



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN Y
FUNCIONAMIENTO DE UN CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO PARA
PELEADORES DE ARTES MARCIALES MIXTAS EN LA CIUDAD DE
QUITO”**

FELIPE ANDRES MIRANDA TORMEN

***DIRECTOR
ECON. JAIME CABEZAS MALDONADO***

Agosto 2014

QUITO-ECUADOR

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, **Felipe Miranda** declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

Felipe Miranda Tormen

Yo, Jaime Cabezas Maldonado certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo él responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

Director de la Tesis
Econ. Jaime Cabezas Maldonado

DEDICATORIA

A todas las personas importantes en mi vida que con su cariño y paciencia han sabido enseñarme a ser una mejor persona.

AGRADECIMIENTOS

Al término de esta etapa de mi vida, no me queda más que agradecer a todas esas personas que han sido parte de este logro. Estas palabras son para agradecerles su ayuda por hacer de mí un profesional y una persona de la que se sientan orgullosos.

A mis padres, Jaime Miranda e Isabel Tormen que con su cariño y disciplina siempre me han llevado por el buen camino. Los dos con su amor y comprensión han hecho de mí una mejor persona y han hecho que pueda vencer mis miedos y conseguir mis objetivos. Gracias por estar conmigo y saber que siempre puedo contar con ustedes.

A mis hermanos, Verónica y Sebastián que con su cariño y humor todo se hace más fácil y llevadero. Gracias por brindarme la fuerza y el coraje que necesito para luchar por lo que quiero todos los días. Siempre estaré ahí para ustedes. Les amo mucho.

A tu paciencia y tiempo Martha que sin su ayuda nunca hubiera terminado esta Tesis. Tu presión y constante motivación me ayudó a terminarla porque este trabajo lleva mucho de ti.

A todos mis tíos y primos, les agradezco por estar ahí cuando más lo he necesitado, en los momentos buenos y malos. Mis logros son sus logros y nada de lo que hago lo hubiera podido hacer sin ustedes. Gracias por brindarme su tiempo y afecto.

A mis profesores, no puedo hacer más que agradecerles, todos han sido una inspiración para mí, gracias por brindarme sus conocimientos y dejarme ser parte también de su vida al compartir todas esas magníficas historias de las que hablamos en clases. Un especial agradecimiento al Econ. Jaime Cabezas Delgado que desinteresadamente me ayudó en el desarrollo de esta tesis. A la Ing. Maria Augusta Játiva que siempre estuvo predispuesta a ayudarme en todo lo que necesite durante toda mi carrera. Al Decano de mi facultad el Econ. Ramiro Canelos que siempre mantuvo su puerta abierta para cualquier inquietud o ayuda que necesité durante todos estos años.

A mis amigos y amigas, Joha, Dajha, Liz, Estefi, Domi, Roberto, Jose, Andrés, Carlos, Gustavo, David, Diego y Adrián que todo lo que he vivido con ustedes lo tengo grabado en mi corazón, todas las cosas que he pasado junto a ustedes me han hecho la persona que soy el día de hoy.

Muchas gracias a todos.

Felipe Miranda Tormen

RESUMEN

Las artes marciales mixtas, también conocidas por sus siglas en inglés como MMA (Mixed Martial Arts), han tomado trascendencia en los últimos años convirtiéndose en un deporte de alto rendimiento atractivo para el público por sus ventajas tanto físicas como mentales.

La popularidad del deporte trae consigo la apertura de nuevos gimnasios donde entrenar, tiendas especializadas y ligas profesionales; por tanto el presente proyecto nace de la necesidad de la ciudad de Quito de tener un centro de alto rendimiento para que los luchadores profesionales y amateurs de artes marciales mixtas puedan entrenar.

El presente proyecto analizó el mercado Ecuatoriano y sudamericano de las artes marciales mixtas. Se llevo a cabo el análisis microeconómico del mercado nacional mediante la inspección de la oferta y demanda de los centros de artes marciales mixtas nacionales. También se realizó el análisis macroeconómico del mercado Ecuatoriano desarrollado bajo el análisis PEST.

Se realizó el plan de marketing basado en las 4 P's donde se detalla el producto, precio, plaza y publicidad. Además se determinó los costos, gastos e inversiones para la construcción y buen funcionamiento del mismo.

Se especificó las necesidades de la especialización en el manejo de la organización por profesionales capacitados en las diferentes ramas de las artes marciales y se detalló los perfiles profesionales de los mismos.

Por último se determinó por medio de un análisis de sensibilidad del proyecto que el proyecto es factible de llevarse a cabo y que los inversores deben tomar en cuenta este proyecto al momento de invertir.

ABSTRACT

Mixed martial arts, also known as MMA, has grown in importance in recent years to become a high performance sport that is popular with the public, who are attracted to both its physical and mental benefits.

The popularity of the sport has resulted in the opening of new gyms for training purposes, specialty shops, and professional leagues. This project therefore stems from the need for the city of Quito to have a high performance center where professional and amateur mixed martial artists can train.

This project analyzes the Ecuadorian and South American market for mixed martial arts. The Microeconomic analysis of the domestic market was done by inspection of the supply and demand of local MMA's gyms. A Macroeconomic analysis of the Ecuadorian market was also carried out and developed under the PEST analysis.

The thesis makes use of the marketing mix incorporating the 4 P's: Product, Place, Price and Promotion. It also defines the product in detail and determines the costs, expenses and investments needed for the construction and management of the project.

The project also outlines the qualifications and experience required, including training in the various martial arts, for the professionals who will run the organization.

Finally, it was determined, by analyzing the project using a sensitivity analysis, that the project is feasible and investors should consider this project as a viable investment option.

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DE AUTORÍA	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
TABLA DE CONTENIDOS	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
ÍNDICE DE GRÁFICOS	13
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	14
ÍNDICE DE ANEXOS	16
CAPÍTULO I.....	17
1. ANTECEDENTES	17
1.1. Definición del tema de investigación.....	17
1.2. Planeamiento, formulación y sistematización del problema.....	17
1.2.1. Planteamiento del problema	17
1.2.2. Formulación del Problema.....	18
1.2.3. Sistematización del Problema.....	18
1.3. Objetivos de la Investigación	19
1.3.1. Objetivo General.....	19
1.3.2. Objetivos Específicos	19
1.4. Justificación.....	19
1.5. Marco de Referencia	20
1.5.1. Marco Teórico	20
1.5.2. Marco Conceptual.....	24
1.6. Hipótesis del Trabajo	26
1.7. Metodología de la Investigación	26
1.7.1. Métodos de Investigación	26
1.7.2. Diseño de la Investigación.....	26
1.7.3. Tipos de la Investigación	27
1.7.4. Fuentes de la Investigación.....	27

CAPÍTULO II.....	29
2. ESTUDIO DE MERCADO	29
2.1. Necesidad de información.....	29
2.2. Objetivos de la investigación	29
2.2.1. Objetivo General.....	29
2.2.2. Objetivo Específico	29
2.3. Diseño de la investigación y fuentes de datos.....	30
2.4. Procedimiento de recolección de datos	30
2.5. Diseño de la muestra	31
2.5.1. Definir la población	31
2.5.2. Identificación del marco muestral.....	31
2.5.3. Determinación del tamaño de la muestra.....	32
2.5.4. Seleccionar un proceso de muestreo	32
2.5.5. Seleccionar la muestra	32
2.6. Recopilación de datos	33
2.7. Procesamiento de datos	33
2.8. Análisis de datos	33
2.9. Presentación de los resultados.....	33
2.9.1. Análisis de la Investigación	34
CAPÍTULO III	47
3. ANÁLISIS SITUACIONAL	47
3.1. Análisis de la situación internacional respecto a las artes marciales mixtas.....	47
3.1.1. Oferta en Sudamérica	47
3.2. Análisis Microeconómico	48
3.2.1. Clientes	48
3.2.2. Demanda Quito y Ecuador.....	48
3.2.3. Demanda Sudamérica	50
3.2.4. Competencias a Nivel Internacional	51
3.2.5. Proveedores.....	52
3.2.6. Competidores.....	52
3.3. Análisis Macroeconómico.....	57

3.3.1. Análisis Político – Legal.....	57
3.3.2. Análisis Económico	58
3.3.3. Análisis Social	64
3.3.4. Análisis Tecnológico	66
CAPÍTULO IV	67
4. PROPUESTA.....	67
4.1. Plan de marketing.....	67
4.1.1. Producto.....	67
4.1.2. Precio	71
4.1.3. Plaza.....	73
4.1.4. Promoción.....	74
4.2. Modelo Organizacional.....	76
4.2.1. Empresa	76
4.2.2. Misión y Visión	77
4.2.3. Valores.....	77
4.2.4. Estructura Organizacional	78
4.2.5. Análisis FODA	78
4.2.6. Perfiles profesionales.....	79
4.2.7. Estrategias empresariales.....	81
CAPÍTULO V	84
5. ANÁLISIS FINANCIERO	84
5.1. Inversiones	84
5.1.1. Inversión en terreno	84
5.1.2. Inversión en infraestructura	85
5.1.3. Inversión en constitución y legalización.....	85
5.1.4. Inversión en equipo de entrenamiento	86
5.1.5. Inversión en mobiliario y equipo de oficina	87
5.1.6. Inversión en equipos de computación.....	88
5.1.7. Inversión Gasto en Publicidad y Marketing	88
5.2. Costos de operación y mantenimiento	89
5.2.1. Costos de Servicios Básicos	89

5.2.2. Inversión en Gastos Operacionales.....	90
5.2.3. Sueldos y Salarios.....	90
5.2.4. Depreciación	92
5.2.5. Amortización	93
5.2.6. Resumen de costos de operación y mantenimiento	93
5.2.7. Capital de trabajo	94
5.3. Ingresos	94
5.4. Punto de Equilibrio	95
5.5. Evaluación del proyecto.....	99
5.5.1. Flujo de caja.....	99
5.5.2. Indicadores de rentabilidad.....	100
5.6. Análisis de sensibilidad.....	101
5.6.1. Sensibilidad del Valor Actual Neto (VAN) con financiamiento	101
5.6.2. Sensibilidad del Valor Actual Neto (VAN) sin financiamiento	102
5.6.3. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno (TIR) con financiamiento.....	103
5.6.4. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno (TIR) sin financiamiento.....	105
5.7. Balance General del Proyecto	108
CAPÍTULO VI	113
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113
6.1. Conclusiones	113
6.2. Recomendaciones.....	115
BIBLIOGRAFÍA.....	117
ANEXOS.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1: Análisis de Población	31
Tabla No 2: Género	34
Tabla No 3: ¿Conoce qué son las Artes Marciales Mixtas?	35
Tabla N° 4: ¿Practica Artes Marciales Mixtas?	36
Tabla N° 5: ¿Se siente atraído a observar competencias de Artes Marciales Mixtas?	37
Tabla N° 6: ¿Le gustaría recibir información sobre Artes Marciales Mixtas?	38
Tabla N° 7: ¿Conoce centros de entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?	39
Tabla N° 8: ¿Existen competencias nacionales de Artes Marciales Mixtas?	40
Tabla N° 9: ¿Cuenta el centro al que usted asiste con los implementos necesarios para un entrenamiento de alto rendimiento?	41
Tabla N° 10: ¿Cuántas horas diarias dedica al entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?	42
Tabla N° 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por entrenar Artes Marciales Mixtas en un centro de alto rendimiento?	43
Tabla N° 12: ¿Que le motivaría a practicar Artes Marciales Mixtas?	44
Tabla N° 13: Miembros de la Federación Internacional de Artes Marciales Mixtas	47
Tabla N° 14: Población Demanda de Quito y Ecuador	49
Tabla N° 15: Demanda de Quito.....	49
Tabla N° 16: Demanda de Ecuador	50
Tabla N° 17: Demanda Sudamérica.....	50
Tabla N° 18: Horario de Atención.....	68
Tabla N° 19: Horas de clases semanales	68
Tabla N° 20: Capacidades.....	69
Tabla N° 21: Costo de inscripción y mensualidades	72
Tabla N° 22: Costo de uso de espacio para concentraciones y torneos.....	72
Tabla N° 23: Listado de precios de artículos deportivos	73
Tabla N° 24: Promociones.....	75
Tabla N° 25: Inversión en infraestructura.....	85
Tabla N° 26: Inversión en constitucion y legalizacion	86
Tabla N° 27: Inversión en equipo de entrenamiento	87
Tabla N° 28: Inversión en mobiliario y equipo de oficina	88
Tabla N° 29: Inversión en mobiliario y equipo de oficina	88

Tabla N° 30: Gasto en Publicidad y Marketing	89
Tabla N° 31: Gastos en servicios básicos	89
Tabla N° 32: Inversión en gastos operacionales.....	90
Tabla N° 33: Sueldo Personal en nómina	90
Tabla N° 34: Aportes de ley personal en nómina	91
Tabla N° 35: Sueldo personal de ventas	91
Tabla N° 36: Sueldo profesores	92
Tabla N° 37: Depreciacion activos fijos	92
Tabla N° 38: Amortización Gastos de constitución.....	93
Tabla N° 39: Resumen de Gastos de Operación.....	93
Tabla N° 40: Ingresos	94
Tabla N° 41: Porcentaje de ventas y costo variable por producto	96
Tabla N° 42: Porcentaje de costos fijos y variables por producto	97
Tabla N° 43: Punto de equilibrio en cantidades	98
Tabla N° 44: Punto de equilibrio en cantidades monetarias	98
Tabla N° 45: Sensibilidad del TIR con financiamiento	103
Tabla N° 46: Sensibilidad del TIR sin financiamiento	106
Tabla N° 47: Balance del proyecto con financiamiento	109
Tabla N° 48: Balance del proyecto sin financiamiento	110
Tabla N° 49: Balance del proyecto general	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica No 1: Género	34
Gráfica No 2: ¿Conoce qué son las Artes Marciales Mixtas?	35
Gráfica N° 3: ¿Practica Artes Marciales Mixtas?	36
Gráfica N° 4: ¿Se siente atraído a observar competencias de Artes Marciales Mixtas?	37
Gráfica N° 5: ¿Le gustaría recibir información sobre Artes Marciales Mixtas?	38
Gráfica N° 6: ¿Conoce centros de entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?.....	39
Gráfica N° 7: ¿Existen competencias nacionales de Artes Marciales Mixtas?	40
Gráfica N° 8: ¿Cuenta el centro al que usted asiste con los implementos necesarios para un entrenamiento de alto rendimiento?	41
Gráfica N° 9: ¿Cuántas horas diarias dedica al entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?	42
Gráfica N° 10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por entrenar Artes Marciales Mixtas en un centro de alto rendimiento?.....	43
Gráfica N° 11: ¿Que le motivaría a practicar Artes Marciales Mixtas?	44
Gráfica No 12: Producto Interno Bruto	59
Gráfica No 13: Variacion Anual PIB	60
Gráfica No 14: Inflación.....	61
Gráfica No 15: Salario.....	62
Gráfica No 16: Tasa de Interés Activa y Pasiva.....	62
Gráfica No 17: Riesgo Pais	63
Gráfica No 18: Estadísticas Laborales	64
Gráfica No 19: Proyección Poblacional	65
Gráfica N° 20: Organigrama Estructural	78
Gráfica No 21: Sensibilidad del VAN con financiamiento	101
Gráfica No 22: Sensibilidad del VAN sin financiamiento	102
Gráfica N° 23: Sensibilidad del TIR con financiamiento (cambios en los ingresos)	104
Gráfica N° 24: Sensibilidad del TIR con financiamiento (cambios en los costos).....	105
Gráfica N° 25: Sensibilidad del TIR sin financiamiento (cambios en los ingresos)	107
Gráfica N° 26: Sensibilidad del TIR sin financiamiento (cambios en los costos).....	108
Gráfica N° 27: Balance del proyecto general con financiamiento.....	111
Gráfica N° 28: Balance del proyecto general sin financiamiento.....	112

ÍNDICE DE IMÁGENES

Foto No 1: Academia Samborondón	53
Foto N° 2: Academia Garzota.....	54
Foto N° 3: Academia Cuenca	54
Foto N° 4: Academia Machala.....	55
Foto N° 5: Academia Ceibos	55
Foto N° 6: Academia Sur.....	56
Foto N° 7: Academia Quito	56
Foto N° 8: Academia Polaris	57
Foto No 9: logo.....	70
Foto N° 10: Formas de Pago.....	76
Foto N° 11: Sistema de Gimnasio.....	123
Foto N° 12: Caminadora Estáticas	123
Foto N° 13: Máquina de abdominales.....	124
Foto N° 14: Banco de pesas	124
Foto N° 15: Goma elástica	125
Foto N° 16: Set de pesas	125
Foto N° 17: Set de mancuernas.....	126
Foto N° 18: Pelota Fitness	126
Foto N° 19: Cinturón Faja para espalda.....	127
Foto N° 20: Pesa rusa.....	127
Foto N° 21: Torre de poder	128
Foto N° 22: Entrenamiento tronco y abdominales	128
Foto N° 23: Vendas para manos.....	129
Foto N° 24: Casco para sparring	129
Foto N° 25: Cuerda para saltar.....	130
Foto N° 26: Heavy Bag.....	130
Foto N° 27: MMA Mantis Mitt.....	131
Foto N° 28: Guantes MMA.....	131
Foto N° 29: MMA Omnistrike Heavy Bag	132

Foto N° 30: Protectores de Canilla.....	132
Foto N° 31: Strike Shield	133
Foto N° 32: Protector de Cuerpo.....	133
Foto N° 33: Focus Mitts.....	134

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Encuesta	119
Anexo B: Horario de clases impartidas	121
Anexo C: Horario de clases impartidas	122
Anexo D: Equipos de Gimnasio	123
Anexo E: Terreno	135
Anexo F: Préstamo Bancario.....	136
Anexo G: Flujo de Caja con financiamiento	138
Anexo H: Flujo de Caja sin financiamiento	139
Anexo I: Estratificación del Nivel Socioeconómico	140

CAPÍTULO I

El presente capítulo presenta los datos preliminares y las razones que llevaron al autor a la elaboración de una investigación que tiene fin demostrar la factibilidad para la construcción y funcionamiento de un centro de alto rendimiento para peleadores de artes marciales; tomando en cuenta el contexto en el que se desarrolla el problema, los objetivos, las bases teóricas y la metodología que se aplicará con el fin de aprobar o negar la hipótesis.

1. ANTECEDENTES

1.1. Definición del tema de investigación

Proyecto de factibilidad para la construcción y funcionamiento de un centro de alto rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas.

1.2. Planeamiento, formulación y sistematización del problema

1.2.1. Planteamiento del problema

Las artes marciales mixtas, también conocidas por sus siglas en inglés como MMA (Mixed Martial Arts), combinan varias técnicas de combate cuerpo a cuerpo. Nacen en Brasil a inicios del siglo XX como una derivación del Vale Tudo (vale todo), que es un estilo de lucha sin reglas, sin guantes y sin división de pesos.

El Vale Tudo se origina en las calles, donde las riñas eran sin reglas y no se daba como deporte sino como un sistema de defensa. Al convertirse en un estilo de lucha a nivel de deporte se decide imponer como única regla que los ojos serían la única parte corporal que se debía respetar. Sin embargo este estilo de lucha resultó ser muy sangriento por lo que el público decidió no asistir a estos eventos perdiendo popularidad.

En base a esto en la década de los 90, nace el Jiu Jitsu, cuando los hermanos Gracie deciden probar una pelea con estilo que se volvió muy popular en el mundo dando lugar al Campeonato Supremo de Pelea “Ultimate Fighting Championship (UFC)”, este campeonato reúne varias artes marciales como lo son: el karate, box, Jiu Jitsu, judo, entre otros.

A través de las artes marciales mixtas se logra canalizar que las peleas callejeras en base a una reglamentación para que no sean sangrientas convirtiéndose en un deporte de alto rendimiento, atractivo para el público.

Tal como lo indica (El Comercio, 2013), el Ecuador cuenta ya con varias ligas de las cuales “hay unas dos o tres, ya profesionales. Y en el resto del mundo la famosísima UFC”, una vez que las artes marciales mixtas fueron institucionalizadas se considera un deporte saludable en comparación con otros tipos de pelea como lo es el box donde el luchador puede lesionarse con facilidad el cerebro.

Según Gabriel Guerra entrenador de MMA del gimnasio Team Predador, en un reportaje para el diario el Comercio “Entrenar artes marciales mixtas trae una serie de ventajas, tanto físicas, como mentales, esto es más que un deporte, es un estilo de vida” (Guerra, 2013)

La misma publicación expresa que “la popularidad del deporte trajo consigo la apertura de nuevos gimnasios donde entrenar, tiendas especializadas y ligas profesionales” (El Comercio, 2013). Por tanto, este tema nace de la necesidad de la ciudad de Quito de tener un centro integral para que los luchadores profesionales de artes marciales mixtas puedan entrenar enfocando el análisis en demostrar la factibilidad de la creación del mismo.

1.2.2. Formulación del Problema

¿Es factible el desarrollar un proyecto para la construcción y funcionamiento de un centro de alto rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas en la ciudad de Quito?

1.2.3. Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la situación actual en la que se desenvuelven los centros de rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas?
- ¿Cómo está definida la oferta y la demanda basada a un estudio de mercado?
- ¿Qué estrategias comerciales y organizacionales se pueden llevar a cabo para la implementación de un centro de rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas?
- ¿Es financieramente viable el proyecto?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad para el desarrollo de un proyecto para la construcción y funcionamiento de un centro de alto rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas en la ciudad de Quito en el año 2014.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Definir la situación actual en la que se desenvuelven los centros de rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas.
- Realizar un estudio de mercado que permita definir la oferta y demanda en el mercado.
- Elaborar una propuesta comercial y organizacional para la implementación de un centro de rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas.
- Establecer la viabilidad financiera del proyecto.

1.4. Justificación

Las artes marciales mixtas, tienen un rápido crecimiento a nivel mundial, el Campeonato Supremo de Pelea “Ultimate Fighting Championship (UFC) atrae a millones de espectadores a nivel mundial y está promocionando la práctica del MMA, los ecuatorianos cuentan desde el 2010 a través de la cadena FOX con presentaciones televisivas en vivo de prácticas de artes marciales mixtas, volviéndose estas un deporte muy popular en el país.

Debido a su reglamentación y al hecho de ser menos sangrientas que otros tipos de luchas, las MMA tienen un rápido crecimiento dentro de la sociedad ecuatoriana convirtiéndose para sus integrantes en un estilo de vida, que requiere de preparación y entrenamiento.

En base a esto y con el antecedente antes mencionado de que el Ecuador cuenta ya con varias ligas de artes marciales mixtas, este proyecto tiene la finalidad de analizar la factibilidad de la creación de un centro de artes marciales mixtas que cuente con gimnasio, área de levantamiento de pesas, piscina, área de fisioterapia, vestidores y circuito de obstáculos. Esto con el fin de que los luchadores profesionales de MMA tengan un espacio donde puedan hacer sus concentraciones previo a las peleas. Así

también, el centro contempla el uso del gimnasio para dar clases de Jiu Jitsu, Muay Thai, Box y MMA, brindando precios accesibles. Todas estas posibles estrategias serán analizadas mediante un proyecto de factibilidad que analice las cuatro viabilidades: comercial, legal, técnica y financiera; siendo esta tesis un instrumento que guíe a los interesados a la toma de decisiones. Por otra parte será de utilidad para el autor para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera en un caso práctico orientado a la ciudad de Quito. Finalmente servirá como base de análisis e investigación para los estudiantes de la Universidad Internacional del Ecuador.

1.5. Marco de Referencia

1.5.1. Marco Teórico

Proyecto

Es el conjunto de actividades para la consecución de un objetivo previamente establecido que requiere de una serie de pasos definidos mediante parámetros, tiempos y recursos. (Van Den, 2010)

Estudio de Viabilidad

El estudio de viabilidad tiene como meta recopilar, estudiar y evaluar un proyecto para determinar su factibilidad con el fin de determinar los posibles riesgos para los inversionistas (Sapag, 2008). El objetivo principal de un estudio de viabilidad es demostrar la factibilidad del proyecto a los inversionistas, propietarios, accionistas o instituciones financieras. Este tipo de estudio nos permite estimar la rentabilidad y el retorno de la inversión de una actividad económica o iniciativa empresarial.

Entre sus características principales el estudio debe ser:

- Formal,
- Documentado, y
- Objetivo.

El Estudio de viabilidad es la base para la elaboración de un plan de negocios, ya que este le proporciona los elementos básicos para su creación (Sapag, 2008). Sin embargo para las empresas PYMES muchas veces el plan de negocios incluye el estudio de viabilidad, es decir que por reducción de presupuesto constituyen un solo documento en base al hecho de que comparten información. Un estudio de factibilidad no siempre es utilizado para la creación de una nueva empresa, ya que entre sus usos contempla

además la expansión de un negocio, creación de una nueva línea de productos o proyectos de inversión entre otros.

Para la realización del presente estudio se contemplará el análisis de la factibilidad con relación a la creación de un centro de alto rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas para lo cual se analizarán la viabilidad comercial, viabilidad legal, viabilidad técnica y viabilidad financiera.

Viabilidad Comercial

“Es la relación establecida por las fuerzas de la oferta y la demanda” (Kotler & Armstrong, Marketing Estrategico, 2006)

- Demanda: Es la cantidad total que será adquirida por un grupo de consumidores en un lugar y tiempo determinado. La demanda está influida por las condiciones del entorno. Los elementos de la demanda son:
 - a) Consumidores potenciales y reales
 - b) Segmentación de Mercado:
 - c) Comportamiento del consumidor
- Oferta: “Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado” (Sapag, 2008). El propósito de la oferta es medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un producto. La oferta está influenciada por los elementos del marketing mix:
 - a) Producto: “Es aquello que tiene la capacidad de: 1) atraer la atención, 2) ser ofrecido para ser adquirido y 3) ser susceptible de ser usado o consumido. Cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler P., 2008).
 - b) Precio: Es el valor monetario asociado a la transacción.
 - c) Plaza: Hace referencia al sitio donde se va a comercializar el producto o servicio que se va a ofrecer. Dentro de este aspecto se contemplan los canales de distribución.
 - d) Publicidad y promoción: Es la forma de comunicar comercialmente el producto que tiene como fin incrementar el consumo de un determinado producto o servicio. Hace uso de los medios de comunicación.

Viabilidad Técnica

Tiene como fin:

- Verificar las posibilidades técnicas.
- Determinar el tamaño preciso para la localización de las instalaciones

La viabilidad técnica se basa en la correcta definición de la estructura, la cual contempla:

- a) La localización óptima
- b) El tamaño requerido
- c) La disponibilidad de recurso
- d) Identifica el proceso
- e) Determina la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto

Viabilidad Financiera

Está relacionada con la obtención de réditos económicos en base al uso de recursos (Sapag, 2008). La viabilidad financiera analiza los riesgos y la capacidad de generar recursos como requisito funcional en planes a corto, mediano y largo plazo. Este tipo de análisis permite también relacionar las fuentes con los tipos de ingresos para proporcionar información relacionada al flujo de dinero.

La viabilidad financiera obtiene datos de análisis a través de los Estados Financieros los cuales pueden ser evaluados mediante razones financieras y otros evaluadores dentro de los cuales tenemos:

- Punto De Equilibrio: “Muestra una situación en la cual la empresa ni gana ni pierde, y se realiza para determinar los niveles más bajos de producción o ventas a los cuales puede funcionar un proyecto sin poner en peligro la viabilidad financiera” (Sapag, 2008)
- Valor Actual Neto (VAN): “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Sapag, 2008). La fórmula que se emplea para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

$$VAN = FE(0) + FE(1) / (1 + r) + FE(2) / (1 + r)^2 + FE(3) / (1 + r)^3 + FE(4) / (1 + r)^4 \dots$$

- Tasa Interna de Retorno (TIR): “Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, o es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Sapag, 2008). La ecuación de la TIR es la siguiente:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Artes Marciales Mixtas

Las artes marciales mixtas (MMA), constituyen un deporte de combate que nace del “Vale Todo”, práctica de lucha urbana en la que no habían reglas pero que por sus características sangrientas perdió popularidad dando lugar a las artes marciales mixtas que nacieron en Brasil en la década de los 90 incorporando una variedad de disciplinas de combate.

Las raíces de las artes marciales surgen de los antiguos Juegos Olímpicos donde se instauró la lucha como parte de los deportes (Plotz, 2006).

Costo Marginal

El costo marginal permite la medición de la tasa de variación del costo dividida por la variación de la producción. Es decir que el costo marginal representa el incremento que sufre el costo de un producto en base al incremento del costo total que se produce cuando se aumenta la producción en una unidad, esto se da por la producción adicional del bien (Sapag, 2008).

La curva de la función C_{Ma} está expresada como la derivada de la función del costo total

CT con respecto a la cantidad Q.

CM = Precio – Costo variable unitario

En el punto mínimo de la curva está determinado por el número de productos que se van a producir para que los costos del negocio sean mínimos. El punto de corte de la curva determina los costos medios de producción y el nivel óptimo. El análisis del costo marginal nos permite establecer los costos para la generación de una política de precios.

1.5.2. Marco Conceptual

Los conceptos definidos a continuación están basados en las teorías de (Kotler & Armstrong, Marketing Estrategico, 2006):

Ambiente: Instituciones o fuerzas fuera de la organización y que tienen un efecto potencial en su desempeño, incluye todo fuera de la organización, factores tales como los económicos, condiciones políticas, el ambiente social, y la tecnología.

Ámbito económico: Factores que afectan el poder adquisitivo de los consumidores y sus patrones de gasto.

Benchmarking: Identificar el diseño del mejor en su clase de una compañía en un área determinada, sea de productos o servicios al cliente, y luego comparar los propios procesos con los de aquella.

