



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MENCIÓN: GESTIÓN DE PROYECTOS

Resolución: RPC-SO-14-No.287-2020-CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del artículo

“Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito”

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Anthony Alexander Escobar Santamaria

Tutor/a:

Mg. Ana Lucia Tulcán – Mg. Doris Calle

Quito – Ecuador 2025

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucía Tulcán con C.I: 040137108-3 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: “Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito”.

Elaborado por: Anthony Alexander Escobar Santamaria, de C.I:1719899351, estudiante de la Maestría: Administración de empresas, mención: Gestión de proyectos, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 17 de marzo de 2025

Firma

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Doris Marcela Calle Landázuri con C.I: 171921228-2 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: “Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito”.

Elaborado por: Anthony Alexander Escobar Santamaria, de C.I: 1719899351, estudiante de la Maestría: Administración de empresas, mención: Gestión de proyectos, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 17 de marzo de 2025

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Anthony Alexander Escobar Santamaria con C.I: 1719899351, autor/a del proyecto de titulación denominado: “Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito”. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de empresas, mención gestión de proyectos.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 21 de marzo del 2025

Firma

TABLA DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	IV
Información General	1
Contextualización del tema	1
Problema de Investigación.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos específicos	3
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos.....	4
Capítulo I: Descripción del Proyecto.....	5
1.1 Contextualización General del Estado del Arte	5
1.1.1 Plan de Negocios.....	5
1.1.2 Objetivo del Plan de Negocios	5
1.1.3 Investigación de Mercado.....	5
1.1.4 Propuesta de Valor	6
1.1.5 Actividad Física.....	6
1.1.6 Crossfit	6
1.1.7 Revisión de Investigaciones Previas.....	7
1.2 Proceso Investigativo Metodológico	9
1.2.1 Enfoque de Investigación.....	9
1.2.2 Tipo de Investigación	10
1.2.3 Población y Muestra	10
1.2.4 Técnicas e instrumentos	11
1.3 Análisis de Resultados.....	12
Resultados de las entrevistas.....	26
Capítulo II: Propuesta	29
2.1 Fundamentos Teóricos Aplicados	29
a. Estructura general.....	29
2.1.1 Mercadeo.....	29
2.1.2 Operaciones.....	30
2.1.3 Organizacional	31
2.1.4 Análisis Financiero	32

2.1.5 Modelo Canvas	33
b. Explicación del aporte.....	33
c. Estrategias y/o técnicas	34
2.4 Matriz de articulación de la propuesta	58
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES.....	61
Bibliografía	62
Anexos.....	65
2.3 Validación de la Propuesta	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	26
Tabla 2	38
Tabla 3	42
Tabla 4	42
Tabla 5	43
Tabla 6	44
Tabla 7	44
Tabla 8	45
Tabla 9	47
Tabla 10	49
Tabla 11	50
Tabla 12	50
Tabla 13	51
Tabla 14	53
Tabla 15	54
Tabla 16	54
Tabla 17	55
Tabla 18	56
Tabla 19	58
Tabla 20	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	12
Figura 2	13
Figura 3	14
Figura 4	15
Figura 5	16
Figura 6	17
Figura 7	18
Figura 8	19
Figura 9	20
Figura 10	21
Figura 11	22
Figura 12	23
Figura 13	24
Figura 14	25
Figura 15	26
Figura 16	33
Figura 17	34
Figura 18	35
Figura 19	37
Figura 20	39
Figura 21	40
Figura 22	41
Figura 23	47
Figura 24	57

Información General

Contextualización del tema

En la actualidad, el fitness ha surgido con una tendencia significativa a nivel mundial, debido al interés de la población por tener un buen estado físico, y mental, es por ello que la apertura de un box de crossfit representa una gran oportunidad a nivel empresarial ya que las personas cada vez se preocupan más en su salud, los resultados que se obtienen entrenando crossfit son visibles desde el primer mes ya que realizando ejercicio de alta intensidad y llevando una dieta saludable se pueden lograr los objetivos deseados.

En Ecuador a raíz de la pandemia, miles de personas se vieron afectadas físicamente y psicológicamente lo que despertó el interés en el cuidado de su salud, adaptando a su alimentación productos saludables e incluyendo diversas actividades físicas, muchas personas invirtieron su tiempo en realizar deporte y pudieron observar como resultado que su sistema inmune mejoró y al contraer enfermedades, estas no fueron tan agresivas, ya que sus defensas subieron al mantenerse en actividad, mientras que otras personas llevaban un estilo de vida sedentario.

La metodología de crossfit ha llamado la atención de muchas personas debido a que ayuda a mejorar la condición física, combinando ejercicios de alta intensidad con movimientos funcionales, desarrollando habilidades fuera de lo común como caminar de manos, rompiendo su zona de confort. Cada entrenamiento es personalizado, lo puede practicar cualquier persona, desde jóvenes que están en desarrollo hasta adultos mayores, se puede encontrar diferentes niveles de atletas como: Principiantes, intermedios y RX o avanzados, la categorización depende de las condiciones físicas y dominio de los movimientos realizados en crossfit que combina la halterofilia, la gimnasia y movimientos funcionales.

Muchas personas piensan que este deporte es lesivo, pero influye mucho la técnica que se ejecute, para eso un box de CrossFit debe contar con entrenadores capacitados, que hayan cumplido con el nivel L1 de crossfit para poder impartir clases y con excelente condición física que ayuden a las personas a potenciar sus habilidades, manejando una técnica adecuada que permita la correcta ejecución de los movimientos.

Practicar crossfit tiene muchos beneficios físicos, por ejemplo, aumentar la resistencia muscular, mejorar la coordinación, aumentar la fuerza, y llevar un estilo de vida saludable, fortaleciendo los puntos

mencionados se puede combatir y controlar distintas enfermedades cómo: Hipertensión arterial, diabetes tipo 2, obesidad, niveles altos de colesterol, entre otras.

Realizar actividad física frecuentemente también ayuda de manera positiva a la salud mental, reduce el estrés ya que aporta con la liberación de endorfinas en el cuerpo, estas sustancias al ser liberadas ayudan a mejorar el estado de ánimo y como resultado mejora la autoestima, además de ser una de las mejores opciones para combatir la ansiedad y depresión, además se conoce mucha gente ya que las clases son grupales y esto genera un ambiente motivador ya que los participantes quieren llegar a lograr metas como resultados visibles, muchos de los atletas también se preparan para competencias importantes dentro y fuera de la ciudad, esto les ayuda a perder el miedo y salir de su zona de confort, conociendo atletas de otros establecimientos de los cuales se puede aprender y llevarse una bonita experiencia para seguir corrigiendo errores para mejorar las próximas competencias, pero el orgullo más grande es ver la disciplina de la gente y las ganas de mejorar y salir adelante que la aplican no solo en crossfit, sino en su día a día.

En la ciudad de Quito, desde el año 2010 se crearon los primeros boxes de crossfit, a partir de ello la industria ha ido evolucionando y se han ido creando cada vez más boxes en la actualidad se puede encontrar alrededor de 30 establecimientos en los cuales se practica este deporte, por otro lado hay personas que nunca lo han practicado debido a los altos costos de las membresías por lo cual se pretende ofertar distintas promociones para las personas que deseen adaptar esta disciplina en sus vidas.

El Sector de Santa Inés de Chillogallo es un barrio que está en crecimiento, con un gran nivel de jóvenes y adultos interesados en invertir en su salud realizando actividades físicas, pero no existe ningún box que ofrezca entrenamientos de crossfit en el sector, únicamente se ha determinado la existencia de gimnasios pequeños, pero cabe mencionar que gimnasio y crossfit son disciplinas diferentes ya que en los gimnasios tradicionales se utilizan máquinas y los espacios son muy reducidos, no hay un control en los ingresos de los miembros, ni horarios establecidos, mientras que en crossfit los entrenamientos por lo general son de una hora en donde cada atleta tiene su espacio para realizar actividades de alta intensidad cómo correr, hacer sentadillas, flexiones de pecho, pull ups, levantamientos olímpicos, entre otros ejercicios que ayudan a mejorar la fuerza y vitalidad.

Esto representa una gran oportunidad para poder implementar un crossfit en el sector dado a que existe poca competencia directa en la zona, por lo cual realizamos un análisis exhaustivo de la demanda local que permite establecer estrategias para atraer clientes y fidelizarlos.

Problema de Investigación

Las personas cada vez más se preocupan de su aspecto físico y su salud, es por eso que el presente plan de negocios busca incentivar a realizar actividad física a los moradores de Santa Inés, aplicando estrategias que ayudarán a fidelizar a los posibles clientes.

Existen pocos establecimientos deportivos en barrios aledaños en los que se pueda realizar actividades físicas y los gimnasios que se puede encontrar en la zona disponen de máquinas antiguas, además, no cuentan con entrenadores certificados que ayuden a realizar bien los movimientos para evitar lesiones, lo que es un punto a favor para que se efectué el plan de negocios ya que las instalaciones e implementos serán nuevos y los entrenadores deberán tener la certificación L1 para poder brindar clases de crossfit..

En cuanto a lo económico, los boxes de crossfit tienen membrecías con precios muy elevados por lo que se realizará ofertas mensuales con precios accesibles para que los alumnos se incentiven y no dejen de entrenar

¿Cuál es el plan de negocio más efectivo para la creación de un box de CrossFit en Santa Inés en el sur de Quito, considerando las necesidades del mercado local, la competencia, y los recursos necesarios para su implementación y sostenibilidad?

Objetivo General

Diseñar un Plan de negocio para la creación de un box de CrossFit ubicado en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito para determinar su viabilidad y éxito.

