>	<b>\$ 56.199,73</b>	<b>\$ 58.229,00</b>	<b>\$ 60.256,35</b>
Gastos sueldos y honorarios	\$ 38.219,84	\$ 41.494,54	\$ 42.305,72	\$ 43.133,71	\$ 43.978,87
Gastos generales	\$ 2.662,10	\$ 2.287,44	\$ 2.312,92	\$ 2.338,70	\$ 2.364,47
Gastos de depreciación	\$ 2.693,34	\$ 2.697,34	\$ 2.697,34	\$ 2.697,34	\$ 2.697,34
Gastos de amortización	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
<b>Utilidad antes de intereses e impuesto y participación</b>	<b>\$ 8.628,30</b>	<b>\$ 7.713,02</b>	<b>\$ 8.877,75</b>	<b>\$ 10.053,26</b>	<b>\$ 11.209,67</b>
Gastos de intereses	\$ 920,65	\$ 825,00	\$ 569,29	\$ 363,22	\$ 133,80
<b>Utilidad antes de impuesto y participación</b>	<b>\$ 7.707,64</b>	<b>\$ 6.888,02</b>	<b>\$ 8.308,47</b>	<b>\$ 9.690,04</b>	<b>\$ 11.075,87</b>
15% Participación trabajadores	\$ 1.156,15	\$ 1.033,20	\$ 1.246,27	\$ 1.453,51	\$ 1.661,38
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>\$ 6.551,50</b>	<b>\$ 5.854,82</b>	<b>\$ 7.062,20</b>	<b>\$ 8.236,54</b>	<b>\$ 9.414,49</b>
25% Impuesto a la renta	\$ 1.637,87	\$ 1.463,70	\$ 1.765,55	\$ 2.059,13	\$ 2.353,62
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 4.913,62</b>	<b>\$ 4.391,11</b>	<b>\$ 5.296,65</b>	<b>\$ 6.177,40</b>	<b>\$ 7.060,87</b>

Anexo 13:

Tabla No.6: Tabla anual de situación inicial

2019

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Activos</b>	<b>\$ 18.400,00</b>	<b>\$ 22.881,30</b>	<b>\$ 25.649,22</b>	<b>\$ 29.167,95</b>	<b>\$ 33.367,36</b>	<b>\$ 38.216,16</b>
<b>Corrientes</b>	\$ -	\$ 5.681,30	\$ 9.653,22	\$ 14.375,95	\$ 19.779,36	\$ 25.832,16
Efectivo	\$ -	\$ 5.681,30	\$ 9.653,22	\$ 14.375,95	\$ 19.779,36	\$ 25.832,16
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>No Corrientes</b>	\$ 18.400,00	\$ 17.200,00	\$ 15.996,00	\$ 14.792,00	\$ 13.588,00	\$ 12.384,00
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00	\$ 18.370,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 1.194,00	\$ 2.392,00	\$ 3.590,00	\$ 4.788,00	\$ 5.986,00
Intangibles	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Amortización acumulada	\$ -	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 30,00
<b>Pasivos</b>	<b>\$ 9.200,00</b>	<b>\$ 8.767,68</b>	<b>\$ 7.099,47</b>	<b>\$ 5.321,56</b>	<b>\$ 3.343,56</b>	<b>\$ 1.131,49</b>
<b>Corrientes</b>	\$ -	\$ 1.035,30	\$ 1.000,97	\$ 1.042,04	\$ 1.089,09	\$ 1.131,49
Sueldos por pagar	\$ -	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 788,00	\$ 788,00
Impuestos por pagar	\$ -	\$ 247,30	\$ 212,97	\$ 254,04	\$ 301,09	\$ 343,49
<b>No Corrientes</b>	\$ 9.200,00	\$ 7.732,38	\$ 6.098,50	\$ 4.279,52	\$ 2.254,47	\$ -
Deuda a largo plazo	\$ 9.200,00	\$ 7.732,38	\$ 6.098,50	\$ 4.279,52	\$ 2.254,47	\$ -
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 9.200,00</b>	<b>\$ 14.113,62</b>	<b>\$ 18.549,75</b>	<b>\$ 23.846,40</b>	<b>\$ 30.023,80</b>	<b>\$ 37.084,67</b>
Capital	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00
Utilidades retenidas	\$ -	\$ 4.913,62	\$ 9.349,75	\$ 14.646,40	\$ 20.823,80	\$ 27.884,67
<b>Comprobación</b>	<b>\$ -</b>					
Activo corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivo corriente	\$ -	\$ 1.035,30	\$ 1.000,97	\$ 1.042,04	\$ 1.089,09	\$ 1.131,49
Capital neto de trabajo	\$ -	\$ (1.035,30)	\$ (1.000,97)	\$ (1.042,04)	\$ (1.089,09)	\$ (1.131,49)