Canal de distribución: Serie de organizaciones interdependientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.

Clientes: Mercados de consumidores están compuestos por las personas y los hogares que adquieren bienes y servicios para su consumo personal.

Costos Fijos: Costos que no varían con la cantidad de ventas ni de producción.

Costo Total: Suma de los costos fijos y los variables con una cantidad de producción dada cualquiera.

Costos variables: Costos que varían directamente de acuerdo con la cantidad de la producción.

Investigación de mercados: Dar apoyo a la toma de decisiones de mercadotecnia, vincula a la organización con su medio ambiente de mercado.

Macro ambiente: Fuerzas sociales más amplias que afectan al microambiente entero: fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

Mezcla de mercadotecnia: Serie de instrumentos tácticos y controlables de la mercadotecnia que mezcla la empresa para obtener la respuesta que quiere del mercado hacia el cual se dirige.

Microambiente: Fuerzas próximas a la empresa que afectan su capacidad para servir a sus clientes: la empresa, los proveedores, las empresas que son canales para la comercialización, los mercados de clientes, la competencia y los públicos.

Muestra: Subconjunto, extraído de la población (mediante técnicas de muestreo) cuyo estudio sirve para inferir características de toda la población.

Población: Conjunto de todos los elementos objeto de nuestro estudio.

Precio: Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, en términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o usar el producto o servicio.

Producto: Todo aquello que se ofrece en la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo, incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

Promoción de ventas: Incentivos a corto plazo para fomentar la adquisición o la venta de un producto o servicio.

Publicidad: Cualquier forma pagada de presentación, que no sea personal, y de promociones de ideas, bienes o servicios por parte de un patrocinador identificado.

Segmentación del Mercado: Dividir al mercado en grupos definidos de compradores, con diferentes necesidades, características o comportamiento, que podrían requerir productos o de mercadotecnia diferente.

Planeación: Definición de los objetivos o metas de la organización, el establecimiento de una estrategia global para alcanzar esas metas, y el desarrollo de una amplia jerarquía de planes para integrar y coordinar las actividades.

Presupuesto: Plan que establece los gastos proyectados para cierta actividad y explica de donde provendrán los fondos requeridos, de tal forma.

Razones financieras: Relaciones que existen entre las cuentas de los estados financieros.

Tasa (De prima): Porcentaje que se aplicará sobre la suma asegurada para obtener el precio del seguro.

1.6. Hipótesis del Trabajo

El desarrollo de un proyecto para la construcción y funcionamiento de un centro de alto rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas es factible.

1.7. Metodología de la Investigación

1.7.1. Métodos de Investigación

Método Científico

Hernández (1999), expresa: “Es aquel conjunto de etapas y reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación cuyos resultados son aceptados como válidos para la comunidad científica”. El método científico será utilizado en todas las fases de la investigación relacionando la teoría con la práctica con el fin de comprobar o negar la hipótesis.

Método Inductivo – Deductivo

“Método que se utilizará para la interpretación de los resultados positivos y negativos que se obtendrán en el estudio que se realizará al proyecto. Además esta información será imprescindible para el planteamiento de políticas y estrategias” (Bernal, 2010).

A través de este método se realizará la interpretación de los resultados para definir la factibilidad del proyecto.

Método descriptivo

A través de este método se explicarán y especificarán los hechos para el planteamiento de políticas y estrategias, según la información recolectada

1.7.2. Diseño de la Investigación

El estudio utilizará como instrumento de análisis una encuesta para definir el comportamiento del consumidor y sus preferencias. La encuesta constará de 10 preguntas orientadas a resolver las interrogantes generadas por las preguntas que sistematizan el problema. El estudio además realizará un análisis del micro y macro ambiente para analizar factores de riesgo así como oportunidades y fortalezas para el planteamiento de estrategias.

1.7.3. Tipos de la Investigación

Investigación descriptiva

Se recopilarán datos sobre la base de la hipótesis para que la información sea expuesta de manera clara y cuidadosa. La descripción de los hechos es importante para el planteamiento de conclusiones.

Investigación Explicativa

Permite definir los motivos que dan lugar al fenómeno y establecer las relaciones causa – efecto.

1.7.4. Fuentes de la Investigación

Fuentes Primarias

- Encuestas
- Observación de campo

Las Fuentes Secundarias

- Datos estadísticos
- Fuentes académicas de internet
- Textos relacionados al tema
- Publicaciones periódicas

Las artes marciales mixtas, también conocidas por sus siglas en inglés como MMA (Mixed Martial Arts), representan un estilo de lucha que canaliza las peleas callejeras en base a una reglamentación para que no sean sangrientas convirtiéndose en un deporte de alto rendimiento atractivo para el público. Las artes marciales mixtas como deporte traen una serie de ventajas tanto físicas como mentales convirtiendo al deporte en un estilo de vida. La popularidad del deporte trae consigo la apertura de nuevos gimnasios donde entrenar, tiendas especializadas y ligas profesionales; por tanto el presente proyecto nace de la necesidad de la ciudad de Quito de tener un centro integral para que los luchadores profesionales de artes marciales mixtas puedan entrenar enfocando el análisis en demostrar la factibilidad de la creación del mismo.

Dentro de este contexto se resolverá las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la situación actual en la que se desenvuelven los centros de rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas?, ¿Cómo está definida la oferta y la demanda basada a un estudio de

mercado?, ¿Qué estrategias comerciales y organizacionales se pueden llevar a cabo para la implementación de un centro de rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas?, ¿Es financieramente viable el proyecto?; con el fin de evaluar la factibilidad para el desarrollo de un proyecto para la construcción y funcionamiento de un centro de alto rendimiento para peleadores de artes marciales mixtas.

Los métodos a utilizarse son: científico, inductivo – deductivo, y descriptivo. El estudio usa como instrumento de análisis una encuesta para definir el comportamiento del consumidor y sus preferencias. La encuesta consta de 10 preguntas orientadas a resolver las interrogantes generadas en la sistematizan el problema. El estudio se basa además en un análisis del micro y macro ambiente para analizar factores de riesgo así como oportunidades y fortalezas para el planteamiento de estrategias.

CAPÍTULO II

El estudio de mercado constituye el punto de partida para la evaluación de la factibilidad del proyecto ya que permite analizar las condiciones del mercado como una base sólida y fidedigna para la toma de decisiones y el planteamiento de estrategias. El estudio de mercado permite visualizar el ambiente interno y externo en el que se desarrolla el negocio, la oferta existente y las características de la demanda. Para el planteamiento de estrategias, el presente estudio se basa en el análisis del marketing mix: producto, precio, plaza y promoción.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Necesidad de información

“El primer paso en el proceso de investigación es establecer cuál es la necesidad de información de una investigación de mercados... El gerente es responsable de explicar la situación que rodea la solicitud de ayuda y establecer de qué manera la información de investigación facilitará el proceso de toma de decisiones” (Kinneer & Taylor, 2008).

La información requerida estará dispuesta por tres niveles básicos, como son el conocimiento, la práctica y la participación en competencias de artes marciales mixtas.

2.2. Objetivos de la investigación

“Los objetivos en una investigación responden a la pregunta ¿Por qué se realiza este proyecto?” (Kinneer & Taylor, 2008).

2.2.1. Objetivo General

Definir las características del comportamiento del consumidor en la práctica de artes marciales mixtas en la ciudad de Quito durante los meses de Febrero a Junio del año 2014.

2.2.2. Objetivo Específico

- Establecer las características demográficas de las personas que practican Artes Marciales Mixtas.
- Definir los niveles dentro de la población de conocimientos, motivaciones y participación en la ejecución de prácticas de artes marciales mixtas.
- Estimar los niveles de aceptación al participar en artes marciales mixtas.

- Definir el conocimiento de la población en la ejecución de competencias a nivel nacional.
- Especificar las características, necesidades y requerimientos al asistir a centros de entrenamiento.
- Establecer el precio óptimo y aceptado por los usuarios de centros para prácticas de artes marciales mixtas.

2.3. Diseño de la investigación y fuentes de datos

“Un diseño de investigación es el plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación. Es la estructura que especifica del tipo de información a recolectar, las fuentes de datos y los procedimientos y análisis de la recolección de datos” (Kinnear & Taylor, 2008).

La investigación será de tipo concluyente de forma descriptiva y transversal; determinada mediante la aplicación de un cuestionario de 11 preguntas que buscan cumplir el objetivo de la investigación al detallar las características del comportamientos del consumidor en la práctica de artes marciales mixtas en la ciudad de Quito en un periodo de tiempo, tomando como fuente de datos los encuestados que serán determinados mediante el cálculo de la muestra de una población establecida.

2.4. Procedimiento de recolección de datos

“Al desarrollar el procedimiento de recolección de datos, el investigador deberá establecer un vínculo eficaz entre las necesidades de información y las preguntas que se formularan o las observaciones que se gravaran” (Kinnear & Taylor, 2008)

El procedimiento aplicado es mediante el método de comunicación en la realización de 11 preguntas a los encuestados estableciendo entrevistas personales, instituidas en un cuestionario que busca establecer características demográficas, conocimientos, elementos de motivación para la práctica de artes marciales mixtas que no representen un costo alto para el investigador. Los datos serán recolectados en el centro norte de Quito, Cumbaya y mediante el software Monkey Survey.

2.5. Diseño de la muestra

“El primer punto en el diseño de la muestra se relaciona con quien o que debe incluirse en la muestra. Esto significa que se requiere una información precisa de la población de la cual va a extraerse la muestra. El segundo punto se refiere a los métodos utilizados para la selección de la muestra. Estos métodos pueden clasificarse a partir de si implican un procedimiento probabilístico o no probabilístico. El tercer punto comprende el tamaño de la muestra” (Kinnear & Taylor, 2008).

2.5.1. Definir la población

Tabla No 1: Análisis de Población

	Total	Porcentaje de Población entre 15 y 34 años	Porcentaje de personas de clase social B y C+	Población en Estudio
Hombres	1.088.811,00	34.06%	34%	126.089
Mujeres	1.150.380,00	34.06%	34%	133.219
Población	2.239.191,00	34.06%	34%	259.308

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Elaborado por: Felipe Miranda

La población a ser estudiada en el estudio de mercado es la población de Quito entre los rangos de edad de 15 a 34 años y de clase social B y C+ lo que nos da una población para el estudio de 259.308 personas.

2.5.2. Identificación del marco muestral

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta que las personas que participan en este deporte son hombres y mujeres entre los 15 y 34 años, considerando que el entrenamiento es permitido desde los 14 años; pero las competencias exigen una edad mínima de 18 años a nivel internacional y no se recomienda más de 9 años de práctica activa, puesto que está comprobado por estudios científicos realizados por la Federación de MMA de Estados Unidos que a partir de ese tiempo puede ser perjudicial para la salud. El mismo estudio demuestra que a partir de los 31 años de edad el rendimiento atlético baja para este tipo de actividades (U.S. National Association MMA, 2013).

2.5.3. Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se va a tomar una población finita que está conformada por habitantes de la ciudad de Quito entre los 15 y 34 años de edad siendo en total 205.558 personas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{i^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

N = La población está conformada por habitantes de la ciudad de Quito entre los 15 y 34 años de edad siendo en total 259.308 personas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

P = (Probabilidad de aceptación) = 50% = 0,5

Q = (Probabilidad de no aceptación) = 50% = 0,5

Z = (Nivel de Confianza) = 95% = 1,96

i = (Error aceptado) = 5% = 0.05

$$n = \frac{(1.96^2)(259.308)(0.5)(0.5)}{(0.05^2)(259.308 - 1) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = 383$$

2.5.4. Seleccionar un proceso de muestreo

El presente estudio se realiza mediante un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple con el fin de generar iguales posibilidades a la población de participar en el estudio mediante el cálculo de la muestra anteriormente mencionado.

2.5.5. Seleccionar la muestra

La muestra es seleccionada según los datos establecidos en la identificación del marco muestral en una población de 259.308 habitantes de los cuales la muestra en estudio representativa de la población es de 383 habitantes.

2.6. Recopilación de datos

“El proceso de recopilación de datos es fundamental, puesto que por lo general abarca una amplia proporción del presupuesto de investigación y del error total en los resultados de la investigación. En consecuencia la selección, la capacitación y el control de los entrevistadores es esencial para los estudios eficaces de investigación de mercados” (Kinneer & Taylor, 2008).

Los datos son recopilados mediante encuestas escritas y mediante el software de Monkey Survey en la ciudad de Quito por el autor de la tesis, los cuales son tabulados en programas de Excel estadístico.

2.7. Procesamiento de datos

“Una vez registrado los datos, comienza el procesamiento de los mismos. Este incluye las funciones de edición y codificación. La edición comprende la revisión de los formatos de datos en cuanto a legibilidad, consistencia e integridad. La codificación implica el establecimiento de categorías para respuestas o grupos de respuestas” (Kinneer & Taylor, 2008).

Todos los datos son procesados mediante estadística descriptiva el cual permita establecer porcentajes de participación de cada variable en las preguntas.

2.8. Análisis de datos

“Es importante que el análisis de datos sea consistente con los requerimientos de información identificados. Por lo general se realiza utilizando paquetes de software apropiados para el análisis de datos” (Kinneer & Taylor, 2008).

Los datos son analizados mediante el desarrollo de tablas dinámicas y gráficas estadísticas que permitan visualizar la información generada en el procesamiento de la información y responda los objetivos de investigación.

2.9. Presentación de los resultados

“Usualmente los resultados de la investigación se comunican al gerente a través de un informe escrito y una presentación oral” (Kinneer & Taylor, 2008).

Los resultados serán presentados mediante gráficos y tablas dinámicas para poder visualizar la información de mejor manera.

2.9.1. Análisis de la Investigación

Para esta investigación se realizó una encuesta en base al Anexo A donde reflejó los siguientes resultados:

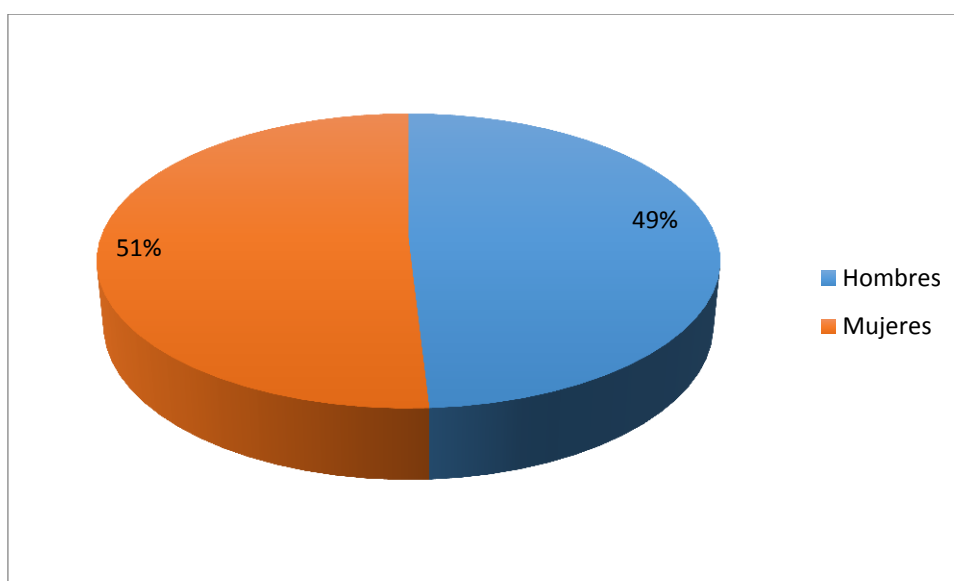
Tabla No 2: Género

	Cantidad	% Relativo
Hombres	188	49%
Mujeres	195	51%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica No 1: Género



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Se encuestaron un total de 383 personas en la ciudad de Quito entre las edades de 15 y 34 años, de los cuales un 49% fueron mujeres y el 51% fueron hombres, la encuesta fue aleatoria y anónima.

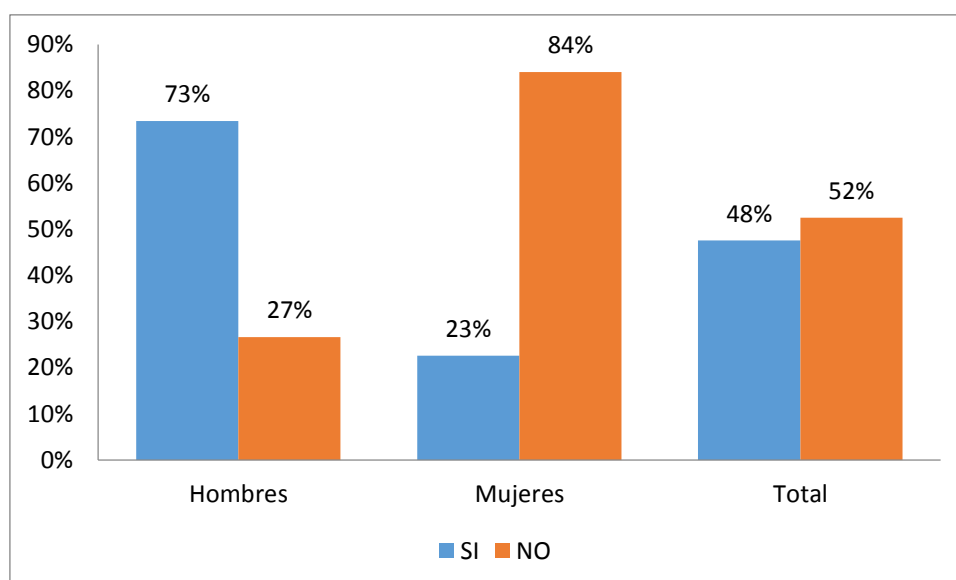
Tabla No 3: ¿Conoce qué son las Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
SI	138	73%	44	23%	182	48%
NO	50	27%	151	84%	201	52%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica No 2: ¿Conoce qué son las Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Un 73% de la población masculina conoce sobre las Artes Marciales Mixtas (MMA), mientras que únicamente un 23% de las mujeres respondió afirmativamente; es decir que el nivel de desconocimiento asciende al 27% en los hombres y al 84% en las mujeres. El total de conocimiento sobre el deporte es del 48% y el desconocimiento el 52% en la población encuestada.

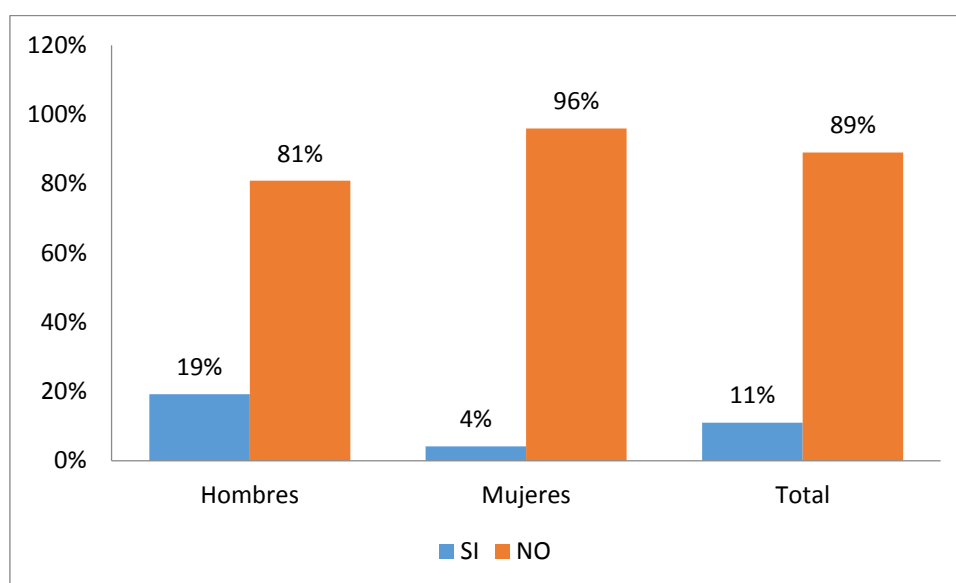
Tabla N° 4: ¿Practica Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
SI	36	19%	8	4%	44	11%
NO	152	81%	187	96%	339	89%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 3: ¿Practica Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

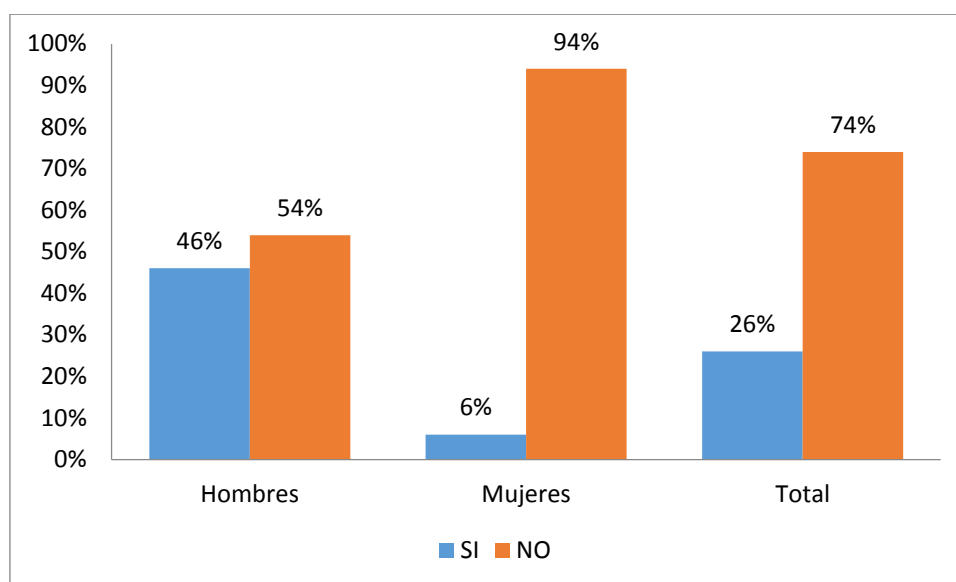
En cuanto a la práctica de Artes Marciales Mixtas (MMA), el 19% de los hombres practican el deporte y un 4% de las mujeres. El índice total es del 11% quedando un 89% de población que no practica este tipo de deportes.

Tabla N° 5: ¿Se siente atraído a observar competencias de Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
SI	88	46%	13	6%	101	26%
NO	100	54%	182	94%	282	74%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 4: ¿Se siente atraído a observar competencias de Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

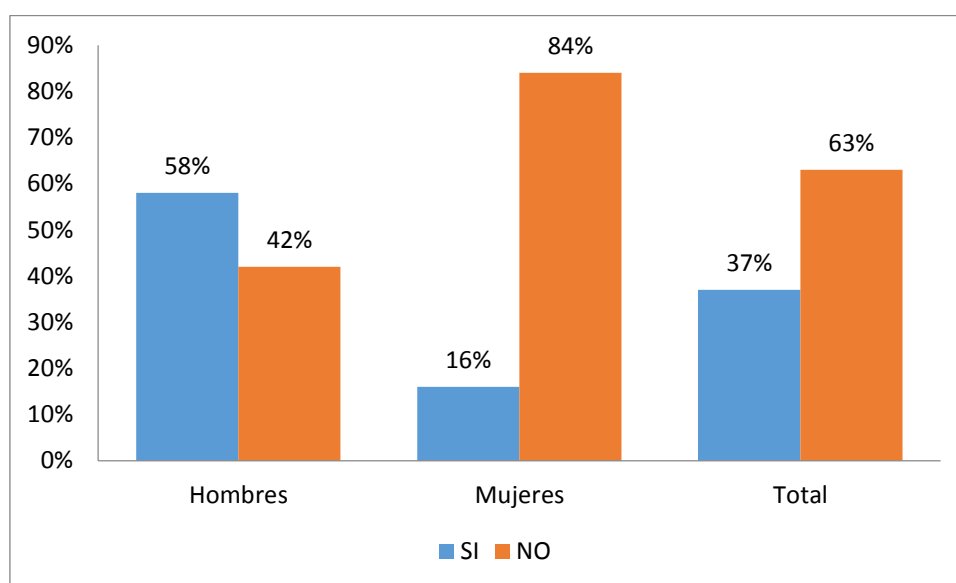
Un 46% de la población masculina encuestada presenta interés en observar espectáculos de competencias de artes marciales mixtas; así como un 6% de mujeres. El total de espectadores de torneos de Artes Marciales Mixtas (MMA) es de 26% entre la población encuestada.

Tabla N° 6: ¿Le gustaría recibir información sobre Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
SI	158	58%	93	16%	251	37%
NO	30	42%	102	84%	132	63%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 5: ¿Le gustaría recibir información sobre Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

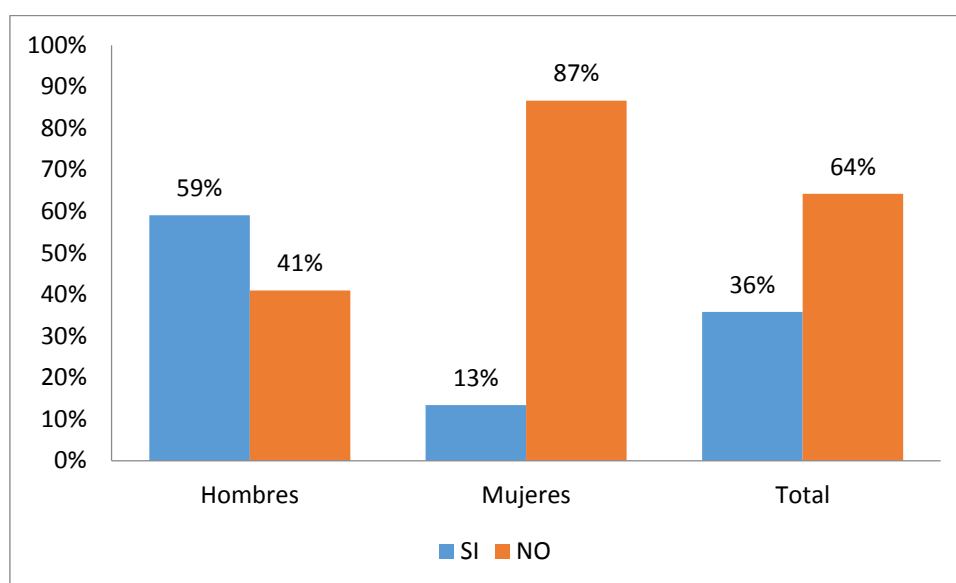
Al aplicar la encuesta se quiso investigar los efectos de la misma frente a las personas que hasta el momento no conocían sobre las MMA, por lo que se preguntó a la población encuestada si les gustaría recibir más información, ante lo cual un 37% respondió afirmativamente y 63% no demostró interés. Nuevamente el índice más alto se encontró entre los hombres de los cuales un 58% desea recibir información en contraste con un 16% de mujeres.

Tabla N° 7: ¿Conoce centros de entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
SI	111	59%	26	13%	137	36%
NO	77	41%	169	87%	246	64%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 6: ¿Conoce centros de entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Sobre el conocimiento de centros de entrenamiento de artes marciales mixtas en la ciudad de Quito, la población encuestada respondió que el 36% conoce de la existencia de ellos o alguno de ellos, ya sea por práctica del deporte, amistades que asisten a un centro o residencia cercana a los centros. Entre los hombres el conocimiento de donde se encuentran estos centros es del 59% mientras que entre las mujeres es del 13%.

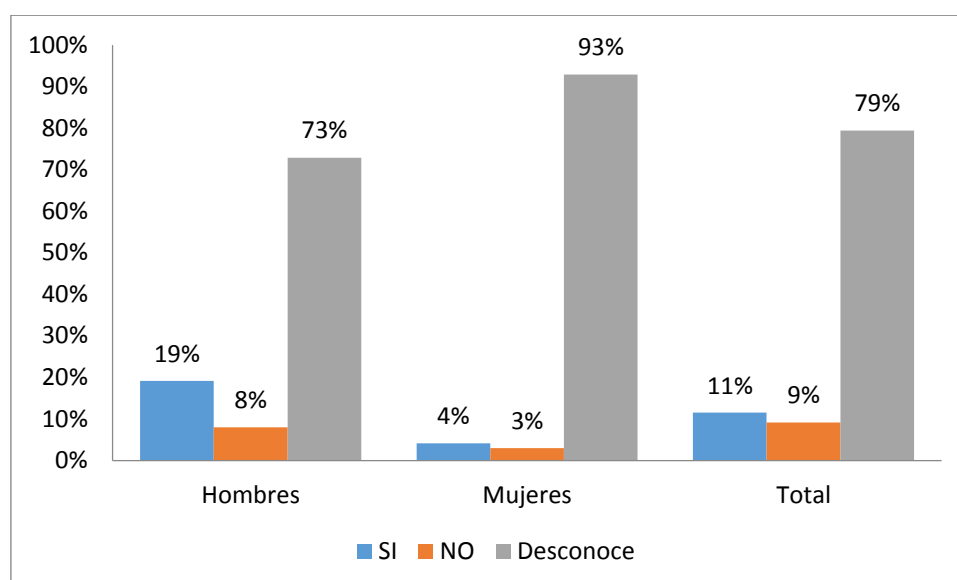
Tabla N° 8: ¿Existen competencias nacionales de Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
SI	36	19%	8	4%	44	11%
NO	15	8%	20	3%	35	9%
Desconoce	137	73%	167	93%	304	79%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 7: ¿Existen competencias nacionales de Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

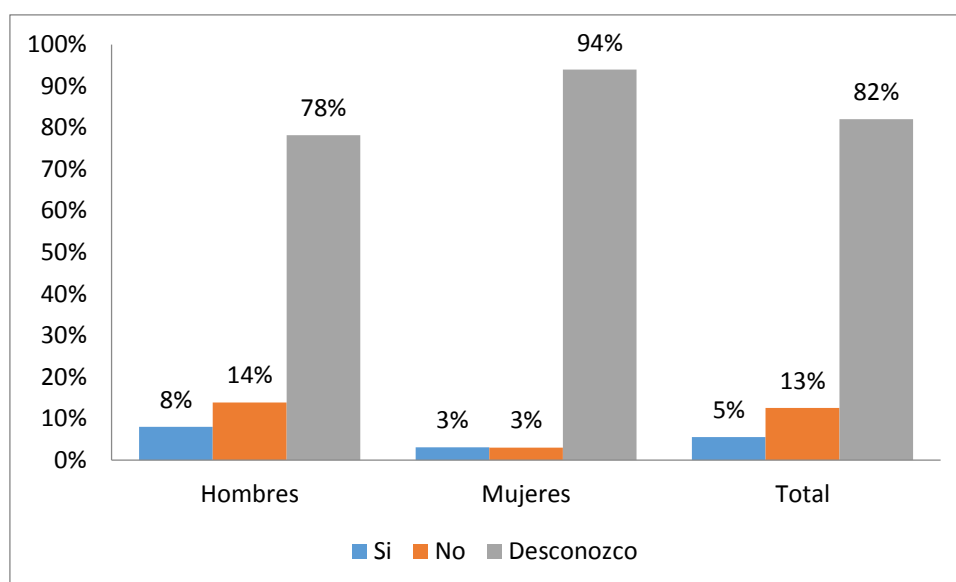
En cuanto al conocimiento acerca de competencias o torneos locales un 11% de los encuestados afirmó conocer de ellos o haber asistido a alguno, un 9% expresó que no hay torneos locales y un 79% desconoce la existencia de los mismos. Entre el mayor desconocimiento de los torneos locales se encuentra que las mujeres desconocen de si hay algún torneo local en un 93%.

