



Maestría en

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención de título de Magíster en Administración de Empresas

AUTORES: Ing. Livardi Paul Salgado Flores
Lic. Luis Arturo Zambrano Zambrano
Ab. Mayuri Narcisa Coello Miranda
Econ. Jorge Leonel Cárdenas Crespo
Ing. Raquel Juleyxi Zambrano Soriano

**Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la Creación de Comunidad Deportiva
Outdoor Sports Community en la Ciudad de Quito.**

PROYECTO DE TITULACIÓN – MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la Creación de Comunidad Deportiva
Outdoor Sports Community en la Ciudad de Quito.

Por

Ing. Livardi Paul Salgado Flores
Lic. Luis Arturo Zambrano Zambrano
Ab. Mayuri Narcisa Coello Miranda
Eco. Jorge Leonel Cárdenas Crespo
Ing. Raquel Juleyxi Zambrano Soriano
Marzo 2023

Aprobado:

Carlos Luca de Tena, Director de la EIG.
Héctor López Paredes, Coordinador MBA UIDE



Aceptado y Firmado: _____ 30/03/2023
Carlos Luca de Tena.

Aceptado y Firmado: _____ 30/03/2023
Héctor López Paredes.

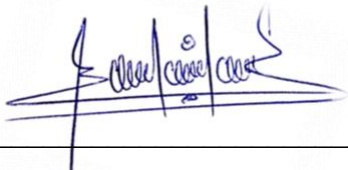
Autoría del Trabajo de Titulación

Nosotros, Livardi Paul Salgado Flores, Luis Arturo Zambrano Zambrano Mayuri Narcisa Coello Miranda, Jorge Leonel Cárdenas Crespo y Raquel Juleyxi Zambrano Soriano, declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación de **“Comunidad Deportiva Outdoor Sports Community”** es de nuestra autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Livardi Paul Salgado Flores

Correo electrónico: lezardv@hotmail.com



Mayuri Narcisa Coello Miranda

Correo electrónico: maymiranda_199@hotmail.com



Jorge Leonel Cárdenas Crespo

Correo electrónico: jcardenasc@acesco.com



Luis Arturo Zambrano Zambrano

Correo electrónico: luiszambrano81@gmail.com



Raquel Juleyxi Zambrano Soriano

Correo electrónico: raquelzambranos1995@gmail.com

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

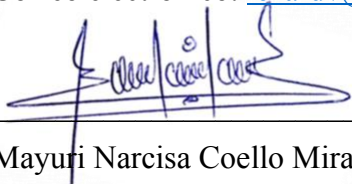
Nosotros, Livardi Paul Salgado Flores, Luis Arturo Zambrano Zambrano Mayuri Narcisca Coello Miranda, Jorge Leonel Cárdenas Crespo y Raquel Juleyxi Zambrano Soriano Nombre del autor(a), en calidad de autores del trabajo de investigación titulado “**Comunidad Deportiva Outdoor Sports Community**”, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, 30 de marzo de 2023



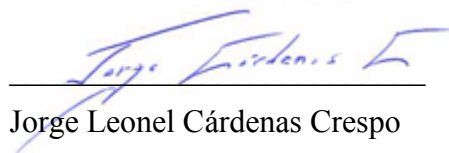
Livardi Paul Salgado Flores

Correo electrónico: lezardv@hotmail.com



Mayuri Narcisca Coello Miranda

Correo electrónico: maymiranda_199@hotmail.com



Jorge Leonel Cárdenas Crespo

Correo electrónico: jcardenasc@acesco.com



Luis Arturo Zambrano Zambrano

Correo electrónico: luiszambrano81@gmail.com



Raquel Juleyxi Zambrano Soriano

Correo electrónico: raquelzambranos1995@gmail.com

Dedicatoria

Este proyecto va dedicado a cada uno de los miembros del Grupo 4, quienes nos unimos para por medio de nuestras experiencias personales, profesionales y los conocimientos adquiridos en esta maestría, poder desarrollar nuestra tesis y poner en marcha un proyecto que ha sido soñado por cada uno de nosotros y que esperamos pueda cristalizarse.

Así también dedicamos este trabajo a nuestros profesores y tutores que han sabido acompañarnos y guiarnos en este proceso tan edificante y que tiene como término el presente trabajo.

Agradecimiento

Livardi Salgado Flores

Agradezco a todos y cada uno de mis seres queridos, que siempre me han guiado, animado y apoyado en todas las decisiones que he tomado al momento, las cuales, me ha llevado a ser la persona que soy hoy por hoy. También a nuestros tutores, profesores y Universidad Internacional del Ecuador “UIDE”, por la oportunidad y el conocimiento impartido que me ayudará a seguir creciendo tanto personal como profesionalmente. Y, por último, a mis compañeros de curso, quienes han sido de valiosa ayuda para poder desarrollar y completar el curso con éxito.

Jorge Cárdenas Crespo

Mi agradecimiento a mi familia, por el apoyo dado en este proceso, por la comprensión ante el tiempo dedicado y por ser el aliento de cada decisión tomada. A mis profesores y la universidad por darnos las herramientas necesarias y guiarnos en este proceso. Y finalmente a mis compañeros por el tiempo, por el apoyo, por la colaboración y por compartir este esfuerzo para sacar adelante nuestro proyecto.

Mayuri Coello Miranda

Quiero dejar constancia de mi sincero agradecimiento a Dios, a mi familia, mis profesores y compañeros, quienes me incentivaron en muchos sentidos a seguir adelante y sin su apoyo esto no hubiera sido posible, ya que, de una forma u otra, han contribuido con la realización de este proyecto.

Un agradecimiento especial a la Universidad Internacional del Ecuador “UIDE”, la cual me abrió las puertas para formarme profesionalmente, impulsando a seguir adelante y hacer realidad los objetivos trazados.

Raquel Zambrano Soriano.

Primero a mi Dios, porque pese al tiempo y las dificultades, me ha permitido llegar hasta aquí, segundo a mi familia, porque son esa música agradable cuando llego a casa y me dan ánimo para seguir adelante aún después de las pérdidas, y tercero, a este grupo de trabajo que encontré en la UIDE, que han sido responsables y dedicados en todo momento, más de lo que yo pude serlo en varias ocasiones.

Luis Zambrano Zambrano

No solo no hubiéramos sido nada sin ustedes, sino con toda la gente que estuvo a nuestro alrededor desde el comienzo, algunas siguen hasta hoy, gracias totales.

RESUMEN EJECUTIVO

OUTDOOR SPORTS COMMUNITY

Descripción del negocio

Somos una empresa que asesora, organiza y lleva a cabo actividades deportivas al aire libre que tiene como objetivo crear una comunidad donde se ofrezca una experiencia única en ciertas actividades, independientemente del nivel del deportista.

Nuestro valor agregado para los miembros de la comunidad radica en la integración de diferentes actividades deportivas y relacionadas que otras empresas ofrecen de manera individual, pero no como un todo que las aglutine para tener una experiencia integral.

Con base en esto nos diferenciamos en dar un acompañamiento en todo lo referente a la capacitación, asesoría y preparación para la práctica deportiva independientemente del nivel del miembro de nuestra comunidad, esto debido al amplio expertise de nuestro equipo de trabajo y nuestra promesa de valor que va orientada al cliente para que pueda disfrutar de una experiencia total.

ABSTRACT

OUTDOOR SPORTS COMMUNITY

Business Description

We are a company that advises, organizes and carries out outdoor sports activities that aims to create a community where a unique experience is offered in certain activities, regardless of the level of the athlete.

Our added value for the members of the community lies in the integration of different sports and related activities that other companies offer individually, but not as a whole that brings them together to have a comprehensive experience.

Based on this, we differentiate ourselves in providing support in everything related to training, advice and preparation for sports practice regardless of the level of the member of our community, this due to the extensive expertise of our work team and our promise of value that It is customer oriented so you can enjoy a total experience.

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS	13
INDICE DE FIGURAS	15
RESUMEN.....	16
CAPITULO 1	18
1. INTRODUCCIÓN	18
1.1. Misión.....	20
1.1. Visión.....	20
CAPITULO 2	21
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	21
2.1. Análisis PESTEL	21
2.1.1. Político	21
2.1.2. Económico.....	21
2.1.3. Social.....	22
2.1.4. Tecnológico	23
2.1.5. Ecológico.....	24
2.1.6. Legal.....	24
2.2. Análisis del sector y del mercado.....	25
2.3. Análisis de la demanda	26
2.4. Análisis interno.....	27
2.5. Benchmarking.....	27
CAPITULO 3	29
3. PLAN DE MARKETING.....	29
3.1. Objetivos del plan de marketing.....	29
3.2. Estrategias y táctica	30
3.2.1. Estrategias genéricas	30

3.2.2.	Estrategia de crecimiento	30
3.2.3.	Estrategia de promoción.....	30
3.3.	Indicadores (KPI's).....	31
3.4.	Plan de contingencia.....	32
CAPITULO 4.....		33
4.	PLAN COMERCIAL.....	33
4.1.	Objetivos del plan comercial.	33
4.1.1.	Objetivos cualitativos	33
4.1.2.	Objetivos cuantitativos	33
4.2.	Estrategias y táctica.	34
4.2.1.	Estrategia de promoción.....	34
4.2.2.	Estrategia de Ventas	35
4.3.	Canal de ventas.....	35
4.3.1.	Canal directo	35
4.3.2.	Canal indirecto	35
4.4.	Indicadores (KPI's).....	36
CAPITULO 5.....		37
5.	CUSTOMER SERVICE	37
5.1.	Objetivos del servicio al cliente.....	37
5.2.	Estrategias omnicanal	37
5.3.	Estrategias de satisfacción de los agentes.....	37
5.4.	Estrategias de calidad en el soporte.....	38
5.5.	Indicadores (KPI's).....	38
5.6.	FLUJOGRAMA DE ATENCION AL CLIENTE.....	40
CAPITULO 6.....		41
6.	IMPACTO MEDIOAMBIENTAL.....	41

6.1.	Efectos del proyecto sobre el ambiente	41
6.1.1.	Determinar las acciones del proyecto potencialmente impactantes	42
6.1.2.	Determinar los factores del medio potencialmente impactados	42
6.1.3.	Actividades que pueden aportar a reducir el impacto ambiental.	43
6.2.	Conclusiones impacto ambiental	44
CAPITULO 7		45
7.	EQUIPO DIRECTIVO Y ORGANIZACIÓN	45
7.1.	Organigrama del equipo directivo y organización	45
7.2.	Detalles del equipo de trabajo – Fichas técnicas	45
CAPITULO 8		50
8.	PREVISIONES FINANCIERAS.....	50
8.1.	Ingresos.....	50
8.2.	Costos.	52
8.2.1.	Costo de ventas.....	52
8.2.2.	Costo de Producción.....	53
8.3.	Gastos de personal:	54
Opex:	55
8.4.	Capex:.....	56
8.5.	Cuenta de resultados:.....	58
8.6.	Fondo de Maniobra.....	60
8.7.	Balance	61
8.8.	Estado Cash-Flow	62
8.9.	Deuda.....	63
8.10.	Necesidades de Financiación.	64
8.11.	TIR del Inversor de Financiación	64
8.12.	Rentabilidad del Proyecto	64

CAPITULO 9	66
9. CONCLUSIONES Y APLICACIONES	66
9.1. Conclusiones generales.....	66
9.2. Conclusiones específicas	66
CAPITULO 10	67
10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	67
CAPITULO 11	67
11. ANEXOS.....	67

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. DAFO	27
Tabla 2. Organización del proyecto.	45
Tabla 3. Ficha técnica del cargo 1: Gerente General.	46
Tabla 4. Ficha técnica del cargo 1: Jefe de operaciones.	46
Tabla 5. Ficha técnica del cargo 1: Jefe de ventas y marketing.	47
Tabla 6. Ficha técnica del cargo 1: jefe Administrativo y financiero.	47
Tabla 7. Ficha técnica del cargo 2: Coordinador de operaciones.....	48
Tabla 8, Ficha técnica del cargo 2: Instructor.	48
Tabla 9. Ficha técnica del cargo 2: Vendedor.	48
Tabla 10. Ficha técnica del cargo 2: Personal asistencial.	49
Tabla 11. Detalle de ingresos netos por varios productos.....	50
Tabla 12. Resumen de ingresos netos del proyecto.	51
Tabla 13. Detalle de los costos de venta por producto/servicio anual.	53
Tabla 14. Resumen de coste de venta por productos/servicios.	54
Tabla 15. Desglose de margen bruto por producto/servicios.	53
Tabla 16. Gastos de producción.	53
Tabla 17. Calendario de contrataciones del personal.	54
Tabla 18. Cálculo de gastos por personal.....	55
Tabla 19. Detalle del OPEX.....	56
Tabla 20. Resumen de los costes de explotación.	55
Tabla 21. Resumen anual CAPEX proyectado.	57
Tabla 22. Cuenta de explotación proyectada.	59
Tabla 23. Estimación del fondo de maniobra anual.	60
Tabla 24. Resumen del fondo de maniobra anual estimado.....	61
Tabla 25. Balance general del proyecto.	61

Tabla 26. Estado de Cash Flow.....	62
Tabla 27. Análisis de las rondas de financiación para Cash Flow.....	63
Tabla 28. Resumen Anual de los gastos por Deuda Bancaria.....	63
Tabla 29. Resumen anual de las necesidades de financiación.....	64
Tabla 30. Cálculo de rentabilidad del proyecto.....	65

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tasa de desempleo a nivel nacional (extraído: Datos nacionales).....	22
Figura 2. Organigrama del equipo directivo y organización.....	45

RESUMEN

Empresa que asesora, organiza y lleva a cabo actividades deportivas al aire libre que tiene como objetivo crear una comunidad donde se ofrezca una experiencia única en ciertas actividades, independientemente del nivel del deportista, pero enfocada no solo a la práctica deportiva, si no también, en actividades alrededor de ella que sirven como complemento para brindar una experiencia diferente en la práctica deportiva además de contar con amplia experiencia profesional y con una pasión por las actividades deportivas, que nos motiva a compartirlas y crear la comunidad.