Objetivos específicos

- Contextualizar los fundamentos teóricos del plan de negocios y su viabilidad a través de las fuentes primarias y secundarias.
- Diagnosticar mediante una investigación de mercado exhaustiva que incluya encuestas y entrevistas, las necesidades y preferencias de la comunidad del sur de Quito.
- Desarrollar una propuesta de valor que nos distinga del resto de boxes de CrossFit mediante la estructura del plan de negocios y el modelo canvas.
- Validar mediante la revisión de especialistas la factibilidad del plan de negocios para el lanzamiento del box de CrossFit.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos

La presente investigación tiene como propósito incentivar a los moradores de Santa Inés a realizar actividades físicas, debido a que los malos hábitos de las personas perjudican su bienestar, los cuales deben ser corregidos a través de la adopción de estilos de vida saludables para prevenir enfermedades perjudiciales para la salud, como la diabetes, obesidad, ansiedad y depresión, entre otras, que han incrementado a lo largo de los años en la población. La prevención es fundamental para obtener resultados positivos, por lo cual fomentar al deporte es esencial para combatir enfermedades y fortalecer el sistema inmunológico.

Se crearán plazas de trabajo para entrenadores que se encuentren certificados, quienes podrán disfrutar de estabilidad laboral en un ambiente motivador que contribuirá con su experiencia profesional. De igual manera, los clientes se beneficiarán ya que los entrenamientos se brindarán por parte de entrenadores certificados que aseguren la correcta ejecución de las técnicas, generando confianza. Además, el establecimiento contará con un moderno y adecuadamente equipado para la comodidad de los clientes.

De esta manera, la elaboración del plan de negocios se vuelve crucial. Mediante los resultados obtenidos, se puede identificar las necesidades para que la población de Santa Inés y ofrecer un box de CrossFit que ofrezca nuevas opciones de ejercicio, con una infraestructura e implementos de primera calidad, entrenamientos personalizados, instructores certificados y clases entretenidas.

Capítulo I: Descripción del Proyecto

1.1 Contextualización General del Estado del Arte

La propuesta consiste en la elaboración de un plan de negocios sólido basado en sustentos teóricos que faciliten su desarrollo. En primer lugar, es esencial analizar el concepto y los objetivos del plan de negocios, así como la investigación de mercado, sus enfoques y los elementos utilizados para la obtención y análisis de datos. Así mismo, se debe mencionar la propuesta de valor y factores diferenciadores. Además, conocer los conceptos de crossfit, su metodología, la actividad física y los beneficios para la salud. Esto conforma un marco referencial que facilitará la evaluación de su viabilidad.

1.1.1 Plan de Negocios

Según (Medina, 2019) El plan de negocios es una herramienta con la cual se puede delinear la empresa que se desea poner en marcha y sus circunstancias. En el plan de negocios el emprendedor tiene una guía clara de los elementos que debe desarrollar para que de manera organizada poder hacer realidad la idea de negocio y poder atraer posibles inversionistas y alianzas estratégicas que ayuden en el crecimiento empresarial.

1.1.2 Objetivo del Plan de Negocios

Los planes de negocios tienen como objetivo identificar si la creación de una organización es favorable, mediante una serie de estrategias que aplican para lograr el crecimiento de la empresa en ámbitos económicos y sociales. Además, mediante el análisis de varios autores poder nutrir la investigación con los aspectos más importantes que podamos adaptar al plan de negocio. (Villanueva, 2020).

1.1.3 Investigación de Mercado

El autor (Palacios, 2021) menciona que para realizar una investigación de mercado es importante identificar las necesidades de los consumidores, para llegar a esto se necesita realizar un levantamiento de información mediante un enfoque cualitativo, cuantitativo o mixto, utilizando instrumentos de recolección de datos como las entrevistas y las encuestas que se aplican a una población determinada, cuando las poblaciones son muy grandes se aplica el muestreo, como resultado se obtendrá un porcentaje adecuado de habitantes a los que se aplicarán estos instrumentos de recolección de datos llegando así a poder identificar oportunidades y amenazas que puedan afectar al plan de negocios para poder corregirlas a tiempo.

Las empresas buscan el desarrollo y para ello aplican la investigación de mercado en búsqueda de cumplir sus objetivos aplicando este método y reducir el margen de error al momento de tomar decisiones

ya que mediante la recolección de datos se puede identificar información real de la situación actual y aplicar un análisis resultado de los datos obtenidos a través de gráficos estadísticos que describen cada pregunta.

1.1.4 Propuesta de Valor

Para poder implementar una propuesta de valor exitosa se debe identificar las necesidades de los clientes y hallar la forma de satisfacerlas de manera única, para un box de crossfit en Santa Inés lo importante es enfocarse en los beneficios tangibles que se puede ofrecer a los clientes tanto en entrenamientos como en instalaciones e implementación, así como en la creación de una comunidad inclusiva y motivadora.

1.1.5 Actividad Física

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) la actividad física se define como: “Cualquier movimiento del cuerpo que implique el uso de los músculos esqueléticos y conlleve un gasto energético.” Este término abarca todos los tipos de movimientos, incluidos aquellos realizados durante el tiempo de ocio, para desplazarse hacia y desde sitios específicos, o como parte de las responsabilidades laborales de una persona. Por otro lado, la actividad física ya sea de intensidad moderada o alta, tiene un impacto positivo en la salud.

1.1.6 Crossfit

CrossFit es una entidad mundial dedicada a mejorar la salud, el bienestar y el rendimiento a través de la nutrición y el ejercicio. Fundada en una definición precisa y científicamente rigurosa del fitness, el programa de CrossFit produce resultados tangibles que son cuantificables y replicables. Estos resultados están respaldados por datos recopilados en gimnasios y laboratorios médicos, los cuales confirman que CrossFit tiene un impacto significativo en la mejora del rendimiento atlético y la salud. (Crossfit, 2019).

Greg Glassman, un exgimnasta y entrenador de fitness, es reconocido como el creador del CrossFit en la década de 1990 en Santa Cruz, California. Glassman buscaba superar las limitaciones de los programas de entrenamiento convencionales al notar que la especialización en una sola área dejaba a los atletas deficientes en otras. Inspirado por la idea de una aptitud física integral, desarrolló el enfoque de CrossFit. (Planillas, 2021)

El crecimiento del CrossFit sigue en ascenso, con una participación cada vez mayor de personas en todo el mundo en este riguroso programa de entrenamiento físico. Este desarrollo ha enfocado más la atención en la técnica y la seguridad, con el objetivo de hacer los entrenamientos accesibles para todos. Constantemente se están investigando y aplicando nuevos estudios y técnicas para mejorar el rendimiento y minimizar el riesgo de lesiones. (Sedano, 2024)

Un Crossfit bien gestionado no solo genera rentabilidad, sino que también ayuda a muchas personas a poder mejorar su autoestima y salud, se puede conocer mucha gente y compartir como una gran comunidad de este lindo deporte.

1.1.7 Revisión de Investigaciones Previas

Título: “Plan de negocio para la creación de una empresa de helado de mandarina “Tangerine IceCream”, en el Distrito Metropolitano de Quito.”

Objetivos: El presente plan de negocios pretende ofrecer un helado bajo en calorías con sabor a mandarina, su público objetivo son los niños y adultos, se pudo identificar la viabilidad del proyecto en la ciudad de Quito, utilizando herramientas de recolección de datos para evaluar la demanda potencial, el autor utilizó investigación de campo para identificar necesidades que demostraron un interés sustancial por parte de los usuarios, también menciona el análisis de competencia debido a que existen muchas marcas conocidas en el mercado. (Torres, 2021)

El autor realizó un análisis financiero que permite identificar cuanto necesita para su inversión inicial y sostenibilidad, costos de venta y gastos administrativos que se implementaran en el inicio de sus operaciones. Además, la propuesta de helados de mandarina tiene un plus debido a que este producto se fabricará con fruta natural y será endulzado con edulcorantes, evitando así el uso de aditivos artificiales que son perjudiciales para la salud de los consumidores.

Se obtendrá varios beneficiarios, entre ellos, los empleados de la empresa que obtendrán una remuneración por el trabajo realizado, y de esta manera poder generar empleo en la comunidad, así mismo los socios o accionistas recibirán ingresos por medio de las ventas.

Conclusión: El aporte que genera esta investigación es que identifica la viabilidad del modelo de negocio utilizando herramientas como el análisis financiero y el modelo canvas, con el fin de establecer

un plan de negocios solido que plantea una innovación de mercado y representa una propuesta que ayuda a la economía local beneficiando a proveedores del sector que abastecerán de producto para su negocio.

Título: “Plan de negocio para la implementación de la hostería San José, ubicada en la provincia de Pichincha, cantón Cayambe, parroquia Juan Montalvo”.

El aporte que se obtuvo de este plan de negocios es que los beneficiarios directos sean la población local, generar un impacto de manera positiva en los habitantes y que el proyecto sea viable empleando las herramientas aprendidas a lo largo del programa de posgrado. (PAUL, 2021)

Objetivos: Como se recalca anteriormente este proyecto nace la finalidad de ayudar a mejorar la calidad de vida de la población local utilizando los propios recursos de la zona, que en este caso son los recursos naturales: Sus pasajes, su cultura, sus tradiciones, su gastronomía y sus costumbres, de lo cual la idea de crear esta Hostería es ofrecer un nuevo servicio dentro del mercado turístico que atenderá las necesidades de los clientes potenciales.

El método que se utilizó para dicha investigación, es el método cuantitativo en el cual se recolecta los datos a partir de una encuesta que se aplicara a turistas nacionales y extranjeros para verificar la aceptabilidad de la implementación de la hostería. Otro método auxiliar es el inductivo, el cual permite alcanzar conclusiones generales partiendo de antecedentes particulares, mediante estas estrategias se puede tener interacción directa tanto con la población local y sus necesidades.

Conclusión: Este proyecto aporta un enfoque estructurado y detallado, respaldado por estrategias solidas internas, los cuales serán un soporte para su organización y control, teniendo como resultado asegurar la calidad y excelencia a los clientes.

Además, busca satisfacer las necesidades de los clientes en este caso que ayude a despegar a la hostería como principal opción dentro del sector turístico. También permite fomentar el desarrollo local, así como las presentaciones de servicios de calidad llevando de la mano una estructura administrativa eficiente.