Tabla N° 9: ¿Cuenta el centro al que usted asiste con los implementos necesarios para un entrenamiento de alto rendimiento?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
Si	15	8%	6	3%	21	5%
No	26	14%	22	3%	48	13%
Desconozco	147	78%	167	94%	314	82%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 8: ¿Cuenta el centro al que usted asiste con los implementos necesarios para un entrenamiento de alto rendimiento?



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Al preguntar sobre la implementación e infraestructura de los centros de entrenamiento de artes marciales mixtas, los que conocían o han asistido a alguno expresaron en un 5% que los centros a los que asisten están adecuados correctamente, un 82% desconoce la calidad de los recursos utilizados y un 13% afirma no estar satisfecho, esperando más de los centros.

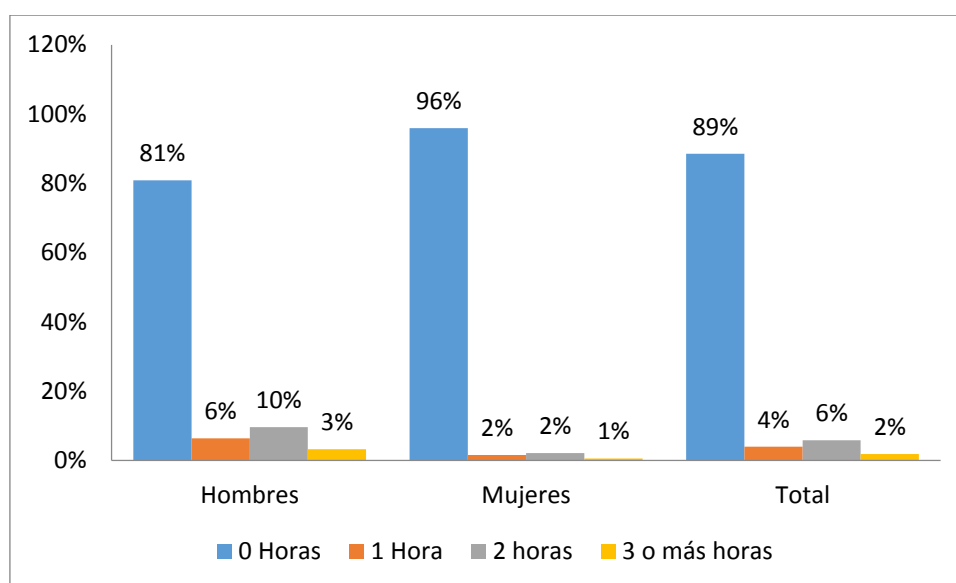
Tabla N° 10: ¿Cuántas horas diarias dedica al entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
0 horas	154	81%	186	96%	340	89%
1 hora	12	6%	3	2%	15	4%
2 horas	18	10%	4	2%	22	6%
3 o más horas	6	3%	1	1%	7	2%
Total	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 9: ¿Cuántas horas diarias dedica al entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

En cuanto al nivel de entrenamiento de las personas que ejercitan para las MMA, un 4% de los encuestados indicaron entrenar de 1 hora diaria. El 6% se dedica a entrenar 2 horas diarias; un 89% no ejercitan y un 2% se dedican a entrenar 3 o más horas diarias.

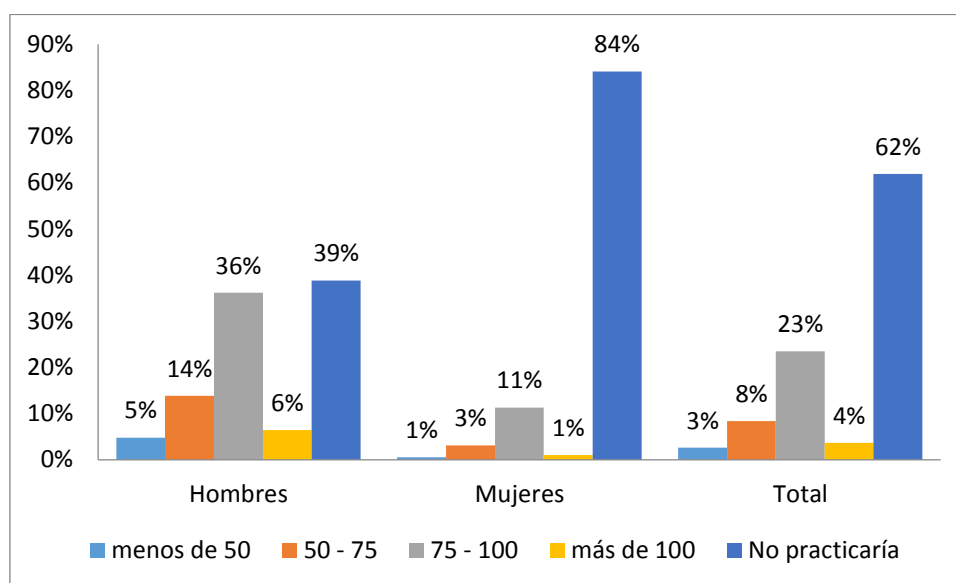
Tabla N° 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por entrenar Artes Marciales Mixtas en un centro de alto rendimiento?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
menos de 50	9	5%	1	1%	10	3%
50 - 75	26	14%	6	3%	32	8%
75 - 100	68	36%	22	11%	90	23%
más de 100	12	6%	2	1%	14	4%
No practicaría	79	39%	164	84%	243	62%
Total	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por entrenar Artes Marciales Mixtas en un centro de alto rendimiento?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

En la encuesta referente a los precios, se encontró que el precio óptimo fluctúa entre los \$75 y \$100 dólares con un 23% de aceptación; un 8% preferiría un valor entre los \$50 y \$75 dólares, un 3% menos de \$50 dólares, un 3% pagaría más de \$100 dólares y un 62% no realizaría este tipo de deporte a ningún costo. Entre los hombre el 36% aceptaría pagar entre \$75-100 dólares y un 11% también pagaría entre las mujeres.

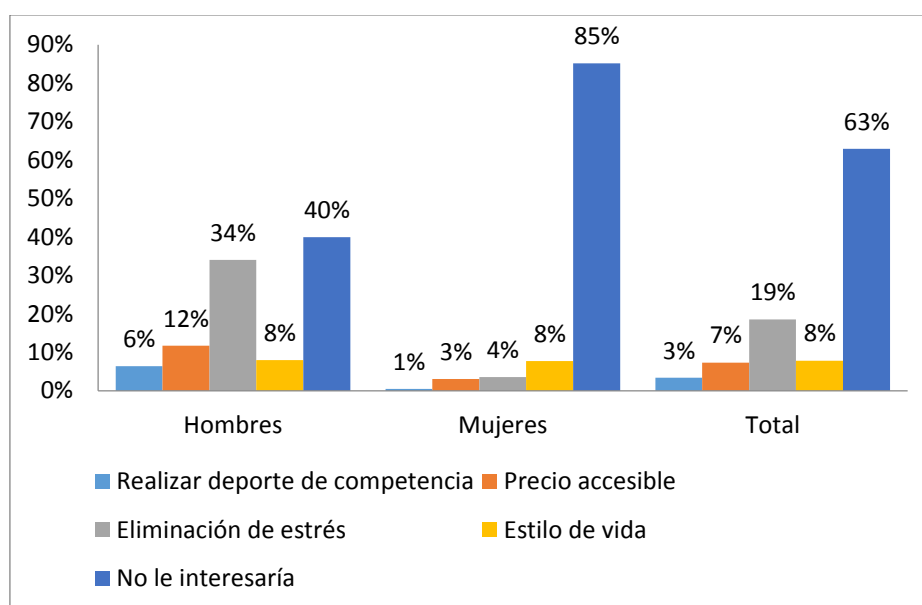
Tabla N° 12: ¿Que le motivaría a practicar Artes Marciales Mixtas?

	Hombres		Mujeres		Total	
	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo	Cantidad	% Relativo
Realizar deporte de competencia	12	6%	1	1%	13	3%
Precio accesible	22	12%	6	3%	28	7%
Eliminación de estrés	64	34%	7	4%	71	19%
Estilo de vida	15	8%	15	8%	30	8%
No le interesaría	79	40%	164	85%	243	63%
TOTAL	188	100%	195	100%	383	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 11: ¿Que le motivaría a practicar Artes Marciales Mixtas?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Finalmente, se utilizó la encuesta para averiguar que podría atraer el interés de nuevos practicantes de MMA, un 7% expresó que un precio accesible sería un motivante, un 3% realizaría el deporte por competencia, y un 8% por estilo de vida y un 19% eliminación de estrés; un 63% indicó una negación total a realizar este tipo de deporte.

Conclusión:

- La muestra se calculó considerando a la población de la provincia de Quito tomando en cuenta a hombres y mujeres entre los 15 y 34 años de edad, lo cual dió lugar a un total de 383 sobre a las que se aplicaron las encuestas, de las cuales 49% son mujeres y 51% hombres. El estudio determinó que el 73% de la población masculina conoce sobre las Artes Marciales Mixtas (MMA), mientras que únicamente un 23% de las mujeres tiene conocimiento de ellas. En cuanto a la práctica de Artes Marciales Mixtas (MMA), el 18% de los hombres practican el deporte y un 4% de las mujeres. El índice total es del 11% quedando un 89% de población que no practica este tipo de deportes.
- El estudio determinó además, que un 46% de la población masculina encuestada presenta interés en observar espectáculos de competencias de artes marciales mixtas; así como un 13% de mujeres. El total de espectadores de torneos de Artes Marciales Mixtas (MMA) es de 26% entre la población encuestada. Al preguntar a las personas que no conocían anteriormente sobre las MMA únicamente el 37% respondió afirmativamente y 63% no demostró interés. Nuevamente el índice más alto se encontró entre los hombres de los cuales un 58% desea recibir información en contraste con un 16% de mujeres.
- Sobre el conocimiento de centros de entrenamiento de artes marciales mixtas en la ciudad de Quito, la población encuestada respondió que el 36% conoce de la existencia de ellos o alguno de ellos, ya sea por práctica del deporte, amistades que asisten a un centro o residencia cercana a los centros. En cuanto al conocimiento acerca de competencias o torneos locales un 11% de los encuestados afirmó conocer de ellos o haber asistido a alguno, un 9% expresó que no hay torneos locales y un 79% desconoce la existencia de los mismos. Sobre la adecuación de los centros un 5% de los encuestados expresó que los centros a los que asisten están adecuados correctamente, un 82% desconoce la calidad de los recursos utilizados y un 13% afirma no estar satisfecho, esperando más de los centros.
- En cuanto al nivel de entrenamiento de las personas que ejercitan para las MMA, un 5% de los encuestados indicaron entrenar de 1 a 2 horas diarias; un 89% no ejercitan y un 2% se dedican a entrenar 3 o más horas diarias. En la encuesta referente a los precios, se encontró que el precio óptimo fluctúa entre los \$75 y \$100 dólares con un 23% de aceptación; un 8% preferiría un valor entre los \$50 y \$75 dólares, un 3% menos de \$50 dólares, un 4% pagaría más de \$100 dólares y un 62% no realizaría este tipo de deporte a ningún valor.

- Finalmente, se utilizó la encuesta para averiguar que podría atraer el interés de nuevos practicantes de MMA, un 7% expresó que un precio accesible sería un motivante, un 3% realizaría el deporte por competencia, y un 8% por estilos de vida y el 19% por eliminación de estrés; un 63% indicó una negación total a realizar este tipo de deporte.
- Se notó que en el tiempo de la encuesta los encuestados tenían grandes desconocimientos de las artes marciales mixtas, muchos de los mismos las llamaban UFC que es la marca de un campeonato internacional de MMA. Muchas personas también desconocían que este deporte puede ser practicado por hombres y mujeres e inclusive niños. Especialmente entre las mujeres se notó un desagrado por la violencia que perciben en el deporte los encuestados. También hubo una confusión con lo que son otras artes marciales como el karate o el tae kwon do.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1. Análisis de la situación internacional respecto a las artes marciales mixtas

3.1.1. Oferta en Sudamérica

El país sudamericano más importante en el desarrollo de las artes marciales es Brasil, otros países tales como Argentina, Bolivia, Colombia y Ecuador han demostrado interés y un rápido crecimiento de este deporte, sin embargo a nivel internacional ninguno de los países anteriormente mencionados con excepción de Brasil están suscritos a organizaciones internacionales o torneos, de acuerdo a la Mixed Martial Arts Federation, el único país miembro es Brasil, con la facultad de enviar sus clubs más destacados a competencias internacionales, tomando en cuenta al continente americano encontramos que los miembros de la Federación Internacional de Artes Marciales son:

Tabla N° 13: Miembros de la Federación Internacional de Artes Marciales Mixtas

BRASIL
Federación: Brazilian MMA Athletic Commission / Comissão Atlética Brasileira de MMA (CABMMA)
Status: Miembro en Observación
Presidente: Rafael Favetti
Director Ejecutivo: Giovanni Biscardi
Contacto: Cristiano Sampaio, Secretario General

CANADÁ
Federación: Canadian National MMA Federation
Status: Miembro en Observación
Presidente: John Williams

EL SALVADOR
Federación: Federación Salvadoreña de Kickboxing & MMA / Salvadorean Kickboxing & MMA Federation
Status: Miembro en Observación
Presidente: Carlos A. Betancourt

ESTADOS UNIDOS
Federation: USA Mixed Martial Arts Federation
Status: Miembro Activo
Presidente: Frank Babcock

Fuente: (Federacion Internacional de Artes Marciales Mixtas, 2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

3.2. Análisis Microeconómico

El Microentorno es la influencia generada por los proveedores, canales de distribución, competidores y públicos como fuerzas cercanas a la empresa que afectan directamente a las capacidades en atención a los clientes (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007).

3.2.1. Clientes

Los mercados de consumidores se fundamentan en individuos y hogares que compran bienes y servicios para uso personal con características especiales que el vendedor debe analizar minuciosamente (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007).

Para el presente estudio los clientes son potenciales compradores de servicios de capacitación en artes marciales mixtas en un centro de alto rendimiento para mejorar sus actitudes y se encuentra entre los 15 y 34 años de edad en las clases sociales B y C+ de la ciudad de Quito.

3.2.2. Demanda Quito y Ecuador

La demanda del mercado, es “El volumen total que compraría un determinado grupo de clientes en un determinado de periodo y área geográfica, dados los programas de marketing y el entorno” (Kinneer & Taylor, 2008).

“La importancia en reconocer la demanda del mercado se relaciona con los conceptos del potencial del mercado y pronostico del mercado” (Kinneer & Taylor, 2008).

La población de la demanda esta dada entre los rangos de 15 a 34 años y en las clases sociales B y C+ de la ciudad de Quito por lo que determinamos en las siguientes tablas:

Tabla N° 14: Población Demanda de Quito y Ecuador

	Total	Porcentaje de Población entre 15 y 34 años	Porcentaje de personas de clase social B y C+
Quito	2.458.900	837.501	284.750
Ecuador	15.774.749	5372879	1.826.777
Población	2.239.191,00	34.06%	34%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010); Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

En base a las encuestas realizadas se determina que la demanda Real es del 11% basados en la pregunta No. 3 del Anexo A y tabulados en la tabla No 3, también se determina que la demanda potencial es del 26% basados en la pregunta No 4 del Anexo A y tabulados en la tabla No 4. Por lo tanto se determinó que la demanda real existente en la ciudad de Quito es de 31.323 personas para el año 2013 con una proyección de crecimiento que asciende a 33.682 personas para el año 2017. La demanda potencial en la ciudad de Quito es de 74.035 personas para el año 2013 lo que nos da una demanda insatisfecha de 42.713 personas para el 2013 con una demanda insatisfecha para el 2017 de 45.930 personas.

Tabla N° 15: Demanda de Quito

	2013	2014	2015	2016	2017
Población de Quito	2.458.900	2.505.344	2.551.721	2.597.989	2.644.145
Población del estudio	284.750	290.129	295.499	300.858	306.203
Demanda Real	31.323	31.914	32.505	33.094	33.682
Demanda Potencial	74.035	75.434	76.830	78.223	79.613
Demanda Insatisfecha	42.713	43.519	44.325	45.129	45.930

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010); Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Usando los mismos datos que tenemos en la encuesta y las proyecciones que se uso para determinar las demandas para Quito se determina una demanda potencial a nivel de Ecuador de 474.963 personas interesadas en conocer más acerca del deporte; para la ciudad de Quito el total de la demanda insatisfecha es de 274.017 personas para el año 2013 y para el año 2017 tiene una demanda insatisfecha de 291.426 personas.

Tabla N° 16: Demanda de Ecuador

	2013	2014	2015	2016	2017
Población Ecuador	15.774.749	16.027.466	16.278.844	16.528.730	16.776.977
Población del estudio	1.826.779	1.856.045	1.885.155	1.914.093	1.942.841
Demanda Real	200.946	204.165	207.367	210.550	213.713
Demanda Potencial	474.963	482.572	490.140	497.664	505.139
Demanda Insatisfecha	274.017	278.407	282.773	287.114	291.426

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010); Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

3.2.3. Demanda Sudamérica

Usando los datos se tiene que de las encuestas realizadas en Ecuador se puede indicar un estimado de la demanda sudamericana para este deporte. Se detalla en las siguientes tablas las demandas insatisfechas por país para el año 2013.

Tabla N° 17: Demanda Sudamérica

	Población Total 2013	Población del estudio	Demanda Real	Demanda Potencial	Demanda Insatisfecha
Brasil	195.000.000	22.581.780	2.483.996	5.871.263	3.387.267
Colombia	47.000.000	5.442.788	598.707	1.415.125	816.418
Argentina	41.000.000	4.747.964	522.276	1.234.471	712.195
Perú	30.300.000	3.508.861	385.975	912.304	526.329
Venezuela	29.700.000	3.439.379	378.332	894.238	515.907
Chile	16.700.000	1.933.927	212.732	502.821	290.089
Ecuador	15.650.000	1.812.333	199.357	471.206	271.850
Bolivia	11.100.000	1.285.424	141.397	334.210	192.814
Paraguay	6.750.000	781.677	85.984	203.236	117.252
Uruguay	3.300.000	382.153	42.037	99.360	57.323
Guayana	695	80	9	21	12
Surinam	545	63	7	16	9
TOTAL	396.501.240	45.916.430	5.050.807	11.938.272	6.887.464

Fuente: (Banco Mundial, 2013); Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

La demanda total de Sudamérica asciende a los 7 millones de interesados en la práctica de las artes marciales mixtas, con un crecimiento del 12% llegando a 21 millones para el año 2017. El país con mayor participación es Brasil con 3.387.267 millones para el año 2013. El Ecuador representa el 4% de la demanda de Sudamérica.

3.2.4. Competencias a Nivel Internacional

Según los datos de la Asociación Internacional de Artes Marciales Mixtas, el Ecuador no se encuentra suscrito como miembro; de hecho el único país sudamericano inscrito en la Federación Internacional de Artes Marciales Mixtas es Brasil, país que aún se encuentra como miembro en observación. Sin embargo el centro de entrenamiento Team Predador, que cuenta con ocho establecimientos a nivel del Ecuador organiza torneos locales de competición, el Comité Olímpico Internacional y del Ecuador no le han dado aún la calidad de deporte de competición olímpico a las artes marciales mixtas.

Los Estados Unidos es uno de los países que brinda apoyo a las MMA, este país le ha otorgado la calidad deportiva y organiza torneos internacionales, ofreciendo espectáculos televisivos tales como el Campeonato Supremo de Pelea “Ultimate Fighting Championship (UFC)”, campeonato que reúne varias artes marciales como son: el Muay Thai, box, Jiu Jitsu, judo, entre otros y es transmitido por la cadena FOX Sports o UFC channel.

Conclusión:

En el análisis de la oferta se concluye que existen varias academias de artes marciales en la ciudad de Quito dentro de las cuales se destacan 7. A nivel nacional, el centro más importante de entrenamiento de artes marciales es “Team Predador” mismo que cuenta con 8 centros a nivel nacional. La cadena entrena en diferentes disciplinas de artes marciales: JiuJitsu Brasileiro (Gracie JiuJitsu), Muay Thai, Box, KickBoxing, MMA (Mix Marcial Art), Submission, Judo, Entrenamiento Funcional, PredaFitness, y realiza campeonatos regionales entre los diferentes centros del país.

La oferta en Sudamérica está desarrollada en principalmente en Brasil, otros países tales como Argentina, Bolivia, Colombia y Ecuador han demostrado interés y un rápido crecimiento de este deporte, sin embargo a nivel internacional ninguno de los países anteriormente mencionados con excepción de Brasil están suscritos a organizaciones internacionales o torneos, de acuerdo a la Mixed Martial Arts Federation.

Por otra parte, el análisis de la demanda determinó que la demanda existente en el Ecuador es de 274.017 personas para el año 2013 con una proyección de crecimiento que asciende a 291.426 personas. La demanda total de Sudamérica asciende a más de seis millones de interesados en la práctica de las artes marciales mixtas. El país con mayor participación es Brasil con casi tres millones y medio para el año 2013. El Ecuador representa el 4% de la demanda de Sudamérica.

3.2.5. Proveedores

“Los proveedores constituyen un vínculo del sistema general de entrega de valor de la empresa hacia el cliente. Brindan los recursos que la compañía necesita para producir bienes y servicios” (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007)

Para el desarrollo del centro de alto rendimiento en la capacitación de artes marciales mixtas en la ciudad de Quito, los principales proveedores en equipamiento deportivo son:

- Marathon Sport
- Kao
- GMC
- Almacenes Juan Eljuri
- Megamaxi
- Tventas
- Everlast
- Proveedores internacionales a través de Amazon.

3.2.6. Competidores

“El concepto de marketing establece que, para tener éxito, una compañía debe ofrecer mayor valor y satisfacción a sus clientes en comparación con sus competidores. Así, los gerentes de marketing deben hacer algo más que tan solo adaptarse a las necesidades de los consumidores meta” (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007).

Existen varias academias de artes marciales en la ciudad de Quito dentro de las cuales las más destacadas son:

Norte de Quito:

- Sport Gym. Entrenador Estefano Popesku: Rumipamba E1-26 entre Yugoslavia y 10 de Agosto, gymk1mma@hotmail.com, Telf.: 083505585
- MMA, Brazilian Jiu Jitsu, K-1, Box, Judo, Lucha- Alliance Norte. Profesor Daniel Márquez: Isla Genovesa y Tomas de Berlanga
- AKD. Miyasaki Brazilian Jiu Jitsu, Telf.: 094230144 / 084410689

- Total Kombat. Entrenadores Vladislav Melkov e Iván Balabanov: Sabanilla y Diego de Vásquez junto a Mi Comisariato, raulaucancela@hotmail.com. Telf.: 092793405
- Asociación de Kickboxing de Pichincha. Profesor Beber Espinoza: Kickboxing, Muay thai, Boxeo, K1 Estadio Olímpico Atahualpa puerta 7. Telf: 087046271

Sur de Quito:

- Dojo Kamikaze: Profesor Miguel Ángel Mendoza Disciplinas: Muay Thai, Luta Livre, MMA. Av. Napo S7-411 y Alpahuasi, kamikazeartesmarciales@hotmail.com. Telf.: 2613 477 – 095931538
- La Guardia del Dragón: Profesor Adrián Salazar. Disciplinas: MMA, Shooto, Luta Livre, muay thai, Grappling y defensa personal callejera. Ubicado en la calle Miguel Valverde e Hinostroza e3-13 a la vuelta del patronato San José del Sur sector Chiriyacu. Telf.: 085281643

A nivel de Ecuador el centro más importante de entrenamiento de artes marciales es “Team Predador” mismo que cuenta con 8 centros a nivel nacional. La cadena entrena en diferentes disciplinas de artes marciales: JiuJitsu Brasileiro (Gracie JiuJitsu), Muay Thai, Box, KickBoxing, MMA (Mix Marcial Art), Submission, Judo, Entrenamiento Funcional, PredaFitness, y realiza campeonatos regionales entre los diferentes centros del país.

- Academia Samborondón

Foto No 1: Academia Samborondón



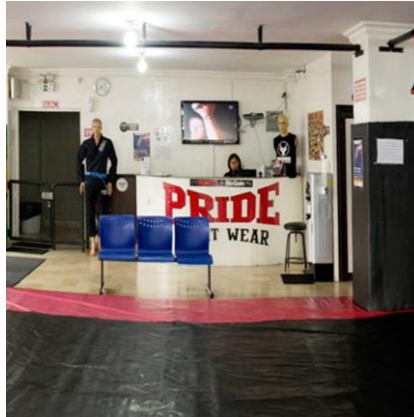
Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Apertura de Sede: 03 de Septiembre del 2009. Dirección: Km. 2 1/2 vía a Samborondón Urb. Tornero 3 Centro Deportivo Diana Quintana 1er. Piso. Teléfono: (593) 6043300 – 6045243.

- Academia Garzota

Foto N° 2: Academia Garzota



Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Apertura de Sede: 24 de Enero del 2008. Dirección: Av. Guillermo Pareja Rolando junto al 4to. Distrito de la Policía 1er. Piso. Teléfonos: (593) 2626201 - 2626211 – 2626593

- Academia Cuenca

Foto N° 3: Academia Cuenca



Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Dirección: Galápagos 2-37 y Guayas, Sector el Batán. Teléfono: (593) 7293600
Celular: 0998298060.

- Academia Machala

Foto N° 4: Academia Machala



Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Dirección: Av. 25 de Junio y Buena Vista (esquina). Teléfono: (593) 076001232.

- Academia Ceibos

Foto N° 5: Academia Ceibos



Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Apertura de Sede: 12 de Agosto del 2010. Dirección: Edificio Ceibos Center 2 Primer Piso, km 5 1/2 Av. del Bombero, junto a la gasolinera Mobil. Teléfono: (593) 5108046 – 5108045.

- Academia Sur

Foto N° 6: Academia Sur



Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Apertura de Sede: 8 de Febrero del 2013. Dirección: Ciudadela Los Almendros Av. Ernesto Albán y 25 de Julio frente a Deprati Sur. Teléfono: (593) 2348191.

- Academia Quito

Foto N° 7: Academia Quito



Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Dirección: Av. 10 de Agosto y Amazonas, sector El Labrador junto a recepciones Miami. Teléfono: (593) 2444-136

- Academia Polaris

Foto N° 8: Academia Polaris



Fuente: Team Predador, (2013)

Elaborado por: Felipe Miranda

Dirección: Centro Comercial Polaris bloque 3 local 8 y 9 junto a la Avícola Fernández frente a la ciudadela Guayacanes. Teléfono: (593) 42514 183 Celular: 0995849175.

3.3. Análisis Macroeconómico

En este acápite se analizarán las “fuerzas mayores de la sociedad que influyen en el microentorno: fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales” (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007).

3.3.1. Análisis Político – Legal

“Las decisiones de marketing reciben una influencia significativa de la situación del entorno político. El entorno político consiste en leyes, instituciones gubernamentales y grupos de presión que influyen en diferentes organizaciones e individuos en una determinada sociedad y los limitan” (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007)

En los últimos 20 años el Ecuador ha sufrido de varios cambios en la política interna que han afectado directamente en la economía y en la distribución de la riqueza de su pueblo. Varios eventos como el Feriado Bancario de 1998 y el cambio al dólar americano como moneda han generado inestabilidad interna y un desprestigio de la imagen del país como un buen lugar para la inversión internacional.

En la parte legal, el Ecuador está ligado a los cambios de gobiernos que regulan las leyes y estas a su vez están ligadas a los intereses políticos de las personas a cargo. También el cambio de la Constitución en el 2008 da nuevos poderes al estado que se apoya en el poder de la carta magna.