Palabras claves: Empresas; negocio; deportes; administración; gestión financiera; Marketing; proyecto.

ABSTRACT

Company that advises, organizes and carries out outdoor sports activities that aims to create a community where a unique experience is offered in certain activities, regardless of the level of the athlete, but focused not only on practicing sports, but also on in activities around it that serve as a complement to provide a different experience in sports practice, in addition to having extensive professional experience and a passion for sports activities, which motivates us to share them and create the community.

Keywords: Companies; business; sports; administration; Financial management; Marketing; project.

CAPITULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Somos una empresa que asesora, organiza y lleva a cabo actividades deportivas al aire libre que tiene como objetivo crear una comunidad donde se ofrezca una experiencia única en ciertas actividades, independientemente del nivel del deportista.

Nuestro enfoque no solo apunta a la práctica deportiva, si no también, en actividades alrededor de ella que sirven como complemento para brindar una experiencia diferente:

- Desarrollo de una App para seguimiento de las actividades, asesoría, comunicación, progreso y consejos tanto en lo deportivo como nutricional.
- Brindar seguridad en lo deportivo para evitar lesiones o accidentes en las rutas.
- Acompañamiento en las salidas grupales para precautelar la seguridad física de los miembros y del equipamiento deportivo debido a los altos índices delictivos.
- Ofrecer el servicio de fotografía con la incorporación de drones, cámaras acuáticas, entre otros equipamientos tecnológicos, para que los miembros de la comunidad puedan tener acceso y registrar momentos memorables.

De acuerdo con lo investigado y la demanda creciente vamos a enfocar nuestra comunidad en las siguientes disciplinas deportivas:

- Atletismo
- Ciclismo
- Rafting
- Trekking / Senderismo
- Escalada / Rapel

Para el desarrollo de este proyecto nos hemos juntado un grupo de personas con amplia experiencia profesional y que hemos encontrado una pasión por las actividades deportivas, que nos motiva a compartirlas y crear una comunidad.

Raquel Zambrano quien es Ing. Civil, tiene una amplia experiencia en el desarrollo de proyectos de infraestructura tanto para el sector público como privado, además cuenta con experiencia en lo referente a elaboración de presupuestos, contratación de personal y manejo de talento

humano. Así también es una conoedora de todo lo relacionado con el senderismo, el cual lo practica con frecuencia.

Mayuri Coello, Abogada de profesión y deportista de corazón. Ha participado en varias competencias de atletismo y en particular en los últimos IronMan de la ciudad de Manta, obteniendo excelentes ubicaciones. Su formación profesional aporta de manera importante en una actividad que cuenta con muchas regulaciones y que requiere de permisos y licencias para un acorde funcionamiento.

Luis Zambrano, tiene una amplia experiencia en el gerenciamiento de empresas, ha participado en el sector público y privado durante más de 20 años, en todo lo referente a procesos de auditoría y control. Desde su infancia ha estado siempre muy relacionado a la actividad deportiva, siendo un futbolista frustrado, pero hoy en día un activo practicante de varias disciplinas, entre ellas el tenis y el rafting.

Livardi Salgado es Ingeniero en Sistemas, su vida profesional la ha desarrollado en el sector público y privado, liderando diferentes proyectos y la implementación de tecnologías a nivel de redes de datos y comunicaciones, será el enlace para que el proyecto y la comunidad tenga todo el soporte tecnológico. Adicional a su formación profesional, Livardi es un entusiasta de la fotografía y el diseño gráfico, ha realizado varios cursos que aportan a su formación y que complementan su pasión por los deportes al aire libre como el senderismo y el trekking.

Jorge Cárdenas, Economista de profesión, tiene una amplia experiencia en el liderazgo de equipos comerciales por más de 17 años y en la implementación de proyectos de innovación en el sector privado, así como el manejo financiero y la consecución de recursos. En lo deportivo participa activamente en competencias ciclisticas, de atletismo y orientación.

Una vez superada la fase de investigación y donde se concluye la viabilidad del proyecto, la fase de implementación tomará 60 días para poder arrancar con las actividades de funcionamiento de la comunidad deportiva.

Las actividades por desarrollarse para la implementación del proyecto son las siguientes:

- Adecuación de infraestructura física y equipamiento.
- Desarrollo tecnológico de página Web, App móvil, redes y comunicaciones.
- Diseño de rutas, planes de suscripción y plan de MKT.

- Selección de personal y especialistas por área.
- Consecución de licencias y permisos.
- Alianzas estratégicas con patrocinadores.
- Búsqueda de socios comerciales para la implementación deportiva.

La inversión que realizará cada uno de los socios fundadores será de \$15.000.

Para poder cubrir las necesidades de implementación y funcionamiento del proyecto se requerirá de un préstamo en una institución financiera por un valor de \$60.000, con un plazo de amortización a 5 años.

1.1. Misión

Somos una empresa que brinda servicios deportivos enfocada en otorgar una experiencia única en torno a la actividad deportiva al aire libre, mediante la asesoría, acompañamiento personalizado, seguridad total en las actividades, lo que nos permite formar una comunidad que comparta estos intereses independientemente del nivel y expertise de cada miembro.

1.1. Visión

Ser la mayor comunidad deportiva a nivel nacional, que brinde la mejor experiencia en el deporte de aventura al aire libre.

CAPITULO 2

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

La actividad deportiva y todo lo relacionado a este campo es uno de los mercados de mayor crecimiento a nivel mundial debido a la relevancia que se le ha dado al cuidado de la salud por medio de la actividad física, así como la necesidad de esparcimiento y más aún en actividades que se convierten en hobbies.

2.1. Análisis PESTEL

2.1.1. Político

La ley de incentivo tributario permite el apoyo económico a los deportistas a través de empresas privadas que apoyen en los programas o proyectos deportivos ya sea dentro o fuera del país.

Los posibles cambios en la Constitución General de la República, entre otras leyes en el Ecuador, puede generar inestabilidad y desconfianza en los inversionistas, lo que podría convertirse en una barrera en lo que respecta a inversiones nacionales como internacionales.

Las relaciones de comercio exterior en el tema de importaciones y exportaciones, así como también, temas tributarios, podrían desalentar a los inversionistas al momento de llevar a cabo un negocio.

El exceso de controles burocráticos para la ejecución de un determinado proyecto, podría causar desmotivación en los inversionistas, ya que, en ocasiones, el tiempo en ciertos trámites son muy excesivos.

2.1.2. Económico

Ecuador, al encontrarse dolarizado, no se ve afectado por políticas de cambio de moneda, eso permite de cierta manera garantizar una estabilidad económica en las importaciones de ropa, implementos y equipamiento deportivo.

Ecuador se encuentra de momento en búsqueda de acuerdos comerciales con otros países, para abrir otros mercados y donde podamos brindar nuestros productos y de los cuales podamos importar, material y equipamiento deportivo.

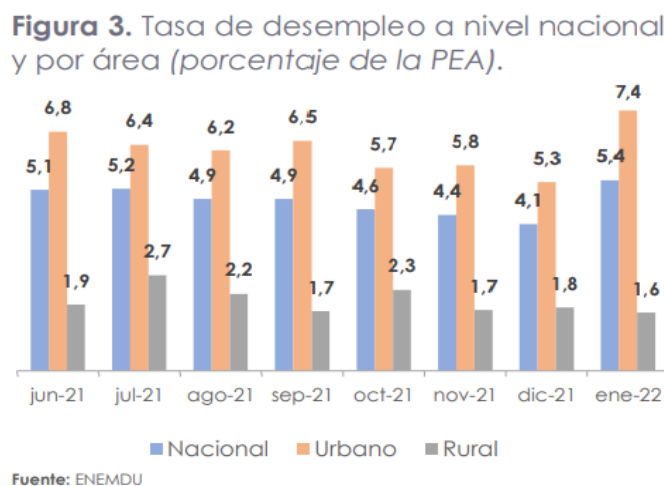
Existen empresas privadas que apoyan los deportes a través de patrocinios.

Existe bajas tasas de crecimiento económico (PIB). En el 2022, el BCE llegó a estimar un crecimiento anual del 2.8%, lo que implica una desaceleración económica en comparativa al año pasado. Ecuador para alcanzar un nivel prepandemia, debe crecer al menos un 4%.

Existe una tasa de desempleo en el Ecuador, para enero del 2022, se ubica en el 5.4%. Donde, para el área urbana fue del 7.4% y, para las áreas rurales fue del 1.6%.

Figura 1.

Tasa de desempleo a nivel nacional (extraído: Datos nacionales)



2.1.3. Social

Debido al éxito deportivo que han demostrado algunos representantes ecuatorianos a nivel mundial, se ha generado una mayor motivación en muchos deportistas en el país. Actualmente en el Ecuador, el 41.8% de los ecuatorianos, practica algún tipo de deporte.

En el Ecuador, existen escasos grupos que realizan salidas o practican algún tipo de deporte al aire libre.

En el Ecuador, el índice de criminalidad se encuentra por el 57.31, mientras que, el índice de seguridad se encuentra por los 42.69, por cada 100.000 habitantes.

En cuanto a inseguridad, las ciudades donde se experimenta mayor cantidad de robos a negocios en el Ecuador son: Pichincha con el 32.56%, Guayas con el 20.64% y el Oro con el 6.24%.

2.1.4. Tecnológico

Las redes sociales hoy en día, se han convertido en una potente herramienta tecnológica que permiten la comunicación, comercialización, entre otros servicios, de manera más fácil y ágil.

En el Ecuador, en comparativa al año pasado, existió un incremento del uso de redes sociales equivalente al 1.4%, donde, las redes sociales favoritas de los usuarios son: WhatsApp, seguido de Instagram, Facebook, Wechat. Su promedio de uso es de 2 horas y 27 minutos.

La tecnología nos ha permitido acceder a mejor equipamiento para la práctica de los deportes, así como también, poder curar y tratar lesiones a causa de las mismas, por medio de pulso electromagnético. Un ejemplo de ellas es la SIA (Sistema de Inteligencia Artificial Súper Inductivo).

Existe variedad de equipamiento que puede ser de utilidad para facilitar la comunicación, determinar ubicaciones geográficas, análisis de superficies, entre otras, en actividades o deportes al aire libre.

La población total en el Ecuador es de 18 millones, de los cuales, el 64,6% residen en zonas urbanas. Las conexiones móviles celulares están representadas por un 88.4% de la población, es decir, 15.91 millones. Además, los usuarios que disponen de internet son 13,60 millones, cuyo porcentaje equivale al 75,6% de la población.

En Ecuador, la cobertura móvil en determinadas ubicaciones es escasa o nula, esto debido a la falta de infraestructura por parte de las operadoras móviles.

En el Ecuador y durante el último año, se ha visto un incremento en las ciudades principales, la asignación de carriles exclusivos para que puedan transitar los ciclistas de una forma más ágil y segura.

Durante el gobierno de Rafael Correa, hubo un desarrollo y potenciamiento tanto a nivel cualitativo y cuantitativo, en las redes viales en todo el país. Esto de cierta manera ayuda a mejorar la circulación vehicular al momento de viajar. Las principales ciudades que tuvieron este beneficio son:

- **Sierra:**
 - Guaranda – Balsapamba

- Vía cuenca Molleturo – El Empalme
- Balbanera – Pallatanga – Bucay
- **Costa:**
 - El Carmen
 - Vía Santo Domingo
 - Manta
- **Amazonía:**
 - Puente Río Napo
 - Quito – Papallacta – Tena
 - Vía Méndez – Morona

2.1.5. Ecológico

El factor clima en el Ecuador y dependiendo de la estación durante el año, hace complicado el realizar ciertos deportes o actividades al aire libre.

La deforestación y destrucción del paisaje natural son factores críticos en el Ecuador y que causa problemas a nivel ambiental. El aumento en el uso de transporte alternativo para la movilización y generación de una menor contaminación está entre las principales tendencias.

Prohibición en el acceso a ciertas áreas que impiden realizar actividades deportivas tales como, comunidades, parques ecológicos, reservas.

Por su biodiversidad y paisajes majestuosos, Ecuador es un lugar ideal para realizar diversas actividades al aire libre, lo que puede motivar al inversionista local en algún proyecto en particular.