Título: “Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida rápida STOP WINGS en la ciudad de Cuenca”

Objetivos: El autor determinó que las nuevas tendencias de consumo incentivan a la industria alimenticia a diseñar métodos que estén a nuestro alcance de una manera más rápida de lo cual el concepto fast food o comida rápida es una alternativa que se enfoca en ofrecer platillos económicos y fácil de preparar. En Ecuador, el ritmo de vida son los principales factores que incentivan la comida rápida a comparación de ciertas localidades de la ciudad. Considerando este suceso este proyecto en erradicar la disponibilidad de locales de comida rápida.

El autor menciona que el plan de negocio es una parte indispensable de cualquier negocio por el cual la creación de dicho documento es atraer posibles inversores que se encarguen de aportar capital a la empresa y así incorporar la idea de negocio y todos los elementos internos y externos relevantes involucrados en el lanzamiento de una nueva empresa. (Rolando, 2024).

Conclusión: El aporte más importante de esta investigación es que va dirigida a las personas que tienen poco tiempo en el día para realizar una actividad específica, lo cual encaja perfectamente con nuestras características y poder implementar estrategias para futuros consumidores del servicio.

Este proyecto creó un enfoque de satisfacción de necesidad dentro de la industria alimenticia, en la cual ofrecerá un tipo de alimento atractivo para los consumidores. Teniendo en cuenta que los clientes podrán disfrutar de un servicio rápido, el proveedor de las materias primas en la que se dinamiza el negocio. Finalmente, los propietarios quienes recibirán un valor económico por todas las actividades del negocio.

1.2 Proceso Investigativo Metodológico

1.2.1 Enfoque de Investigación

Según (Hernández-Sampieri, 2020) la investigación se define como el conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se desarrollan para la resolución de un problema o identificar una necesidad, existen tres tipos de enfoques que son: Cualitativo, cuantitativo y mixto.

El enfoque mixto es aquel que amalgama elementos cualitativos y cuantitativos para poder hallar datos que permitan aprovechar las oportunidades, se utilizan técnicas para dicha recolección de datos como las encuestas en lo refiere al enfoque cuantitativo ya que maneja la recolección de datos para resolver las necesidades que se quiere identificar en la investigación y obtener estadísticas que establezcan con exactitud los patrones de comportamiento de la población, mientras que en el enfoque cualitativo se

aplicarán entrevistas para determinar la experiencia y los motivos principales motivan al consumidor a realizar un tipo de actividad logrando así poder tomar decisiones acertadas para el desarrollo empresarial.

La aplicación del enfoque Mixto otorgó una base sólida para saber el comportamiento de los consumidores ya que se aplicaron encuestas y entrevistas con las que se pudo identificar oportunidades del negocio de CrossFit, permitiendo implementar estrategias eficaces para el éxito a largo plazo.

1.2.2 Tipo de Investigación

En el presente proyecto se realizó investigación de campo, ya que es un método utilizado para la recolección de datos mediante fuentes primarias, tales como encuestas, investigaciones o entrevistas. Cuando las poblaciones son muy grandes se aplica el muestreo, llegando así a minimizar el tamaño de la muestra. Se obtuvo información directamente de los potenciales clientes del box CrossFit en Santa Inés de Chillogallo. Este estudio permitió recolectar datos de primera mano y adaptar la estrategia del negocio según las necesidades y la demanda en el mercado.

1.2.3 Población y Muestra

Según las proyecciones poblacionales del INEC (INEC, 2020), en el año 2020 la población de Chillogallo y sus barrios aledaños es de 225.000 habitantes y es uno de los sectores más populares del sur del Distrito Metropolitano de Quito. Esto implica que una parte significativa de la población radica en este sector que a lo largo de los años por su crecimiento poblacional se ha convertido un lugar altamente comercial. Población económicamente activa

Para el plan de negocios se aplicó la técnica del muestreo aleatorio simple que permite hallar una representativa cantidad de personas a las cuales fue dirigida la encuesta en la cual se pudo obtener una muestra de 384 personas.

Se aplicó la siguiente fórmula para realizar el cálculo del tamaño de la muestra en poblaciones finitas:

$$n = \frac{NZ^2 p(1 - P)}{e^2(N - 1) + Z^2 p(1 - p)}$$

N: Tamaño de población 225,000 habitantes

Z: Nivel de confianza= 1.96= 95% de confianza

P: Proporción esperada de la población: 0.5

e: Margen de error 5%

(1-p): Complemento de la proporción de la población

Mediante la aplicación de la formula, el resultado sería el siguiente:

$$n = \frac{225.000 \times (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2 \times (225.000 - 1) + (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{225.000 \times 3.84 \times 0.25}{562.4975 + 0.9605}$$

$$n = \frac{216.090}{563.457}$$

$$n = 384$$

Como resultado, se puede determinar que el tamaño de la muestra es de 384 habitantes. En relación a este cálculo se aplicaron las encuestas que permitieron identificar la viabilidad del proyecto y las estrategias que se necesitan aplicar

1.2.4 Técnicas e instrumentos

Para La recolección de datos se aplicó un enfoque mixto, en el cual se realizó una encuesta y una entrevista debidamente estructuradas, llegando así a identificar ciertos factores que permitan aprovechar las necesidades y preferencias de los habitantes de Santa Inés de Chillo Gallo y de qué manera es posible satisfacerlas, además implementar una propuesta de valor que motive a los habitantes a realizar actividades físicas.

Encuesta

Este instrumento de recolección de datos se lo aplicó en la presente investigación para poder determinar temas sobre los consumidores, consta de 15 preguntas cerradas que permitieron hallar estrategias acerca de las preferencias de los consumidores referentes a el precio, producto, plaza y promoción.

Entrevista

Para obtener mayor conocimiento sobre las preferencias y necesidades del público dirigido, se implementó la aplicación de tres entrevistas a atletas de crossfit, que han participado en competencias y que tienen experiencia practicando este deporte.

1.3 Análisis de Resultados

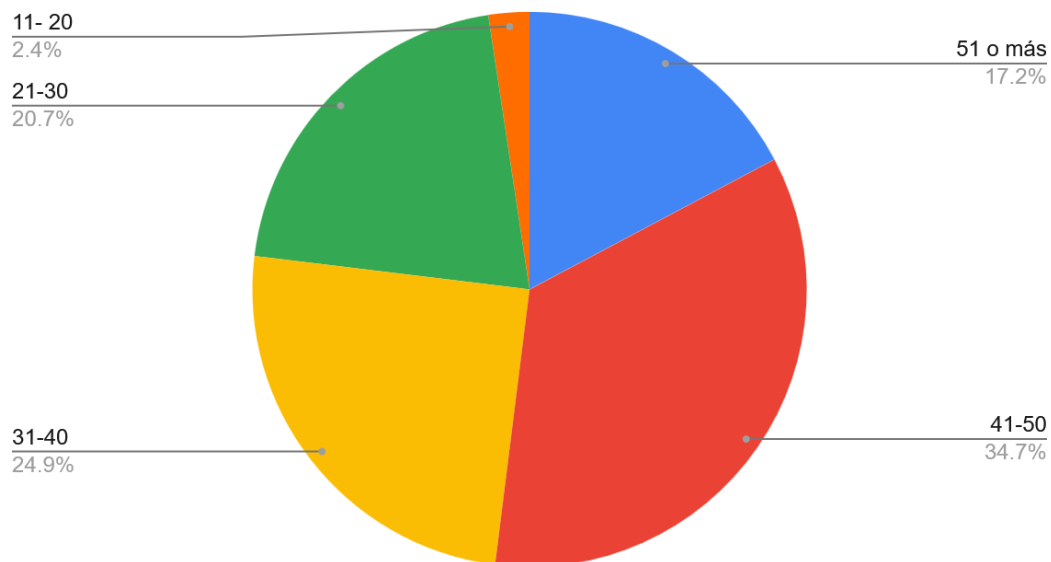
A continuación, se describen los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas que se realizaron a 384 habitantes, cada hallazgo se encuentra presentado en un gráfico en donde se identifica el porcentaje obtenido con relación a preguntas que hacen referencia a las preferencias de los consumidores, para de esta manera poder tomar decisiones que permitan direccionar nuestra oferta y tomar buenas decisiones a la hora de implementarla.

Pregunta N°1

¿En qué rango de edad te encuentras?

Figura 1

Rango de edades



Nota: La figura representa el rango de edades de las personas encuestadas para realizar esta investigación

Análisis:

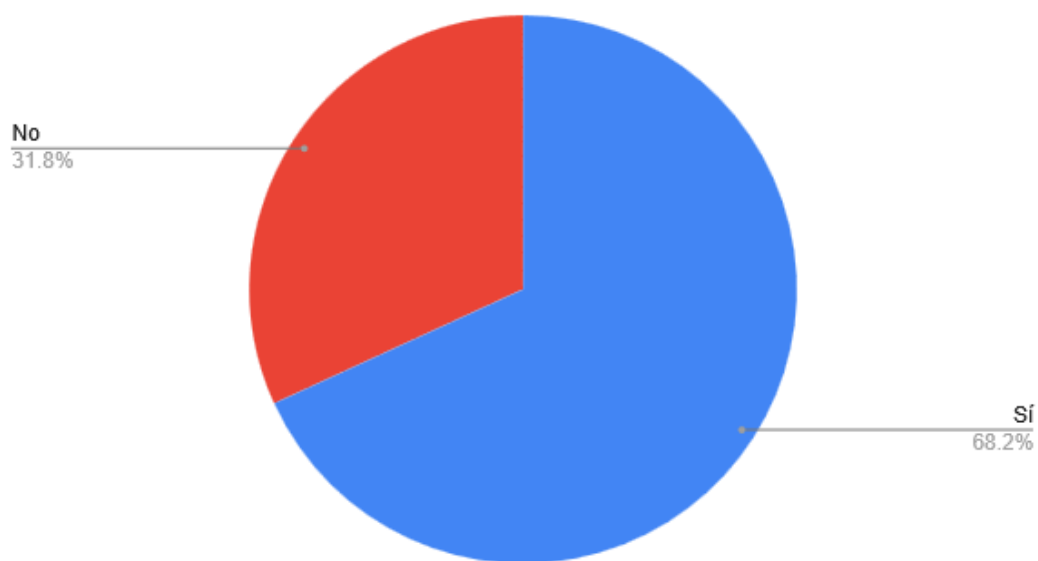
De los resultados obtenidos se puede determinar que el 34.7% de la población encuestada tiene un rango de edad entre 41 y 50 años, con un 24.9% encontramos a personas con una edad que oscila entre los 31 a 40 años, por otra parte, a personas con edad entre 21 a 30 años con el 20.7%, mientras que el 17.2% de personas están en un rango de edad de 51 años o más, a diferencia del rango de 11 a 20 años de edad que cuentan solamente con el 2.4% de la población encuestada.