La constitución de la República del Ecuador indica en su artículo No. 381 *“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; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.”* (Constituyente, 2008)

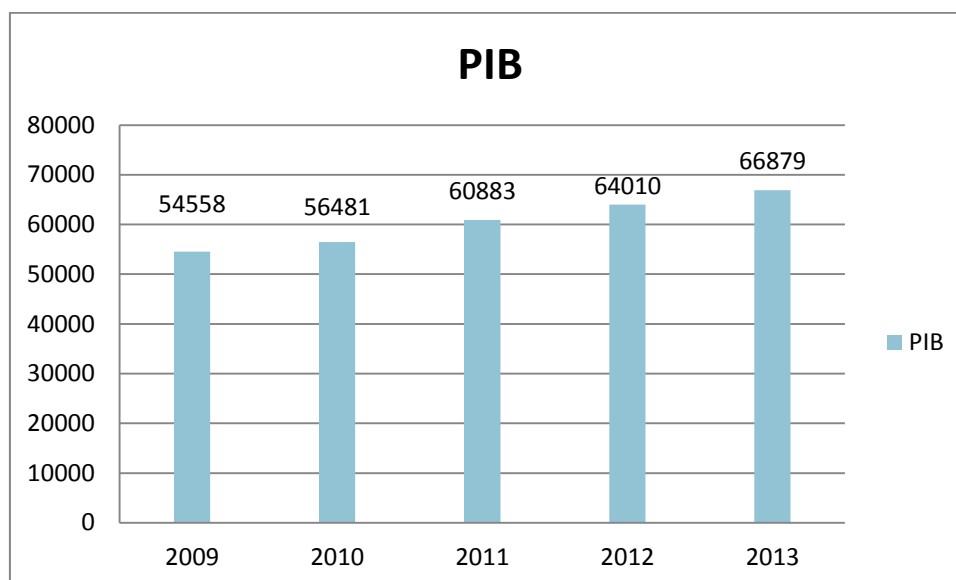
Dentro del Plan del Buen Vivir 2013-2017 que impulsa el Gobierno Ecuatoriano encontramos en el objetivo tres que es el mejorar la calidad de vida de la población (SENPLADES, 2013), dentro de este objetivo nos encontramos en el parrafo 3.7 literal b “Impulsar de forma incluyente la práctica de deportes y actividad física en el uso del tiempo libre” para poder mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población.

El Ministerio del Deporte tiene un presupuesto de \$8.101.216,50 dólares americanos para el año 2014 (Deporte, 2014). Dentro del presupuesto para este año no se encuentra un rubro para el uso de la promoción de las artes marciales mixtas, al no ser un deporte Olímpico el Ministerio del Deporte es reacio en entregar parte de su presupuesto para la difusión de este deporte o de las artes anexas como el Jiu Jitsu o Muay Thai que tampoco son deportes olímpicos. Como vemos tanto en la constitución como en el plan del buen vivir no especifica que la promoción del deporte es exclusiva de los deportes olímpicos por lo que el estado debería destinar parte de su presupuesto para la promoción de deportes alternativos a los deportes Olímpicos.

3.3.2. Análisis Económico

“El entorno económico consta de factores que influyen en el poder adquisitivo y los patrones de gasto de los consumidores. Los países varían considerablemente en sus niveles y distribución de ingresos” (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007)

Gráfica No 12: Producto Interno Bruto

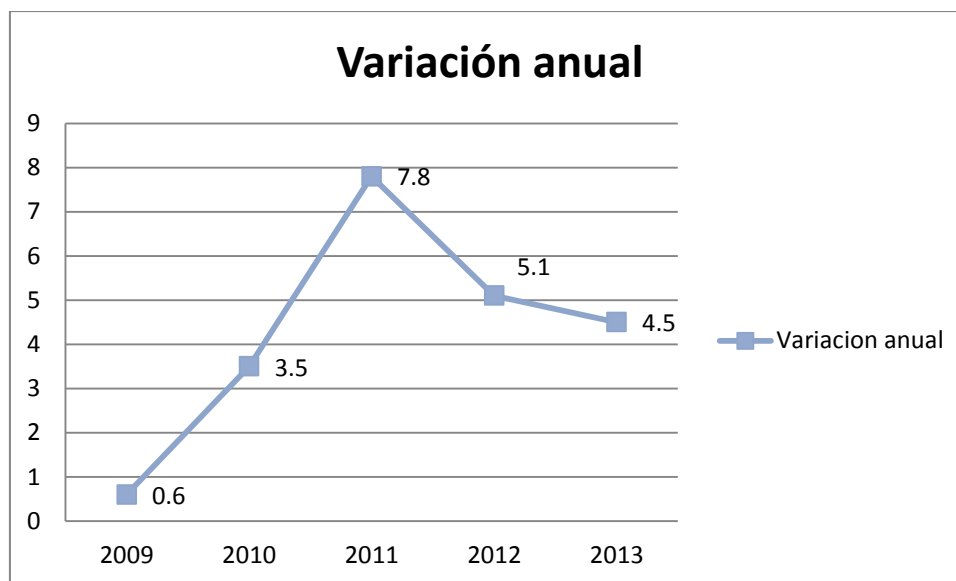


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Felipe Miranda

El avance del Producto Interno Bruto (PIB) desde el año 2009 hasta el año 2013 en el que llega a 66.879 millones de dólares americanos (Ver Gráfica No 12) el rápido crecimiento del PIB en este periodo se debe en parte a la constante inversión pública que ha hecho el gobierno ecuatoriano en estos últimos años y a los altos precios que ha tenido el petróleo entre otras cosas.

Gráfica No 13: Variacion Anual PIB

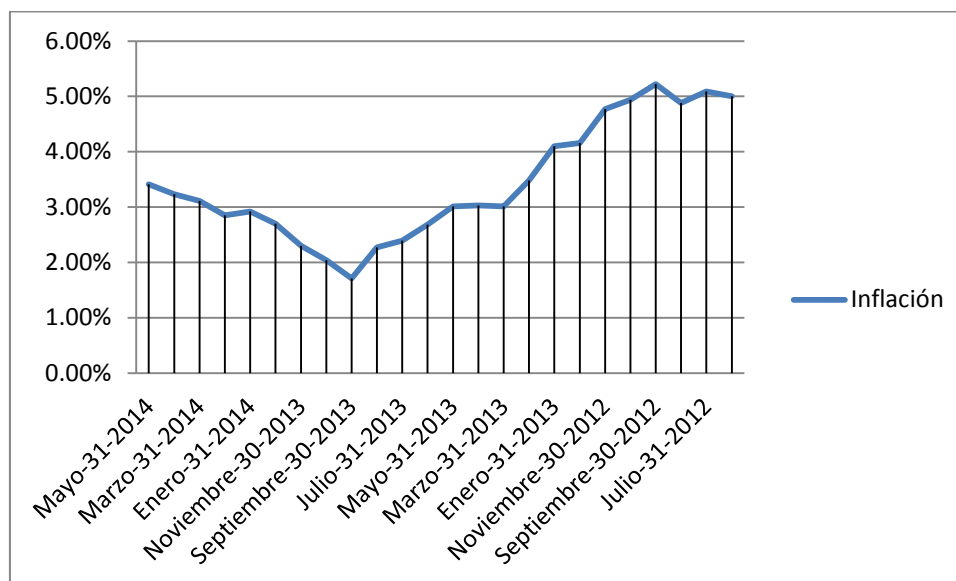


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Felipe Miranda

Tenemos que la variación porcentual del PIB del año 2010 al 2011 subió en un 7.8% para tener un decaimiento del 2012 al 2013 de un 4.5% (ver gráfico No. 13) lo que nos indica que el crecimiento ha disminuido posiblemente como consecuencia de los rezagos de la crisis económica mundial y un estancamiento en los precios del barril de petróleo. Se espera que para este próximo año el decaimiento en la variación anual del PIB se mantenga debido a las altas inversiones que el Gobierno Nacional ha hecho en hidroeléctricas y que no serán recuperadas hasta dentro de algunos años.

Gráfica No 14: Inflación

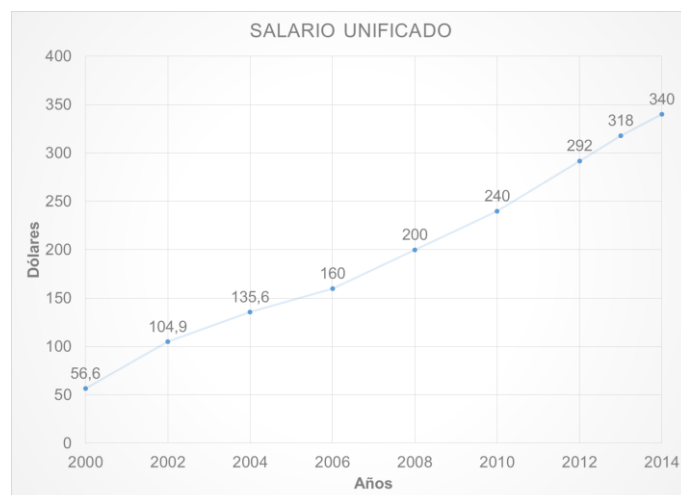


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Felipe Miranda

Como nos indica la gráfica No 3, la inflación desde Julio del 2012 hasta Mayo del 2014 ha tenido una variación con tendencia a la baja encontrándose en el punto más bajo en el mes de Septiembre del 2013 con una tasa del 1.71%. Para el mes de Mayo de 2014 la tasa de inflación se encuentra en el 3.41%

Gráfica No 15: Salario

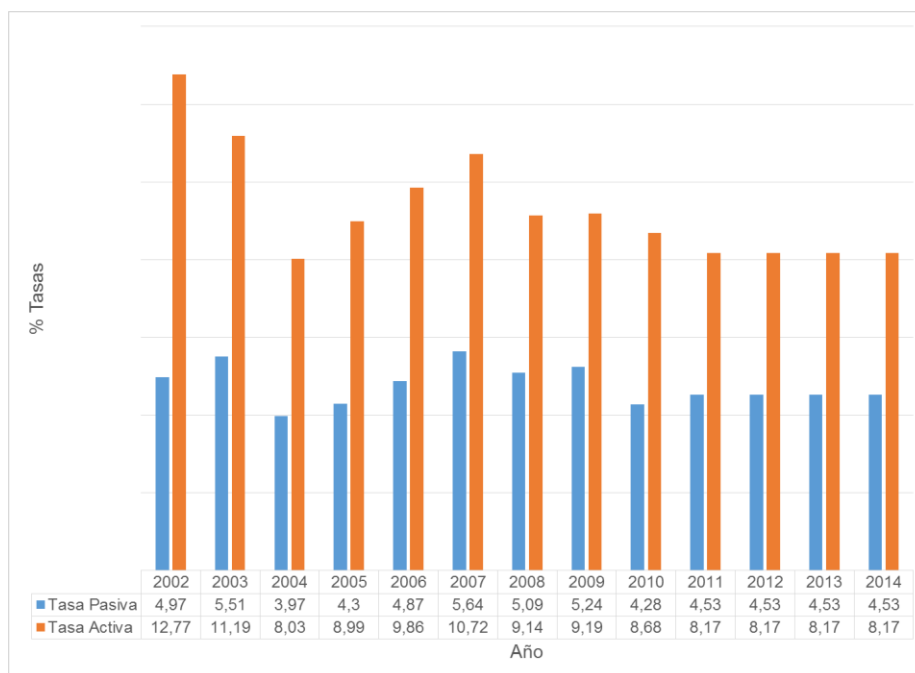


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Felipe Miranda

En el Ecuador los salarios variaron a una tasa promedio anual del 14.79% anual entre los años 2000 y 2014, llegando a un valor de \$340 dólares americanos para el año 2014, todos estos valores influyen directamente en la proyección de los gastos administrativos en el manejo de personal.

Gráfica No 16: Tasa de Interés Activa y Pasiva

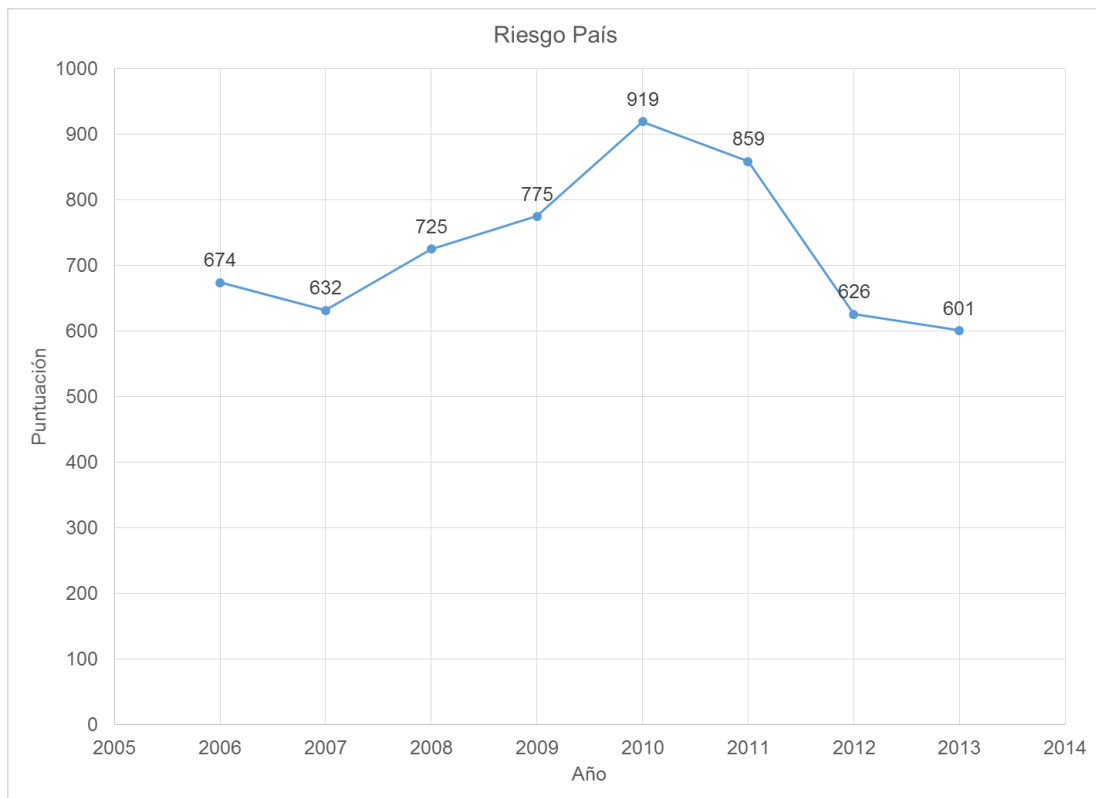


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Felipe Miranda

Tomando en cuenta que la tasa de interés pasiva es la que se esperaría al realizar una inversión en el sistema financiero y la tasa activa es el valor que se podría pagar por obtener capital para inversiones futuras, se puede notar que en el Ecuador en los últimos 4 años, el país ha mantenido una estabilidad económica con tasas promedios de 4.53 para la Pasiva y 8.17 para la activa, estableciendo una seguridad a los posibles inversionistas en el manejo de capital generado por el sistema financiero.

Gráfica No 17: Riesgo País



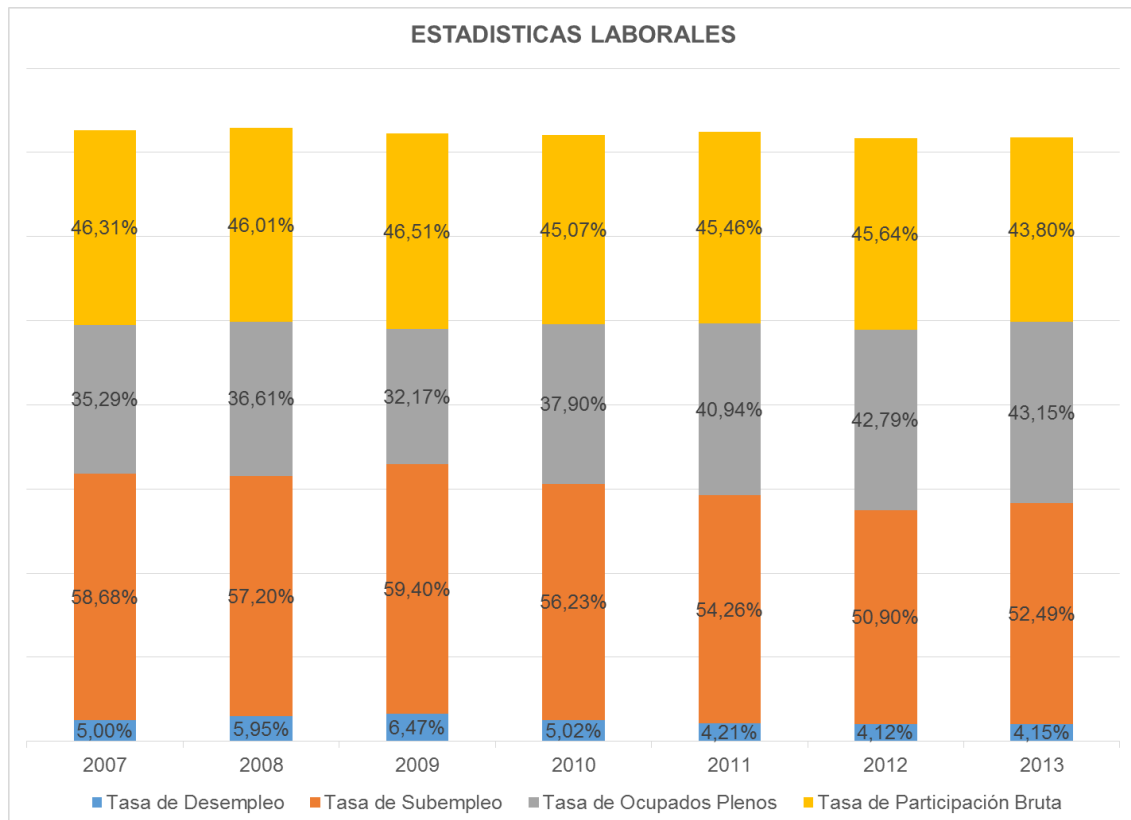
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Felipe Miranda

El riesgo país, es la puntuación que se realiza para medir todos los riesgos correspondientes a las operaciones establecidas por las transacciones o financiamientos entre países. El Ecuador en los últimos años ha tenido una disminución que tenía en el 2010 de 919 a 601 en el 2013, lo que representa una mayor estabilidad y una fuente de seguridad para los posibles inversionistas.

3.3.3. Análisis Social

Gráfica No 18: Estadísticas Laborales

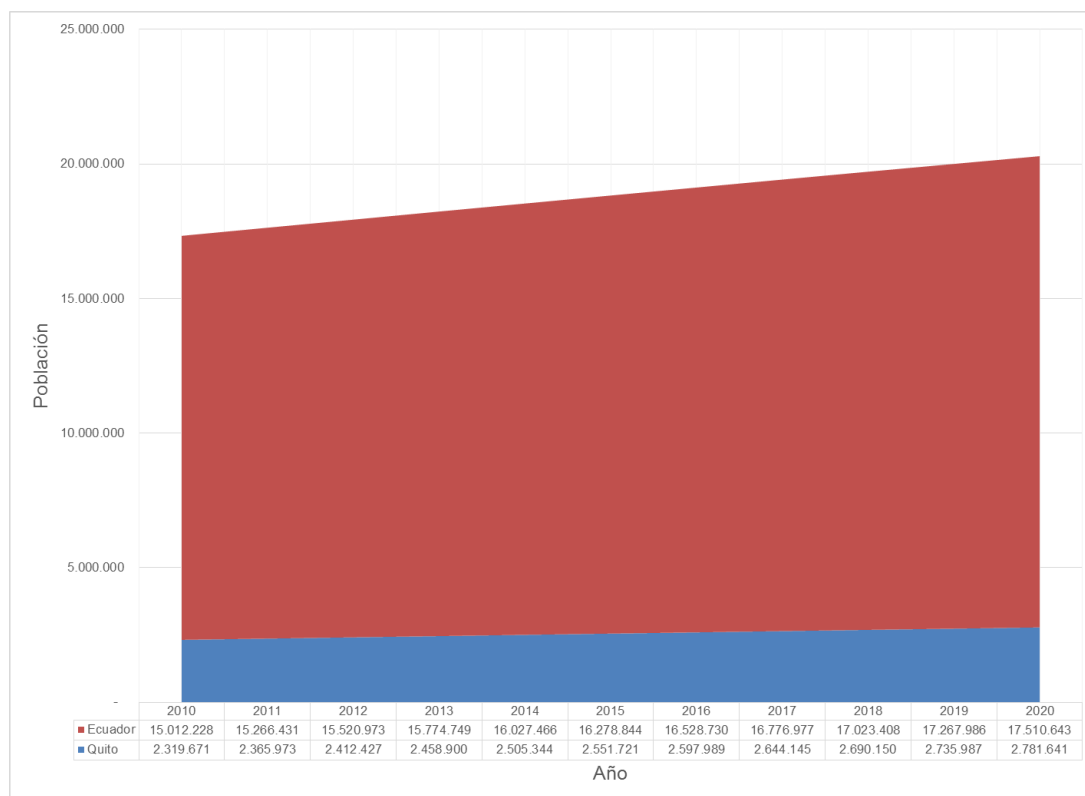


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Felipe Miranda

El Ecuador ha tenido una disminución en la participación bruta laboral en los últimos 6 años, de 46.31% en el 2007 a 43.80% para el 2013, con referencia a la tasa de ocupación plena, se puede determinar un incremento en la población del 35.29% en el 2007 al 43.15% para el 2013, además se puede notar una disminución en la tasa desempleo en el mismo periodo del 5% al 4.15%, lo que puede determinar que la economía del país ha tenido una mejor al incrementar la planta laboral del país, lo que genera una mayor capacidad de consumo por los habitantes del país.

Gráfica No 19: Proyección Poblacional



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Felipe Miranda

La población del Ecuador en el año 2010 tuvo una población de 15'012.228 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010) habitantes, que a una tasa promedio anual de crecimiento constante de 1.55% proyectaría una población de 17'510.643 habitantes para el año 2020, mientras que la ciudad de Quito en el año 2010 tuvo una población de 2'319.671 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010) y a una tasa de crecimiento anual constante del 1.83% proyectaría una población de 2'781.641, lo que implica que la demanda para el proyecto a nivel de la ciudad de Quito puede crecer a una tasa promedio de 46.197 habitantes y a nivel nacional de 249.842 habitantes.

3.3.4. Análisis Tecnológico

Hoy en día los complementos e instrumentos tecnológicos, buscan optimizar el rendimiento del deportista ya sea en el campo de entrenamiento o los gimnasios de alto rendimiento, debido a las grandes inversiones que realizan en investigación las empresas dedicadas a la comercialización de implementos deportivos, ya sea desde el material de las telas empleadas en la vestimenta, zapatos deportivos, climatización de los ambientes de entrenamiento llamados cámaras hipoxias, mismas que se encargan de reducir la presión ambiental y simular condiciones de entrenamiento a gran altura lo cual no es necesario al entrenar a 2700 metros sobre el nivel del mar, y materiales utilizados como el aluminio, carbono y titanio; además podemos notar grandes avances en la medicina deportiva elaborando perfiles con estándares sobre la salud, crecimiento y estado físico, mediante programas de alimentación, al conocer la composición de los alimentos y reacciones bioquímicas del cuerpo humano, mediante el uso de bebidas y suplementos energéticos. Otros campos de tecnológicos de gran crecimiento e de alta importancia son todos los que permiten la medición de tiempos y distancias, con la utilización de cronómetros, fotografías y videos de alta calidad y resolución (Tecnología en el deporte, 2014).

CAPÍTULO IV

El cuarto capítulo tiene como fin plantear una propuesta en base a los elementos del marketing mix: producto, precio, plaza y promoción con el fin de determinar sus características y plantear las estrategias con las que los productos y el negocio en general serán introducidos en el mercado. Dentro de este capítulo se define además la misión, visión y la estructura organizacional de la empresa.

4. PROPUESTA

4.1. Plan de marketing

4.1.1. Producto

La propuesta es ofrecer un servicio global para entrenamiento de alto rendimiento para la práctica de artes marciales mixtas MMA, que incluya:

- Centro de entrenamiento (incluye circuito de obstáculos y piscina).
- Gimnasio de actividades cardiovasculares y gimnasio de pesas.
- Clases de Cross Fit, Jiu Jitsu, Muay Thai, Box y MMA.
- Área de Fisioterapia.
- Habitaciones.
- Espacio para concentraciones y torneos.
- Venta de artículos deportivos.

El centro de alto rendimiento estará abierto para recibir a deportistas elite del exterior así como deportistas amateur que quisieran empezar en el entrenamiento de una o varias artes marciales que se ofrezcan.

El centro de alto rendimiento contará con habitaciones en las que los deportistas extranjeros puedan quedarse para mejorar su entrenamiento. El entrenamiento en altura y un complejo completo es lo que diferenciará este centro deportivo de cualquier otro que exista a nivel mundial. El deportista se podrá preparar de mejor manera en horario doble sin tener que movilizarse del complejo. Si sufre de alguna lesión puede ser tratado por el personal de fisioterapia inmediatamente. Adicionalmente la locación en la ciudad de Quito es bastante interesante para los extranjeros que quieran aprovechar de su estadía de entrenamiento para poder hacer un poco de turismo en la capital del Ecuador, lugar renombrado a nivel mundial por su centro histórico y amable gente.

El centro de entrenamiento al igual que el Gimnasio funcionará de lunes a domingo en los siguientes horarios:

Tabla N° 18: Horario de Atención

Horario	
7:00 a 22:00	Lunes a Sábado
7:00 a 20:00	Domingo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Los espacios para concentraciones estarán disponibles para ser utilizados previa reservación; en lo que corresponde a torneos se llevarán a cabo mediante previa elaboración de un plan de marketing para su planificación, promoción y difusión mismo en el que se conseguirán alianzas, auspiciantes y promotores.

Las clases de Cross Fit, Jiu Jitsu, Muay Thai, Box y MMA se realizarán en los horarios que indica el Anexo B.

En resumen las horas de clases impartidas serán:

Tabla N° 19: Horas de clases semanales

Profesor	horas
Jiu Jitsu	13
MMA	20
Muay Thai	10
Cross Fit	13
Box	12
Total	68

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

El centro dispondrá de 68 horas de clases en las que el estudiante podrá escoger el arte marcial que quiera aprender.

El centro contará con un espacio para la venta de artículos deportivos relacionados con las artes marciales mixtas donde los productos principales serán:

- Kimonos

- Shorts de Pelea
- Camisetas (Rash Guard)
- Cinturones
- Protectores
- Gorras

En un inicio se contará con un stock limitado de productos; su crecimiento estará estrechamente relacionado con el movimiento de los artículos, dentro de lo cual se llevará un registro que permitirá evaluar el comportamiento del consumidor en cuanto a preferencias.

El centro de fisioterapia estará compuesto por un especialista el cual tratará a los estudiantes en el caso de tener alguna lesión, según la disposición de un médico traumatólogo externo el fisioterapeuta trabajará con los estudiantes para aliviar los dolores y también fortalecer los músculos para evitar futuras lesiones. El centro contará con 5 camillas para la atención de 5 estudiantes simultáneos.

El centro de fisioterapia funcionará en los horarios determinados en el Anexo C.

El centro contará además con 10 habitaciones sencillas con baño y cocina compartida para deportistas y practicantes de artes marciales mixtas que necesiten hospedarse en la ciudad de Quito.

La capacidad del centro deportivo de alto rendimiento está dada por la capacidad que tiene cada área para acomodar a los deportistas cómodamente. Se tiene a continuación en la siguiente tabla las capacidades máximas por hora de cada área del centro deportivo:

Tabla N° 20: Capacidades

Área	Número de horas/clases	Capacidad por hora	Total mensual
Tatami	272	40	10.880
Centro Pesas	412	50	20.600
Piscina	412	21	8.652
Pista de Obstáculos	412	20	8.240
			48.372

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

En la tabla anterior se detalla la capacidad del centro de alto rendimiento, se observa que cada hora se puede tener 40 personas en el Tatame, 50 personas en el Centro de Pesas, 21 personas en la piscina (3 por carril) y 20 personas en la pista de obstáculos. El centro de alto rendimiento estará abierto por 103 horas semanales por lo que si se llena el centro en todos los horarios se tiene que la capacidad máxima del centro es de 46.188 personas mensuales utilizando al 100% la capacidad instalada.

Marca

El efecto diferencial de la marca en un cliente depende del nombre de ésta y la percepción que tiene el usuario por el servicio. Si se puede dar un valor a la marca los clientes estarán dispuestos a pagar más por el mismo servicio lo que brinda un beneficio extra a la empresa.

La marca para el centro de alto rendimiento es Wolf Team MMA, pese a que las Artes Marciales Mixtas es un deporte en el cual se compite sólo, el entrenamiento depende de muchas personas que funcionan como una manada de lobos. La pertenencia a un equipo hace que la marca se haga fuerte y se pueda hacer publicidad en camisetas, sellos o papelería. El centro de alto rendimiento estará a disposición de peleadores de alrededor de todo el mundo por lo que el nombre en ingles lo hace más fácil de identificar por personas extranjeras. Finalmente el acrónimo MMA indica a que se dedica el negocio por lo que lo hace fácilmente distinguible para el público en general

Logo

El logo es el siguiente:

Foto No 9: logo



Fuente: Felipe Miranda
Elaborado por: Felipe Miranda

El color de fondo es el azul ya que brinda confianza y seguridad en el consumidor, los aros alrededor del logo son de color rojo para representar la fuerza y el coraje en el centro esta la silueta de un lobo y por último abajo se encuentran las letras MMA que indica que se trata de un equipo de Artes Marciales Mixtas escrito en blanco para facilitar la lectura.

Slogan

“Train Different”

El slogan de la Marca Wolf Team MMA es “Train Different” o “Entrena Diferente” hace mención a la forma diferente de entrenar en un centro de alto rendimiento con profesores especializados y variedad para hacer del deportista un ganador.