2.1.6. Legal

El Ecuador, es un país que posee muchos lugares, donde, se pueden practicar deportes de aventura, razón por la cual, existen agencias, empresas pequeñas o grupos, que practican estas actividades, y para ello, deben considerar ciertos artículos de relevancia de la ley de turismo para su funcionamiento.

El Ministerio de Turismo de Ecuador, en el año 2012, elaboró un manual que trata de la Regulación de los Deportes de Aventura considerando la zona geográfica, y el cual, hace

referencia a ciertas normas que establecen condiciones mínimas, contenidos y características para las actividades turísticas y de aventura.

El Ministerio de Turismo elaboró un manual, el cual, fue basado en la Ley de Turismo de Ecuador y donde explícitamente se especifica, que debe existir políticas de regulación en el sector del turismo para su correcto funcionamiento.

El Ministerio de Turismo, es la entidad reguladora de todas las partes que se dediquen al tema de turismo en el Ecuador.

Trámites legales y obligaciones tributarias relacionadas con emprendimientos o inversiones.

Los trámites pueden ser burocráticos y en ocasiones, puede causar lentitud en la gestión a realizar.

2.2. Análisis del sector y del mercado.

Las personas que tienen el deseo de empezar con alguna actividad deportiva en ocasiones se desaniman por no saber cómo o por donde comenzar, es decir muchas veces se deja de practicar algún deporte no por falta de voluntad, sino, más bien por falta de conocimiento sobre esta.

Alrededor de una actividad deportiva las empresas tradicionales solo suelen tomar en cuenta lo referente a venta de ropa deportiva y equipo, pero no existe un asesoramiento completo en temas relacionados a preparación personal, conocimiento de la actividad y sus implicaciones, lugares, rutas, formas de practicar esta disciplina, seguridad y la comunidad adecuada para poder disfrutar de esto en grupos que compartan los mismos intereses, aportando a la seguridad y salud del deportista, dando un acompañamiento para poder practicar la actividad de manera segura en el entorno que hoy en día presenta desafíos por la saturación vehicular y los problemas sociales que encontramos al realizar actividades al aire libre.

Se trata de un sector con un grado de competitividad medio y con un público objetivo de estatus económico medio-alto, quienes tienen como prioridad la salud física y mental.

En el Ecuador, el clima es muy variable independientemente si nos encontramos en alguna estación específica del año. De igual manera la geografía, vías, hidrografía de las diferentes

regiones, esto presentará un reto al momento de planificar deportes al aire libre y definir la dotación de implementos, equipos y accesorios.

Con respecto al tema de importación de equipos, accesorios, repuestos, tecnología y demás, se analizan los valores de aranceles e impuestos y la aplicación de su disminución en base a las políticas del gobierno y posibles firmas de acuerdos comerciales.

Si bien es cierto, existen clubes que se dedican a organizar ciertas clases de actividades al aire libre, ya sea, actividades de trekking, ciclismo, escalada, entre otros, sin embargo, no ofrecen un abanico de alternativas que se ajusten a las diferentes necesidades de los futuros socios, así como nuestra empresa que ofrecen el apoyo de manera integral, a través de asesoramiento, acompañamiento, capacitaciones, experiencias, seguridad y apoyo tecnológico, que se le brindará al deportista, para así velar por su bienestar personal.

En los últimos años estos deportes se han convertido en un importante fenómeno en nuestra sociedad, siendo el atletismo, un deporte organizado que abarca diferentes disciplinas en carrera, saltos, lanzamientos y pruebas varias.

En el Ecuador, en los últimos 2 años, desde que inició, hasta que finalizó la pandemia, el sedentarismo ha ocasionado que las personas, sufran de desórdenes alimenticios y falta de práctica deportiva, por lo que se busca que la reactivación y los servicios que ofrecemos motiven a los socios a mejorar su estilo de vida.

Con lo señalado, se observa que es factible penetrar el mercado y alcanzar una participación, así como tener una perspectiva de expansión en el futuro, dado que en la actualidad las estadísticas indican que el 41,8% de los ecuatorianos practican algún deporte en particular, y nuestra propuesta tiene como fin captar su atención y motivar con nuestros servicios integrales al resto de la comunidad.

2.3. Análisis de la demanda

Son muchos los deportes que se pueden practicar hoy en día, sin embargo, en un análisis realizado, se obtuvo la siguiente información:

El 35.6% de los hombres, entre los 18 y 59 años, dedican 150 minutos por semana a las actividades físicas y el 13.5% de las mujeres, lo realizan durante el mismo período.

Otro dato indica que, el 24.2% de las personas entre los 18 y 59 años, dedican 150 minutos a la semana para realizar actividades físicas en su tiempo libre. El 69.2% lo realiza en espacios públicos, el 30.9% en establecimientos privados y el 7.7%, lo realiza en su propio hogar.

Cada día son más las personas que están enfocadas en realizar actividades físicas ya sea porque les gusta el deporte, es decir, por placer, otros para verse y sentirse bien, y otros por mejorar su salud o inclusive por prescripción médica.

2.4. Análisis interno

Nos basaremos en las capacidades y/o habilidades de cada uno de los socios fundadores para implementar el proyecto, los cuales, cuentan con cualidades y conocimientos a nivel, deportivo, tecnológico, social, legal, ambiental y, además, con el aporte de las cualidades gerenciales de cada uno para dirigir el proyecto.

Con el compromiso, entusiasmo y dedicación de cada uno de los fundadores, se espera transmitir los valores y compromiso de nuestra cultura empresarial, lo cual permitirá ser sostenible en el tiempo.

2.5. Benchmarking

Con el objetivo de lograr ventajas competitivas frente a otros competidores y otros servicios que ofrece el mercado relacionado al área deportiva, es esencial identificar cuáles son las ventajas y desventajas que tiene la propuesta. La exploración, caracterización y análisis de las mejores prácticas logísticas de referencia, en el mercado actual, permitirá formular estrategias y su correcta implementación. (Antún, J. P., & Ojeda, L., 2004).

Tabla 1.

DAFO

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento en ciertas disciplinas para el deporte. • Establecimientos, locales, infraestructura. • Equipamiento tecnológico y material para la práctica de los deportes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley que impulsa el fomento deportivo. • Estabilización monetaria (dolarización). • Biodiversidad, paisajes y áreas para las actividades cerca de las ciudades. • Patrocinio de empresas privadas.

Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento económico de cada socio fundador. • Conocimiento y habilidades en temas de coaching. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impuestos y aranceles para importación. • Factor climático. • Índices de inseguridad altos. • Problemas de cobertura. • Ubicación geográfica para practicar ciertos deportes.

CAPITULO 3

3. PLAN DE MARKETING

3.1. *Objetivos del plan de marketing.*

Los objetivos del plan de marketing que se plantean a continuación constituyen el camino para alcanzar la meta y los hemos dividido en objetivos cualitativos y cuantitativos.

Objetivos cualitativos:

- Lograr posicionamiento y reconocimiento de marca.
- Influir en el público objetivo para establecer el hábito sobre la práctica deportiva.
- Creación de categoría y captación de clientes.
- Fidelización de clientes.
- Generación de beneficios para la empresa.
- Expansión a otras ciudades.
- Expansión de cartera de clientes.

Objetivos cuantitativos:

- Lograr impactar por medios digitales y redes a un 30% del público objetivo en los próximos 3 meses.
- Formar una comunidad en redes sociales con 5000 seguidores en 3 meses.
- Generar contenido digital dos veces por semana.
- Interacciones en redes sociales con el contenido generado.
- Alcanzar 30 visitas por semana a la página WEB.
- Conseguir 80 suscriptores durante el primer mes de funcionamiento.
- Mantener el nivel de satisfacción de los clientes vía encuesta en el 98%.
- Medición y control del desempeño financiero basado en los KPI's.

3.2. Estrategias y táctica

3.2.1. Estrategias genéricas

La creación de la comunidad deportiva se basa en brindar una experiencia única por lo que nuestro plan de negocio se basará en una estrategia de diferenciación (estrategia genérica de Porter), con relación al resto de empresas y servicios que se ofrecen en el mercado, donde no existe una experiencia integral que aglutine toda nuestra oferta. Nos enfocaremos en un nicho de mercado específico que nos permitirá conocer perfectamente a nuestros clientes y enfocar nuestro servicio a crear una categoría diferente e influir para generar un hábito.

3.2.2. Estrategia de crecimiento

Al ser un nuevo servicio el que estamos ofreciendo, nos enfocaremos en la creación de una categoría para posicionar la marca y dar a conocerla. Se buscará atraer a personas a nuestra comunidad donde los deportes tales como, trekking, ciclismo, atletismo, escalada, rafting y/o rappel sea de su gusto e interés. Adicionalmente buscaremos influir de manera positiva en nuestro nicho de mercado para generar hábitos saludables y fomentar la práctica deportiva a fin de conseguir nuevos usuarios que se interesen por estos deportes como una opción.

3.2.3. Estrategia de promoción

Para difundir e impulsar nuestros productos y servicios, se hará uso de **redes sociales** siendo éstas, Facebook, Tiktok, Instagram, YouTube, Google ads y/o WhatsApp, es decir, las más utilizadas actualmente. Además, se realizará campañas a través de influencers conocidos, a fin de alcanzar a un número más amplio de personas y motivarlos a ser parte de nuestra comunidad.

De igual manera, se hará uso de un sitio web, en el cual, se proporcionará información detallada de los productos y servicios que ofrece la comunidad, así como también, planes de suscripción, eventos próximos. Además de contenido adicional como galería de imágenes y experiencias vividas por los miembros de la comunidad.

Se contará con una aplicación móvil, la cual servirá para que el miembro de la comunidad pueda tener acceso a todos los servicios de manera más cómoda y sencilla, dar seguimiento a sus actividades, a las recomendaciones de expertos en las diferentes actividades deportivas, salud,

nutrición y eventos a desarrollarse, conocer el estado de su suscripción y establecer contacto con otros miembros de la comunidad.

Establecer alianzas estratégicas con tiendas deportivas, conseguir patrocinios de estas y acuerdos de consignación, para el desarrollo de las actividades que ofrece la comunidad.

Por último, es importante resaltar que los principales canales de comunicación con nuestros clientes serán el WhatsApp y la APP móvil. Hemos seleccionado estos medios por su simplicidad y agilidad, lo que nos permitirá integrar la comunicación y las acciones de marketing orientadas a nuestros clientes de manera sencilla.

3.3. Indicadores (KPI's)

En nuestro plan de marketing, creemos conveniente el realizar mediciones de los siguientes indicadores:

- ❖ **ROAS:** Se lo utilizará para medir el retorno de la inversión por la publicidad realizada.
- ❖ **ROI:** Se lo utilizará para poder medir el retorno de la inversión realizada en el negocio.
- ❖ **Fuentes de tráfico:** Se lo utilizará para medir las visitas realizadas dentro de nuestra página web.
- ❖ **De interacción:** Se utilizará para medir los retweets, likes y comentarios realizados en las publicaciones a través de las redes sociales.
- ❖ **Click Through Ratio:** Se utilizará para medir los clics que se realicen en las publicaciones generadas por la comunidad.
- ❖ **Ubicación geográfica:** KPI que se utilizará posteriormente, para conseguir nuevos clientes en otras zonas geográficas, como parte de los planes de expansión.
- ❖ **Tasa de conversión:** porcentaje de visitantes que completan una acción deseada. Permite saber cuánto éxito se tiene en la atracción de clientes potenciales.
- ❖ **Puntuación neta de promotores:** mide la probabilidad de que nuestros miembros de la comunidad nos recomienden a otras personas.
- ❖ **Costo de adquisición de un cliente:** costo de inversión publicitaria para convertir un cliente potencial (lead) en un cliente real.

3.4. Plan de contingencia

- ❖ Incrementar la periodicidad de la publicidad y generación de contenido a través de las redes sociales (facebook, tiktok, instagram, google ads y/o whatsapp) a fin de lograr motivar a las personas a ser parte de nuestra comunidad y tener un mayor alcance.
- ❖ Ofrecer descuentos del 15% en las suscripciones de nuevos clientes y un 10% para miembros de la comunidad que logren traer a sus referidos.
- ❖ Establecer alianzas estratégicas y colaboraciones con influencers dentro de las redes sociales tales como, Facebook, Tiktok, Instagram, YouTube.
- ❖ Ofrecer salidas de prueba (sin costo) con plazas limitadas inicialmente, a fin de dar un impulso al servicio que ofrecemos como comunidad.

CAPITULO 4

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Objetivos del plan comercial.

Los objetivos del plan comercial constituyen la manera en la que Outdoor Sports Community va a desplegar sus esfuerzos comerciales en el mercado para captar y atender al nicho definido previamente.

4.1.1. Objetivos cualitativos

- Creación de cartera de clientes (suscripciones).
- Establecimiento de planes de suscripción, promociones y márgenes.
- Diversificación de ingresos por medio de venta de productos en las sedes.
- Alianzas comerciales con empresas de productos deportivos.
- Expandirse a otras zonas o ciudades.
- Expansión de cartera de clientes.
- Notoriedad de marca.