Pregunta N°2

¿Tienes conocimiento del concepto de Crossfit?

Figura 2

Conocimiento de Crossfit



Nota: La figura demuestra el conocimiento de los encuestados sobre el concepto de Crossfit.

Análisis:

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 68.2% de los entrevistados tienen conocimiento del concepto de Crossfit. Mientras que el 31.8% desconocen de esta metodología de entrenamiento.

Pregunta N°3

¿Actualmente practicas algún tipo de actividad física?

Figura 3

Hábitos deportivos



Nota: La figura representa el porcentaje de personas que realizan algún tipo de actividad física.

Análisis:

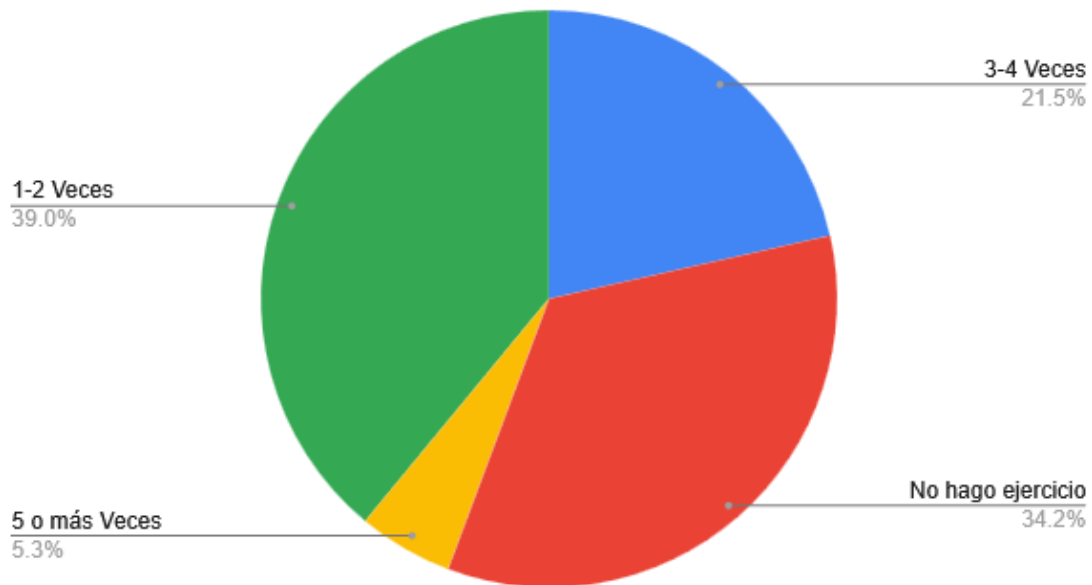
En relación a los hábitos deportivos se logró determinar que el 51.7% de personas encuestadas realizan actividad física para llevar una vida saludable y tener el cuerpo deseado, mientras que el 48.3% lleva una vida sedentaria o no tienen mucho tiempo para realizar actividades físicas.

Pregunta N°4

¿Cuántas veces por semana practicas ejercicio?

Figura 4

Frecuencia de actividades físicas



Nota: La figura representa la frecuencia con que los encuestados realizan actividades físicas.

Análisis:

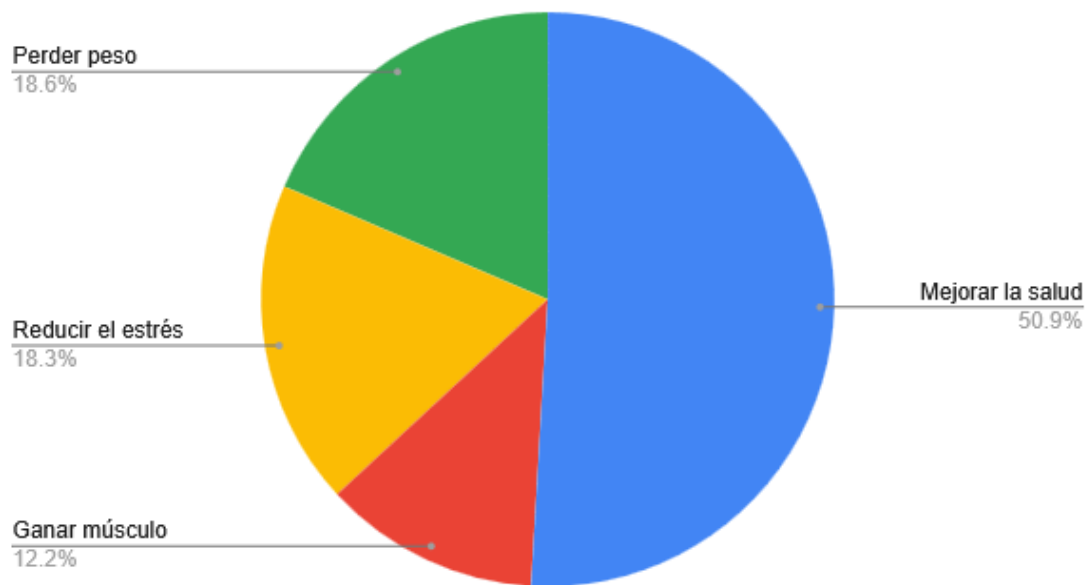
Con respecto a la pregunta, la mayoría de los encuestados realizan ejercicio 1 – 2 veces por semana, el 34.2% no realiza actividad física, las personas que realizan de 3-4 veces por semana ocupan el 21.5 %, y por último un pequeño porcentaje de encuestados lo realizan 5 o más veces a la semana.

Pregunta N°5

¿Cuáles son tus principales objetivos al realizar ejercicio?

Figura 5

Principales objetivos



Nota: La figura indica los objetivos principales para realizar ejercicio.

Análisis:

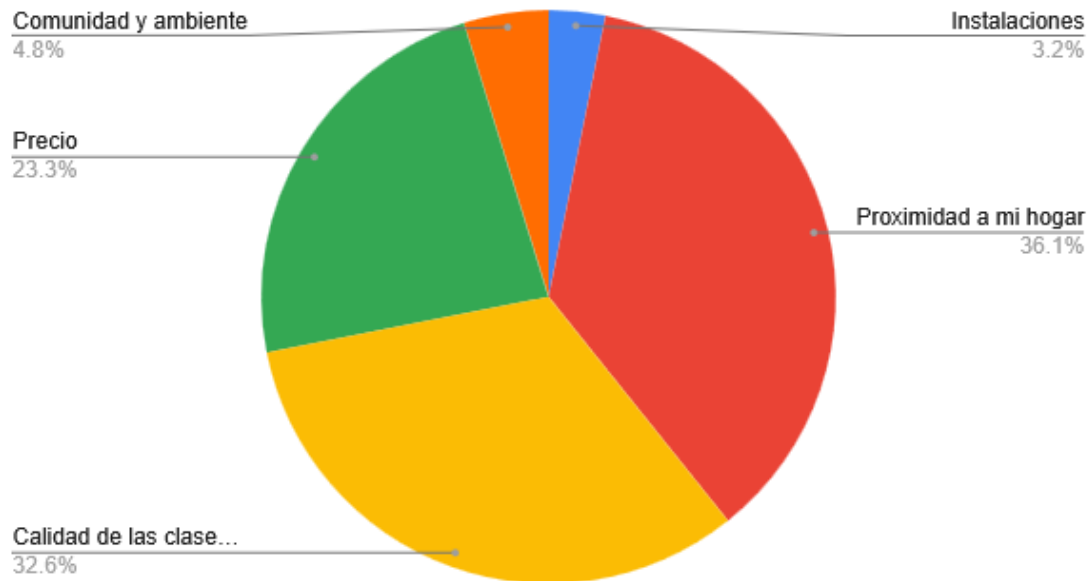
Más de la mitad de los encuestados afirman que el principal objetivo de realizar ejercicio es para, mejorar su salud, seguido de realizar ejercicio para pérdida de peso con un porcentaje considerable al igual que realizarlo para reducir el estrés, y para finalizar un 12.2% realizan ejercicio para ganar músculo.

Pregunta N°6

¿Qué factores considerarías al elegir un box de Crossfit?

Figura 6

Elección de un box de Crossfit



Nota: La figura indica los factores que consideran importantes para la elección de un box de crossfit.

Análisis:

Los factores más llamativos para los encuestados fueron la calidad de las clases y la ubicación, seguidos por el precio, y para culminar determinamos que las instalaciones y comunidad son las menos relevantes, por lo que se llega a la conclusión que se deben impartir clases con entrenadores certificados que brinden apoyo a los atletas, logrando una clase de calidad.

Pregunta N°7

¿Te gustaría inscribirte y formar parte de un box de Crossfit en Santa Inés (Chillogallo)?

Figura 7

Inscripciones en un box de crossfit en Santa Inés



Nota: La figura muestra la cantidad de encuestados que les gustaría formar parte del box de crossfit.