4.1.2. Precio

“Un precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio” (Kotler & Armstrong, Marketing versión para latinoamerica, 2007)

El estudio del precio se basará tanto en el precio de la competencia o también llamado fijación de precios de tasa vigente así como el precio que dió nuestro estudio de mercado.

Se tiene entonces que el rango medio entre las academias de artes marciales mixtas esta en los \$60 dólares mensuales y \$30 dólares de inscripción anual. Las academias en Quito como Predador Jiu Jitsu cobran \$65 mensuales y \$30 dólares de inscripción. Este es un rango medio para las academias de MMA en Quito. Adicional tenemos que estas academias no tienen un gimnasio de pesas por lo que los peleadores que quieren entrenar en el gimnasio tienen que pagar entre \$60 a \$120 dólares por el uso de un gimnasio dependiendo de la calidad del mismo. Adicional las inscripciones en los gimnasios de pesas están entre \$15 y \$400 dólares como es en el caso del gimnasio Phisique Wellness Club. También tenemos el costo del uso de la piscina para entrenamiento, esta tiene un costo de \$60 dólares mensuales y no requiere inscripción, también se puede comprar tarjetas para usos eventuales pero en estos casos no se tiene un entrenador. No existen en el mercado pistas de obstáculos que se puedan usar públicamente pero hay gimnasios donde se desarrolla la práctica de Cross Fit que tiene un costo de \$60 dólares mensuales. Si se suma todos los rubros queriendo entrenar todas las practicas esto da un aproximado de \$260 dólares mensuales mas costos de inscripción por lo que los deportistas se restringen a entrenar solo en un lugar dejando de lado las demás practicas que son necesarias para un deportista elite.

El estudio de mercado realizado da la pauta de que el segmento meta está dispuesto a pagar entre 75 a 100 dólares mensuales por el uso de las instalaciones del centro de alto rendimiento.

Basado en el estudio de mercado y en la fijación de precios de tasa vigente se determinaron los siguientes precios para nuestros productos:

Tabla N° 21: Costo de inscripción y mensualidades

	Inscripción	Mensualidad
Centro de entrenamiento y uso del Gimnasio	\$30	\$75
Clases (incluye 8 horas mensuales de cualquier curso ofrecido) Cross Fit, Jiu Jitsu, Muay Thai, Box y MMA	\$0	\$35

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Para el centro de entrenamiento y el uso del gimnasio los clientes pagarán \$30 dólares de inscripción y una mensualidad de \$75 dólares. En el caso de requerir clases el costo será de \$35 dólares por mes y los usuarios del servicio podrán tomar hasta 8 clases semanales; mismas que pueden ser intercaladas de acuerdo a las preferencias del cliente dentro de los horarios que le sean convenientes.

El espacio para concentraciones y torneos tendrá un precio variable de acuerdo a las necesidades basadas en los siguientes términos:

Tabla N° 22: Costo de uso de espacio para concentraciones y torneos

	Día
Espacio para concentraciones y torneos (miembros)	\$500
Espacio para concentraciones y torneos (otros)	\$700

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Es decir que el valor será de \$500 dólares el día para miembros o \$700 dólares respectivamente para los demás clientes.

Como se mencionó anteriormente el centro contará con un stock limitado de productos deportivos para los que se definieron los siguientes precios promedio:

Tabla N° 23: Listado de precios de artículos deportivos

Artículos deportivos	Precio promedio
Kimonos	180
Shorts de Pelea	80
Camisetas (Rash Guard)	65
Cinturones	18
Protectores	25
Gorras	35

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

El costo de la fisioterapia será de \$20 dólares por hora y el valor de la habitación será de \$25 dólares el día.

4.1.3. Plaza

“Los canales de distribución ayudan a la compañía a promover, vender y distribuir sus bienes a los consumidores finales” (Kotler & Armstrong, Marketing Estratégico, 2006)

Para escoger el canal de distribución se tomó en cuenta que se está brindando un servicio que tiene que ser personalizado ya que cada deportista tiene diferentes necesidades. Por lo tanto se necesita de un canal de distribución directo.

Nuestros proveedores también deben trabajar directamente con nosotros o mediante un detallista dependiendo del proveedor. La comunicación entre los medios del canal va a ser directa. Necesitaremos de un stock de los productos necesarios en el inventario en el cual se usará el sistema FIFO (First In, First Out) para el buen manejo de los inventarios. El transporte también es necesario para acudir al centro de alto rendimiento, hay buses de transporte público que pueden dejar a los deportistas a más o menos 2 cuadras del centro de alto rendimiento, adicional se contará con más de 80 parqueaderos para que los estudiantes que van en carros puedan guardar sus vehículos seguramente mientras entrenan.

El centro de alto rendimiento requiere de un terreno de 2500 metros donde será construido. Se ha escogido la ciudad de Quito por su buena ubicación en el centro de Sudamérica, por su infraestructura hotelera, carreteras y aeropuerto. Además, la ciudad se encuentra a 2800 metros sobre el nivel del mar unos 9100 pies de altura lo que la hace perfecta para el entrenamiento de elite que los deportistas requieren al hallarse en condiciones de poco oxígeno que mejora su capacidad pulmonar y por lo tanto su nivel de pelea.

Dentro de la ciudad de Quito se ha escogido la parroquia de Cumbayá donde será comprado el terreno para la construcción. El clima y la locación cercana al aeropuerto y al centro de la ciudad de este hermoso valle de Quito son de considerar para la locación del centro de alto rendimiento. Adicional, Cumbayá cuenta con lugares para ejercitarse como “el Chaquiñan” que es una ruta de 20km de largo donde se puede trotar o usar la bicicleta, también tenemos el reservorio que es uno de los pocos cuerpos de agua en la capital donde se puede trotar y disfrutar del agradable clima.

4.1.4. Promoción

Para la publicidad se va a desarrollar una mezcla total de comunicaciones de marketing, para esto vamos a desarrollar las cinco principales herramientas de promoción:

Publicidad

Primeramente se tiene que plantear el objetivo al que va dirigido la publicidad, el segmento meta son los hombres y mujeres de entre 15 y 34 años de edad en las clases sociales B y C+ , entonces se tiene que el segmento meta es un grupo de personas jóvenes y con recursos económicos medio altos y altos. Se va a usar publicidad informativa y persuasiva en los primeros años del centro de alto rendimiento para luego aplicar un objetivo diferente con la publicidad de recordatorio para extender la vida de nuestros productos.

Para la primera fase de presentación del centro de alto rendimiento se aplicará publicidad informativa para cumplir el objetivo de tener un movimiento normal de clientes después de los 120 días de desfase inicial. En la segunda fase se tendrá una publicidad persuasiva para posicionarse en el mercado y retener a los clientes fidelizándolos con la marca.

Para la creación de los mensajes publicitarios el presupuesto es de \$10.000 dólares anuales destinados a ser invertidos en una agencia publicitaria para tener un mensaje publicitario fuerte que nos diferencie de los demás centros de MMA del país y de Sudamérica.

La publicidad va a ser BTL (Below the line) para poder controlar de mejor manera los costos, requiere de un presupuesto menor y llega directamente al target que se quiere tener. Por lo tanto se utilizará herramientas como el merchandising, eventos, mecenazgo (patrocinio a peleadores nacionales), impulsaciones, medios de difusión no convencionales, promociones, marketing directo.

Para la promoción del centro se abrirá una página web mediante la cual se promoverá el centro de alto rendimiento por redes sociales (Facebook, Google+, LinkedIn y Twitter), se utilizará además el mailing, prensa y publicaciones en revistas deportivas.

Se contará con una página web completa que promueva el centro deportivo no solamente en el ámbito nacional sino también internacional creando campamentos en los cuales los estudiantes puedan venir a Quito a entrenarse 24 horas como preparación para sus peleas.

Promoción de Ventas

Se establecieron las siguientes promociones para promover al centro:

Tabla N° 24: Promociones

	Inscripción	Mensualidad	Anualidad
Centro de entrenamiento y uso del Gimnasio	\$30	\$75	\$630
Clases (incluye 8 horas semanales de cualquier curso ofrecido) Cross Fit, Jiu Jitsu, Muay Thai, Box y MMA	\$0	\$35	\$420

Elaborado por: Felipe Miranda

Si los clientes pagan un año por adelantado reciben un 30% de descuento, pagando el valor de \$630 dólares en vez de \$900 dólares que pagarían en el caso de usar el servicio mes a mes. Los primeros tres meses de introducción del centro, se ofrecerá una promoción que además de ofrecer el descuento antes mencionado anulará la cuota de inscripción.

Para facilidad de los clientes existirán formas de pago para las anualidades a través de las principales tarjetas de crédito del país tales como Visa, MasterCard, American Express y Diners.

Foto N° 10: Formas de Pago



Fuente: Datafast (2014)

Elaborado por: Felipe Miranda

Esto se llevará a cabo mediante un convenio con Datafast.

Relaciones Públicas

Las relaciones publicas tienen un fuerte impacto en los consumidores y en la conciencia publica a un costo mucho menor que la publicidad. Por lo tanto se crearan eventos que atraigan el interés del público y de los medios masivos para poder atraer a más clientes. Al momento de realizar eventos dentro del centro de alto rendimiento como competencias amateur o demostraciones y eventos de premiación se llama la atención de los medios que difundirán la noticia del nuevo centro de alto rendimiento.

Ventas Personales

La capacitación del personal de planta para el buen trato con los clientes y la continua capacitación del personal de ventas es parte de la estrategia de publicidad ya que ellos son la cara del centro de alto rendimiento y mediante nuestra fuerza de ventas se forja la relación del centro con los clientes.

4.2. Modelo Organizacional

4.2.1. Empresa

En el Artículo 92 de la ley de Compañías de la República del Ecuador del 5 de Noviembre de 1999 y la resolución No SC.SG.G.10.001, Registro Oficial (R.O). 128- S de 11 de Febrero de 2010 se expone lo siguiente:

“Art. 92.- “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación

objetiva, a la que se añadirá en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc. no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.” (Nacional, 1999)

La empresa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada en la ciudad de Quito ya que el monto de la inversión será elevado se deberá tener de por lo menos 2 socios que deseen invertir en un proyecto de estas dimensiones. Las empresas de responsabilidad limitada están controladas por la Superintendencia de Compañías y reguladas bajo las Leyes Nacionales de Competencia y Servicios. Estas compañías deben tener un mínimo de dos socios y un máximo de 15 con un capital mínimo de \$400 dólares americanos (Compañías, 2012). El nombre de la empresa se lo escogerá en base a un estudio de mercado y con la ayuda de la agencia publicitaria que estará a cargo de la promoción de la misma. El nombre comercial para el centro será Wolf Team MMA High Performance Training Center también se debe considerar la unión con equipos ya creados como Predador, Grazie Jiu Jitsu, Chute Boxe, etc.

4.2.2. Misión y Visión

Misión

Brindar un espacio a los deportistas de MMA del Ecuador y toda Sudamérica donde puedan conseguir un enteramiento global, de calidad, completo y de excelencia deportiva.

Visión

Ser para el año 2020 el centro deportivo de alto rendimiento de artes marciales mixtas más grande de Sudamérica y que saque a deportistas ecuatorianos a torneos internacionales dejando en alto el nombre del país en el exterior.

4.2.3. Valores

- Responsabilidad
- Honor
- Profesionalismo
- Honestidad
- Dedicación
- Amabilidad

4.2.4. Estructura Organizacional

Gráfica N° 20: Organigrama Estructural



Fuente: Felipe Miranda
Elaborado por: Felipe Miranda

4.2.5. Análisis FODA

El análisis FODA permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa, permitiendo de esta manera tener un diagnostico preciso que nos de las pautas para tomar decisiones conforme a las estrategias de la empresa, lo que busca este análisis es detectar las relaciones entre las variables mas importantes para así diseñar las estrategias empresariales necesarias para el buen funcionamiento de la organización. Se basa en el ambiente interno con las Fortalezas y Debilidades de la empresa y en el aspecto externo con las Oportunidades y Amenazas que rodean a la empresa.

Fortalezas

- No existen centros de alto rendimiento en la región para las Artes marciales mixtas
- La infraestructura del centro
- Capacitación continua del personal
- Maquinas y equipos de óptima calidad
- Personal especializado en la formación de deportistas en las artes marciales mixtas
- Infraestructura en buen estado y en constante mantenimiento

Debilidades

- La inversión inicial es demasiado alta.
- Se enfoca únicamente a las artes marciales mixtas.
- Los costos de mano de obra de los entrenadores son muy altos.
- Marca no esta posicionada en el mercado.

Oportunidades

- Las artes marciales mixtas es el deporte de mayor crecimiento a nivel mundial.
- Al ser un producto relativamente nuevo en el mercado tenemos una ventaja competitiva al ser pioneros.
- La ciudad de Quito al estar sobre los 2700 metros sobre el nivel del mar brinda una ventaja a los competidores que entrenan en la altura.
- El Ecuador no solicita visa para casi ningún país del mundo por lo que se puede recibir deportistas de todos lados.

Amenazas

- El mercado local no tiene conocimiento de las artes marciales mixtas.
- Los impuestos sobre las utilidades son bastante altos.
- Posibles bloqueos a las importaciones de nuestros proveedores extranjeros.

4.2.6. Perfiles profesionales

Gerente: El gerente que va a estar a cargo de la operación de la empresa debe poseer las siguientes cualidades además de tener una preparación universitaria en administración de empresas o carreras relacionadas, de ser posible con un MBA para poder desenvolverse en su posición dentro de la empresa. Debe tener un espíritu emprendedor ya que debe enfrentarse al manejo de una empresa nueva y con retos diferentes a los retos de cualquier otra empresa, debe saber gestionar el cambio y desarrollar de buena forma la organización con efectividad y eficiencia, debe poseer habilidades cognitivas lo que implica tener una buena capacidad de análisis y síntesis, debe tener buenas habilidades interpersonales y comunicativas para poder hablar con clientes y proveedores y comunicarse de manera efectiva con todo el personal, también debe tener liderazgo para poder influenciar, motivar e integrar a todo el personal a cargo de la operación, el gerente debe tener integridad moral y ética para con los accionistas y con la sociedad en general y por ultimo debe tener una capacidad crítica y auto-correctiva que le permita corregir los errores y enmendarlos llevando a la organización por el mejor camino.

Contador: La persona de contabilidad requiere de un título superior en contabilidad para poder llevar las cuentas de la empresa y entregar los reportes solicitados por las

entidades gubernamentales. El contador debe tener las siguientes cualidades: ser una persona ordenada capaz de trabajar con los sistemas contables, debe ser disciplinada para poder organizar su trabajo y tener las cosas al día, debe poseer razonamiento lógico para enfrentarse a los problemas y tener una solución para los mismos, debe tener habilidad numérica para poder llevar las cuentas en orden, debe trabajar en equipo para que los datos fluyan y debe ser una persona de ética y moral intachable porque debe estar a cargo de las cuentas de la empresa.

Entrenadores de Planta: Los entrenadores de planta se van a encargar de entrenar a los deportistas en las ramas de pesas y natación. Los entrenadores deben tener un amplio conocimiento del deporte en tácticas y técnicas del deporte así como el continuo aprendizaje de la evolución del deporte. Además, deben tener paciencia ya que los deportistas tienen varios niveles y no todos avanzan al mismo tiempo, deben tener liderazgo para mantener a los deportistas motivados y habilidades de comunicación para transmitir sus conocimientos al alumno.

Entrenadores por hora: Todos los entrenadores por hora deben ser entrenadores que sean proactivos con los deportistas de un perfil profesional especializado en la enseñanza del deporte, deben tener paciencia y tener habilidades de comunicación para saber explicar, además de transmitir los conocimientos a los deportistas. Los entrenadores por hora vienen de distintos deportes por lo que requieren conocimientos específicos de su deporte:

Muay Thai: El entrenador de esta arte marcial tailandesa debe ser una persona especializada de preferencia que conozca el tipo de entrenamiento en Tailandia o en Holanda, también puede ser un tercer Dan en Kick Boxing.

Jiu Jitsu: El entrenador debe ser un cinturón negro de Brazilian Jiu Jitsu que va a estar a cargo de los peleadores avanzados y también debe haber un entrenador con cinturón violeta o marrón para los estudiantes menos avanzados y niños.

MMA: El entrenador de MMA debe ser diestro en las artes marciales de Muay Thai, Jiu Jitsu y Summision para poder entrenar a los peleadores. Con un mínimo de 10 años de experiencia profesional.

Box: El entrenador de Box debe ser especializado en el entrenamiento de boxeo profesional, debe tener un mínimo de 10 años de experiencia.

Cross Fit: El especialista en cross fit debe ser un entrenador que haya entrenado y se haya especializado en la aplicación del cross fit para las competencias de MMA

Fisioterapista: El perfil es un graduado con título de tercer nivel para el área de fisioterapia profesional que promueva, ejecute y evalúe programas de intervención para la salud de todos los deportistas.

Personal de mantenimiento: Este personal debe tener conocimientos empíricos de electricidad, mecánica, pintura, albañilería, plomería, cerrajería y carpintería para que puedan solucionar problemas básicos en el mantenimiento del centro de alto rendimiento.

Recepcionista: El o la recepcionista debe tener un perfil de buen trato con el cliente, con habilidades de comunicación y responsabilidad ya que va a estar encargada de tratar con los deportistas y futuros clientes.

Ventas: El personal de ventas debe tener compromiso con la empresa, determinación para conseguir los objetivos de ventas, entusiasmo, paciencia, responsabilidad y una actitud positiva. Debe tener habilidades personales como el saber escuchar las necesidades del cliente, ser creativo, auto-disciplinado, facilidad de palabra y poseer empatía. Además, debe tener habilidades de ventas como, encontrar y conservar clientes, determinar las necesidades del cliente, debe saber cerrar una venta y retroalimentar a la empresa de las necesidades del mercado.

4.2.7. Estrategias empresariales

Estrategia de competitividad: El centro buscará ser competitivo dentro del mercado a través de la aplicación de políticas de calidad, búsqueda de personal calificado y precios competitivos.

Estrategia de crecimiento: La empresa pretende tener un crecimiento del 30% al finalizar el décimo año, para lo cual se aplicarán políticas de investigación de mercados.

Estrategia de competencia: Se estableció la factibilidad de proveer un servicio global que, además de ofrecer los recursos básicos para el entrenamiento de artes marciales mixtas, incluya un área de fisioterapia, habitaciones y la suscripción a torneos internacionales con el fin de marcar una diferencia competitiva en relación a los centros de entrenamiento de la competencia.

Estrategia operativa: La empresa contará con personal capacitado que cuente con experiencia en el entrenamiento de artes marciales mixtas y demás servicios ofrecidos por la empresa.

Estrategias de mercadotecnia: Estarán basadas en el análisis e implementación de políticas enfocadas al mix promocional: producto, precio, plaza y promoción.

Estrategia de precio: Para la introducción de los servicios se brindarán los paquetes promocionales mencionados en esta propuesta, donde el pago anual representa un 30% de descuento tanto para los servicios de gimnasio y centro de entrenamiento como para los cursos. Se proveerán formas de pago con tarjeta de crédito. Y para los clientes que prefieran ir mes a mes se ofrecerá inscripción gratuita durante los tres primeros meses

de funcionamiento del negocio.

Estrategia de promoción: La estrategia principal será el manejo de redes sociales, promoción a través del internet, y publicaciones periódicas en revistas y prensa a través de una agencia de publicidad especializada.

Estrategia de producto: Se ofrecerá una alta calidad en los servicios ofrecidos con el fin de atraer a los clientes, fidelizarlos y promover la marca.

Conclusión:

- En conclusión, la propuesta es ofrecer un servicio global para entrenamiento de alto rendimiento para la práctica de artes marciales mixtas MMA, que incluya: un centro de entrenamiento, gimnasios, cursos de Cross Fit, Jiu Jitsu, Muay Thai, Box y MMA, área de fisioterapia, habitaciones, espacio para concentraciones y torneos y venta de artículos deportivos.
- El centro de entrenamiento al igual que el gimnasio funcionará de lunes a domingo con horarios de lunes a sábado de 7:00 a 21:00 y los domingos de 7:00 a 20:00. Los espacios para concentraciones estarán disponibles para ser utilizados previa reservación; en lo que corresponde a torneos se llevarán a cabo mediante previa elaboración de un plan de marketing para su planificación, promoción y difusión mismo en el que se conseguirán alianzas, auspiciantes y promotores. Las clases de Cross Fit, Jiu Jitsu, Muay Thai, Box y MMA se realizarán en horarios accesibles para que los usuarios puedan asistir. Se impartirán 62 horas distribuidas en 41 clases semanales.
- La tienda de venta de artículos deportivos en un inicio contará con un stock limitado de productos; su crecimiento estará estrechamente relacionado con el movimiento de los artículos. El centro contará además con 10 habitaciones sencillas para deportistas y practicantes de artes marciales mixtas que necesiten hospedarse en la ciudad de Quito. Los precios están establecidos en valores de \$75 dólares mensuales para el uso del centro de entrenamiento y gimnasio, \$30 dólares la inscripción y \$35 dólares la mensualidad de los cursos dentro de los cuales el cliente puede escoger 8 horas a la semana. Los costos de los espacios para concentraciones y torneos son de \$80 dólares la hora o \$500 dólares el día para miembros, o \$120 dólares y \$700 dólares respectivamente para los demás clientes. El costo de la fisioterapia será de \$20 dólares por hora y el valor de la habitación será de \$25 dólares el día.
- Se manejarán varias promociones dentro de las cuales se otorgará un 30% de descuento a clientes que paguen por adelantado la anualidad, esto rige tanto para

el uso del centro como para los cursos. Se brindará además una promoción para los clientes que prefieren acceder al servicio mes a mes dentro de la cual no se cobrará inscripción durante los 3 meses inaugurales del centro. Para facilidad de los clientes existirán formas de pago a través de las principales tarjetas de crédito del país. Para la promoción del centro se abrirá una página web mediante la cual se promoverá el negocio por redes sociales (Facebook, Google+, LinkedIn y Twitter), se utilizará además el mailing, prensa y publicaciones en revistas deportivas. La empresa estará basada en valores de responsabilidad, profesionalismo, honestidad, dedicación y amabilidad.

CAPÍTULO V

5. ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero permitirá demostrar la viabilidad económica del proyecto detallando los costos de inversión, los ingresos generados y egresos correspondientes al funcionamiento del negocio. Al final del capítulo se aplicaran los indicadores financieros TIR, VAN y Punto de Equilibrio, con el fin de determinar la factibilidad del proyecto.

5.1. Inversiones

El proyecto está hecho en base a qué se debe tener una infraestructura completa para el entrenamiento de las artes marciales mixtas, el entrenamiento de todas las disciplinas que esto conlleva nos significa una inversión grande en infraestructura para poder cumplir con todas las necesidades de los deportistas de elite.

5.1.1. Inversión en terreno

El terreno necesario para la implementación del proyecto tiene 2000 m², se encuentra en la ciudad de Quito en la parroquia Cumbayá, se lo ha determinado en esa zona debido a su proximidad con el norte de Quito donde se encuentra la zona financiera y de compras de la ciudad, además tenemos muy cerca lugares de recreación, hospitales y áreas verdes que pueden ser utilizados por los deportistas en sus tiempos libres o en caso de algún accidente. El precio del terreno está en \$520,000.00 dólares americanos, en base a la cotización del Anexo D.

5.1.2. Inversión en infraestructura

Se ha determinado que la necesidad de infraestructura se da en base a la siguiente tabla:

Tabla N° 25: Inversión en infraestructura

Inversión	Cantidad	M2	Dimensiones	Costo m2	TOTAL
Gimnasio Pesas	1	250	250	200.00	50,000
Gimnasio Tatami	1	350	350	200.00	70,000
Piscina	1	350	350	150.00	52,500
Área de Fisioterapia	1	50	50	200.00	10,000
Habitaciones	10	20	200	200.00	40,000
Circuito de obstáculos	1	200	200	65.00	13,000
Parqueaderos	80	6	480	2.00	960
Oficina	2	20	40	200.00	8,000
			1,920		244,460

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Se nota en la inversión todas las instalaciones necesarias para el buen funcionamiento del centro de alto rendimiento.

5.1.3. Inversión en constitución y legalización

El costo de la inversión en constitución y legalización se lo hace en base a la constitución de una Compañía con Responsabilidad Limitada en la ciudad de Quito. Los costos se los detalla en la siguiente tabla.

Tabla N° 26: Inversión en constitucion y legalizacion

DETALLE	VALOR
Capital para constituir la empresa	400
Minuta	35
Escritura pública	80
Derechos notariales	70
Pago de patentes y permisos	15
RUC y emisión de facturas	550
Tributos en el Registro Mercantil	32
Servicios del Registro Mercantil	32
Publicación de extractos	470
Tasa de bomberos	15
Honorarios abogado	3000
TOTAL	4,699

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.1.4. Inversión en equipo de entrenamiento

En la inversión de equipo de entrenamiento se ha puesto en consideración todo lo que el gimnasio necesitara para su correcto funcionamiento y comodidad de todos los deportistas. El centro deportivo cuenta con varias máquinas último modelo y de las características más altas del mercado por lo que pueden ser usadas por todos los deportistas continuamente. También tenemos los materiales que los profesores necesitan para las clases y los guantes y vendas para las personas que son nuevas y aún no han comprado su equipamiento.

Tabla N° 27: Inversión en equipo de entrenamiento

	Cantidad	Costo Unitario	Total
Set de pesas	20	63.95	1,279.00
Set de mancuernas	20	13.95	279.00
Pelota Fitness	10	17.79	177.90
Pesa Rusa	20	26.79	535.80
Cinturón faja para espalda	10	47.99	479.90
Banco de pesas	10	86.35	863.50
Goma elástica	20	11.40	228.00
Caminadora	15	899.00	13,485.00
Bicicleta estática	20	349.00	6,980.00
Maquina de Abdominales	5	499.00	2,495.00
Maquina Elíptica	5	599.00	2,995.00
Entrenamiento trono y abdominales	10	26.45	264.50
Torre de poder	5	276.00	1,380.00
Sistema de Gimnasio	10	1,052.00	10,520.00
Vendas para manos	100	14.99	1,499.00
Casco para sparring	6	99.99	599.94
Cuerda para saltar	20	14.99	299.80
Heavy Bag	15	749.99	11,249.85
MMA Mantis Mitt	4	19.99	79.96
Guantes MMA	20	34.99	699.80
MMA Omnistrike Heavy Bag	10	124.99	1,249.90
MMA Protectores de canilla	10	29.99	299.90
MMA Strike shield	2	49.99	99.98
MMA protector de cuerpo	2	109.99	219.98
MMA focus mitts	4	39.99	159.96
Equipo de Entrenamiento			58,420.67

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.1.5. Inversión en mobiliario y equipo de oficina

En la inversión de mobiliario se tomó en cuenta los casilleros que son necesarios para que los deportistas guarden sus cosas seguramente, también están incluidos los escritorios, sillas, archivadores, impresoras y teléfonos que forman parte de las oficinas de gerencia, contabilidad y recepción.

Tabla N° 28: Inversión en mobiliario y equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Casilleros	200	50.00	10,000.00
Escritorios	3	250.00	750.00
Sillas	9	75.00	675.00
Anaqueles	2	130.00	260.00
Archivador	2	100.00	200.00
Impresora	3	130.00	390.00
Teléfonos	5	55.00	275.00
Mobiliario y Equipo de oficina			12,550.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.1.6. Inversión en equipos de computación

Para facilidad del centro se contará con un sistema de ingreso con huella digital computarizado que tendrá como objetivo controlar los ingresos de los deportistas, adicional tendremos tres computadoras de escritorio para las oficinas de gerencia, contabilidad y recepción y tres repetidores para brindar una conexión WIFI a los deportistas a lo largo de la infraestructura.

Tabla N° 29: Inversión en mobiliario y equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Computadora de escritorio	3	800.00	2,400.00
Repetidora router internet	3	80.00	240.00
Sistema de ingreso computarizado	1	1,500.00	1,500.00
Equipos de computación			4,140.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.1.7. Inversión Gasto en Publicidad y Marketing

La inversión en publicidad y marketing contempla valores para un presupuesto que va a manejar una agencia publicitaria para atraer más clientes incluso clientes extranjeros. La inversión es de \$10000 en el primer año con un incremento proyectado del presupuesto del 4% por año. De igual manera se presupuesta un gasto de \$1000 para la compra de material de promoción y \$720 en transporte del personal de ventas. En la tabla se detalla el gasto.

Tabla N° 30: Gasto en Publicidad y Marketing

Detalle	Valor
Publicidad	10,000
Material de promoción	1,000
Transporte	720
Total	11,720

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.2. Costos de operación y mantenimiento

Los costos de operación y mantenimiento son los rubros que la empresa infiere para el buen funcionamiento del negocio y de la infraestructura que esta tiene. Los costos de operación y mantenimiento estimados para el proyecto son los siguientes.

5.2.1. Costos de Servicios Básicos

Al ser un centro de alto rendimiento el consumo de los servicios básicos es muy importante para dar un buen servicio. Los gastos se dan en agua, luz, calefacción de la piscina, teléfono, internet y el uso del Data Fast. Adicional se tomó en cuenta el 3% del total de los servicios en caso de imprevistos en la proyección. El gasto anual de los servicios básicos es de \$10630 y se prevé un incremento del 4% anual.