4.1.2. Objetivos cuantitativos

4.1.2.1. Objetivos de ventas:

- Conseguir 80 suscriptores durante el primer mes de funcionamiento.
- Incrementar un 50% de suscriptores durante el primer año.
- Incrementar un 100% el número de suscriptores durante el segundo, con la creación de la segunda sede.

4.1.2.2. Objetivos de facturación

- Alcanzar una facturación mensual de \$16.000 al cierre del primer año de operaciones.
- Alcanzar una facturación mensual de \$36.000 al cierre del segundo año de operaciones.
- Alcanzar una facturación mensual de \$47.000 al cierre del tercer año de operaciones.

4.1.2.3. Objetivo de distribución

- Conseguir 4 aliados estratégicos para realizar ventas cruzadas de sus productos en nuestras sedes y de nuestro servicio en sus tiendas.

4.1.2.4. Objetivo de calidad del servicio

- Mantener el nivel de satisfacción de los clientes vía encuesta en el 98%.

4.1.2.5. Objetivo presupuestario

- Medición y control del desempeño financiero basado en los KPI's.

4.2. Estrategias y táctica.

4.2.1. Estrategia de promoción

Desde el lanzamiento vamos a impulsar nuestro servicio principalmente por medio de redes sociales siendo éstas, Facebook, Tiktok, Instagram, YouTube, Google ads y/o WhatsApp, es decir, las más utilizadas actualmente. Además, se realizará campañas a través de influencers conocidos, a fin de alcanzar a un número más amplio de personas y motivarlos a ser parte de nuestra comunidad.

De igual manera, se hará uso de un sitio web, en el cual, se proporcionará información detallada de los productos y servicios que ofrece la comunidad deportiva, así como también, planes de suscripción, eventos próximos. Además de contenido adicional como galería de imágenes y experiencias vividas por los miembros de la comunidad.

Se contará con una aplicación móvil, la cual servirá para que el miembro de la comunidad pueda tener acceso a todos los servicios de manera más cómoda y sencilla, dar seguimiento a sus actividades, a las recomendaciones de expertos en las diferentes actividades deportivas, salud, nutrición y eventos a desarrollarse, conocer el estado de su suscripción y establecer contacto con otros miembros de la comunidad.

Como parte de la estrategia de crecimiento vamos a participar en ferias deportivas y de salud, donde tenemos un grupo objetivo muy cercano para ofrecer y promocionar nuestros servicios. Hemos considerado también que una acción importante que podemos desarrollar para seguir

posicionando nuestra marca en futuros clientes y generar crecimientos posteriores, es el realizar charlas en las universidades y el desarrollo de webinars que serán promocionados en nuestras redes y página web para influir en nuestro público objetivo.

Establecer alianzas estratégicas con tiendas deportivas y conseguir patrocinios de estas, para el desarrollo de las actividades que ofrece la comunidad.

4.2.2. Estrategia de Ventas

A fin de llamar la atención del público objetivo y captar su interés, vamos a realizar descuentos promocionales, descuentos por referidos, salidas de prueba para nuevos usuarios, giveaway en nuestras redes para membresías por un tiempo limitado.

Las membresías también tendrán un premio para los miembros por mayor tiempo de permanencia de estas y la opción de acceder a otros beneficios.

Establecer beneficios cruzados en las tiendas de nuestros aliados estratégicos y para el acceso a carreras desarrolladas por nuestros patrocinadores.

4.3. Canal de ventas.

El canal de ventas estará bajo el liderazgo del jefe comercial y conformado por 2 asesores comerciales durante el primero año. Posteriormente se integrará un asesor comercial con la apertura de la segunda sede.

4.3.1. Canal directo

Conformado por 3 asesores comerciales que desplegarán su trabajo alternando, entre las sedes, locales de nuestros socios estratégicos y en campo para la consecución de clientes. Las ventas también se realizarán por medio de las redes sociales, página web, WhatsApp y App móvil.

4.3.2. Canal indirecto

Estará conformado por cuatro empresas de implementos y equipo deportivo con las que estableceremos alianzas estratégicas (acuerdo comercial) para la venta de nuestro servicio en sus tiendas. Se establecerán promociones conjuntas y activaciones para la venta de nuestro servicio y los productos de nuestros aliados estratégicos, tanto en sus tiendas, como en nuestra

sede. Adicionalmente estableceremos incentivos tipo push money en la fuerza de ventas de nuestros aliados estratégicos para sumar esfuerzos en la consecución de suscriptores.

Perfil Jefe de Ventas: debe ser un líder con fuertes habilidades blandas y experiencia en el manejo de equipos, que sea cercano a la práctica deportiva para que conozca el mercado, hábitos y preferencias. Debe poseer título de cuarto nivel con especialización en Administración de Empresas y experiencia profesional en el área de ventas y marketing.

Perfil Asesor Comercial: egresado de carreras en ciencias administrativas tales como Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, Ingeniería en Marketing y Ventas y afines. De preferencia que practique algún deporte de manera aficionada.

4.4. Indicadores (KPI's)

Los indicadores que mediremos para evaluar el desempeño del plan comercial son los siguientes:

- **ROI:** Se lo utilizará para poder medir el retorno de la inversión realizada en el negocio.
- **Ubicación geográfica:** KPI que se utilizará posteriormente, para evaluar a donde expandirnos en nuevas zonas geográficas.
- **Tasa de conversión:** porcentaje de visitantes que completan una acción deseada. Permite saber cuánto éxito se tiene en la atracción de clientes potenciales.
- **Puntuación neta de promotores:** mide la probabilidad de que nuestros miembros de la comunidad nos recomienden a otras personas.
- **Costo de adquisición de un cliente:** costo de inversión publicitaria para convertir un cliente potencial (lead) en un cliente real.
- **Ciclo de venta:** es el tiempo medido en el que un consumidor entra en contacto con nuestros canales de venta hasta que realiza la compra.
- **Ingresos totales:** ingresos medidos en dólares (facturación) provenientes de los pagos de membresías, productos de aliados estratégicos, ventas y patrocinios.
- **Grado de satisfacción:** grado de satisfacción de nuestros clientes, medido a través de encuestas de servicio.
- **Cumplimiento del presupuesto:** indicador porcentual que evalúa el desempeño en el cumplimiento del presupuesto establecido.

CAPITULO 5

5. CUSTOMER SERVICE

Nuestra característica para servicio al cliente será: PROACTIVA.

Nos enfocaremos en motivar e incentivar a las personas en lo relacionado a la práctica de deportes al aire libre haciendo uso de varios lugares y paisajes importantes del país. En todo momento, el cliente estará acompañado por un instructor o guía, personal capacitado quien brindará la mejor atención y cuidado durante el desempeño de cada actividad a realizar y garantizar así, su satisfacción y bienestar.

5.1. Objetivos del servicio al cliente

- Brindar seguridad al cliente durante los recorridos, por medio de personal capacitado.
- Incrementar nuestra gama de recorridos o rutas, para que el cliente descubra nuevos lugares.
- Crear un programa de retos mensuales que permitan al cliente programar sus próximos recorridos con objetivos personales y competencia entre otros usuarios.
- Establecer encuestas “instantáneas” al final de cada sesión deportiva (5 preguntas).
- Establecer encuestas sobre la atención a servicios brindados a través de los canales de comunicación con el objetivo de alcanzar el 98% de satisfacción.
- Fidelizar más clientes, mantener una tasa de abandono de no más del 2%.

5.2. Estrategias omnicanal

- ✓ Establecer el personal necesario (community manager) para la atención al público por medios digitales siendo los más usados por los usuarios (Facebook, TikTok, Instagram, YouTube, Google ads y/o WhatsApp).
- ✓ El community manager será el encargado de manejar los canales digitales, para que exista coherencia entre ellos y evitar inconsistencias o pérdida de información, y que la comunicación sea más fluida, personal y eficaz. Con esto también, se busca mejorar la experiencia y satisfacción de los usuarios.

5.3. Estrategias de satisfacción de los agentes

- ✓ Descuentos y promociones para los trabajadores y familia hasta primer grado de consanguinidad.

- ✓ Capacitaciones gratuitas y regulares relacionadas con el servicio al cliente, seguridad, y manejo de situaciones difíciles y objeciones, etc.
- ✓ Comisión por ventas y fidelización de clientes.
- ✓ Pago puntual del salario asignado y los respectivos beneficios de la ley.
- ✓ Respetar sus tiempos de descanso y sus períodos de vacaciones.
- ✓ Facilitarles los medios materiales y técnicos para el desempeño de su labor.

5.4. Estrategias de calidad en el soporte

- ✓ Establecer mecanismos de retroalimentación sobre la experiencia brindada a los usuarios.
- ✓ Establecer encuestas “instantáneas” al final de cada sesión deportiva (no más de 5 preguntas), a fin de conocer la experiencia y/o feedback de cada uno de los usuarios participantes para mejorar su satisfacción.
- ✓ Establecer encuestas sobre la atención brindada a través de los canales de comunicación (Facebook, WhatsApp, aplicación móvil y página web), a fin de medir el grado de satisfacción percibida.
- ✓ Analizar los datos obtenidos a través de las encuestas y mecanismos de retroalimentación.
- ✓ Organizar foros deportivos para quienes han participado en los diferentes programas.
- ✓ La presencia de los socios accionistas con el objetivo de motivar a los empleados.

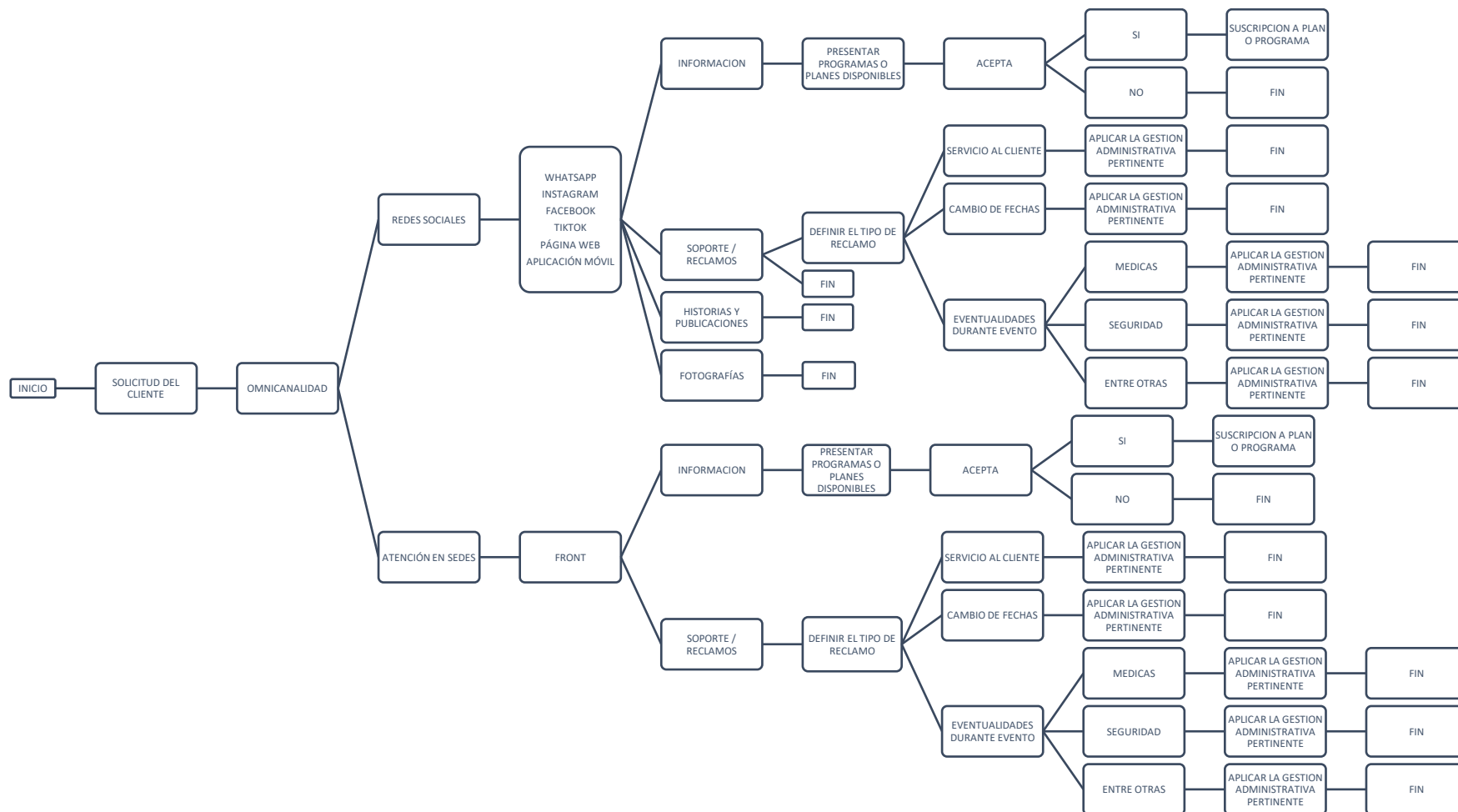
5.5. Indicadores (KPI's)

Los indicadores que mediremos para evaluar el desempeño del plan de customer service son los siguientes:

- **ROI:** Se lo utilizará para poder medir el retorno de la inversión realizada en el negocio.
- **Ubicación geográfica:** KPI que se utilizará posteriormente, para evaluar a donde expandirnos en nuevas zonas geográficas.
- **Tasa de conversión:** porcentaje de visitantes que completan una acción deseada. Permite saber cuánto éxito se tiene en la atracción de clientes potenciales.
- **Puntuación neta de promotores:** mide la probabilidad de que nuestros miembros de la comunidad nos recomienden a otras personas.