Análisis:

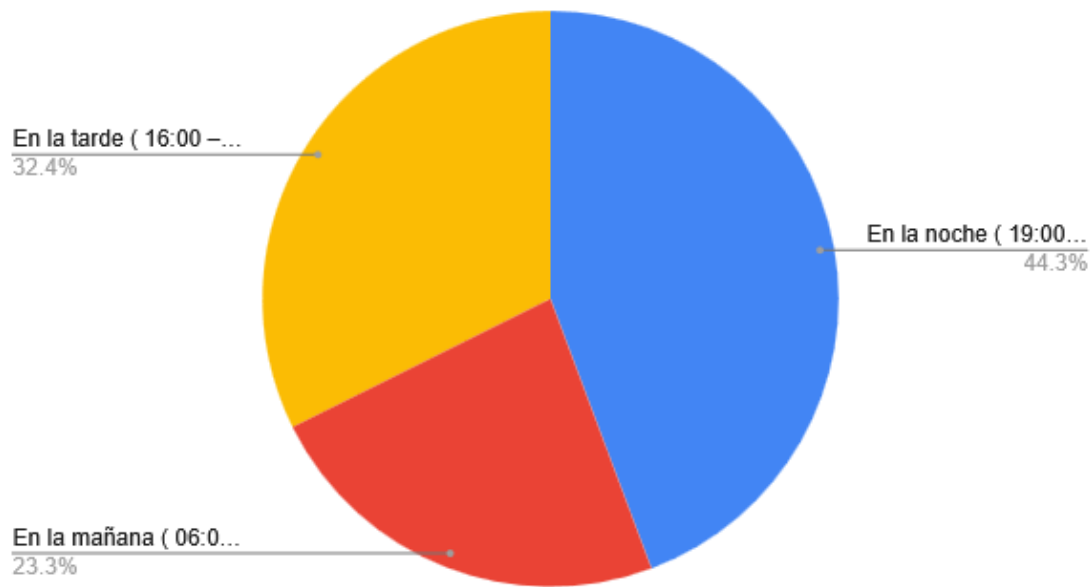
El 56.8% de los encuestados les gustaría pertenecer a un box de crossfit ubicado en Santa Inés de Chillogallo, al ser un sector en crecimiento llegando a la conclusión que hay más de la mitad de personas que quisieran cuidar su salud y practicar crossfit.

Pregunta N°8

¿En qué horario asistirías a las clases de Crossfit?

Figura 8

Horarios de entrenamiento



Nota: La figura demuestra los horarios de entrenamiento que prefieren los encuestados.

Análisis:

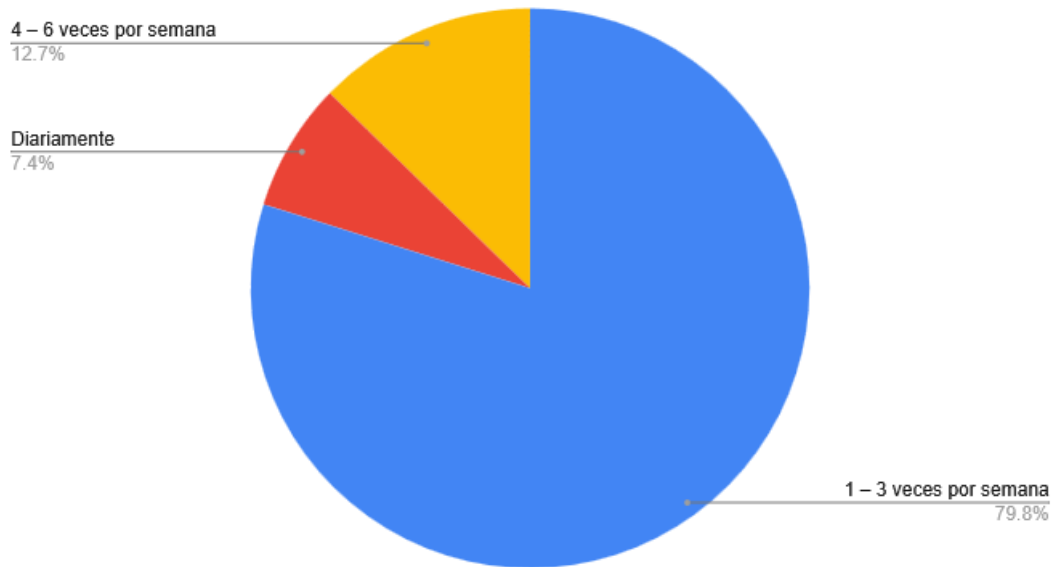
De los resultados obtenidos se determina que el 44.3% de los encuestados prefieren horarios de la noche, por distintos factores como la jornada laboral o estudios, el 32.4% preferirían entrenar en la tarde, mientras que el 23.3% de personas desean comenzar su día entrenando.

Pregunta N°9

¿Cuántas veces a la semana tendrías disponibilidad de entrenar Crossfit?

Figura 9

Disponibilidad para entrenar



Nota: La figura indica la disponibilidad de los clientes para el entrenamiento de crossfit.

Análisis:

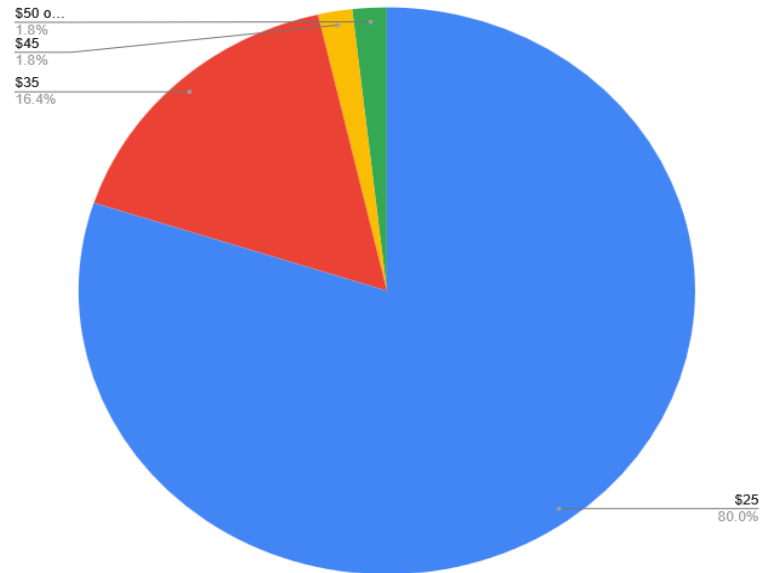
La mayor parte del público menciona que entrenaría crossfit de 1-3 veces por semana. Por lo que se implementarían planes diarios, de 12 días en los que podrán asistir los días que tengan disponibilidad dentro del mes vigente y membresías mensuales con clases ilimitadas. Lo que permitirá acoplarse a las necesidades y al tiempo disponible de los atletas para realizar crossfit.

Pregunta 10

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una membresía mensual de Crossfit?

Figura 10

Costo de membresía



Nota: La figura representa el presupuesto que estarían dispuestos a pagar por una membresía.

Análisis:

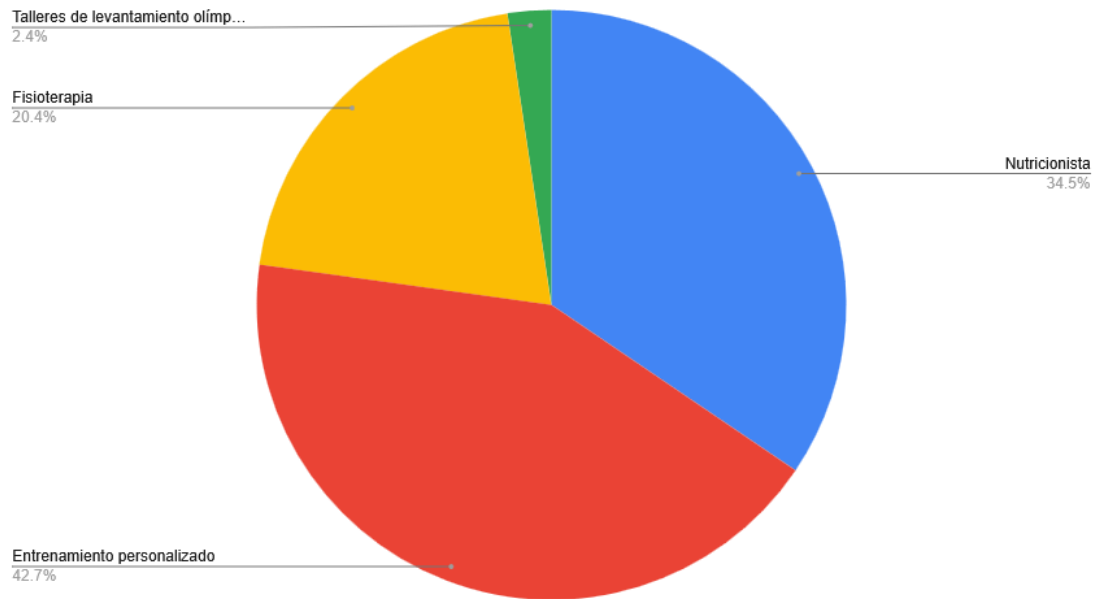
Se puede observar que más de la mitad de la población encuestada estarían dispuestos a pagar \$25 mensuales mientras que el porcentaje restante pagarían más de \$35 lo que permite establecer precios y ofertas en nuestras membresías.

Pregunta N°11

¿Qué servicios adicionales te gustaría para que el box de Crossfit los pueda adaptar?

Figura 11

Servicios adicionales



Nota: La siguiente figura expresa los servicios adicionales que se podrían adaptar.