Tabla N° 31: Gastos en servicios básicos

Insumos	Unidad	Cantidad	Valor Unitario(\$)	Valor diario (\$)	Valor mensual (\$)	Valor Anual(\$)
Luz	kw/h	197	0.05	9.52	289.42	3,473.01
Agua	metros cúbicos	60	0.06	3.30	100.38	1,204.50
Calefacción Piscina	horas	24	0.33	7.92	240.90	2,890.80
Teléfono	minutos	150	0.03	4.50	136.88	1,642.50
Internet	mg	1	90	7.50	90	2,737.50
Data Fast	Uni	1		1.00	30.00	360.00
Imprevistos (3%)		1		0.82	24.93	299.13
					Total	12,666.76

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.2.2. Inversión en Gastos Operacionales

En el caso de los gastos inherentes a la operación tendremos en cuenta el gasto de mantenimiento y operación que servirá para cubrir cualquier eventualidad en el mantenimiento de la infraestructura del centro deportivo de alto rendimiento, los suministros y materiales así como los útiles de limpieza serán los necesarios para que el personal trabaje y los otros gastos operacionales son un gasto de reserva en caso de que se necesite. Todos suman \$2131.00 y se detallan en la siguiente tabla:

Tabla N° 32: Inversión en gastos operacionales.

GASTOS OPERACIONALES	Costo Anual
Gasto Mantenimiento y Operación	1,000
Gasto Suministro y Materiales	500
Gasto Útiles de Limpieza	200
Otros Gastos Operacionales	431
TOTAL	2,131

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.2.3. Sueldos y Salarios

Los sueldos y salarios hacen referencia a las remuneraciones de los trabajadores y empleados de la empresa. Se tiene empleados en nómina y los profesores para dictar las clases se les pagarán bajo el sistema de facturación.

En la primera tabla se muestra los empleados de planta que se encontrarán trabajando en turnos en el centro deportivo de alto rendimiento. Los entrenadores estarán distribuidos de forma que puedan ayudar a las personas que hagan uso de la piscina, gimnasio o pista de obstáculos.

Tabla N° 33: Sueldo Personal en nómina

Personal	Cantidad	Sueldo	Total Mensual	Total Anual
Gerente	1	1500	1,500	18,000
Recepcionista	1	340	340	4,080
Contador	1	600	600	7,200
Entrenadores	12	850	10,200	122,400
Fisioterapia	2	850	1,700	20,400
Personal de mantenimiento	2	340	680	8,160
TOTAL	19		5,480	180,240

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

En esta tabla se describen los pagos que debe hacer el empleador por orden de la ley de trabajo. En esta se incluyen los fondos de reserva que son aportados solamente a partir del primer mes del segundo año. Adicional se incluyen también los décimos, pago de vacaciones y aportes patronales al IESS. Se proyecta un aumento en los sueldos del 4% anual para también proyectar los gastos adicionales asumiendo que todos los empleados estarán trabajando con nosotros todo el tiempo sin rotación del personal.

Tabla N° 34: Aportes de ley personal en nómina

Sueldos	1	2	3	4	5
Gastos Sueldos	180,240.00	187,449.60	194,947.58	202,745.49	210,855.31
Sueldos	1	2	3	4	5
Gastos IESS	20,096.76	20,900.63	21,736.66	22,606.12	23,510.37
Fondos de reserva	-	15,620.80	16,245.63	16,895.46	17,571.28
Vacaciones	7,510.00	7,810.40	8,122.82	8,447.73	8,785.64
Décimo Tercero	15,020.00	15,620.80	16,245.63	16,895.46	17,571.28
Décimo Cuarto	6,460.00	6,718.40	6,987.14	7,266.62	7,557.29
Total	49,086.76	66,671.03	69,337.87	72,111.39	74,995.84

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Se va a contar con dos vendedores los cuales van a estar encargados de reclutar deportistas interesados en la práctica de este deporte. Estos también estarán en la nómina habitual. Los fondos de reserva que el centro se ahorra en el primer año de los vendedores servirán para motivar a estos para conseguir más ventas.

Tabla N° 35: Sueldo personal de ventas

Personal	Cantidad	Sueldo	Total Mensual	Total Anual
Vendedores	2	600	1,200	14,400
Gastos IESS	-	-	-	1,606
Fondos de reserva	-	-	-	1,200.00
Vacaciones	-	-	-	600
Décimo Tercero	-	-	-	1,200
Décimo Cuarto				680
TOTAL				19,686

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Para las clases se contratarán por horas a profesores especializados en las áreas de entrenamiento, los profesores facturarán por cada hora brindada. Se tiene presupuestado \$15 por hora clase con un aumento del 4% anual en el costo de la misma. En la siguiente tabla se detalla las horas por clase y el costo:

Tabla N° 36: Sueldo profesores

Profesor	horas
Jiu Jitsu	13
MMA	20
Muay Thai	10
Cross Fit	13
Box	12
Total	68
Costo entrenador por hora	30.00
Total Semana	2,040.00
Total Mensual	9,180.00
Total Anual	110,160.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.2.4. Depreciación

La depreciación es la pérdida del valor contable de un activo fijo depreciable en la medida en que avance el tiempo y su funcionalidad se deteriore por el uso del mismo. En la siguiente tabla se detalla la depreciación de los activos fijos del centro deportivo de alto rendimiento:

Tabla N° 37: Depreciacion activos fijos

Activo Fijo	Valor	Porcentaje	Vida Útil	Cuota Depreciación
Infraestructura	244,460	5.00%	20	12,223.00
Mobiliario y equipos de oficina	12,550	10.00%	10	1,255.00
Equipos de Computación y Software	41,400	33.33%	3	13,799.99
Equipos de Entrenamiento	41,963	10.00%	10	4,196.26
Vehículos	12,500	20.00%	5	2,500.00
TOTAL	352,873			33,974.25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.2.5. Amortización

La amortización se la usa para aplazar el pago de un bien o servicio para que el impacto contable que este tiene en el proyecto sea menor. Los gastos de constitución de la empresa detallados en la tabla 26 se consideran para la amortización a 3 años de la misma y se lo realiza en base a la siguiente tabla:

Tabla N° 38: Amortización Gastos de constitución

Años	Concepto	Porcentaje	Valor	Amortización
3	Gastos de constitución	33.33%	4699.00	1,566.18
Amortización Anual				1,566.18

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

5.2.6. Resumen de costos de operación y mantenimiento

A continuación se detalla el resumen de los costos generales de operación y mantenimiento desde la inversión inicial a los gastos del centro de alto rendimiento.

Se toma en cuenta los totales de las todas las tablas de costos.

Tabla N° 39: Resumen de Gastos de Operación

Concepto	Valor Anual
Sueldos y salarios	180,240.00
Aportes patronales	49,086.76
Mantenimiento y Operación	1,000.00
Servicios Básicos	12,666.76
Suministros y materiales	500.00
Útiles de limpieza	200.00
Otros Gastos Operacionales	431.00
Sueldos y salarios por clase	110,160.00
Publicidad	10,000.00
Material de promoción	1,000.00
Transporte	720.00
Mano de obra ventas	19,686.00
Imprevistos (3%)	590.58
Total Costos de Operación	386,281.10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

El total de los gastos de operación es de \$386281.10

5.2.7. Capital de trabajo

El capital de trabajo es un fondo necesario para cubrir los gastos que el proyecto demanda hasta que se pueda generar un flujo de dinero suficiente que garantice el buen funcionamiento de la operación del centro de alto rendimiento.

Se calcula bajo la siguiente fórmula:

$$Jkt = \frac{\text{Costo Anual Total de Operacion}}{365 \text{ Dias}} = x \# \text{ dias estimados de recuperacion}$$

El tiempo de recuperación estimado para este proyecto es de 120 días en los cuales se implementara el centro y se buscara atraer a los clientes potenciales.

$$Jkt = \left(\frac{386,281.10}{365} \right) 120$$

$$Jkt = 126,996.53$$

Tenemos finalmente que el capital de trabajo necesario es de \$126,996.53

5.3. Ingresos

El centro deportivo de alto rendimiento tiene varios servicios los cuales generan ingresos como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 40: Ingresos

Productos	Cantidad Anual	Precio	Ingreso Anual
Centro Deportivo pago mensual	3,322.00	75.00	249.150.00
Centro Deportivo pago anual	1,789.00	52.50	93.922.50
Inscripciones mensuales	511.00	30.00	15.330.00
Clases	2,555.50	35.00	89.442.50
Fisioterapia	2,880.00	20.00	57.600.00
Habitaciones	3,600.00	25.00	90.000.00
Concentraciones y Torneos	9.00	500.00	4.500.00
Concentraciones y Torneos no miembros.	3.00	700.00	2.100.00
Artículos Deportivos	96.00	65.50	6.288.00
Ingreso Total Anual			608333.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Los deportistas del centro deportivo de alto rendimiento tienen dos opciones de pago como se determinó en los anteriores capítulos los cuales son anuales y mensuales, también las inscripciones mensuales de las personas tienen un costo si no se hace el contrato anual, el número de inscripciones se basa en un estimado mensual del 10% de estudiantes nuevos. Para la estimación de personas que tomarán clases se ha puesto que el 50% de los deportistas inscritos que acudirán al centro deportivo tomaran clases lo cual se encuentra en un escenario medio para la proyección de los ingresos. Los ingresos en fisioterapia y habitaciones son ingresos fijos tomando en cuenta que estos estarán funcionando al 100% de su capacidad. Se toma en cuenta también el ingreso por el rubro de concentraciones y torneos que se determinó en las necesidades de los consumidores ecuatorianos y se ha dicho que se lo realizara por lo menos 1 vez al mes en el centro lo cual crea oportunidades a los estudiantes para probarse. Por último en ingreso de artículos se tomó una media de todos los artículos deportivos para la venta y proyección de la misma.

5.4. Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio de un bien o servicio, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales son iguales a los costos totales. Es decir, el nivel de actividad (Q=unidades) para el cual no hay pérdidas ni ganancias. No es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión sino que sólo es una importante referencia financiera. (García, 2012)

Para sacar el punto de equilibrio en unidades tenemos:

$$PEu = \frac{CF}{P - CVMe}$$

Donde:

PEu = es el punto de equilibrio en unidades

CF = son los costos Fijos Totales

P = es el precio del producto

CVMe = es el costo variable unitario

Y para sacar el Punto de equilibrio en unidades monetarias tenemos:

$$PE\$ = PEu * P$$

Donde:

PEu = es el punto de equilibrio en unidades

P = es igual al precio

En este caso tenemos que necesitamos sacar el punto de equilibrio en base a los costos fijos y variables de los productos en un porcentaje relacionado con su volumen de ventas lo que nos da la siguiente tabla:

Tabla N° 41: Porcentaje de ventas y costo variable por producto

Productos	Cantidad Anual	Precio	Ingreso Anual	Porcentaje del producto en ventas
Centro Deportivo pago mensual	3,322.00	75.00	249,150.00	0.41
Centro Deportivo pago anual	1,789.00	52.50	93,922.50	0.15
Inscripciones mensuales	511.00	30.00	15,330.00	0.03
Clases	2,555.50	35.00	89,442.50	0.15
Fisioterapia	2,880.00	20.00	57,600.00	0.09
Habitaciones	3,600.00	25.00	90,000.00	0.15
Concentraciones y Torneos	9.00	500.00	4,500.00	0.01
Concentraciones y Torneos no miembros	3.00	700.00	2,100.00	0.00
Artículos Deportivos	96.00	65.50	6,288.00	0.01
			608333.00	100.00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Una vez determinado el porcentaje de ventas por producto tenemos los costos fijos y costos variables por producto:

Tabla N° 42: Porcentaje de costos fijos y variables por producto

Productos	Costos Fijos	Costos Fijos por unidad	Costo Variable	Costo Variable por unidad
Centro Deportivo pago mensual	366,004.52	45.12	8,304.51	2.50
Centro Deportivo pago anual	366,004.52	31.59	3,130.57	1.75
Inscripciones mensuales	366,004.52	18.05	510.97	1.00
Clases	366,004.52	21.06	2,981.24	1.17
Fisioterapia	366,004.52	12.03	1,919.89	0.67
Habitaciones	366,004.52	15.04	2,999.82	0.83
Concentraciones y Torneos	366,004.52	300.83	149.99	16.67
Concentraciones y Torneos no miembros	366,004.52	421.16	70.00	23.33
Artículos Deportivos	366,004.52	39.41	209.59	2.18
	366,004.52		20,276.58	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

También necesitamos la contribución marginal que nos indica cuantas unidades se necesitan vender para cubrir los costos fijos, se la obtiene del precio menos los costos fijos unitarios. Finalmente sacamos el Punto de equilibrio de la división de los costos fijos unitarios para la contribución marginal lo que nos da el número de unidades que tenemos que vender del producto para cubrir los costos del mismo como indica la siguiente tabla:

Tabla N° 43: Punto de equilibrio en cantidades

Productos	Contribución marginal	Costos Fijos	Punto de Equilibrio en cantidades
Centro Deportivo pago mensual	72.50	366,004.52	8,390.78
Centro Deportivo pago anual	50.75	366,004.52	1,113.47
Inscripciones mensuales	29.00	366,004.52	318.04
Clases	33.83	366,004.52	1,590.54
Fisioterapia	19.33	366,004.52	1,792.50
Habitaciones	24.17	366,004.52	2,240.63
Concentraciones y Torneos	483.33	366,004.52	5.60
Concentraciones y Torneos no miembros	676.67	366,004.52	1.87
Artículos Deportivos	63.32	366,004.52	59.75
		366,004.52	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Por último para sacar el Punto de equilibrio por unidad monetaria lo que hacemos es multiplicar el precio de los productos por el punto de equilibrio por unidades lo que nos da:

Tabla N° 44: Punto de equilibrio en cantidades monetarias

Productos	Precio	Punto de Equilibrio en cantidades	Punto de Equilibrio en cantidad monetaria
Centro Deportivo pago mensual	75.00	8,390.78	629,308.78
Centro Deportivo pago anual	52.50	1,113.47	58,457.08
Inscripciones mensuales	30.00	318.04	9,541.35
Clases	35.00	1,590.54	55,668.74
Fisioterapia	20.00	1,792.50	36,850.06
Habitaciones	25.00	2,240.63	56,015.73
Concentraciones y Torneos	500.00	5.60	2,800.79
Concentraciones y Torneos no miembros	700.00	1.87	1,307.03
Artículos Deportivos	65.50	31.93	3,913.63
		15,513.18	852,863.13

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

El punto de equilibrio depende de cada producto por lo que tenemos que para el producto del centro deportivo pago mensual debemos vender 8,390.78 unidades para poder cubrir los costos o vender \$629,308.78 para cubrir nuestros costos anuales. En el producto centro deportivo pago anual el equilibrio en unidades es de 1,113.47 y en unidades monetarias es de \$58,457.08 que nos da un punto de equilibrio.

5.5. Evaluación del proyecto

La Evaluación de Proyectos es un instrumento que ayuda a medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto; para medir objetivamente las premisas y supuestos estas deben nacer de la realidad misma en la que el proyecto estará inserto y en el que deberá rendir sus beneficios. (Sapag-Chain, 2008)

Para evaluar la perspectiva y rentabilidad lo primero que se debe hacer un flujo de caja proyectado a 10 años, es un periodo suficiente para proyectar los costos y la inversión del proyecto.

5.5.1. Flujo de caja

Los flujos de caja son un Estado Financiero que muestra el efectivo generado en las actividades de operación, inversión y financiación. El flujo de caja es de tipo financiero y muestra las entradas, salidas y cambio neto en las actividades de la empresa en un periodo.

El flujo de caja es muy importante para la evaluación del proyecto ya que de este se derivan los resultados de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN).

Se planteara dos escenarios posibles para el análisis del proyecto, el primero es buscar financiamiento de alguna entidad bancaria para pedir el 40% del valor de la inversión inicial y el otro 60% será financiado por el capital propio de la empresa, el segundo escenario será en el que todo el capital sea apoyado por el capital propio de la empresa lo que quiere decir que el proyecto no tendrá financiamiento.

En los Anexos G y H se pueden observar en detalle los flujos de caja en los dos escenarios detallados. Para el análisis final se usará el escenario de los flujos con financiamiento ya que este escenario da mejores indicadores de rentabilidad.

5.5.2. Indicadores de rentabilidad

Tasa de crecimiento anual de la oferta: esta tasa indica el crecimiento promedio de la oferta del mercado en un periodo de un año. Parte de los objetivos del centro de alto rendimiento para las artes marciales mixtas es el crecimiento en un 30% al final de los 10 años por lo que se toma una tasa anual de la oferta de servicios en un 3% anual.

Tasa de interés: Es aquella que se calcula sobre el capital del préstamo, se paga anualmente a la entidad financiera que emite el préstamo. Para el proyecto se ha hecho un requerimiento en el Banco Produbanco el cual nos da una tasa de interés del 11.83% en un plazo de cinco años máximo.

Tasa de inflación: es la tasa que muestra el crecimiento en los precios en la economía de un país. La tasa de inflación anual según el Banco Central del Ecuador para el año en curso es de 3.11%.

Tasa de descuento del capital propio: es la tasa que mide la rentabilidad que el inversionista espera obtener de una cartera de activos sin riesgo (Canelos, 2009). La fórmula para encontrar la tasa es:

$$E(RTN) = E(RTN) \text{ sin riesgo} + B(E(RTN) \text{ MKT}) - E(RTN) \text{ sin riesgo}$$

$$E(RTN) = 11.12\%$$

Tasa de descuento del proyecto financiado: Esta tasa se la utiliza para financiar el proyecto (Canelos, 2009), la formula y la explicación de cada componente son las siguientes:

$$WACC = kE * E/V + kD * (1 - \text{tax}) * D/V$$

Donde:

WACC=Promedio Ponderado del costo de Capital

kE = Costo del capital propio, obtenido por el CAPM (Modelo de Valoración del precio de los activos financieros)

kD = costo de la deuda, obtenida del mercado usando el CAPM (Modelo de Valoración del precio de los activos financieros)

(1-tax) = ahorro impositivo por uso de la deuda

E/V = Relación objetivo de capital propio a total de financiamiento

D/V = relación objetivo de deuda a total de financiamiento

La tasa de descuento del proyecto financiado es del 10.22%

5.6. Análisis de sensibilidad

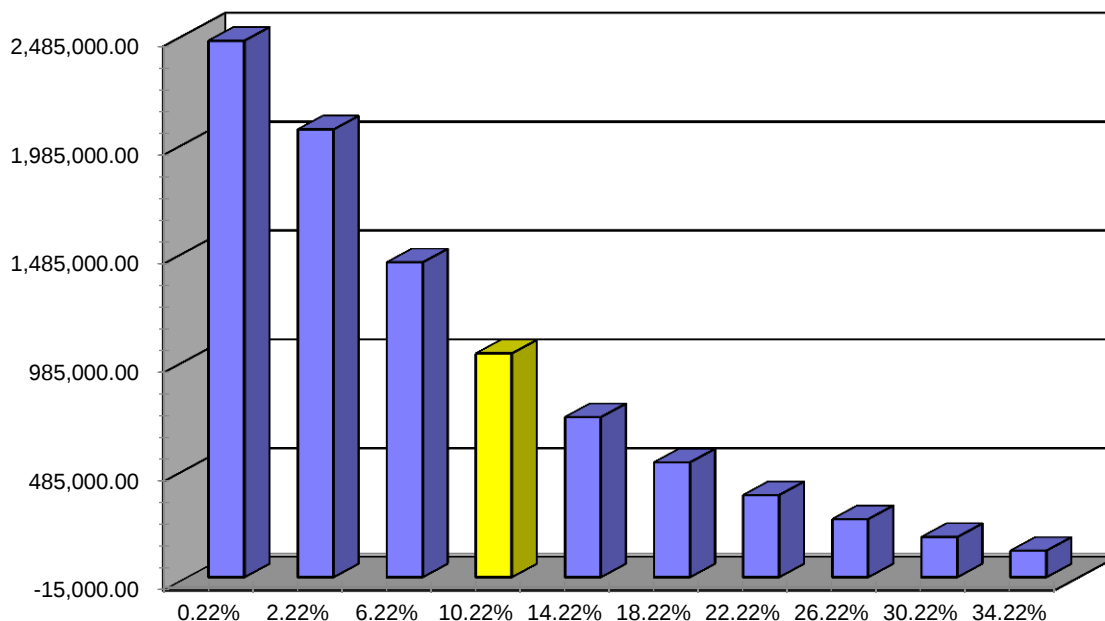
5.6.1. Sensibilidad del Valor Actual Neto (VAN) con financiamiento

El VAN (Valor Actual Neto) es el resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados a una determinada tasa de descuento menos la inversión (Canelos, 2009).

Si observamos en el flujo de caja del ANEXO G el VAN del proyecto es mayor a 0 por lo que se puede concluir que el proyecto es rentable ya que deja un valor de \$1'027,411.95 de utilidad. En el siguiente grafico se observa los límites entre los cuales el VAN puede variar, dependiendo de la tasa de descuento. La columna de color amarillo demuestra el lugar en donde el VAN se encuentra con una tasa de descuento del 10.22%. Podemos observar en el gráfico también que inclusive si la tasa de retorno sube se tiene un VAN mayor a 0.

Gráfica No 21: Sensibilidad del VAN con financiamiento

Sensibilidad del VAN

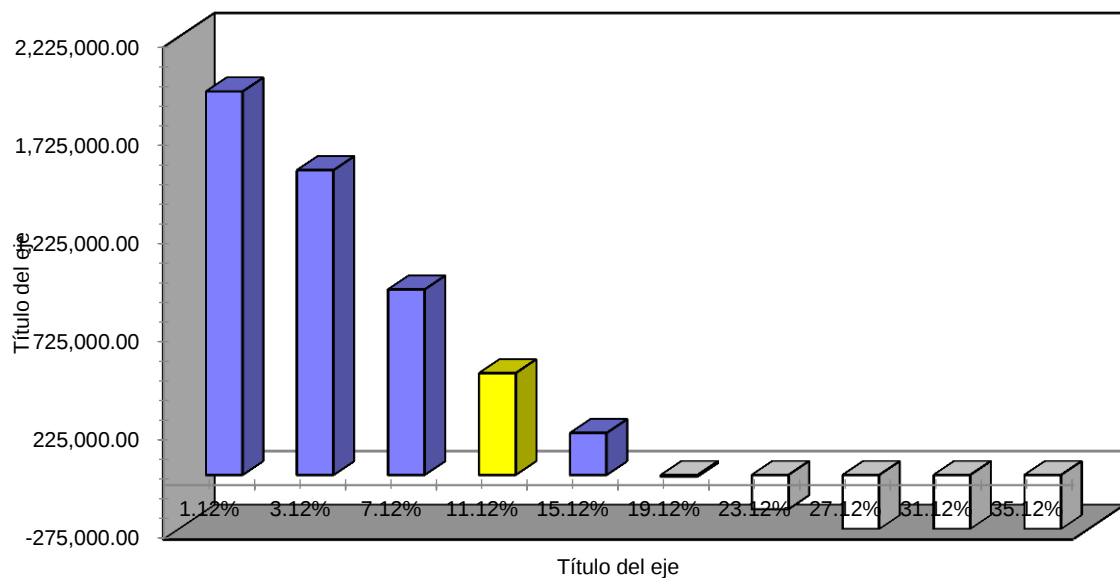


Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Felipe Miranda

5.6.2. Sensibilidad del Valor Actual Neto (VAN) sin financiamiento

Por otro lado se puede ver en la siguiente gráfica la sensibilidad del VAN cuando el proyecto está financiado con capitales propios:

Gráfica No 22: Sensibilidad del VAN sin financiamiento



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Si observamos en el flujo de caja del Anexo H el VAN del proyecto sin financiamiento es mayor a 0 por lo que se puede concluir que el proyecto es rentable ya que deja un valor de \$516,374.65 de utilidad. En el gráfico se observa los límites entre los cuales el VAN puede variar, dependiendo de la tasa de descuento. La columna de color amarillo demuestra el lugar en donde nuestro VAN se encuentra con una tasa de descuento del 10.22%. Se puede observar en el grafico también entra a pérdida con una tasa de descuento del 19.12%.

5.6.3. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno (TIR) con financiamiento

La TIR se define como una tasa que mide la rentabilidad de un proyecto dado, la TIR para este proyecto es de 101.11% con financiamiento como podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla N° 45: Sensibilidad del TIR con financiamiento

TIR	47.21%	WACC - Tasa de descuento del proyecto financiado	10.22%	Con Financiamiento
SENSIBILIDAD	COSTOS	INGRESOS	COSTOS DE INVERSIÓN	COSTOS DE OPERACIÓN
25.0%	50.0%	118.65%	36.02%	-9.58%
20.0%	45.0%	103.13%	36.85%	-6.10%
15.0%	40.0%	87.96%	37.73%	-2.39%
10.0%	35.0%	73.38%	38.66%	1.59%
5.0%	30.0%	59.70%	39.65%	5.93%
0.0%	25.0%	47.21%	40.70%	10.73%
-5.0%	20.0%	36.07%	41.82%	16.12%
-10.0%	15.0%	26.24%	43.02%	22.26%
-15.0%	10.0%	17.50%	44.31%	29.37%
-20.0%	5.0%	9.55%	45.70%	37.63%
Variación Porcentual de la Sensibilidad	5.00%			

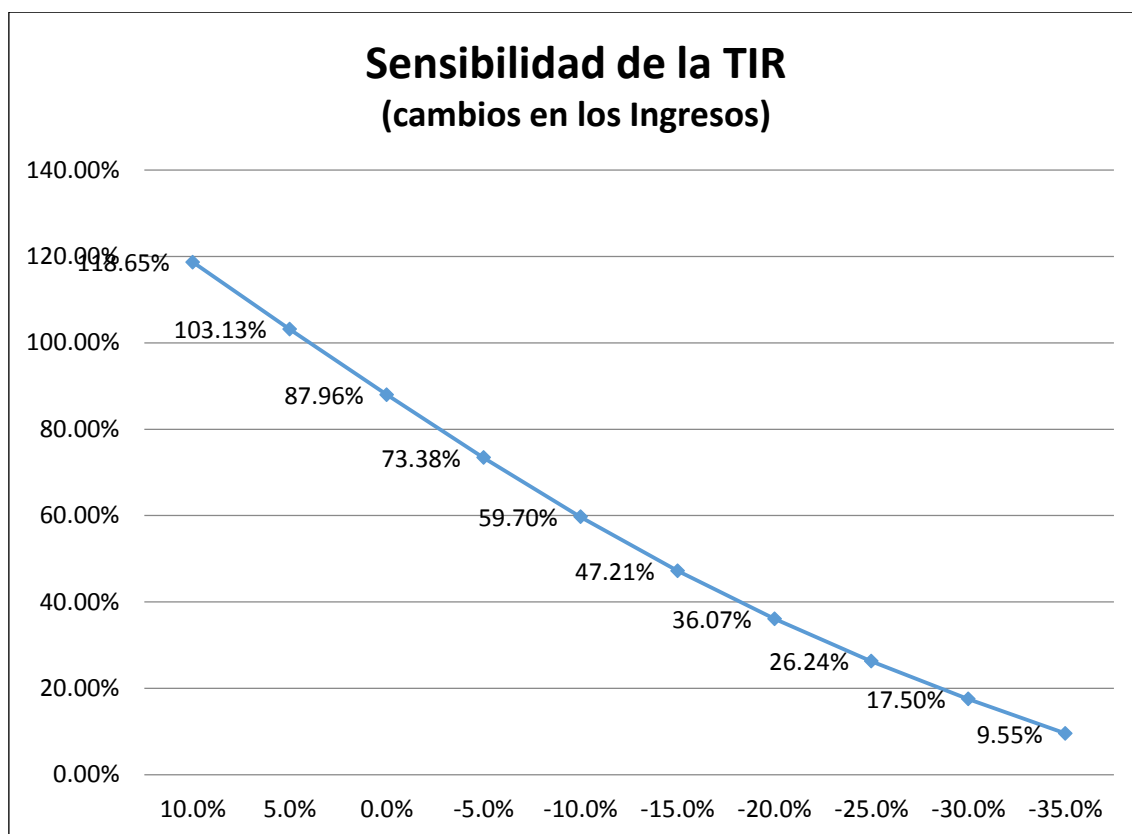
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

En base a la anterior tabla se puede observar que el proyecto es rentable y que pese a que la tasa de ingresos baje en un 20% el proyecto todavía es rentable o incluso con un incremento de los costos en un 35%.