- **Ciclo de venta:** es el tiempo medido en el que un consumidor entra en contacto con nuestros canales de venta hasta que realiza la compra.
- **Ingresos totales:** ingresos medidos en dólares (facturación) provenientes de los pagos de membresías, productos de aliados estratégicos, ventas y patrocinios.
- **Grado de satisfacción:** grado de satisfacción de nuestros clientes, medido a través de encuestas de servicio.

5.6. FLUJOGRAMA DE ATENCION AL CLIENTE



CAPITULO 6

6. IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

Dentro de este proyecto que tiene como objetivo el crear una comunidad deportiva, consideramos también como unos de los aspectos más importantes incluir el Impacto Ambiental, en base a los análisis y estudios realizados, en el que puede existir alteraciones en el medio ambiente y más aún dentro de estas actividades físicas- deportivas como es en tierra, agua y aire.

Nuestra comunidad desarrollará las diferentes actividades en las siguientes disciplinas deportivas:

- Atletismo
- Ciclismo
- Rafting
- Trekking / Senderismo
- Escalada / Rapel

Identificamos ejecutar las actividades antes mencionadas, inicialmente en la ciudad de Quito-Ecuador, esto debido a que se cuenta con zonas geográficas, plazas y/o lugares, donde podemos ejecutar sin mayor complejidad las dichas actividades deportivas.

6.1. Efectos del proyecto sobre el ambiente

La práctica deportiva en un proyecto social lleva a considerar que ciertas actividades pueden dañar el medio ambiente y saberlo es necesario para minimizar sus efectos de la misma forma también trae consigo efectos positivos, por ello se va a dar a conocer tanto los impactos positivos y negativos. En primer lugar, si se trata de establecer relación general en el contexto deporte y medio ambiente se entiende el sistema complejo y dinámico de interrelaciones ecológicas.

El aumento de la relación entre el medio ambiente y deporte posibilita un fenómeno social que consiste en traslado masivo al medio natural, es decir, la influencia masiva de personas que huyen de las ciudades hacia los lugares deportivos.

El impacto que pueden ocasionar parece que fueran mínimos sin embargo hay que considerar que las condiciones de las modificaciones del suelo, la tala de bosques, obras de ingeniería etc. resalta actividades que trae efectos negativos al medio ambiente.

Al hablar de los efectos positivos luego de una caminata, paseo u otro deporte se puede practicar el reciclaje de los residuos desechados por las mismas personas que visitaron el parque deportivo.

6.1.1. Determinar las acciones del proyecto potencialmente impactantes

La creación de una comunidad deportiva con servicios personalizados tiene como recursos principales la naturaleza por lo que de acuerdo con los estudios realizados se tiene acciones ligadas al medio ambiente que son potencialmente impactantes, las cuales son descrita a continuación;

Trekking/Senderismo. - Los paseos por la naturaleza. las rutas ecológicas, y todas las actividades que impliquen la presencia más o menos masiva, más o menos continuada, de personas y movimiento por el medio natural.

Escalada/Rapel. - La escalada es una modalidad deportiva que puede desarrollarse tanto en roca como en hielo, además en el país se tiene lugares específicos (artificiales) para practicar dentro de la ciudad.

Rafting/Descenso de ríos. - Es el recorrido de los ríos o aguas rápidas que están entre paredes de roca en algunas ocasiones angostas. Es una actividad en la que se combinan varias técnicas deportivas como la escalada, espeleología, montañismo y natación. En medios naturales diferentes ya que se utiliza el agua, tierra y aire.

Ciclismo y atletismo. – En nuestro proyecto se tiene como principal uso la bicicleta en las rutas o vías del país, de esta manera también será los lugares para el atletismo. Las acciones se realizan en lugares abiertos.

6.1.2. Determinar los factores del medio potencialmente impactados

Trekking/Senderismo. - Pueden llegar a generar impactos sobre el medio como la desaparición de la capa fértil por los senderos que se realicen, pérdida de vegetación por recolección abusiva de flores, frutas u otras especies, además de cortar ramas para los

caminos, y en la fauna se tiene el riesgo de que animales sensibles huyan a espacios menos tocados ya que la presencia humana genera cantos, gritos o podrían tener radios y música.

Escalada/Rapel. En la escalada de las rocas nos podríamos encontrar especies animales donde instalar sus nidos (buitres, águila perdicera y real, quebrantahuesos, halcón peregrino, etc.)

De acuerdo con el estudio realizado por la Comisión de Medio Ambiente de la Asociación Ecologista de Defensa de la Naturaleza (Aedenat) dice que:

“Ignorar la presencia de este tipo de especies animales, puede implicar daños irreversibles a los ciclos vitales de reproducción de éstas (celo y construcción del nido, incubación de los huevos -período crítico, ya que los padres pueden abandonar los huevos si se sienten amenazados-, cuidado de inmaduros -abandono de los polluelos-, etc.), por lo que las zonas de reproducción necesitan una absoluta tranquilidad.”

Rafting/Descenso de ríos. –Este deporte por ser acuático ocasiona sobre la fauna, alejamiento de truchas, nutrias, etc. y en también afectación en la vegetación anfibia que permanece en el fondo de los cauces lo cual es alimento de los peces. Tiene afectación colateral por la movilidad de las personas hasta el sitio, regularmente se trasladan en cuadrones hasta el sitio.

Ciclismo y atletismo. – Por ser de movilidad en lugares sin vegetación, se tiene un impacto ambiental por el uso del vehículo que acompaña al grupo de ciclistas o atletas, los drones y equipos fotográficos, adicional a la posible contaminación de basura.

6.1.3. Actividades que pueden aportar a reducir el impacto ambiental.

Agua

Disposición de desechos: Correcta disposición de desechos peligrosos y no peligrosos, implementando tachos para recolección, señalización en caminos y senderos, aledaños a fuentes de agua.

Suelo, flora y Fauna

Establecimiento de rutas no invasivas en los ecosistemas más abundantes en especies.

Diseño de trazados y alternancia entre ellos para permitir el restablecimiento natural y por medio de reforestación.

Señalización en lugares sensibles para no causar ruido excesivo, ni contaminación por desperdicios.

6.2. Conclusiones impacto ambiental

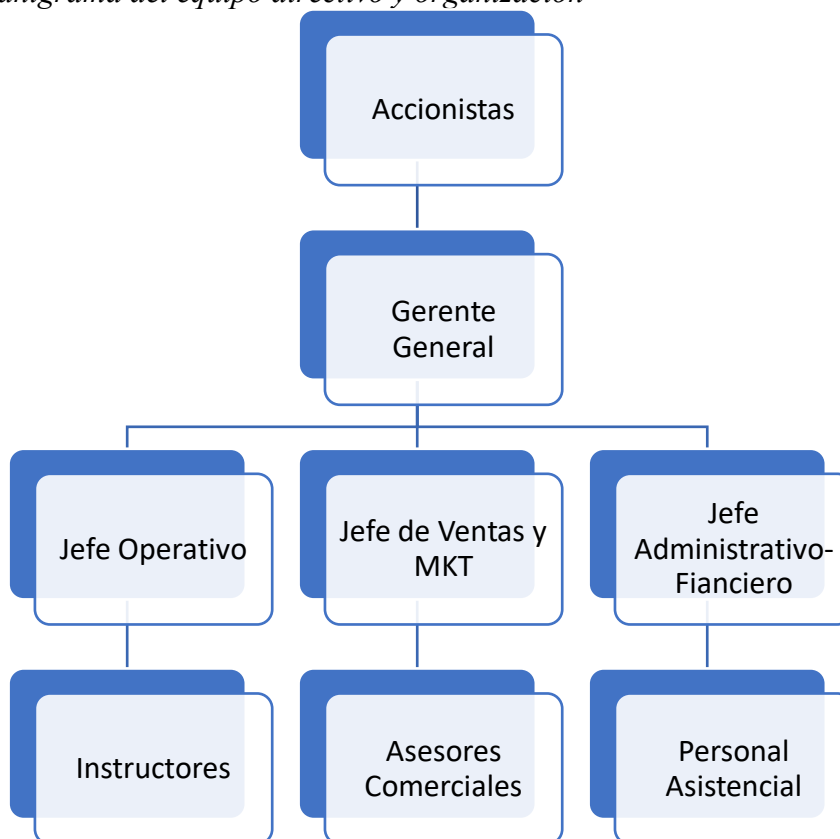
Las actividades que serán necesarias para la implementación del proyecto y su posterior funcionamiento, al igual que cualquier actividad humana, generan un impacto sobre el medio ambiente. Como parte del espíritu del proyecto en el cual los espacios al aire libre son claves para el desarrollo de las actividades y el valor agregado que se quiere entregar a los miembros de nuestra comunidad, el mantenimiento de esos espacios al aire libre y el funcionamiento de nuestro proyecto en armonía con la flora, la fauna, los ecosistemas y la comunidad son esenciales en el cumplimiento de nuestra visión y la estrategia de la empresa. Ante esto se considera que, bajo la ejecución de las tareas definidas en el plan de impacto ambiental, se puede no solamente hacer frente y minimizar el impacto que genera el proyecto, si no también aportar de manera sostenible al entorno, no solo ambiental, sino también a la comunidad por medio del desarrollo de las comunas adyacentes, impactando de manera positiva en su economía e inclusión.

CAPITULO 7

7. EQUIPO DIRECTIVO Y ORGANIZACIÓN

7.1. Organigrama del equipo directivo y organización

Figura 2. Organigrama del equipo directivo y organización



7.2. Detalles del equipo de trabajo – Fichas técnicas

Tabla 2. Organización del proyecto.

Outdoor Sports Community				
Puestos de trabajo				
Puesto de trabajo	Cantidad	Valor mensual unitario	Valor mensual	Forma y momento de Integración
Gerente General	1	\$1.000	\$1.000	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.
Jefe operaciones	1	\$800	\$800	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.

Coordinador de operaciones	1	\$700	\$700	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.
Instructor	4	\$600	\$1.200	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.
Jefe de ventas y MKT	1	\$800	\$800	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.
Vendedor	2	\$600	\$1.200	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.
Jefe financiero	1	\$800	\$800	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.
personal asistencial	2	\$450	\$450	Contrato a término indefinido Integración en el primer trimestre de labores.
Total empleados en Administración	13			

FICHAS TÉCNICAS DE LOS CARGOS

Tabla 3.

Ficha técnica del cargo 1: Gerente General.

FICHA TÉCNICA DEL CARGO			
CARGO	GERENTE GENERAL		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
Responsable de la dirección y representación legal de la empresa, encargado de establecer políticas generales que la regirán. Liderará el desarrollo y el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Planificará el crecimiento del negocio a corto y a largo plazo.	Graduado en Administración de Empresas, Ingeniería de Manejo Deportivo. Preferiblemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.	Experiencia de 2 a 4 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.	Visión de Negocios, orientación a resultados, planificación estratégica, comunicación asertiva, liderazgo y habilidades en negociación y solución de conflictos.

Tabla 4.

Ficha técnica del cargo 1: Jefe de operaciones.

FICHA TÉCNICA DEL CARGO			
CARGO	JEFE DE OPERACIONES		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
Responsable de la logística en las rutas a visitar. Planificará las rutas y cumplimiento de metas mensuales. Liderará el control y la verificación del cumplimiento de los objetivos planteados.	Graduado en Administración de Empresas, Licenciado en Educación Física o afines.	Experiencia de 1 a 3 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.	Conocimientos deportivos, de nutrición, de atención de lesiones deportivas.

Tabla 5.

Ficha técnica del cargo 1: Jefe de ventas y marketing

FICHA TECNICA DEL CARGO			
CARGO	JEFE DE VENTAS Y MARKETING		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
<p>Capacidad y dotes de liderazgo. Habilidades de comunicación y dominio del lenguaje oral y escrito. Perfil analítico orientado a la toma de decisiones y resolución de problemas. Organización y planificación de estrategias</p>	<p>Graduado en Ingeniería ventas, en Ingeniería Marketing o Mercadotecnia o afines.</p>	<p>Experiencia de 1 a 3 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.</p>	<p>Es responsable de estudiar las condiciones del mercado para evaluar las ventas potenciales y con ello crear estrategias de mercadotecnia para un producto o servicio. El analista de marketing debe analizar datos, tendencias, estrategias para aumentar la competitividad de una empresa</p>

Tabla 6.

Ficha técnica del cargo 1: jefe Administrativo y financiero..