Análisis:

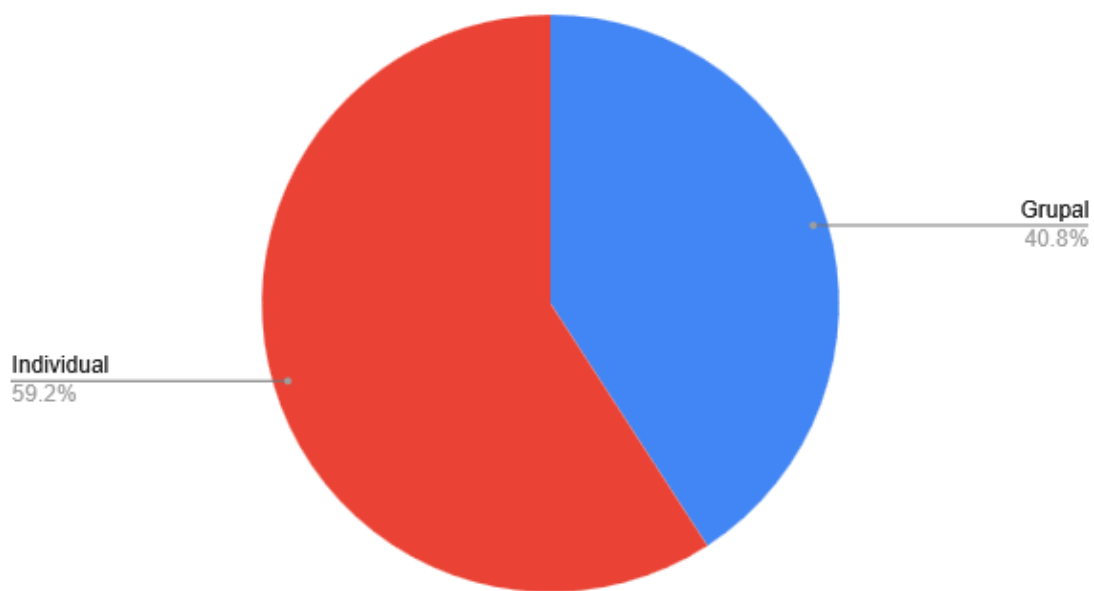
Se logra determinar que el 42.7 de la población encuestada les gustaría tener un entrenamiento personalizado, el 34.5% quisieran que se incorpore el servicio de nutricionistas, con un 20.4% desearían el servicio de fisioterapia ya que es importante para prevenir lesiones mientras que un 2.4% desearía realizar talleres de levantamientos olímpicos.

Pregunta N°12

¿Prefieres entrenar en grupo o de manera individual?

Figura 12

Clases grupales o individuales



Nota: La figura manifiesta si los clientes potenciales preferirían clases grupales o individuales.

Análisis:

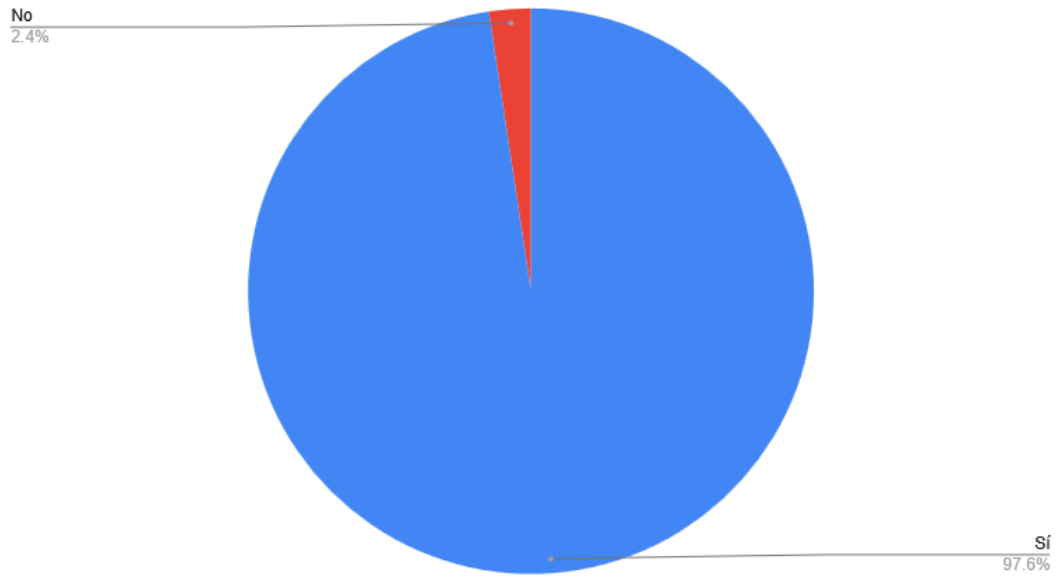
Las respuestas para la siguiente pregunta dan un resultado favorable para clases individuales con un 59.20% mientras que las clases grupales indican un 40.8% ayudándonos a identificar las preferencias de las personas.

Pregunta N°13

¿Te gustaría que un box de crossfit ofreciera promociones constantes a sus clientes?

Figura 13

Promociones constantes



Nota: La figura indica si los clientes potenciales estarían interesados en promociones constantes.

Análisis:

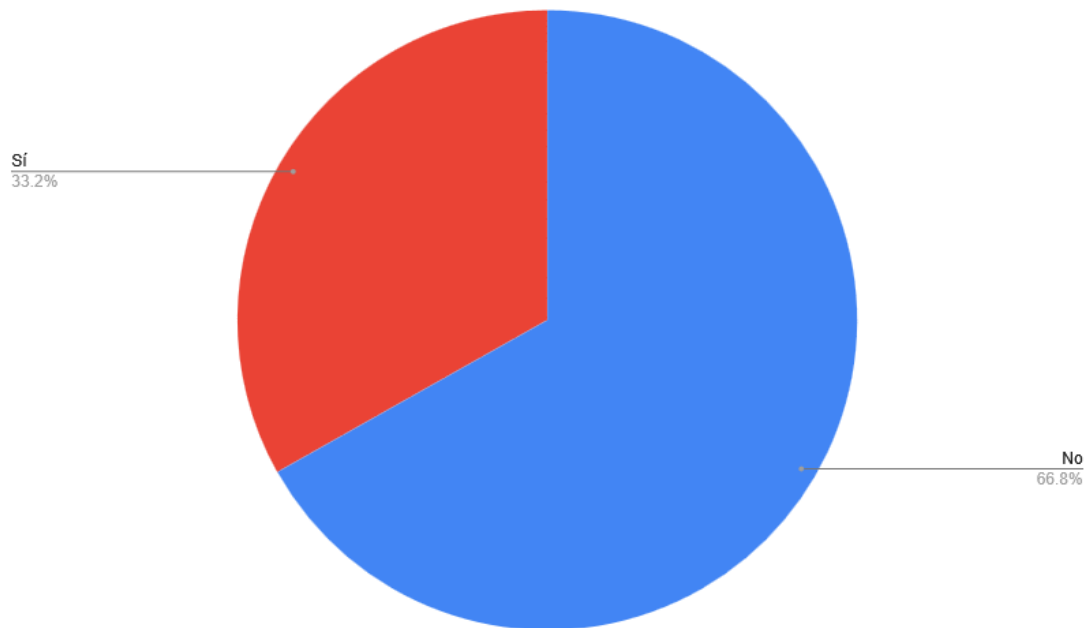
Se observa una notable diferencia en la preferencia de los consumidores dirigida a las promociones constantes con un 97.6% de la población encuestada.

Pregunta N° 14

¿Te interesaría participar en competencias de Crossfit tanto a nivel interno como externo?

Figura 14

Participación en competencias



Nota: La figura representa el porcentaje de personas interesadas en la participación en competencias.

Análisis:

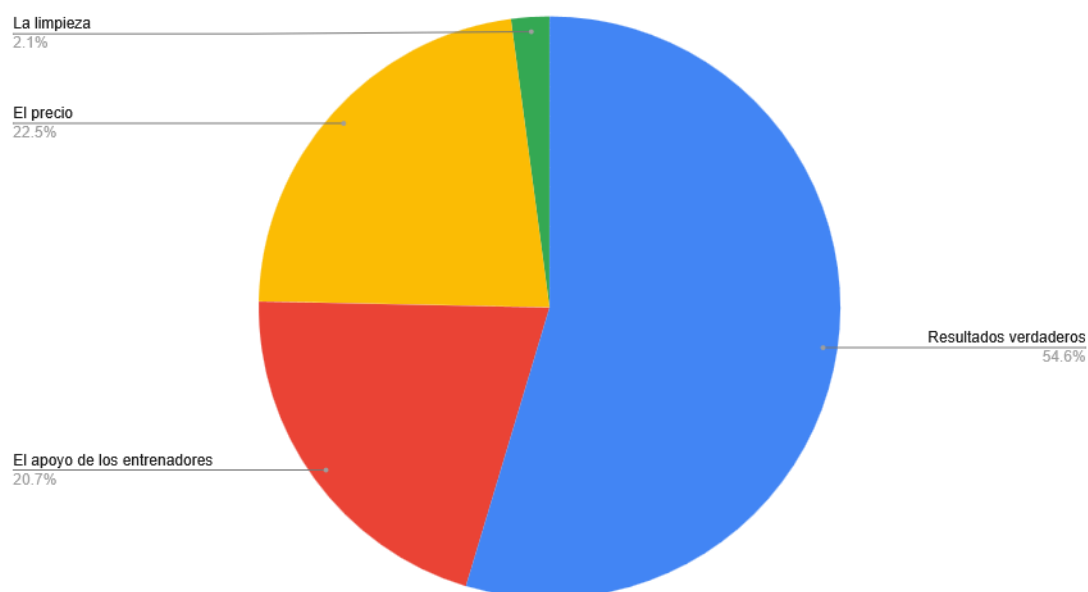
La mayor parte de los encuestados no participarían en competencias de crossfit, mientras que un 33.2% de encuestados desearían romper su zona de confort y vivir la experiencia de competir y llevar su nivel al máximo.

Pregunta N°15

¿Qué factor considera el más importante y que te motive más para mantener una membresía?

Figura 15

Motivación para mantener una membresía



Nota: La figura demuestra cual es la motivación para mantener una membresía.

Análisis:

Se determina que un 54.6% de la población busca una metodología que ofrezca resultados verdaderos, es la principal motivación a la hora de adquirir su membresía, mientras que con un 22.05% se identifica que el precio es un factor importante, el apoyo de los entrenadores ocupa en 20.7% y finalmente con un 2.1% de encuestados mencionan que la limpieza es el factor que los motiva.