En el siguiente grafico podemos observar de mejor manera el cambio que sufre el TIR cuando afectamos a los ingresos:

Gráfica N° 23: Sensibilidad del TIR con financiamiento (cambios en los ingresos)



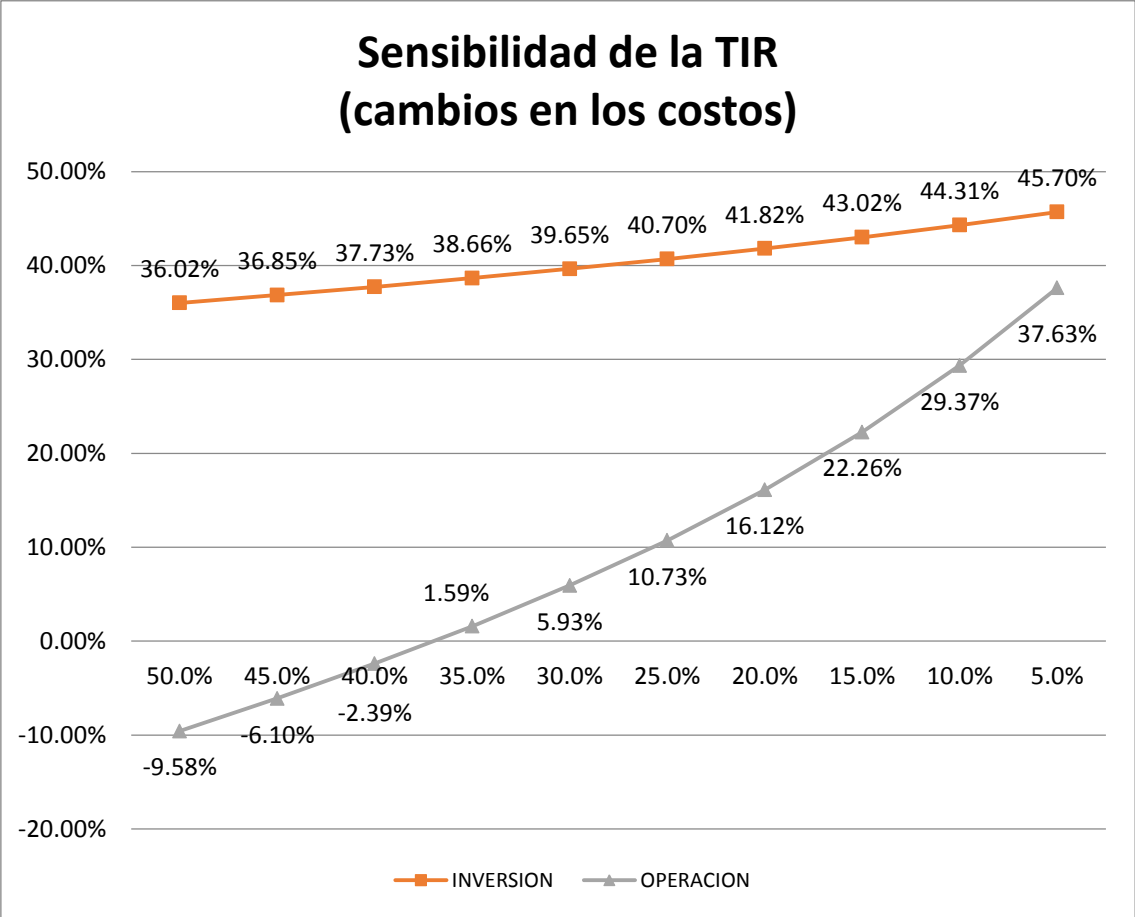
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Variación de los ingresos con financiamiento: si se analiza la gráfica se puede ver que si los ingresos aumentan en un 10% solamente se puede tener un beneficio inmenso disparando al TIR hasta el 118.65%. Por el otro lado si los ingresos caen hasta un 30% el proyecto todavía es rentable porque nos rendiría un TIR del 17.50% que es mayor a la tasa de descuento. En el caso de que los ingresos caigan un 35% el proyecto ya no sería beneficioso ya que nos daría un TIR del 9.55% lo cual es una tasa menor a la tasa de descuento.

En el siguiente grafico podemos observar de mejor manera el cambio que sufre el TIR cuando afectamos a los costos:

Gráfica N° 24: Sensibilidad del TIR con financiamiento (cambios en los costos)



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Variación de los costos de operación con financiamiento: en la gráfica se puede ver que si los costos aumentan en un 50% los costos de operación van a -9.58% y los costos de inversión bajan a 36.02%. Por el otro lado, si los suben hasta un 5% los costos de operación van a 37.63% y los costos de inversión suben a 45.70%.

5.6.4. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno (TIR) sin financiamiento

La TIR para este proyecto es de 34.56% sin financiamiento como podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla N° 46: Sensibilidad del TIR sin financiamiento

TIR	34.56%	CAPM (tasa de descuento del Capital Propio)	11.12%	Sin financiamiento
SENSIBILIDAD			COSTOS DE	COSTOS DE
INGRESOS	COSTOS	INGRESOS	INVERSIÓN	OPERACIÓN
10.0%	50.0%	26.05%	11.40%	-8.61%
5.0%	45.0%	22.54%	11.98%	-5.73%
0.0%	40.0%	18.94%	12.59%	-2.88%
-5.0%	35.0%	15.22%	13.23%	-0.06%
-10.0%	30.0%	11.35%	13.90%	2.73%
-15.0%	25.0%	7.28%	14.62%	5.50%
-20.0%	20.0%	2.95%	15.37%	8.23%
-25.0%	15.0%	-1.75%	16.18%	10.95%
-30.0%	10.0%	-6.94%	17.03%	13.63%
-35.0%	5.0%	-12.84%	17.95%	16.30%
Variación Porcentual de la Sensibilidad	5.00%			

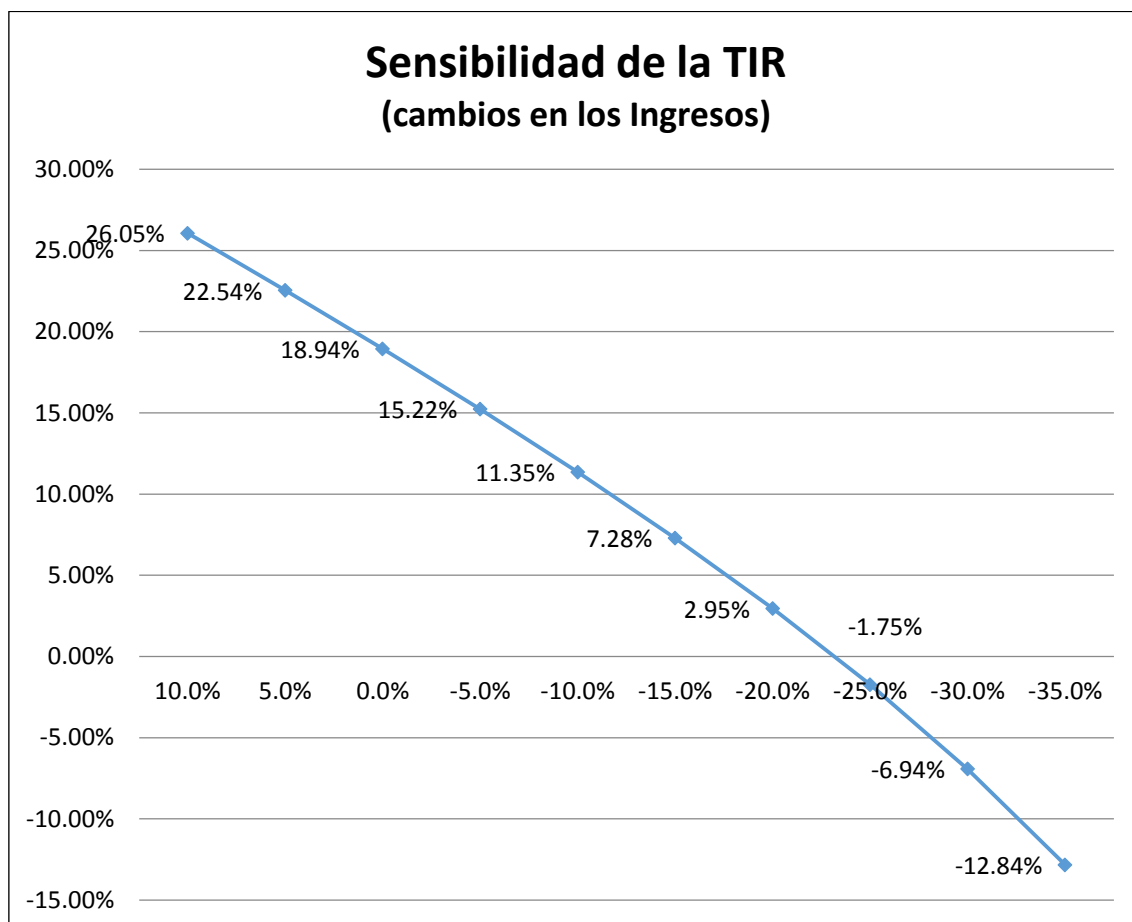
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

En base a la anterior tabla se puede ver que el proyecto es rentable y que pese a que la tasa de ingresos baje en un 20% el proyecto todavía es rentable o incluso con un incremento de los costos en un 30%.

En el siguiente gráfico se puede observar de mejor manera el cambio que sufre el TIR cuando se afecta a los ingresos:

Gráfica N° 25: Sensibilidad del TIR sin financiamiento (cambios en los ingresos)

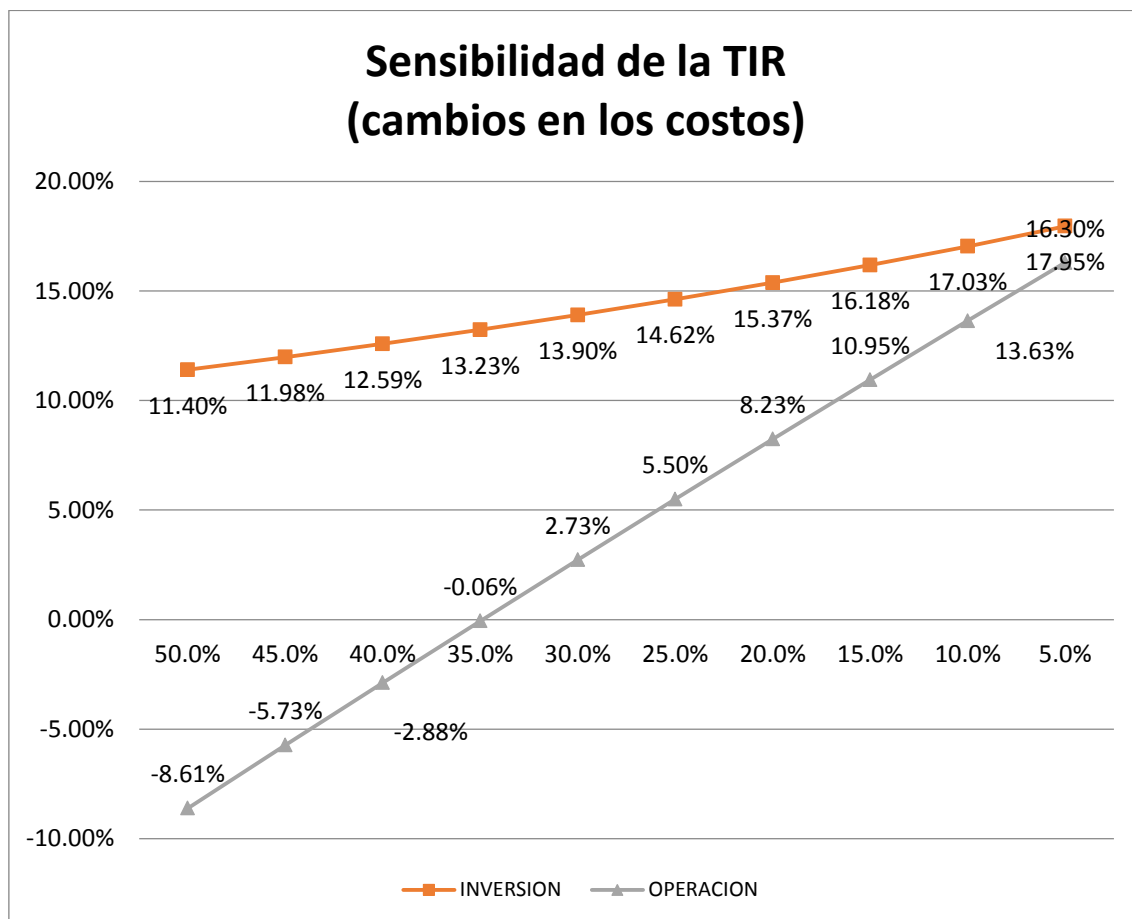


Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Variación de los ingresos con financiamiento: analizando la gráfica se puede ver que si los ingresos aumentan en un 10% solamente se puede tener un beneficio disparando al TIR hasta el 26.05%. Por el otro lado si los ingresos caen hasta un -5% el proyecto todavía es rentable porque nos rendiría un TIR del 15.22% que es mayor a la tasa de descuento. En el caso de que los ingresos caigan un 35% el proyecto ya no sería beneficioso ya que nos daría un TIR del -12.84% lo cual es una tasa menor a la tasa de descuento.

En el siguiente gráfico podemos observar de mejor manera el cambio que sufre el TIR cuando afectamos a los costos:

Gráfica N° 26: Sensibilidad del TIR sin financiamiento (cambios en los costos)



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Variación de los costos de operación sin financiamiento: en la gráfica se puede ver que si los costos aumentan en un 50% los costos de operación van a -8.61% y los costos de inversión bajan a 11.40%. Por el otro lado, si los suben hasta un 5% los costos de operación van a 17.95% y los costos de inversión suben a 16.30%.

5.7. Balance General del Proyecto

En el Balance General del proyecto vamos a ver en qué tiempo se recupera la inversión en capital del proyecto en base al periodo en tiempo, los intereses causados, ingresos recibidos, amortización e inversión amortizada.

El primer valor de inversión amortizada es el valor total de la inversión propia. Para obtener el Interés causado se multiplica esta inversión por la tasa de descuento. Los ingresos recibidos son los ingresos de la tabla de flujos de caja. La amortización es la suma de los intereses causados y los ingresos recibidos. Por último la inversión amortizada es la suma del valor de la inversión amortizada en el año 0 más la amortización.

Siguiendo esos pasos tenemos las siguientes tablas con y sin financiamiento:

Tabla N° 47: Balance del proyecto con financiamiento

Períodos	Intereses Causados	Ingresos recibidos	Amortización	Inversión Amortizada
0				- 196,753.24
1	-20,112.06	68,913.01	48,800.95	-147,952.28
2	- 15,123.64	61,414.91	46,291.28	-101,661.01
3	-10,391.76	64,004.47	53,612.72	- 48,048.29
4	-4,911.48	64,720.64	59,809.16	11,760.87
5	1,202.19	66,779.94	67,982.13	79,743.00
6	8,151.30	174,108.94	182,260.24	262,003.24
7	26,781.89	180,068.04	206,849.93	468,853.17
8	47,926.03	186,143.64	234,069.66	702,922.83
9	71,852.55	192,327.10	264,179.66	967,102.49
10	98,856.92	1,653,147.38	1,752,004.30	2,719,106.79

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Tabla N° 48: Balance del proyecto sin financiamiento

Períodos	Intereses Causados	Ingresos recibidos	Amortización	Inversión Amortizada
0				- 983,766.20
1	- 100,560.28	158,956.83	58,396.55	- 925,369.64
2	- 94,591.00	154,041.15	59,450.15	- 865,919.49
3	- 88,514.02	159,535.75	71,021.73	- 794,897.76
4	- 81,254.20	163,519.88	82,265.68	- 712,632.07
5	- 72,845.03	169,255.42	96,410.39	- 616,221.69
6	- 62,989.99	174,108.94	111,118.95	- 505,102.74
7	- 51,631.45	180,068.04	128,436.59	- 376,666.15
8	- 38,502.70	186,143.64	147,640.94	- 229,025.21
9	- 23,410.89	192,327.10	168,916.22	- 60,108.99
10	- 6,144.32	1,653,147.38	1,647,003.06	1,586,894.07

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Podemos comprar las dos opciones de proyecto en la siguiente tabla:

Tabla N° 49: Balance del proyecto general

Con Financiamiento		Sin Financiamiento	
VAN	1,027,411.95	VAN	516,374.65
TIR	47.21%	TIR	18.94%

Balance del proyecto		Balance del proyecto	
Período de Recuperación	4	Período de Recuperación	10
Valor Futuro Neto	2,719,106.79	Valor Futuro Neto	1,586,894.07
Potencial de Utilidad	5,211,492.37	Potencial de Utilidad	1,586,894.07
Exposición a pérdida	- 494,414.83	Exposición a pérdida	- 6,069,709.93

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Felipe Miranda

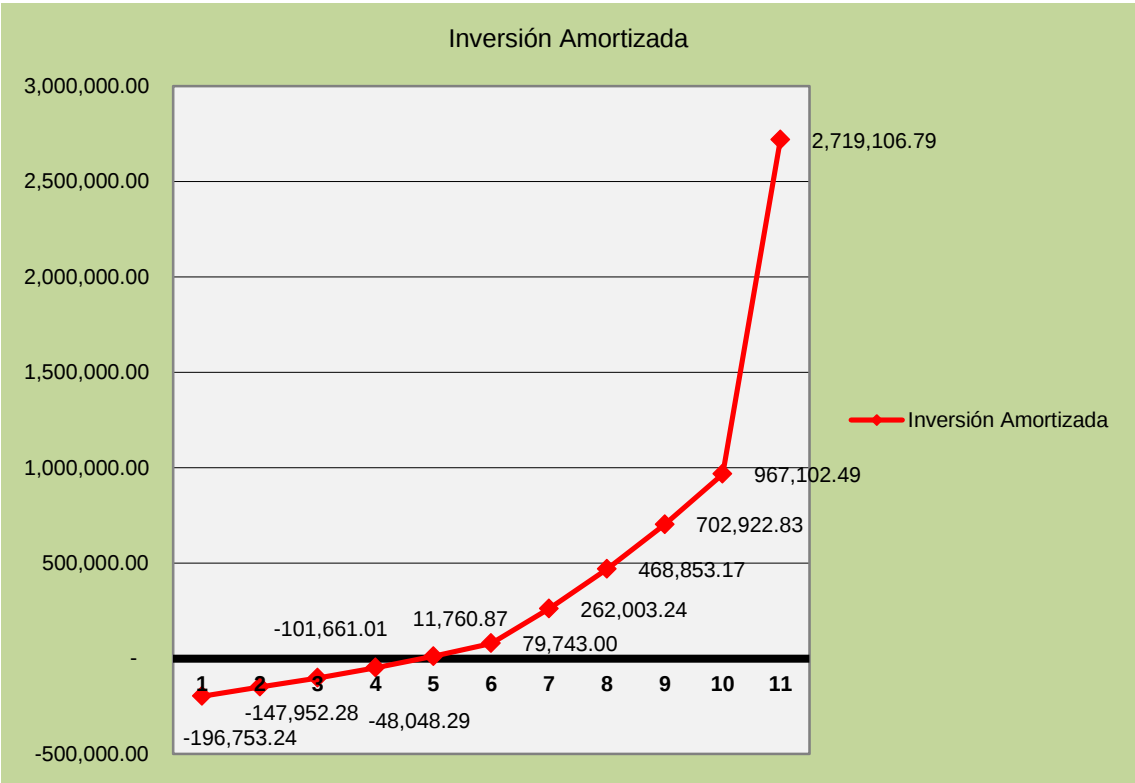
Como podemos ver en la tabla el proyecto con financiamiento nos da mejores resultados. El valor futuro neto analiza la perspectiva económica del proyecto en el caso del balance con financiamiento es de \$ 1'027,411.95 y sin financiamiento es de 516,374.65. El potencial de utilidad que tiene el proyecto con financiamiento es de

5'211,492.37 y sin financiamiento es de 1'586,894.07 lo que nos indica que el proyecto tiene una utilidad enorme en su vida económica. La exposición de perdida se minimiza en el proyecto financiado con una exposición de -494,414.83 mientras que la exposición a perdida en el proyecto sin financiamiento es de -6'069,709.93.

El tiempo de recuperación de los proyectos es también diferente, en el proyecto financiado tengo un tiempo de recuperación de la inversión de cuatro años mientras si no hay financiamiento el tiempo de recuperación es de más de 10 años.

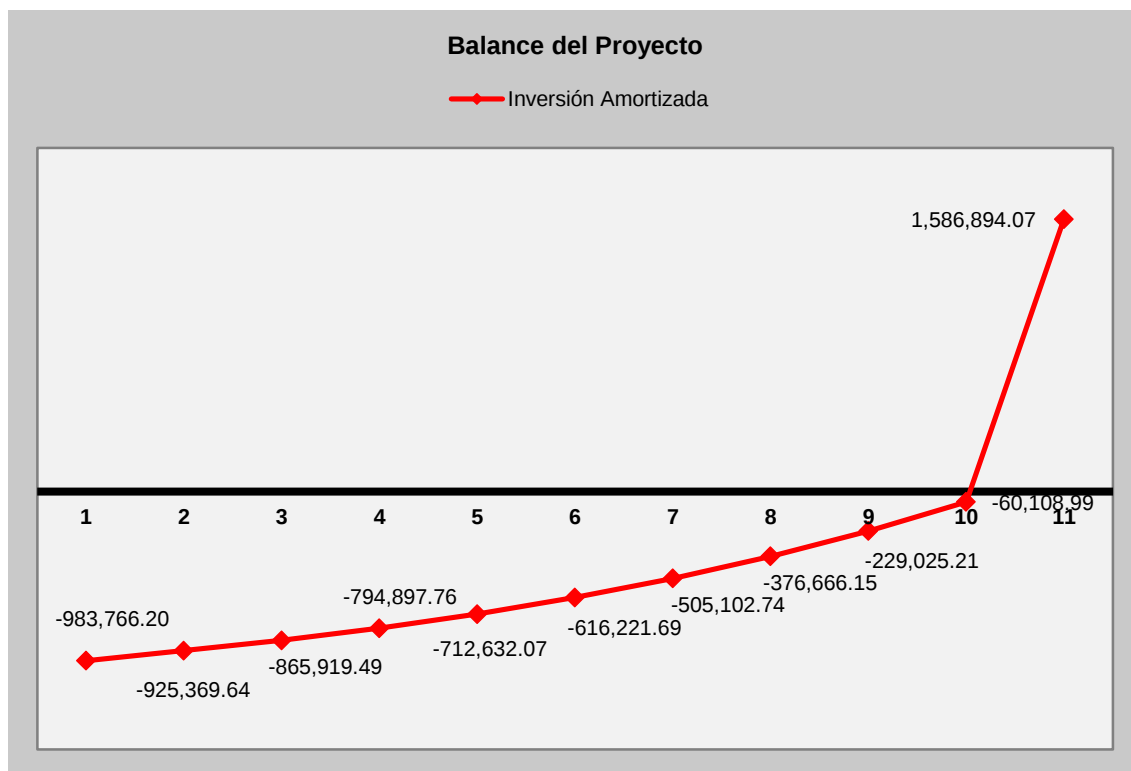
A continuación se muestra en los gráficos los tiempos de recuperación de los proyectos:

Gráfica N° 27: Balance del proyecto general con financiamiento



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Gráfica N° 28: Balance del proyecto general sin financiamiento



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Felipe Miranda

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Se evaluó la factibilidad para el desarrollo de un proyecto para la construcción y funcionamiento de un centro de alto rendimiento para peleadores de Artes Marciales Mixtas en la ciudad de Quito. Los resultados de esta evaluación indican que hay el mercado para poder construir un centro deportivo con las capacidades descritas en el estudio. Se encontró que en el Ecuador hay al momento centros de entrenamiento para las artes marciales mixtas y que se encuentran en su mayoría en la ciudad de Quito y Guayaquil. Estos gimnasios son centros de pequeño tamaño donde los deportistas entrenan sin los requerimientos que un deportista de élite necesita. Se ha determinado durante la investigación que si los deportistas quieren entrenar lo tienen que hacer en diferentes lugares y bajo horarios poco prácticos. Adicionalmente, se encontró que los deportistas sufren lesiones y éstas no son tratadas al no tener un fisioterapeuta cercano y que se acople a las necesidades del deportista. Muchos deportistas complementan su entrenamiento con la natación en especial cuando se encuentran en periodos de recuperación de las lesiones.
- Se aplicó una encuesta en la ciudad de Quito tomando en cuenta a hombres y mujeres entre los 15 y 34 años de edad, lo cual dio lugar a un total de 383 personas, de las cuales 49% son mujeres y 51% hombres. El estudio determinó que el 35% de la población masculina conoce sobre las Artes Marciales Mixtas (MMA), mientras que únicamente un 16% de las mujeres tiene conocimiento de ellas. En cuanto a la práctica de Artes Marciales Mixtas (MMA), el 18% de los hombres practican el deporte y un 5% de las mujeres. Un 46% de la población masculina presenta interés en observar espectáculos de competencias de Artes Marciales Mixtas; así como un 6% de mujeres. El total de espectadores de torneos de Artes Marciales Mixtas (MMA) es de 26% entre la población. Al preguntar a las personas que no conocían anteriormente sobre las MMA únicamente el 37% respondió afirmativamente y 63% no demostró interés. Sobre el conocimiento de centros de entrenamiento de Artes Marciales Mixtas en la ciudad de Quito, la población encuestada respondió que el 36% conoce de la existencia de ellos o alguno de ellos, ya sea por práctica del deporte, amistades que asisten a un centro o residencia cercana a los centros, un 9% expresó que no hay torneos locales y un 79% desconoce la existencia de los mismos. Sobre la calidad de los centros existentes un 5% de los encuestados expresó que están adecuados correctamente, un 82% desconoce la calidad de los

recursos utilizados y un 13% afirma no estar satisfecho, esperando más de los centros.

- El análisis determinó que la demanda existente en la ciudad de Quito es de 42.713 personas para el año 2013 con una proyección de crecimiento que asciende a 45.930 personas para el año 2017.
- Se elaboró una propuesta comercial y organizacional en la que se determinó que los horarios de atención del centro se establecieron de lunes a sábado de 7:00 a 22:00 y los domingos de 7:00 a 20:00. Los espacios para concentraciones estarán disponibles para ser utilizados previa reservación; en lo que corresponde a torneos se llevarán a cabo mediante previa elaboración de un Plan de Marketing para su planificación, promoción y difusión mismo en el que se conseguirán alianzas, auspiciantes y promotores.
- La tienda de venta de artículos deportivos en un inicio contará con un stock limitado de productos; su crecimiento estará estrechamente relacionado con el movimiento de los artículos. El centro contará además con 10 habitaciones sencillas para deportistas y practicantes de artes marciales mixtas que necesiten hospedarse en la ciudad de Quito. Los precios están establecidos en valores de \$75 dólares mensuales para el uso del centro de entrenamiento y gimnasio, \$30 dólares la inscripción y \$35 dólares la mensualidad de los cursos dentro de los cuales el cliente puede escoger 8 horas a la semana. Los costos de los espacios para concentraciones y torneos son de \$500 dólares el día para miembros, o \$700 dólares respectivamente para los demás clientes. El costo de la fisioterapia será de \$20 dólares por hora y el valor de la habitación será de \$25 dólares el día.
- Se manejarán varias promociones dentro de las cuales se otorgará un 30% de descuento a clientes que paguen por adelantado la anualidad, esto rige tanto para el uso del centro como para los cursos. Se brindará además una promoción para los clientes que prefieren acceder al servicio mes a mes dentro de la cual no se cobrará inscripción durante los 3 meses inaugurales del centro. Para facilidad de los clientes existirán formas de pago a través de las principales tarjetas de crédito del país. Para la promoción del centro se abrirá una página web mediante la cual se promoverá el negocio por redes sociales (Facebook, Google+, LinkedIn y Twitter), se utilizará además el mailing, prensa y publicaciones en revistas deportivas, además se contará con un presupuesto para el marketing del centro deportivo del cual se encargará una agencia de publicidad.

- Se determinó que el proyecto debe ser manejado de forma horizontal con el manejo directo del Gerente. Los perfiles profesionales de los empleados de la empresa son perfiles altos ya que el centro de alto rendimiento necesita de profesionales que entrenen y capaciten a los estudiantes en las artes marciales necesarias para convertirse en un peleador completo. Adicional, se ha tomado un perfil alto para el personal administrativo que va a estar a cargo de tan alto proyecto. Se determinó que debido al monto de la inversión la empresa es una compañía de responsabilidad limitada que necesita de mínimo dos socios y máximo 15 y un monto de capital de \$400.
- Finalmente, el análisis financiero determinó que el proyecto es factible debido a que presenta una Tasa Interna de Retorno de 47.21 % con un Valor Actual Neto de 1'027,411.95 dólares americanos. El tiempo de recuperación del capital invertido es de cuatro años con un financiamiento del 40% del capital necesario.

6.2. Recomendaciones

- Se recomienda implementar el proyecto en vista de que el presente estudio demostró su factibilidad con una recuperación de 47 dólares con 21 centavos por cada dólar invertido, un TIR del 47.21% superior a la tasa bancaria de interés activa y la tasa de descuento.
- Desarrollar estrategias de marketing internacional para deportistas de MMA y otras disciplinas afines.
- Realizar un estudio de mercado específico y detallado para buscar de mejor manera los gustos, preferencias y necesidades de los clientes.
- Buscar una empresa que ayude a desarrollar el plan de mercadeo BTL.
- Registrar el logo, slogan y marca en el instituto de propiedad intelectual para poder hacer uso exclusivo de la marca.
- Escoger los mejores proveedores que puedan hacer la cadena de distribución más directa y que controlen los tiempos de entrega para minimizar los stocks de los productos en bodega.
- El proyecto esta basado en costos elevados y una proyección media por lo que si se reducen los costos proyectados y se maximizan el uso de las capacidades instaladas se pueden maximizar aun más la utilidad.
- Establecer convenios con asociaciones internacionales que permitan promover a los deportistas ecuatorianos.
- Buscar empresas auspiciantes para la realización de torneos a nivel nacional e impulsar el deporte.

- Desarrollar el deporte con vistas a una posible inclusión de estos deportes en los juegos olímpicos.
- Aliarse con un equipo ya conformado que pueda ayudar al centro deportivo de alto rendimiento a llegar a los usuarios que ya forman parte del mundo de las artes marciales mixtas.
- Incluir capacitaciones frecuentes en el personal para que los conocimientos sobre las artes marciales mixtas y los tipos de entrenamientos siempre estén actualizados.
- Hacer seguimiento constante a los deportistas para que alcancen el nivel de excelencia que se necesita para competir en el extranjero.
- Implementar un plan completo para que deportistas de otros países puedan hacer sus campamentos de entrenamiento en el centro de alto rendimiento antes de sus peleas mientras disfrutan de las ventajas que brinda la bella ciudad de Quito.
- Las instalaciones del centro de alto rendimiento pueden ser usadas para otros deportes afines.