FICHA TECNICA DEL CARGO			
CARGO	JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
<p>Planificar, organizar, dirigir y controlar la Gestión de los Recursos Humanos, Logísticos, Contables, Activos Fijos y de Finanzas. Brindar apoyo administrativo que requiera la empresa</p>	<p>Graduado en Administración de Empresas, Ingeniería en Finanzas, Contador Público (CPA), Ingeniero Comercial, Economista, Preferiblemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.</p>	<p>Experiencia de 2 a 4 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.</p>	<p>Debe ser capaz de conseguir y administrar el dinero de la empresa, mediante la evaluación de las alternativas que presente el mercado. Debe tener un buen dominio de las legislaciones nacionales e internacionales, con el fin de evitar problemas legales y de imagen en la organización</p>

Tabla 7.

Ficha técnica del cargo 2: Coordinador de operaciones.

FICHA TECNICA DEL CARGO			
CARGO	COORDINADOR DE OPERACIONES		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
Responsable de las tareas de coordinación entre sedes y rutas definidas por la jefatura, de la logística en las rutas a visitar. Coordinará acciones para el control y la verificación del cumplimiento de los objetivos planteados.	Graduado en Administración de Empresas, Licenciado en Educación Física o afines.	Experiencia de 1 a 3 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.	Conocimientos deportivos, de nutrición, de atención de lesiones deportivas.

Tabla 8.

Ficha técnica del cargo 2: Instructor.

FICHA TECNICA DEL CARGO			
CARGO	INSTRUCTOR		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
Ser entusiasta del deporte que está entrenando. Saber cómo motivar y animar a sus pupilos, para obtener de ellos el máximo rendimiento. Ser capaz de diseñar planes de formación innovadores. Tener buena capacidad de observación, de modo que luego pueda tener información útil sobre el rendimiento.	Estudiante de Licenciatura en Educación Física, cultura deportiva, cursos relacionados al deporte.	Experiencia de 1 a 2 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.	Una actitud positiva y una personalidad accesible. Habilidad de enseñar y motivar personas de todas las edades y procedencias. Buenas habilidades de comunicación para explicar técnicas y movimientos con claridad

Tabla 9.

Ficha técnica del cargo 2: Vendedor.

FICHA TECNICA DEL CARGO			
CARGO	VENDEDOR		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
Responsable del servicio de venta y post venta, cuidado e imagen de la marca, manejo de la parte operativa del marketing, manejo de las plataformas.	Graduado en Ingeniería ventas, en Ingeniería Marketing o Mercadotecnia o afines.	Experiencia de 2 a 4 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.	Con buenas habilidades de comunicación, de interacción con las personas, capacidad de aprendizaje, y una gran autodisciplina

Tabla 10.

Ficha técnica del cargo 2: Personal asistencial.

FICHA TECNICA DEL CARGO			
CARGO	PERSONAL ASISTENCIAL		
Descripción/Actividades	Educación	Experiencia	Habilidades
Manejo de la sede, atención al cliente y comunicación con los interesados. Llevar la agenda del día.	Graduado en Administración de Empresas, Ingeniería de Manejo Deportivo. Preferiblemente con Maestría en Finanzas o Administración de empresas.	Experiencia de 2 a 4 años en cargos o posiciones similares relacionadas con el manejo deportivo.	Capacidad de comunicación, empatía y la paciencia. Debe ser capaz de escuchar y entender al cliente, para proponer soluciones que sean beneficiosas tanto para la compañía como para el cliente.

CAPITULO 8

8. PREVISIONES FINANCIERAS

A continuación, vamos a presentar las principales previsiones financieras, que han sido desarrolladas a partir del ejercicio del proyecto y con base en el modelo en Excel planteado. Se detallan los ingresos, costos y principales gastos del proyecto para evaluar su factibilidad.

8.1. Ingresos.

Los ingresos del proyecto están dados por la provisión del servicio principal (membresía), que constituye el core de la empresa y unos complementarios como el snack bar y la venta de equipamiento deportivo que se constituirán en las ventas cruzadas que permitan tener unos ingresos adicionales para solidificar la posición.

Tabla 11.

Detalle de ingresos netos por varios productos.

Proyección de ingresos

Cantidades expresadas en Dólares	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Ingresos netos del producto/servicio: Membresía comunidad					
Ingresos por Producto/Servicio					
Número de Unidades	900	2.940	4.200	4.200	4.200
Precio de venta	70	75	80	80	80
Total ingresos del producto/servicio	59.200	213.900	336.000	336.000	336.000
Devoluciones	0,0% de las ventas	0	0	0	0
INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO					
<i>% s/Ventas Totales del Proyecto</i>	47,8%	51,8%	59,4%	56,7%	54,2%
Desglose de Ventas					
Ventas al contado	% de las ventas		100,0%	100,0%	100,0%
Ventas a crédito	% de las ventas		0,0%	0,0%	0,0%
Ventas al contado	en dólares	59.200	213.900	336.000	336.000
Ventas a crédito	en dólares	0	0	0	0
Ingresos netos del producto/servicio: Venta y alquiler de equipo deportivo					
Ingresos por Producto/Servicio					
Número de Unidades	96	288	276	276	276
Precio de venta	400	400	500	600	700
Total ingresos del producto/servicio	38.400	115.200	138.000	165.600	193.200
Devoluciones	2,0% de las ventas	768	2.304	2.760	3.864
INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO					
<i>% s/Ventas Totales del Proyecto</i>	30,4%	27,3%	23,9%	27,4%	30,5%

sglose de Ventas

Ventas al contado	% de las ventas			100,0%	100,0%	100,0%
Ventas a crédito	% de las ventas			0,0%	0,0%	0,0%
Ventas al contado	en dólares	37.632	112.896	135.240	162.288	189.336
Ventas a crédito	en dólares	0	0	0	0	0

Ingresos netos del producto/servicio: Snack Bar y suplementos deportivos

Ingresos por Producto/Servicio

Número de Unidades		4.800	13.200	14.400	14.400	14.400
Precio de venta		5	6	6	6	6
Total ingresos del producto/servicio		24.000	79.200	86.400	86.400	86.400
Devoluciones	0,0% de las ventas	0	0	0	0	0

INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO	24.000	79.200	86.400	86.400	86.400
% s/Ventas Totales del Proyecto	19,4%	19,2%	15,3%	14,6%	13,9%

Desglose de Ventas

Ventas al contado	% de las ventas			100,0%	100,0%	100,0%
Ventas a crédito	% de las ventas			0,0%	0,0%	0,0%
Ventas al contado	en dólares	24.000	79.200	86.400	86.400	86.400
Ventas a crédito	en dólares	0	0	0	0	0

Ingresos netos del producto/servicio: Actividades deportivas spot

Número de Unidades		200	480	540	540	540
Precio de venta		15	15	15	15	15
Total ingresos del producto/servicio		3.000	7.200	8.100	8.100	8.100
Devoluciones	0,0% de las ventas	0	0	0	0	0

INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO	3.000	7.200	8.100	8.100	8.100
% s/Ventas Totales del Proyecto	2,4%	1,7%	1,4%	1,4%	1,3%

Desglose de Ventas

Ventas al contado	% de las ventas			100,0%	100,0%	100,0%
Ventas a crédito	% de las ventas			0,0%	0,0%	0,0%
Ventas al contado	en dólares	3.000	7.200	8.100	8.100	8.100
Ventas a crédito	en dólares	0	0	0	0	0

Tabla 12.

Resumen de ingresos netos del proyecto.

Proyección de ingresos

Resumen de Ingresos Netos por Producto/Servicio

Ingresos netos por producto/servicio

Membresía comunidad		59.200	213.900	336.000	336.000	336.000
Venta y alquiler de equipo deportivo		37.632	112.896	135.240	162.288	189.336
Snack Bar y suplementos deportivos		24.000	79.200	86.400	86.400	86.400
Actividades deportivas spot		3.000	7.200	8.100	8.100	8.100
INGRESOS NETOS DEL PROYECTO		123.832	413.196	565.740	592.788	619.836

Desglose de Ventas

Ventas al contado	en dólares	123.832	413.196	565.740	592.788	619.836
Ventas a crédito	en dólares	0	0	0	0	0

8.2. Costos.

8.2.1. Costo de ventas

En virtud de que la naturaleza del proyecto es la provisión de un servicio, los costos asociados a estos son relativamente bajos. Se incluye en el análisis los costos de los productos que serán parte complementaria del servicio principal:

Tabla 13.

Detalle de los costos de venta por producto/servicio anual.

Outdoor Sports Community					
Proyección Coste de Ventas					
<i>Cantidades expresadas en dólares</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
% s/Ventas Totales del Proyecto por producto/servicio					
Membresía comunidad	47.8%	51.8%	59.4%	56.7%	54.2%
Venta y alquiler de equipo deportivo	30.4%	27.3%	23.9%	27.4%	30.5%
Snack Bar y suplementos deportivos	19.4%	19.2%	15.3%	14.6%	13.9%
Actividades deportivas spot	2.4%	1.7%	1.4%	1.4%	1.3%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Costes de ventas del producto/servicio: Membresía comunidad					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	900	2.940	4.200	4.200	4.200
Coste materiales por unidad	5	4	4	4	4
Total ingresos del producto/servicio	4.500	11.760	16.800	16.800	16.800
Mano de obra directa	10.938	28.995	33.930	33.030	32.220
Gastos generales de fabricación	7.033	14.119	16.562	16.122	15.727
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	22.471	54.874	67.292	65.952	64.748
Costes de ventas del producto/servicio: Venta y alquiler de equipo deportivo					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	96	288	276	276	276
Coste materiales por unidad	150	150	170,0	180,0	190,0
Total ingresos del producto/servicio	14.400	43.200	46.920	49.680	52.440
Mano de obra directa	6.953	15.303	13.657	15.953	18.156
Gastos generales de fabricación	4.471	7.452	6.666	7.787	8.862
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	25.824	65.955	67.243	73.421	79.458
Costes de ventas del producto/servicio: Snack Bar y suplementos deportivos					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	4.800	13.200	14.400	14.400	14.400
Coste materiales por unidad	3	3	3,0	3,0	3,0
Total ingresos del producto/servicio	14.400	39.600	43.200	43.200	43.200
Mano de obra directa	4.434	10.736	8.725	8.493	8.285
Gastos generales de fabricación	2.851	5.228	4.259	4.146	4.044
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	21.686	55.563	56.184	55.839	55.529

Costes de ventas del producto/servicio: Actividades deportivas spot					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	200	480	540	540	540
Coste materiales por unidad	0	0	0.0	0.0	0.0
Total ingresos del producto/servicio	0	0	0	0	0
Mano de obra directa	554	976	818	796	777
Gastos generales de fabricación	356	475	399	389	379
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	911	1.451	1.217	1.185	1.156

Tabla 14.

Resumen de coste de venta por productos/servicios

Resumen de Coste de Ventas por Producto/Servicio					
Coste de ventas por producto/servicio					
Membresía comunidad	22.471	54.874	67.292	65.952	64.748
Venta y alquiler de equipo deportivo	25.824	65.955	67.243	73.421	79.458
Snack Bar y suplementos deportivos	21.686	55.563	56.184	55.839	55.529
Actividades deportivas spot	911	1.451	1.217	1.185	1.156
0%	0	0	0	0	0
COSTE DE VENTAS DEL PROYECTO	66.092	177.843	191.937	196.397	200.891

Tabla 15.

Desglose de margen bruto por producto/servicios.

Desglose de Margen Bruto por producto/servicio					
Margen Bruto del producto/servicio: Membresía comunidad					
Ingresos Netos	59.200	213.900	336.000	336.000	336.000
Coste de Ventas	22.471	54.874	67.292	65.952	64.748
MARGEN BRUTO	36.729	159.026	268.708	270.048	271.252
% s/Ventas del Producto/Servicio	62,0%	74,3%	80,0%	80,4%	80,7%
Margen Bruto del producto/servicio: Venta y alquiler de equipo deportivo					
Ingresos Netos	37.632	112.896	135.240	162.288	189.336
Coste de Ventas	25.824	65.955	67.243	73.421	79.458
MARGEN BRUTO	11.808	46.941	67.997	88.867	109.878
% s/Ventas del Producto/Servicio	31,4%	41,6%	50,3%	54,8%	58,0%
Margen Bruto del producto/servicio: Snack Bar y suplementos deportivos					
Ingresos Netos	24.000	79.200	86.400	86.400	86.400
Coste de Ventas	21.686	55.563	56.184	55.839	55.529
MARGEN BRUTO	2.314	23.637	30.216	30.561	30.871
% s/Ventas del Producto/Servicio	9,6%	29,8%	35,0%	35,4%	35,7%
Margen Bruto del producto/servicio: Actividades deportivas spot					
Ingresos Netos	3.000	7.200	8.100	8.100	8.100
Coste de Ventas	911	1.451	1.217	1.185	1.156
MARGEN BRUTO	2.089	5.749	6.883	6.915	6.944
% s/Ventas del Producto/Servicio	69,6%	79,8%	85,0%	85,4%	85,7%

8.2.2. Costo de Producción

Para la estimación de los costos de producción se ha contemplado todo lo referente a las necesidades de personas, de implementos, equipos y espacio necesario, para la provisión del servicio, así de como de los productos complementarios:

Tabla 16.

Gastos de producción.