Resultados de las entrevistas

Tabla 1

Respuestas de las entrevistas

NOMBRES	Wilson Yanza	Jacqueline Cedeño	Jennifer Cadena
PREGUNTAS	Competidor de Crossfit (categoría teens)	Competidora +45 Crossfit	Competidora de Crossfit (intermedio)
1- Puedes describirme el instante en el cual comenzó la afinidad por el Crossfit ¿Desde qué edad practicas Crossfit?	Practico Crossfit desde los 16, mi primo me hizo conocer este deporte y me gustó.	Siempre he practicado el baloncesto. La invitación de una gran amiga.	Asistí a una clase de prueba y me llamó la atención ya que las clases son grupales, practico desde los 22 años.
2- ¿Qué considera que ha sido motivo por el cual elegiste este deporte? Indícame la mayor motivación.	Mi mayor motivación es superarme y prepararme para participar en los Crossfit Games.	Mantener el estado de salud y superar mis límites.	Mejorar la resistencia cardiovascular y aumentar la fuerza en el cuerpo.
3.- Indícame si algún momento pensaste dejar este deporte ¿Qué tipo de circunstancia lo motivan?	No he querido dejarlo hasta el momento.	En mis inicios me lesioné la muñeca y tuve que parar por 4 meses, y he mejorado mi técnica.	Hay momentos en los que pienso dejarlo ya que tengo escoliosis, pero prefiero fortalecer los músculos.
4.- ¿En qué tipo de torneos has participado? Este tipo de torneos han sido nacionales, locales o internacionales	He participado en Kallpa Ultimate Championship, este torneo se desarrolló en Guayaquil.	Competencias internas.	He participado en competencias internas en el box God power fit, torneo local.
5.- Cuando participas en torneos lo haces por réditos económicos, reconocimientos, etc ¿Cuáles son los objetivos de tu participación en torneos?	Adquirir experiencia para próximas competencias.	No lo hago por réditos económicos sino por salud.	Mi objetivo principal es vencer mis límites.
6.- ¿Cómo eliges donde entrenar para tus competencias? Por lo general que características debe tener	Principalmente busco entrenadores capacitados para poder mejorar mis habilidades.	Lugar con variedad de implementos.	La comunidad y el ambiente son claves para mí.

el lugar de entrenamiento.			
7.- En calidad de profesional recibes auspicios de gimnasios ¿Qué consideras para representar a un gimnasio?	No recibo auspicios.	No recibo auspicios.	No recibo auspicios.
8.- Como deportista exiges estándares de calidad a todos los gimnasios ¿Cuáles son las características que buscas en un gimnasio?	Que el sitio se encuentre en un sector seguro y bien equipado.	Atención personalizada.	Que los entrenadores ayuden a corregir la técnica para corregir errores.
9.- En competencia debes tener una mejor preparación ¿Cuánto tiempo dedicas al día en tu preparación?	3 horas diarias y los fines de semana practico natación.	Siempre entreno una hora diaria.	2 horas diarias.
10.- Si existen nuevos proyectos para gimnasios ¿Cuál sería tu aporte con el mismo?	Recomendar implementos indispensables.	Recomendar nuevos miembros.	Compartir mi experiencia como atleta especialmente con mujeres.

Nota: La entrevista se realizó a atletas de Crossfit y consta de 10 pregunta

Capítulo II: Propuesta

2.1 Fundamentos Teóricos Aplicados

a. Estructura general

2.1.1 Mercadeo

Según (Palacios, 2021) “en el plan de negocios, el mercadeo cumple un rol fundamental en el desarrollo del proyecto, ya que esta disciplina contribuye a direccionar los esfuerzos del emprendimiento hacia la satisfacción de las necesidades del mercado”. Con este análisis se identifica de mejor manera en entorno empresarial en el que se desarrolla el plan de negocios identificar estrategias que aporten para el crecimiento en el mercado y diagnosticar factores que puedan perjudicar a la empresa.

A través de un análisis Pestel es posible analizar el entorno empresarial ya que esta herramienta permite identificar aspectos como: Políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales, además se pueden identificar oportunidades y amenazas que facilitarán la toma de decisiones.

Mercado de Competidores y Proveedores

Para el inicio de las operaciones de una organización es de vital importancia tomar en cuenta dos factores, estos son los competidores y los proveedores, La competencia es indispensable ya que se puede aprovechar oportunidades detectando sus carencias y aplicando estrategias en nuestra empresa como una propuesta de valor, mientras que los proveedores son aquellos que ofrecen la materia prima para poder poner en marcha el plan y ejecutarlo de manera correcta. Para poder analizar a profundidad estos factores el autor propone utilizar la herramienta de las 5 fuerzas de Porter.

Estrategias de Marketing – Mix

Las estrategias del marketing mix son aquellas que se obtienen mediante la combinación de varios elementos, de los cuales se puede mencionar el producto, el precio la plaza y la promoción, logrando de esta manera, plantear ventajas competitivas y cumplir con las expectativas de los clientes.

El producto es el primero que se estudiará, ya que se indicarán las características que lo diferencian del resto para ser ofrecido en el mercado. Después, se estudiará lo que tiene que ver con plaza que son los canales de distribución que están formados por los inversionistas e intermediarios que invierten para que el producto o servicio cumpla con la cobertura y su distribución. La tercera “P” es la estrategia de

promoción, que se realiza a través de campañas estratégicas con la finalidad de llamar la atención del consumidor. Por último, encontramos las estrategias de precio, que es aquel valor que los clientes estarían dispuestos a pagar para poder cubrir con sus necesidades con la adquisición de un producto o servicio.

2.1.2 Operaciones

El autor (Lizarazo, 2021) indica que, Las operaciones en una empresa son importantes para que se materialice la propuesta de valor, un plan de negocios cuenta con elementos que ayudan a crear tomar estrategias para ofrecer un producto o servicio al público, en resumidas cuentas, las operaciones son el motor que mediante su funcionamiento permiten a los clientes llegar a su destino, es decir satisfacer sus necesidades.

Recursos Materiales Necesarios

En este punto, los recursos materiales necesarios son los activos con que el servicio debe contar para poder poner en marcha sus funciones; por ejemplo, para el presente plan de negocios se explicará detalladamente los insumos que se requieren implementar en la empresa.

Flujograma de Procesos

En este apartado se muestran las actividades que se realizan en el establecimiento, a diferencia del proceso de producción, en el flujograma se aplican gráficos que representan los pasos que se realizan durante el desarrollo del proceso mientras que las flechas señalan la dirección que se debe seguir.

Distribución de Planta

Es un esquema que permite observar el área en donde se ejecutan las actividades dependiendo el giro de la empresa, podrían ser de producción o prestación de un servicio. Determinando el lugar de trabajo se puede identificar el aforo máximo dentro de la infraestructura de una empresa, para poder de esta manera organizar adecuadamente los espacios y que la demanda no se vea afectada.

2.1.3 Organizacional

Core Business

El autor (Rodríguez, 2021) hace referencia que el Core Business es la razón de ser de la empresa, que se presenta mediante la exposición de la Misión y Visión de la misma, que marquen la diferencia de las otras empresas y estar enfocados a donde se aspira llegar a corto y largo plazo.

Estructura Administrativa

Es la estructura de la empresa, desde los ejecutivos hasta el personal, se diseña según las necesidades de cada empresa y se representa mediante un organigrama, en donde se detallan las jerarquías administrativas y las funciones de cada uno de los involucrados.

Necesidades de personal

Una vez que se ha definido el organigrama, se elabora un documento en el que se indica las funciones y cargos que desempeña cada uno de los integrantes de la empresa, los requisitos mínimos de formación y experiencia necesarios para ocupar el cargo, además de los objetivos y funciones esenciales que debe desempeñar.

Aspectos Tributarios

En calidad de emprendedor se debe tener en cuenta los tributos obligados hacia el estado, que depende del producto o servicio que se va a dedicar la empresa. Entre los impuestos más destacados se encuentran los siguientes: Impuesto a la Renta, impuesto sobre las ventas y el I.V.A: Es aquel que se genera como un valor agregado del costo del producto o servicio que tiene la empresa.

Requisitos para comercializar el producto

Para iniciar con la comercialización de un producto o servicio es necesario contar con una marca que identifique y distinga a la empresa de sus competidores. Se pueden encontrar diferentes diseños de marcas tales como: Normativas, figurativas y mixtas, es importante poder registrar la marca en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, para poder mantener las garantías jurídicas sobre la misma.

Apertura del negocio

En el manual del emprendedor el autor (Ortiz, 2021) indica que para dar apertura a un negocio es indispensable cumplir los requisitos que disponen los municipios. Para el plan de negocios se ha determinado que es un requerimiento de los municipios a las empresas contar con los permisos tales como la patente, LUAE y el permiso del cuerpo de bomberos.

2.1.4 Análisis Financiero

El análisis financiero, según (Gómez, 2021) ,es un estudio que permite distinguir problemas que atraviesa una empra, como la productividad, el cumplimiento de obligaciones y el comportamiento de sus clientes, en términos generales, sus finanzas. Además, con resultados obtenidos, es factible tener un presupuesto que facilitará tener buenas proyecciones financieras.

Activos Fijos

Son aquellos bienes tangibles que son de utilidad para las operaciones de una empresa tales como: Maquinaria, herramientas, computadoras, implementos, entre otros, y que van perdiendo valor con su uso llegando así a depreciarse.

Inversión total

Esta herramienta permitirá identificar tanto los activos fijos como los intangibles de la empresa y determinar el capital que se requiere para el inicio de sus operaciones.

Proyección de ventas

Es una herramienta en la cual se aplican técnicas estadísticas que permiten identificar el volumen de ventas a largo plazo que desea obtener una empresa, realizando una serie de pasos para determinar futuras ventas, se pueden utilizar los datos obtenidos en la investigación de mercados para poder hallar la demanda potencial.

2.1.5 Modelo Canvas

Adicionalmente se implementó en el plan de negocios la elaboración del modelo Canvas ya que es una herramienta estratégica que se aplica para ofrecer un producto o servicio dirigido a un nicho de mercado específico y se aplica en nueve bloques y el más importante para este caso es la propuesta de valor.