BIBLIOGRAFÍA

- Benchmarking*. (2009). Recuperado el 18 de abril de 2013, de <https://sites.google.com/site/stigestionydesarrollo/recuperacion/recuperacion-gestion/tema-10/4>
- Banco Mundial. (2013). *Indicadores*. Obtenido de Indicadores: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>
- Bernal, C. A. (2010). Metodologías de la Investigación-tercera edición. En C. Bernal, *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (pág. 173). BOGOTÁ D.C.: Worldcolor.
- Best, J. W. (1970). *Como investigar en educación*. New Jersey: Morata.
- Canelos, R. (2009). En *Formulación y evaluación de un Plan de Negocio*. Quito.
- Compañías, S. d. (2012). *Instructivo Societario*.
- Constituyente, A. (2008). *Constitución 2008*.
- Deporte, M. d. (2014). *Plan Operativo Anual*.
- El Comercio. (03 de 06 de 2013). *En Ecuador las Artes Marciales Mixtas se Desarrollan Rápidamente* . Recuperado el 01 de 12 de 2013, de http://www.elcomercio.com/deportes/revolucion-artesmarciales-mixtas-deporte_0_920908107.html.
- Federación Internacional de Artes Marciales Mixtas. (2013). *Members*. Obtenido de <http://www.immaf.org/>
- García, A. C. (3 de Junio de 2012). <http://finanzasdud.blogspot.com>. Obtenido de <http://finanzasdud.blogspot.com/2012/06/punto-de-equilibrio-multiproducto.html>
- Gross, M. (2010). *investigacion descriptiva, exploratoria y explicativa*. Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
- Guerra, G. (03 de 06 de 2013). *Las Artes Marciales un Estilo de Vida*. Recuperado el 01 de 12 de 2013, de http://www.elcomercio.com/deportes/artes-marciales-estilo-vida-deporte_0_931107013.html
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Estructura Poblacional*. Obtenido de Censo Poblacional: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Kinnear, T., & Taylor, J. (2008). *Investigación de mercados*. México: McGraw Hill.
- Kotler, P. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: PrenticeHall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Marketing Estratégico*. México: Practice Hall .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing versión para latinoamérica*. México: Pearson.
- Nacional, C. (1999). *Codificación de la Ley de Compañías*.

- Plotz, D. (2006). Fight Clubbed. *WNYT*. Recuperado el 01 de 12 de 2013
- Sapag, C. (2008). *Proyectos de Inversion Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson.
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*.
- Tecnología en el deporte. (2014). *Avances tecnológicos en el deporte*. Obtenido de <http://avancesteconomicoseneldeporte.blogspot.com/>
- U.S. National Association MMA. (2013). *Going deeper into MMA fighter longevity: Does age matter?* Obtenido de <http://www.bloodyelbow.com/2013/7/18/4533754/ufc-going-deeper-into-mma-fighter-longevity-does-age-matter>
- Van Den, E. (2010). *Gestión de Gerencia Empresarial*. Bogota: ECOE Ediciones.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta

1. ¿Conoce qué son las Artes Marciales Mixtas?

SI ()

NO ()

2. ¿Practica Artes Marciales Mixtas?

☐

SI

☐

NO

3. ¿Se siente atraído a observar competencias de Artes Marciales Mixtas?

☐

SI

☐

NO

4. ¿Le gustaría recibir información sobre Artes Marciales Mixtas?

☐

SI

☐

NO

5. ¿Conoce centros de entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?

☐

SI

☐

NO

6. ¿Existen competencias nacionales de Artes Marciales Mixtas?

☐

SI

☐

NO

☐

Desconoce

7. ¿Cuenta el centro al que usted asiste con los implementos necesarios para un entrenamiento de alto rendimiento?

- ☐ SI
- ☐ NO
- ☐ Desconozco

8. ¿Cuántas horas diarias dedica al entrenamiento de Artes Marciales Mixtas?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3 o más

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por entrenar Artes Marciales Mixtas en un centro de alto rendimiento?

- ☐ menos de \$50
- ☐ 50-75
- ☐ 75-100
- ☐ más de 100
- ☐ no practicaría

10. ¿Qué le motivaría a practicar Artes Marciales Mixtas?

- ☐ Realizar deporte de competencia
- ☐ Precio Accesible
- ☐ Eliminación de estrés
- ☐ Estilo de vida saludable
- ☐ No le interesaría

Otro (especifique)

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo B: Horario de clases impartidas

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7:00 a 8:00	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu
8:00 a 9:00	MMA	Box	MMA	Box	MMA	Box	MMA
9:00 a 10:00	MMA	Box	MMA	Box	MMA	Box	MMA
10:00 a 11:00	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit
16:00 a 17:00	MMA	Muay Thai	MMA	Muay Thai	MMA	Muay Thai	Box
17:00 a 18:00	MMA	Muay Thai	MMA	Muay Thai	MMA	Muay Thai	Box
18:00 a 19:00	Muay Thai	MMA	Box	MMA	Box	MMA	Muay Thai
19:00 a 20:00	Muay Thai	MMA	Box	MMA	Box	MMA	Muay Thai
20:00 a 21:00	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	-
21:00 a 22:00	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	Jiu Jitsu	Cross Fit	-

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo C: Horario de clases impartidas

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
7:00 a 8:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia
8:00 a 9:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia
9:00 a 10:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia
10:00 a 16:00						
16:00 a 17:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia
17:00 a 18:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia
18:00 a 19:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia
19:00 a 20:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia
20:00 a 21:00	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia	Fisioterapia

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo D: Equipos de Gimnasio

Foto N° 11: Sistema de Gimnasio



Powerline P2X Home Gym

by [Powerline](#)

★★★★☆ 4 customer reviews

List Price: \$1,625.00

Price: **\$1,052.00** & **FREE Shipping**. [Details](#)

You Save: **\$573.00 (35%)**

Usually ships within 2 to 3 days.

Ships from and sold by Amazon.com.

- Multi-function gym with training arms engineered for free-range movements for users of any size
- Fixed pulleys allow users to perform a variety of exercises that recruit stabilizer muscles
- Traditional press arm allows users to perform chest press, incline press, shoulder press and mid row exercises
- High, mid and low pulleys round out the rest of the gym; bearing pivot leg developer provides leg extension and curl exercises
- 10-year frame warranty; one-year warranty covers all other parts

10 new from **\$1,035.00**

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 12: Caminadora Estáticas

C 700
ELITE SERIES

(24988) In Stock

THE ULTIMATE
RUNNER'S TREADMILL

★★★★☆ 1 review(s) / [Write a review](#) / [Read all review\(s\)](#)

WEB PRICE
\$1,499.00

SALE PRICE
\$899.00

ADD TO CART >

EASY FINANCING 

 No Interest if Paid In Full In 18 Months on Orders Over \$1000.
Subject To Credit Approval. [See Terms.](#)



Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 13: Máquina de abdominales

AB Coaster



AB Coaster® es una **novedosa máquina de abdominales** de gran eficacia debido a su movimiento natural. No te hará forzar el cuello ni la espalda evitando lesiones.
Compra AB Coaster en Fitness House y aprovéchate del mejor precio del mercado!!

Más detalles

\$ 499

Uds. a Comprar:

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 14: Banco de pesas



V-Fit STB-09-2 - Banco plegable para levantamiento de pesas
de V-Fit

★★★★☆ (6 opiniones de clientes)

Precio: **86,35**

En stock.

Vendido y enviado por Amazon. Se puede envolver para regalo.

¿Quieres recibir el pedido el **lunes 17 marzo**? Cópralo antes de **21 horas y 39 minutos** y elige el **envío 1 día** al completar tu pedido. [Ver detalles](#)

- Combinación de 38 mm y 33 mm de tubo cuadrado de acero Principales Capítulos con chip Resistente Negro / Gunmetal gris de Hammerstone revestimiento epoxi acabado Frame
- Tela Backed, Vinilo acolchado profundo cubierto Asiento y respaldo con pantalla impresa V-Fit. Piso y tres adicionales Respaldo Incline Angles
- Expandido de alta densidad Puños de espuma y rodillos piernas
- Modos de ejercicio: - Bench Press
- Leg Extension - Bloqueo - 3 posiciones de ajuste de altura

> [Ver más detalles](#)

Se envía en el embalaje original:

Este producto se envía por separado y en el embalaje original del fabricante. Las etiquetas de envío estarán pegadas en el exterior del paquete. Si no quieres que se desvele el contenido, indica que es un regalo. [Más información en los detalles del producto.](#)



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 15: Goma elástica



Fitness Mad - Goma elástica con agarres y guía Talla:mediano
de [Fitness-Mad](#)

★★★★☆ (4 opiniones de clientes)

Tamaño:

M

Precio: 11,40

En stock.

Vendido y enviado por Amazon. Se puede envolver para regalo.

¿Quieres recibir el pedido el lunes 17 marzo? Cómpralo antes de 20 horas y 8 minutos y elige el envío 1 día al completar tu pedido. [Ver detalles](#)

- Calidad del tubo de alta resistencia de seguridad con cómodo mango de espuma integral cubiertos.
- Perfecto para la clase o Studio uso.
- Incluye una guía de usuario que ofrece 10 ejercicios de resistencia clave para un entrenamiento de cuerpo entero.
- Tamaño: longitud 130 cm (con las manijas - 155cm) (51" / 61").
- Garantía: 6 meses

Nuevos: 3 desde EUR 11,40



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 16: Set de pesas



Physionics® - HSTA04 - Set de pesas - 56,5 kg

de [Physionics®](#)

★★★★☆ (5 opiniones de clientes)

Precio: 63,95

En stock.

Vendido y enviado por [JAGO24 ES](#). Para realizar devoluciones, utiliza el enlace del vendedor.

- 1 x Barra de 168 cm (peso aprox. 6,5 kg, agarres de 24 cm cada uno) Ø25 mm
- 2 x Discos de 5 kg cada uno (Ø 20,5 cm, grosor 2,6 cm)
- 4 x Discos de 10 kg cada uno (Ø 31 cm, grosor 5,5 cm)
- 2 x Cierres de rosca con arandela de goma
- Discos de pesas con revestimiento de plástico, no dañan el suelo

[Ver más detalles](#)



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 17: Set de mancuernas



Physionics® - HSTA19 - Mancuerna, set completo - Aprox. 20 kg
de [Physionics®](#)

★★★★☆ (4 opiniones de clientes)

Precio: **13,95**

En stock.

Vendido y enviado por **JAGO24 ES**. Para realizar devoluciones, utiliza el enlace del vendedor.

- 1 x barra de pesas con 2 cierres de rosca incluidos
- 2 x discos de pesas, aprox. 1,25 kg cada uno
- 2 x discos de pesas, aprox. 2,5 kg cada uno
- 2 x discos de pesas, aprox. 5 kg cada uno
- Discos de pesas con revestimiento de plástico, no dañan el suelo y no hacen ruido

[Ver más detalles](#)



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 18: Pelota Fitness



Togu My-Ball Soft - Pelota para fitness gris antracita Talla:65cm

de [Togu](#)

★★★★☆ (3 opiniones de clientes)

Tamaño: 65 cm

Selecciona primero Tamaño

Color: antracita

Después selecciona Color

Precio: **17,79**

En stock.

Vendido y enviado por **Amazon**. Se puede envolver para regalo.

¿Quieres recibir el pedido el **lunes 17 marzo**? Cómpralo antes de **44 horas y 24 minutos** y elige el envío **1 día** al completar tu pedido. [Ver detalles](#)



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 19: Cinturón Faja para espalda



Physioroom Series Elite Cinturón Faja para Espalda en Tejido Elástico Transpirable con Efecto Masaje - Banda Ortopédica de Soporte Lumbar Correctora Postura - Talla M

de [PhysioRoom](#)

[Sé el primero en opinar sobre este producto](#)

Precio: **47,99**

Sólo queda(n) 1 en stock.

Vendido y enviado por [PhysioRoom_1](#). Para realizar devoluciones, utiliza el enlace del vendedor.

- Faja de soporte para espalda Series Elite Physioroom en tejido elástico
- Estabiliza columna, alivia dolor de espalda y ayuda a mejorar la postura
- Proporciona un efecto de masaje que reduce tensión muscular y dolor
- Puede utilizarse durante cualquier actividad, trabajo manual y deportes
- Nuestro envío es totalmente gratuito y entregado en 2 - 3 días hábiles

[Ver más detalles](#)



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 20: Pesa rusa



Ultrasport - Pesa rusa de plástico negro negro Talla:8kg

de [Ultrasport](#)

[Sé el primero en opinar sobre este producto](#)

Tamaño:

8kg

Precio: **26,79**

En stock.

Vendido y enviado por **Amazon**. Se puede envolver para regalo.

¿Quieres recibir el pedido el viernes 14 marzo? Cómpralo antes de **23 horas y 50 minutos** y elige el envío **1 día** al completar tu pedido. [Ver detalles](#)



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 21: Torre de poder



Multiestación de DKN power tower
de [DKN](#)

[Sé el primero en opinar sobre este producto](#)

Precio: **276,00**

En stock.

Vendido y enviado por [Dmcfitness](#). Para realizar devoluciones, utiliza el enlace del vendedor.

Nuevos: 2 desde EUR 229,00 **De 2ª mano:** 1 desde EUR 185,00



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 22: Entrenamiento tronco y abdominales



Perfect Fitness Perfect AB - Material para entrenamiento de tronco y abdominales, color negro, talla única

de [Perfect Fitness](#)

[Sé el primero en opinar sobre este producto](#)

Precio: **26,45**

En stock.

Vendido y enviado por [Timebreak-eu](#). Para realizar devoluciones, utiliza el enlace del vendedor.

- Ab Straps incluyen un mosquetón de liberación rápida para facilitar su extracción.
- Perfect Ab Straps son robustos, cómodos y diseñados para años de rendimiento
- Hecho con recubrimiento grueso acolchado, telas de alta gama, correas de nylon fuertes y mosquetón acero

[Ver más detalles](#)



Tienda de Deportes y aire libre

Ven a visitar nuestra tienda de [Deportes y aire libre](#), donde encontrarás más de 90 deportes y 70.000 productos para elegir.

Fuente: Amazon

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 23: Vendas para manos

Home > EverCool Technology > FLEXCOOL™ Hand Wraps
FLEXCOOL™ HAND WRAPS

Previous item Next item



FLEXCOOL™ HAND WRAPS
Engineered For: Heavy Bag Workouts, Speed Bag Workouts, Cardio Strike

STYLE 4458G

\$14.99 **ADD TO CART**

FEATURES

- 180+ inches of machine washable synthetic blend material that provides comfort and safety while training.
- FlexCool™ material allows wraps to stretch and provides extra protection to the wrist, hands and knuckles.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 24: Casco para sparring

Home > Everlast Exclusives > Exclusive Boxing Gear > C3 Safemax Professional Headgear
C3 SAFEMAX PROFESSIONAL HEADGEAR

Previous item Next item



C3 SAFEMAX PROFESSIONAL HEADGEAR
Engineered For: Sparring

STYLE 570001

Color: Black

S/M 1

\$99.99 **ADD TO CART**

FEATURES

- Premium leather construction offers lasting durability and functionality.
- Layered C3 dense foam padding adds maximum impact absorption.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 25: Cuerda para saltar

Home > Fight Sports Circuit: Get the Gear > Evergrip Weighted Jump Rope

EVERGRIP WEIGHTED JUMP ROPE

Engineered For: Speed, Endurance, Agility, Coordination, Total Body Conditioning

STYLE 4485

1

\$14.99 **ADD TO CART**

FEATURES

- Burn major calories with one simple action!
- Plastic speed jump rope with weighted Evergrip™ handles for added grip.
- 1.5 LBS maximum removable weights challenge your cardio and upper body training.



Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 26: Heavy Bag

Home > MMA > Muay Thai > Super Leather Muay Thai Heavy Bag

SUPER LEATHER MUAY THAI HEAVY BAG

Engineered For: Heavy Bag Workouts

STYLE 771501

1

\$749.99 **ADD TO CART**

FEATURES

- Made with high-grade leather to ensure lasting durability and functionality.
- Specially blended filler provides resilient shock absorbency.



Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 27: MMA Mantis Mitt

Home > MMA > Coaching Equipment > MMA Mantis Mitt
MMA MANTIS MITT



Previous item Next item

MMA MANTIS MITT
Engineered For: Mitt Work

STYLE 7408B 1

\$19.99 **ADD TO CART**

FEATURES

- Mantis shape and closed cell foam technology combine to provide superior hand safety and comfort.
- Premium synthetic leather along with excellent mitt construction provides long lasting durability and functionality.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 28: Guantes MMA

Home > Sale > Sale > MMA Amateur Fight Gloves
MMA AMATEUR FIGHT GLOVES



Previous item Next item

MMA AMATEUR FIGHT GLOVES
Engineered For: Competition, Grappling

STYLE 7684BLSM

Color: Blue
Blue Red S/M 1 [Size Chart](#)

\$69.99 **\$34.99** **ADD TO CART**

FEATURES

- Tapered, padded thumb provides additional protection.
- Pre-curved striking surface offers a tighter, more comfortable fit.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 29: MMA Omnistrike Heavy Bag

Home > Get the Gear for Power > MMA Omnistrike Heavy Bag
MMA OMNISTRIKE HEAVY BAG



Previous item

Next item

MMA OMNISTRIKE HEAVY BAG

Engineered For: Heavy Bag Workouts, Ground & Pound

STYLE MMA4788

1

\$124.99

ADD TO CART

FEATURES

- C3 Foam-wrapped bottom panel sustains low kicks and ground & pound.
- Knee Strike handles simulate the Thai clinch while training.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 30: Protectores de Canilla

Home > MMA > Protective Gear > MMA Shinguards
MMA SHINGUARDS



Previous item

Next item

MMA SHINGUARDS

Engineered For: Sparring

STYLE 7951BLXL

1

\$29.99

ADD TO CART

FEATURES

- Non slip texture on bottom of foot provides excellent traction while training.
- Synthetic leather surrounds high density foam on both panels to provide shin protection.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 31: Strike Shield

Home > Holiday Gift Guide > Gifts for the MMA Fighter > MMA Strike Shield
MMA STRIKE SHIELD



Previous item

Next item

MMA STRIKE SHIELD
Engineered For: Mitt Work, Kicking

STYLE 7330B

1

\$49.99

ADD TO CART

FEATURES

- Premium synthetic leather along with excellent construction provides long lasting durability and functionality.
- Multiple straps increase shield functionality; High density foam for impact protection.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 32: Protector de Cuerpo

Home > Holiday Gift Guide > Gifts for the MMA Fighter > MMA Body Protector
MMA BODY PROTECTOR



Previous item

Next item

MMA BODY PROTECTOR
Engineered For: Mitt Work, Punching

STYLE 430001

1

\$109.99

ADD TO CART

FEATURES

- Features tough shell material.
- Protects torso and abdomen during training.
- Great for use with punch mitts.

Fuente: Everlast

Elaborado por: Felipe Miranda

Foto N° 33: Focus Mitts

Home > Holiday Gift Guide > Gifts for the MMA Fighter > MMA Focus Mitts
MMA FOCUS MITTS

[Previous item](#)

[Next item](#)



MMA FOCUS MITTS

Engineered For: Mitt Work

STYLE 7404B

1

\$39.99

ADD TO CART

FEATURES

- Authentic Thai profile helps with technical instruction and precise targeting during pad rounds.
- Premium synthetic leather along with excellent MMA mitt construction provides long lasting durability and functionality.

Fuente: Everlast
Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo E: Terreno



INMOBILIARIA
CORPORACION VYASA

CLASIFICADOS

[Recomendar este inmueble](#)  [Versión Imprimible](#) [Inmueble](#)

Visitado **106** veces

[Compartir](#) | [Tweet](#) {0} [g+1](#) {0} [f](#)

Información del Inmueble

Servicios y Características

Solicitar Más Información

Clave: 985138
Cumbayá

\$520,000.00

Terreno - **Venta**

Quito, Pichincha

Terreno en la Viña:

2.000 m2

Precio: \$ 520.000,00
"Usted puede observar más propiedades en www.corporacionvyasa.com".

Área Total: 2000 m2

Fuente: Corporación Vyasa
Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo F: Préstamo Bancario

De: Túquerez S. Diana [mailto:tuquerezd@produbanco.com]

Enviado el: viernes, 09 de mayo de 2014 18:30

Para: Felipe Miranda

CC: Muñoz C. Renato

Asunto: RE: Préstamo

Importancia: Alta

Estimado Felipe,

A continuación en los archivos adjunto, envío documentos a ser llenados con información de la empresa y del representante legal para tramitar el préstamo Hipotecario para FELIPE ANDRES MIRANDA TORMEN

TASA è 11.83% TASA EFECTIVA

PLAZO è COMPRA DE TERRENO 5 AÑOS Y DE CASA O OFICINAS 4 AÑOS.

SOLICITUD DE CRÉDITO: carta de la empresa explicando la solicitud, favor indicar el monto, plazo solicitado y garantía a proponer (adjunta pago de impuesto predial 2014).

SITUPER.XLS (adjunto documento): Debe venir lleno y firmado por el representante legal, favor adjuntar la documentación descrita en la parte inferior izquierda del anverso de este documento

Copia de CI y papeleta de votación de deudor y de la cónyuge

Copia de planilla de servicio cancelada de luz, agua o teléfono, donde conste la dirección

Certificado de ingresos

Copia de respaldos patrimoniales: copia de matrícula de vehículo y copia de los pagos prediales 2014

Copia de la declaración del impuesto a la renta

SITUPERPJ (adjunto documento): Debe venir lleno con información de la empresa, debe constar la firma del representante legal más el sello

AUTORIZACIÓN DE COSTOS Y TARIFAS/ DECLARACIÓN DE NO VINCULACIÓN (adjunto documento): Debe venir lleno con los datos de la empresa y firmado por el representante legal más el sello

PLAN DE CUENTAS 1(adjunto documento): por favor llenar con información de la empresa, es importante se describa a detalle

DOCUMENTACIÓN LEGAL:

Copia de los certificados actualizados de: Cumplimiento de obligaciones y nómina de accionistas actualizado (adjunta copia de cédulas de los socios) emitidos por la Superintendencia de Compañías.

Reformas si existieran a la constitución inscritas en el registro mercantil.

Nombramiento de actualizados de los representantes legales.

INFORMACIÓN FINANCIERA:

Flujo de caja actualizado, considerando el valor del préstamo.

Balances internos con corte a diciembre del 2013 firmados o declarados al SRI.

Declaraciones IVA ÚLTIMOS 6 MESES

PROCESO POSTERIORES A LA APROBACIÓN.

PARA EL AVALÚO

Por favor debe enviar una copia de las escrituras del inmueble a hipotecar y pago predial 2014. Además debe enviarnos una carta indicando dirección exacta del inmueble, persona de contacto, números de teléfono y cuenta para debitar el valor de la inspección.

Para realizar la constitución se adjunta archivo: **DOCUMENTO NECESARIO PARA CONSTITUCIÓN DE HIPOTECA**

NOTA: TODA OPERACIÓN DEBE ESTAR RESPALDADO POR EL ACCIONISTA MAYORITARIO

Cualquier inquietud estamos a las órdenes.

Saludos Cordiales,

Diana Túquerez S.

BANCA PYMES

AGENCIA QUICENTRO NORTE

TELÉFONO: 2248819 EXT:1839

tuquerezd@produbanco.com

Quito – Ecuador

El fracaso es solo la oportunidad de comenzar de nuevo de forma más inteligente



Fuente: Diana Túquerez banca PYMES Produbanco

Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo G: Flujo de Caja con financiamiento

IX. Flujo de Caja con Financiamiento											
PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		627,252.16	661,244.28	697,192.08	735,212.11	775,428.02	817,970.98	862,980.10	910,603.02	960,996.31	1,014,326.12
Ingresos x venta de activos											
- Costos		394,868.47	436,479.34	464,350.46	494,089.68	525,826.19	559,698.34	595,854.20	634,452.33	675,662.46	719,666.36
- Gasto Intereses		43,296.69	35,633.72	27,013.43	17,316.20	6,407.50	-	-	-	-	-
- Depreciación		12,933.50	13,335.73	13,750.47	10,847.80	11,185.17	8,528.72	8,793.96	9,067.45	9,349.45	9,640.22
- Amortización		1,566.33	1,566.33	1,566.33	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad Gravable		174,587.17	174,229.15	190,511.38	212,958.43	232,009.16	249,743.92	258,331.94	267,083.24	275,984.40	285,019.55
- 15% utilidad a trabajadores		26,188.08	26,134.37	28,576.71	31,943.76	34,801.37	37,461.59	38,749.79	40,062.49	41,397.66	42,752.93
- Impuesto a la renta (22%)		32,647.80	32,580.85	35,625.63	39,823.23	43,385.71	46,702.11	48,308.07	49,944.57	51,609.08	53,298.66
- Impuesto Venta de activos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad Neta		115,751.29	115,513.93	126,309.04	141,191.44	153,822.08	165,580.22	171,274.08	177,076.19	182,977.66	188,967.96
+ Depreciación		12,933.50	13,335.73	13,750.47	10,847.80	11,185.17	8,528.72	8,793.96	9,067.45	9,349.45	9,640.22
+ Amortización		1,566.33	1,566.33	1,566.33	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad después de Impuestos		130,251.13	130,415.99	141,625.85	152,039.24	165,007.24	174,108.94	180,068.04	186,143.64	192,327.10	198,608.18
- Inversiones	- 590,259.72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ Préstamo	393,506.48										
Total Inversión Neta Propia	- 196,753.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Amortización Deuda		61,338.12	69,001.08	77,621.38	87,318.60	98,227.30	-	-	-	-	-
+ Valor de Desecho		-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,454,539.21
Flujo de Caja Neto	- 196,753.24	68,913.01	61,414.91	64,004.47	64,720.64	66,779.94	174,108.94	180,068.04	186,143.64	192,327.10	1,653,147.38
Flujo de Caja Neto descontado		62,522.03	50,551.90	47,797.57	43,850.05	41,049.25	97,098.40	91,108.62	85,448.19	80,098.98	624,640.19
VAN	\$1,027,411.95										
TIR	47.21%										
WACC - Tasa de descuento del proyecto financiado	10.22%										

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo H: Flujo de Caja sin financiamiento

XII. Flujo de Caja sin Financiamiento

PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		627,252.16	661,244.28	697,192.08	735,212.11	775,428.02	817,970.98	862,980.10	910,603.02	960,996.31	1,014,326.12
Ingresos x venta de activos											
- Costos		394,868.47	436,479.34	464,350.46	494,089.68	525,826.19	559,698.34	595,854.20	634,452.33	675,662.46	719,666.36
- Gasto Intereses											
- Depreciación		12,933.50	13,335.73	13,750.47	10,847.80	11,185.17	8,528.72	8,793.96	9,067.45	9,349.45	9,640.22
- Amortización		1,566.33	1,566.33	1,566.33	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad Gravable		217,883.86	209,862.88	217,524.81	230,274.64	238,416.67	249,743.92	258,331.94	267,083.24	275,984.40	285,019.55
- 15% utilidad a trabajadores		32,682.58	31,479.43	32,628.72	34,541.20	35,762.50	37,461.59	38,749.79	40,062.49	41,397.66	42,752.93
- Impuesto a la renta (22%)		40,744.28	39,244.36	40,677.14	43,061.36	44,583.92	46,702.11	48,308.07	49,944.57	51,609.08	53,298.66
- Impuesto Venta de activos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad Neta		144,457.00	139,139.09	144,218.95	152,672.08	158,070.25	165,580.22	171,274.08	177,076.19	182,977.66	188,967.96
+Depreciación		12,933.50	13,335.73	13,750.47	10,847.80	11,185.17	8,528.72	8,793.96	9,067.45	9,349.45	9,640.22
+ Amortización		1,566.33	1,566.33	1,566.33	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad después de Impuestos		158,956.83	154,041.15	159,535.75	163,519.88	169,255.42	174,108.94	180,068.04	186,143.64	192,327.10	198,608.18
- Inversiones	- 856,769.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Inversion Capital de Trabajo	- 126,996.53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ Préstamo											
Total Inversión Neta Propia	- 983,766.20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Amortización Deuda											
+ Valor de Desecho		-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,454,539.21
Flujo de Caja Neto	- 983,766.20	158,956.83	154,041.15	159,535.75	163,519.88	169,255.42	174,108.94	180,068.04	186,143.64	192,327.10	1,653,147.38

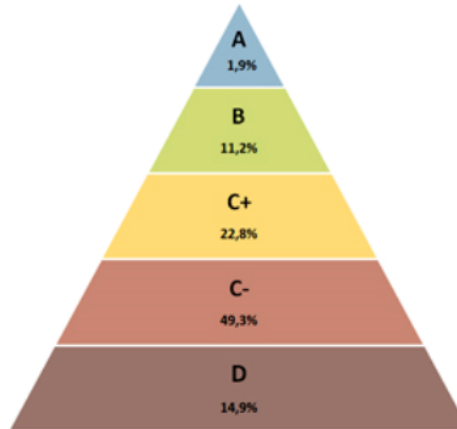
VAN	\$516,374.65
TIR	18.94%
E(Rtn) - Tasa de descuento capital propio	11.12%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Felipe Miranda

Anexo I: Estratificación del Nivel Socioeconómico

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, la misma que servirá para homologar las herramientas de estratificación, así como para una adecuada segmentación del mercado de consumo. Este estudio se realizó a 9.744 viviendas del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato.

La encuesta reflejó que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.



Para esta clasificación se utilizó un sistema de puntuación a las variables. Las características de la vivienda tienen un puntaje de 236 puntos, educación 171 puntos, características económicas 170 puntos, bienes 163 puntos, TIC's 161 puntos y hábitos de consumo 99 puntos.

Es fundamental conocer que esta estratificación no tiene nada que ver ni guarda relación con indicadores de pobreza o desigualdad. Son dos mecanismos, dos objetivos y dos metodologías distintas para clasificar a los hogares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Felipe Miranda