Outdoor Sports Community

Proyección Costes de Producción

Cantidades expresadas en dólares		Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Ingresos Netos del Proyecto		123.832	413.196	565.740	592.788	619.836
Inflación		1,80%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Costes como % de los costes iniciales		100,00%	101,80%	103,84%	105,91%	108,03%
Costes de Producción						
Mano de obra directa		22.880	56.010	57.130	58.273	59.439
Gastos generales de fabricación						
Número de empleados en producción		3	6	6	6	6
Material de Oficina	3 /Empleado	72	205	224	229	233
Viajes	0 /Empleado	0	0	0	0	0
Comunicación	10 /Empleado	240	682	748	763	778
Alquiler área de producción		12.600	23.088	23.550	24.021	24.501
Agua, electricidad	0,2 /m2	1.200	2.199	2.243	2.288	2.333
Mantenimiento, reparaciones puntuales	0,1 /m2	600	1.099	1.121	1.144	1.167
Total costes indirectos		14.712	27.273	27.886	28.444	29.013
TOTAL COSTES DE PRODUCCIÓN		37.592	83.283	85.017	86.717	88.451
Gastos de Alquiler						
Espacio total de área de producción (m2)		500	900	900	900	900
Coste total alquiler de espacio de producción	2,10 /m2	12.600	23.088	23.550	24.021	24.501

8.3. Gastos de personal:

Para la estimación de los costos de los gastos personales, se ha contemplado todo lo referente a los sueldos de los empleados, el aumento de personal con el pasar del tiempo, el aumento mensual al salario, cantidad de personal y seguridad social y otros gastos de personal.

Tabla 17.

Calendario de contrataciones del personal.

Outdoor Sports Community

Proyección Gastos de Personal

Cantidades expresadas en dólares		Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Calendario de Contrataciones						
Producción	Salario Mensual Salario Anual					
Jefe operaciones	800 9.600	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Coordinador de operaciones	700 8.400	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
instructor	600 7.200	2,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Total empleados en Producción		3,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Marketing y Ventas						
Jefe de ventas y MKT	800 9.600	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Vendedor	600 7.200	2,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Total empleados en Marketing y Ventas		3,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Administración						
Gerente General	1.000 12.000	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Jefe financiero	800 9.600	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
personal asistencial	450 5.400	1,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Total empleados en Administración		2,0	3,0	3,0	3,0	3,0
TOTAL NÚMERO DE EMPLEADOS		8	13	13	13	13

Tabla 18.

Cálculo de gastos por personal.

Outdoor Sports Community							
<i>Proyección Gastos de Personal</i>							
Cálculo de los Sueldos y Salarios							
Producción							
Jefe operaciones		✓	6.400	9.792	9.988	10.188	10.391
instructor		✓	9.600	29.376	29.964	30.563	31.174
Bonus pagados en área de producción	0,0% del salario	✓	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	10,0% del salario	✓	1.600	3.917	3.995	4.075	4.157
Seguridad Social y otros gastos de personal		✓	5.280	12.925	13.184	13.448	13.717
Total Sueldos y Salarios en Producción			22.880	56.010	57.130	58.273	59.439
Marketing y Ventas							
Jefe de ventas y MKT		✓	6.400	9.792	9.988	10.188	10.391
Vendedor		✓	9.600	22.032	22.473	22.922	23.381
Bonus pagados en área de producción	10,0% del salario	✓	1.600	3.182	3.246	3.311	3.377
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	10,0% del salario	✓	1.600	3.182	3.246	3.311	3.377
Seguridad Social y otros gastos de personal			5.760	11.457	11.686	11.919	12.158
Total Sueldos y Salarios en Marketing y Ventas			24.960	49.645	50.638	51.651	52.684
Administración							
Gerente General		✓	8.000	12.240	12.485	12.734	12.989
Jefe financiero		✓	6.400	9.792	9.988	10.188	10.391
personal asistencial		✓	3.600	11.016	11.236	11.461	11.690
Bonus pagados en área de producción	0,0% del salario		0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	10,0% del salario		1.000	2.081	2.122	2.165	2.208
Seguridad Social y otros gastos de personal			3.300	6.867	7.004	7.144	7.287
Total Sueldos y Salarios en Administración			22.300	41.995	42.835	43.692	44.566
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS			70.140	147.651	150.604	153.616	156.689
Seguridad Social y otros gastos de personal	30,0% adicional del salario		30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%
Crecimiento anual de salarios	2,0%						
Salarios como % de los salarios iniciales			100,0%	102,0%	104,0%	106,1%	108,2%

8.4. Opex:

Gastos de operaciones (Operating Expenses), describiremos los gastos que tienen que ver con el funcionamiento y la operación del proyecto. Se le considera un costo continuo o regular para la continuidad del negocio.

Tabla 19.

Resumen de los costes de explotación.

Outdoor Sports Community					
<i>Proyección Costes de Explotación</i>					
<i>Cantidades expresadas en dólares</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
INGRESOS NETOS DEL PROYECTO	123.832	413.196	565.740	592.788	619.836
Inflación	1,80%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Costes como % de los costes iniciales	100,00%	101,80%	103,84%	105,91%	108,03%
Gastos de Personal					
Gastos de Personal (excl. gastos de producción)					
Sueldos y salarios en Diseño	0	0	0	0	0
Sueldos y salarios en Marketing y Ventas	24.960	49.645	50.638	51.651	52.684
Sueldos y salarios en Administración	22.300	41.995	42.835	43.692	44.566
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	47.260	91.641	93.474	95.343	97.250

Gastos de Promoción y Publicidad							
Gastos de promoción y publicidad							
Número de empleados			3	4	4	4	4
Gastos de asesoramiento	Según sea necesario		7.200	7.200	2.400	2.400	2.400
Material de Oficina	5 /Empleado		120	244	249	254	259
Viajes	10 /Empleado		240	489	498	508	519
Comunicación	10 /Empleado		240	489	498	508	519
Publicidad	2,0% de las ventas		2.477	8.264	11.315	11.856	12.397
Ferias y exhibiciones	0,5% de las ventas		619	2.066	2.829	2.964	3.099
Otros	de las ventas		0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD			10.896	18.752	17.790	18.491	19.192
Gastos de Administración							
Gastos de Administración							
Número de empleados (incl. todas áreas excepto producción & marketing y ve			2	3	3	3	3
Material de Oficina	5 /Empleado		80	183	187	15	15
Viajes	10 /Empleado		160	366	374	30	30
Comunicación	10 /Empleado		160	366	374	30	30
Seguros	0,8% de las ventas		991	3.306	4.526	4.742	4.959
Servicios profesionales (legal contabilidad, etc)	Según sea necesario		400	600	600	600	600
Provisión por facturas impagadas	0,0% de las ventas		0	0	0	0	0
Alquiler oficina			1.680	5.131	5.233	5.338	5.445
Agua, electricidad	0,20 /m2		160	489	498	508	519
Mantenimiento, reparaciones puntuales	0,10 /m2		80	244	249	254	259
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			3.711	10.685	12.041	11.518	11.857
Cálculo gastos de alquiler oficina							
Espacio total de oficina (m2)			100	200	200	200	200
Coste total alquiler de oficina	2,10 /m2		1.680	5.131	5.233	5.338	5.445
Imprevistos							
Imprevistos							
Estimación de provisiones	1,0% de las ventas		1.238	4.132	5.657	5.928	6.198
TOTAL IMPREVISTOS			1.238	4.132	5.657	5.928	6.198

Tabla 20. Detalle del OPEX.

Resumen de Costes de Explotación							
Costes de explotación							
Gastos de Personal			47.260	91.641	93.474	95.343	97.250
Gastos de Promoción y Publicidad			10.896	18.752	17.790	18.491	19.192
Gastos de Administración			3.711	10.685	12.041	11.518	11.857
Imprevistos			1.238	4.132	5.657	5.928	6.198
COSTE DE EXPLOTACIÓN DEL PROYECTO			63.105	125.210	128.962	131.280	134.497

8.5. Capex:

El Capex (capital expenditure o gasto en capital) que se detalla a continuación es el gasto que la empresa refleja en bienes y equipo lo cual es un beneficio que garantizará y se podrá medir el crecimiento empresarial. Esto se da, gracias a la adquisición de activos fijos o bien en el aumento del valor de los que ya existen.

Tabla 21.

Resumen anual CAPEX proyectado.

Outdoor Sports Community
Inversiones (CAPEX)

Cantidades expresadas en dólares		Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Plan de inversiones materiales e inmateriales (CAPEX)						
Construcciones e instalaciones Total CAPEX						
SEDE	13.000	7.000	6.000			
Total Inversiones / CAPEX	13.000	7.000	6.000	0	0	0
Maquinaria Total CAPEX						
Equipo deportivo	30.000	15.000	15.000			
Herramientas	4.000	2.000	2.000			
Refrigeradores, cocinas, etc	4.000	2.000	2.000			
Total Inversiones / CAPEX	38.000	19.000	19.000	0	0	0
Vehículos Total CAPEX						
Camioneta	40.000	20.000	20.000			
Total Inversiones / CAPEX	40.000	20.000	20.000	0	0	0
Mobiliario Total CAPEX						
Mejoras y adecuaciones iniciales	1.600	800	800			
Muebles y enseres	6.000	3.000	3.000			
	0	0	0			
	0	0	0			
Total Inversiones / CAPEX	7.600	3.800	3.800	0	0	0
Hardware Total CAPEX						
Equipos de cómputo	6.000	4.000	2.000			
Drones y cámaras deportivas	9.000	4.500	4.500			
Cámaras de seguridad	2.000	1.000	1.000			
Equipos de comunicación	3.750	2.500	1.250			
Total Inversiones / CAPEX	20.750	12.000	7.500	0	0	0
Software Total CAPEX						
Licencias de software	2.000	2.000	0			
Permisos de funcionamiento	3.000	1.500	1.500			
	0	0	0			
	0	0	0			
Total Inversiones / CAPEX	5.000	3.500	1.500	0	0	0
TOTAL INVERSIONES / CAPEX	124.350	65.300	57.800	0	0	0

Cálculo de las Amortizaciones

Construcciones e instalaciones Plazos Amortización						
SEDE	33 años	295	394	394	394	394
0	20 años	0	0	0	0	0
Total amortizaciones		295	394	394	394	394
Maquinaria Plazos Amortización						
Equipo deportivo	5 años	4.500	6.000	6.000	6.000	6.000
Herramientas	5 años	600	800	800	800	800
Refrigeradores, cocinas, etc	5 años	600	800	800	800	800
Total amortizaciones		5.700	7.600	7.600	7.600	7.600

Vehículos	Plazos Amortización					
Camioneta	5 años	6.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Total amortizaciones		6.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Mobiliario	Plazos Amortización					
Mejoras y adecuaciones iniciales	10 años	120	160	160	160	160
Muebles y enseres	10 años	450	600	600	600	600
Total amortizaciones		570	760	760	760	760
Hardware	Plazos Amortización					
Equipos de cómputo	5 años	900	1.200	1.200	1.200	1.200
Drones y cámaras deportivas	5 años	1.350	1.800	1.800	1.800	1.800
Cámaras de seguridad	5 años	300	400	400	400	400
Equipos de comunicación	5 años	563	750	750	750	750
Total amortizaciones		3.113	4.150	4.150	4.150	4.150
Software	Plazos Amortización					
Licencias de software	5 años	300	400	400	400	400
Permisos de funcionamiento	1 años	1.500	1.500	0	0	0
Total amortizaciones		1.800	1.900	400	400	400
TOTAL AMORTIZACIONES		17.478	22.804	21.304	21.304	21.304

Resumen de CAPEX Material e Inmaterial

Inversiones (CAPEX) del período		65.300	57.800	0	0	0
Inversiones Acumuladas - Activo Fijo	▲	65.300 ▲	123.100	123.100	123.100	123.100
Amortizaciones del período		17.478	22.804	21.304	21.304	21.304
Amortización Acumulada	▲	17.478 ▲	40.282	61.586	82.890	104.194

8.6. Cuenta de resultados:

La cuenta de resultado es el registro contable que representa la evolución del negocio durante el período 2023-2027. Para su ejecución, la cuenta de explotación analítica se alimenta de los gastos e ingresos de la empresa.

Tabla 22.

Cuenta de explotación proyectada.

Outdoor Sports Community

Cuenta de Explotación Proyectada

Cantidades expresadas en Euros	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Ingresos Netos del Proyecto	123.832	413.196	565.740	592.788	619.836
Coste de Ventas	(66.092)	(177.843)	(191.937)	(196.397)	(200.891)
MARGEN BRUTO	57.740	235.353	373.803	396.391	418.945
% s/Ventas Totales del Proyecto	47%	57%	66%	67%	68%
Costes de Explotación					
Gastos de Personal	(47.260)	(91.641)	(93.474)	(95.343)	(97.250)
Gastos de Promoción y Publicidad	(10.896)	(18.752)	(17.790)	(18.491)	(19.192)
Gastos de Administración	(3.711)	(10.685)	(12.041)	(11.518)	(11.857)
Imprevistos	(1.238)	(4.132)	(5.657)	(5.928)	(6.198)
Total Costes de Explotación	(63.105)	(125.210)	(128.962)	(131.280)	(134.497)
% s/Ventas Totales del Proyecto	-51%	-30%	-23%	-22%	-22%
EBITDA	(5.365)	110.143	244.841	265.111	284.447
% s/Ventas Totales del Proyecto	-4%	27%	43%	45%	46%
Amortización	(17.478)	(22.804)	(21.304)	(21.304)	(21.304)
EBIT	(22.843)	87.339	223.537	243.807	263.144
% s/Ventas Totales del Proyecto	-18%	21%	40%	41%	42%
Gastos Financieros	(7.200)	(7.200)	(7.200)	(7.200)	(7.200)
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
		0,0% saldo caja			
Beneficio antes de Impuestos	(30.043)	80.139	216.337	236.607	255.944
Impuesto sobre beneficio	0	(12.524)	(54.084)	(59.152)	(63.986)
		25,0% del beneficio			
BENEFICIO NETO (PÉRDIDA)	(30.043)	67.615	162.253	177.455	191.958
Beneficio Antes de Impuestos		80.139	216.337	236.607	255.944
Beneficio Antes de Impuestos Acumulado	(30.043)	80.139	216.337	236.607	255.944
Impuesto de Sociedades a Pagar	0	12.524	54.084	59.152	63.986

8.7. Fondo de Maniobra

Son recursos financieros a largo plazo que una empresa requiere o necesita para poder realizar sus actividades a corto plazo. Este cálculo se lo obtiene al restar el activo corriente menos el pasivo corriente y se ha realizado el ejercicio a 5 años, es decir, entre los años 2023 al 2027.

Tabla 23.

Estimación del fondo de maniobra anual.

Outdoor Sports Community

Fondo de Maniobra proyectado

Cantidades expresadas en Euros	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Ingresos Netos del Proyecto	123.832	413.196	565.740	592.788	619.836
Inflación	1,80%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Costes como % de los costes iniciales	100,00%	101,80%	103,84%	105,91%	108,03%

Estimación Activos Corrientes

Inventario

Coste de Ventas del Proyecto			191.937	196.397	200.891
Días de inventario			15	15	15
TOTAL INVENTARIO	4.150	7.463	7.888	8.071	8.256

Clientes

Ventas a crédito del proyecto			0	0	0
Días de cobro			0	0	0
TOTAL CLIENTES	0	0	0	0	0

Otros Activos Corrientes

Ingresos Netos del Proyecto			565.740	592.788	619.836
% de las Ventas Totales			0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL OTROS ACTIVOS CORRIENTES	0	0	0	0	0

Estimación Pasivos Corrientes

Proveedores

Coste de Ventas del Proyecto			191.937	196.397	200.891
Días de pago			30	30	30
TOTAL PROVEEDORES	8.299	14.926	15.776	16.142	16.512

Otros Pasivos Corrientes

Coste de Ventas del Proyecto			191.937	196.397	200.891
% del Coste de Ventas			0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL OTROS PASIVOS CORRIENTES	0	0	0	0	0

Tabla 24.

Resumen del fondo de maniobra anual estimado.

Outdoor Sports Community					
Fondo de Maniobra proyectado					
Cálculo del Fondo de Maniobra					
Inventario	4.150	7.463	7.888	8.071	8.256
Clientes	0	0	0	0	0
Otros activos corrientes	0	0	0	0	0
Proveedores	(8.299)	(14.926)	(15.776)	(16.142)	(16.512)
Otros pasivos corrientes	0	0	0	0	0
FONDO DE MANIOBRA	(4.150)	(7.463)	(7.888)	(8.071)	(8.256)

8.8. Balance

Es un informe financiero que nos permite verificar la situación económica de la empresa en un determinado momento, en este caso, se analiza la situación económica de la compañía entre los años 2023 al 2027.

Tabla 25.

Balance general del proyecto.

Outdoor Sports Community					
Balance de Situación proyectado					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja	61.285	99.521	335.283	539.293	697.574
Inventario	4.150	7.463	7.888	8.071	8.256
Clientes	0	0	0	0	0
Otros activos corrientes	0	0	0	0	0
Total Activos Corrientes	65.434	106.984	343.171	547.364	705.829
Activos Fijos					
Activos Fijos (tangibles & intangibles)	65.300	123.100	123.100	123.100	123.100
Amortización Acumulada	(17.478)	(40.282)	(61.586)	(82.890)	(104.194)
Activo Fijo Neto	47.822	82.818	61.514	40.210	18.906
TOTAL ACTIVO (A)	113.256	189.802	404.685	587.575	724.736
PASIVOS					
Pasivo Corriente					
Proveedores	8.299	14.926	15.776	16.142	16.512
Impuestos a pagar	0	2.305	54.084	59.152	63.986
Otros pasivos corrientes	0	0	0	0	0
Deudas a pagar a corto plazo	0	0	0	60.000	0
Total Pasivos Corrientes	8.299	17.230	69.860	135.294	80.497

Pasivos a Largo Plazo					
Deudas a largo Plazo	60.000	60.000	60.000	0	0
Total Pasivos a Largo Plazo	60.000	60.000	60.000	0	0
TOTAL PASIVO (B)	68.299	77.230	129.860	135.294	80.497
FONDOS PROPIOS					
Capital Social	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
Reservas	(28.016)	30.658	37.572	199.825	377.280
Beneficio (pérdida) del ejercicio	(2.026)	6.914	162.253	177.455	191.958
TOTAL FONDOS PROPIOS ©	44.957	112.572	274.825	452.280	644.238
TOTAL PASIVO Y FONDOS PROPIOS	113.256	189.802	404.685	587.575	724.736
A = B + C	<i>ok</i>	<i>ok</i>	<i>ok</i>	<i>ok</i>	<i>ok</i>
	0	0	0	0	0

8.9. Estado Cash-Flow

Es un informe que nos permite determinar la cantidad de dinero que entra y sale de la compañía, en este caso, un informe entre los años 2023 al 2027 considerando las operaciones, inversiones y financiamiento.

Tabla 26.

Estado de Cash Flow.

Estado de Cash Flow proyectado

<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
CAJA AL INICIO DEL EJERCICIO	0	61.285	99.521	335.283	539.293
Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes					
Beneficio Neto	(30.043)	67.615	162.253	177.455	191.958
Amortizaciones & Depreciaciones	17.478	22.804	21.304	21.304	21.304
Reducción (Aumento) de Activos Corrientes (sin caja)	(4.150)	(3.313)	(425)	(183)	(185)
Aumento (reducción) de Pasivo Corriente (sin deuda)	8.299	8.931	52.630	5.434	5.203
Total Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes	(8.415)	96.037	235.762	204.010	218.280
Flujo de Caja de las Inversiones					
CAPEX - Inversiones	65.300	57.800	0	0	0
Total Flujo de Caja de las Inversiones	65.300	57.800	0	0	0
Flujo de Caja de las Operaciones de Financiación					
Aportaciones de los fundadores	75.000	0	0	0	0
Aportaciones de los Inversores	0	0	0	0	0
Deuda de los inversores	0	0	0	0	0
Deuda Bancaria 1	60.000	0	0	0	0
Deuda Bancaria 2	0	0	0	0	0
Recompra de Acciones	0	0	0	0	0
Amortización Deuda de los inversores	0	0	0	0	0
Amortización Deuda Bancaria 1	0	0	0	0	(60.000)
Amortización Deuda Bancaria 2	0	0	0	0	0
Dividendos	0	0	0	0	0
Total Flujo de Caja de las Operaciones de Financiación	135.000	0	0	0	(60.000)
CAJA AL FINAL DEL EJERCICIO	61.285	99.521	335.283	539.293	697.574

Tabla 27.

Análisis de las rondas de financiación para Cash Flow.

Estado de Cash Flow proyectado

<i>Cantidades expresadas en Euros</i>					
	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Análisis de las rondas de financiación					
Participación en el capital del equipo promotor	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Porcentaje del capital social asociado a la inversión		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Participación en el capital de inversores	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
A Balance:					
Capital Social	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
Reservas	(28.016)	30.658	37.572	199.825	377.280
Caja Máxima:	697.574				
Caja Mínima:	12.857				

8.10. Deuda

Es un detalle que nos permite determinar las deudas que posee la compañía para poder mantener la operación de su negocio, en este caso, se está realizando una amortización al vencimiento y por un período de tiempo de 5 años.

Tabla 28.

Resumen Anual de los gastos por Deuda Bancaria.

Calendario de Amortización de Deudas

<i>Cantidades expresadas en dólares</i>					
	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Amortización Deuda Bancaria 1					
Principal:	60.000				
Tipo de interés:	12,0%				
Plazo de Amortización:	5 años				
Tipo de amortización:	2 (1= amortización constante del principal; 2 = amortización de pri				
			1	1	1
Cálculo de repago de principal:	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Repago de principal:	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Saldo Inicial:	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Amortización:	7.200	7.200	7.200	7.200	67.200
Principal:	0	0	0	0	60.000
Intereses:	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Saldo Final:	60.000	60.000	60.000	60.000	0
Deuda a pagar a corto plazo:	0	0	0	60.000	0
Deuda a largo plazo:	60.000	60.000	60.000	0	0
Balance - Pasivo					
Pasivo Corriente					
Deudas a pagar a corto plazo	0	0	0	60.000	0
Pasivos a Largo Plazo					
Deudas a largo Plazo	60.000	60.000	60.000	0	0
Cuenta de Explotación					
Gastos Financieros	(7.200)	(7.200)	(7.200)	(7.200)	(7.200)

8.11. Necesidades de Financiación.

Es un detalle que nos permite dar a conocer las necesidades de inversión que requiere la compañía siendo el caso, una financiación a largo plazo para poder mantener la operación del negocio.

Tabla 29.

Resumen anual de las necesidades de financiación

Necesidades de Financiación					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Necesidades de Financiación					
Caja al inicio del ejercicio (sin incluir flujo de caja de las ops. de financiación)	0	(73.715)	(35.479)	200.283	404.293
Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes	(8.415)	96.037	235.762	204.010	218.280
Flujo de Caja de las Inversiones	65.300	57.800	0	0	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN	(73.715)	(35.479)	200.283	404.293	622.574
NECESIDAD DE FINANCIACIÓN DEL PROYECT	<u>(122.143)</u>				

8.12. TIR del Inversor de Financiación

Es el cálculo para determinar la rentabilidad que tendría un inversionista al realizar una inversión en un determinado proyecto. En nuestro caso, no se ha considerado dicho cálculo debido a que el proyecto será financiado con los fondos aportados por los fundadores y un préstamo inicial.

8.13. Rentabilidad del Proyecto

Es el cálculo que nos permite determinar la rentabilidad que tendrá el proyecto, en este caso, se puede determinar que el proyecto es rentable, dado que su tasa interna de retorno TIR, es del 85% y su valor actual neto VAN es de \$179,415 y con un período de recuperación PR a 1.97 años. Por tanto, se puede afirmar que el proyecto es rentable.

Tabla 30.

Cálculo de rentabilidad del proyecto.

Cálculo de la Rentabilidad del Proyecto

Cantidades expresadas en euros	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Inversión (Capital social inicial)	75,000	0	0	0	0
Beneficio neto (después de impuestos)	-30,043	67,615	162,253	177,455	191,958
Amortización	17,478	22,804	21,304	21,304	21,304
Cash-Flow (Flujo de Caja)	-12,565	90,419	183,557	198,759	213,262

Cash-Flow (Flujo de Caja)

Tipo de interés 30.0%

VAN		179,415
TIR		85%
PR		1.97

CAPITULO 9

9. CONCLUSIONES Y APLICACIONES

9.1. Conclusiones generales

Empresa con una inversión inicial de \$75.000 por parte de 5 accionistas, los cuales plantearon una idea nueva para obtener además de una ganancia rentable, una comunidad deportiva que no tiene el país, y que, para la obtención de esta comunidad, se ha realizado el debido análisis del entorno, un plan de marketing y comercial, customer service, cuidado del impacto al medio ambiente y el análisis financiero, obteniendo un crecimiento empresarial en un plazo de 5 años.

Se puede apreciar que, para la creación de la comunidad deportiva, además de la inversión inicial, debemos cubrir las necesidades de implementación y funcionamiento del proyecto, por tanto, se requirió de un préstamo en una institución financiera por un valor de \$60.000 y con un plazo de amortización a 5 años. Esto debido a las diferentes actividades consideradas y que son necesarias para cada una de las fases del proyecto

9.2. Conclusiones específicas

Después de analizar e interpretar los resultados que tenemos, determinamos la rentabilidad que tendrá el proyecto, con un TIR, es del 85% y su valor actual neto VAN es de \$179,415 y con un período de recuperación PR a 1.97 años. Por tanto, se puede afirmar que el proyecto es rentable.

CAPITULO 10

10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aguirre Toledo, C. A. (2018). Plan de negocios para emprendimiento en el área de análisis de datos y Business Intelligence.

Antún, J. P., & Ojeda, L. (2004). Benchmarking de procesos logísticos. Ingeniería. Investigación y tecnología, (1), 59-76

de Jaime Eslava, J. (2016). La rentabilidad: análisis de costes y resultados. ESIC editorial.

de las Peñas, Á. P. (2016). Fuentes de financiación. ESIC Editorial.

Fernández, C. L. (2020). Proyecto de inversión (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas).

Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Contribuciones a la Economía, 11.

CAPITULO 11

11. ANEXOS