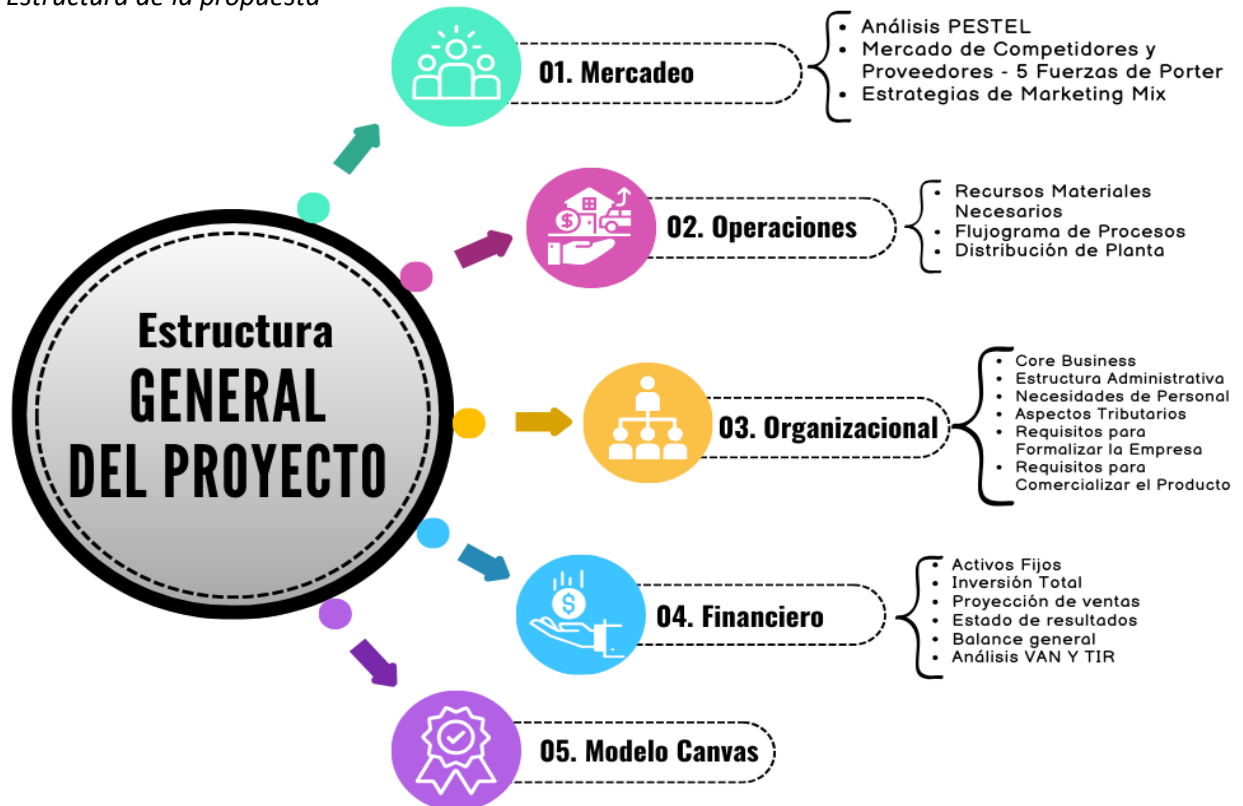
2.2 Descripción De La Propuesta

b. Explicación del aporte

En la siguiente propuesta se detallan todos los puntos importantes que se identificaron en la fundamentación teórica, como el mercado, las operaciones, la estructura organizacional y el análisis financiero. Además, se añadió la aplicación del modelo Canvas que permitirá hallar la propuesta de valor e identificar las estrategias para el desarrollo empresarial. Estos instrumentos servirán para establecer una estructura bien definida para la organización.

Figura 16

Estructura de la propuesta



Nota: En la figura se puede observar los puntos importantes que menciona el autor y se han adaptado en el plan de negocios

c. Estrategias y/o técnicas

En la presente propuesta se inicia mencionando el mercado y los factores externos que pueden beneficiar a la toma de decisiones y definir estrategias utilizando la herramienta del análisis pestel que se aplicó en el “Plan de negocio para la creación de un box de crossfit en Santa Inés, al sur del distrito metropolitano de Quito” con la finalidad de garantizar su operatividad.

Figura 17

Análisis PESTEL del plan de neaocios



Nota: El análisis Pestel pretende identificar los factores externos de la empresa.

En relación a los proveedores y competidores se aplicó la herramienta de las 5 fuerzas de Porter para poder identificar las oportunidades y amenazas que se pueden identificar a continuación:

Figura 18

5 fuerzas de Porter aplicadas en el plan de negocio

	Poder de negociación con los clientes.	Poder de negociación de los proveedores	Amenaza de nuevos entrantes.	Barreras de salida (Productos sustitutivos).	Rivalidad entre los competidores.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Interés de los clientes en el cuidado de su salud 	<ul style="list-style-type: none"> Alianza con la marca Lycan para adquirir implementos especiales para crossfit 	<ul style="list-style-type: none"> Contar con entrenadores certificados. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer servicios complementarios como nutrición y fisioterapia. 	<ul style="list-style-type: none"> Existen pocos establecimientos deportivos en la zona como: Arman gym, Gym pro latino y Olimpo gym
	<ul style="list-style-type: none"> Entrenamientos personalizados y promociones mensuales 	<ul style="list-style-type: none"> Alianza con la marca Biocauchó, especialistas en piso de alto tráfico 	<ul style="list-style-type: none"> Instalaciones amplias y modernas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer vestimenta e implementos que son necesarios para el cuidado de las articulaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de posibles alianzas estratégicas, logrando beneficios cruzados .
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> Gustos y preferencias de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de los precios 	<ul style="list-style-type: none"> Aparición de nuevos competidores cerca de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrenamientos virtuales con menor precio. 	<ul style="list-style-type: none"> Malas experiencias de los consumidores en boxes diferentes.
	<ul style="list-style-type: none"> Otras alternativas de entrenamiento como, gimnasios, bailoterapia, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de stock 	<ul style="list-style-type: none"> Baja de precios. 	<ul style="list-style-type: none"> Preferencias de los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación estratégica de nuevos boxes de crossfit.

Nota: La figura demuestra las oportunidades y amenazas que presenta el proyecto con factores externos.

Producto

La propuesta de servicio que se oferta con las membresías para realizar el entrenamiento de crossfit, las cuales beneficiara a las personas ya, que poseen características y beneficios que podrán gozar los clientes tales como la utilización de implementos de primera calidad en el box, seguido por la atención personalizada de un coach certificado de crossfit que los ayude a realizar bien la técnica para poder evitar lesiones.

Para las personas que estén interesadas en participar en competencias, poder prepararlos de una manera diferente ya que las competencias de crossfit necesitan una preparación en distintas habilidades como la gimnasia, el levantamiento olímpico y la resistencia por lo cual se deberá trabajar focalizada mente en estas áreas.

Además, se ofrecerán productos deportivos como rodilleras, calleras, zapatos, camisetas, especiales para realizar crossfit que serán traídos de Estados Unidos.

Precio

Dentro de los planes ofertados, se han identificado que hay personas que entrenan 3 veces por semana, otras lo realizan diariamente mientras que ciertas personas prefieren hacerlo una vez a la semana, por lo cual se han diseñado los siguientes planes:

- El plan de 12 días tendrá un costo de \$24.99 dólares, en el cual podrá reservar 12 clases a través de la app de reservas. Tiene la duración de un mes.
- Las membresías mensuales tendrán un valor de \$34.99 dólares en las que se puede tener acceso a clases ilimitadas de lunes a sábado.
- El costo diario será de tres dólares, esto con la finalidad ofrecer flexibilidad a las personas que quieran practicar crossfit.

Plaza

El box de crossfit estará ubicado en Santa Inés de Chillogallo, en un galpón propio de 300 metros cuadrados, lo que es beneficioso para el crecimiento de la empresa, ya que se evita los gastos elevados en arriendos.

Adicionalmente, el barrio se encuentra en crecimiento y tiene facilidad de acceso, las instalaciones contarán con cámaras de seguridad para la tranquilidad y comodidad de los clientes.

Promoción

Los canales de promoción que se utilizarán en el presente proyecto para la promoción del servicio serán principalmente las redes sociales, para poder lograr mayor difusión. Además, la entrega de volantes a los moradores del sector y, en la apertura se invitarán a atletas que realicen Crossfit para poder dar clases demostrativas.

Dentro de las estrategias promocionales, se determinó la posibilidad de incluir ofertas como el 3x2. Además, si un atleta refiere a 5 o más personas, su membresía será gratuita por un mes. También se realizarán alianzas con negocios cercanos, permitiendo a los atletas tener beneficios como descuentos.

Se ofrecerán membresías para la disponibilidad de tiempo de los clientes como, planes diarios, 12 días en el mes y las membresías mensuales ilimitadas, cabe mencionar que las personas que deseen practicar este deporte podrán tener una clase de prueba totalmente gratis.

A continuación, se puede apreciar un resumen de los elementos del marketing que se aplicarán en el plan de negocio:

Figura 19

Marketing Mix

Producto	Precio
<ul style="list-style-type: none"> • Uso de implementos nuevos y de primera calidad en el box. • Atención personalizada por un coach certificado en CrossFit. • Preparación para competencias de CrossFit. 	<p>Se han diseñado los siguientes planes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de 12 días: \$24.99 USD • Membresía mensual: \$34.99 USD • Pago diario : \$3.00 USD
Plaza	Promoción
<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en Santa Inés de Chillogallo. • Instalado en un galpón propio de 300 m². • Facilidad de acceso para los usuarios. • Instalaciones con camaras de seguridad para comodidad de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción 3x2 en membresías. • Membresía gratuita por un mes si un atleta refiere a 5 o más personas.

Nota: En la presente figura se puede identificar las estrategias de marketing mix aplicadas en el proyecto

Para la implementación del box de crossfit, es necesario conocer el aforo para que los clientes puedan realizar actividades físicas, por lo que se ha determinado que pueden entrenar 15 personas en el galpón que cuenta con 300 metros cuadrados, cada entrenamiento tiene la duración de una hora y se realizarán 8 horarios diarios, 4 en la mañana a partir de las 6:00 am a 10:00 am, y en la tarde desde las 16:00pm hasta las 20:00pm , esto implica que se debe contar con los siguientes implementos para realizar los entrenamientos de manera adecuada.

Tabla 2

Recursos materiales necesarios

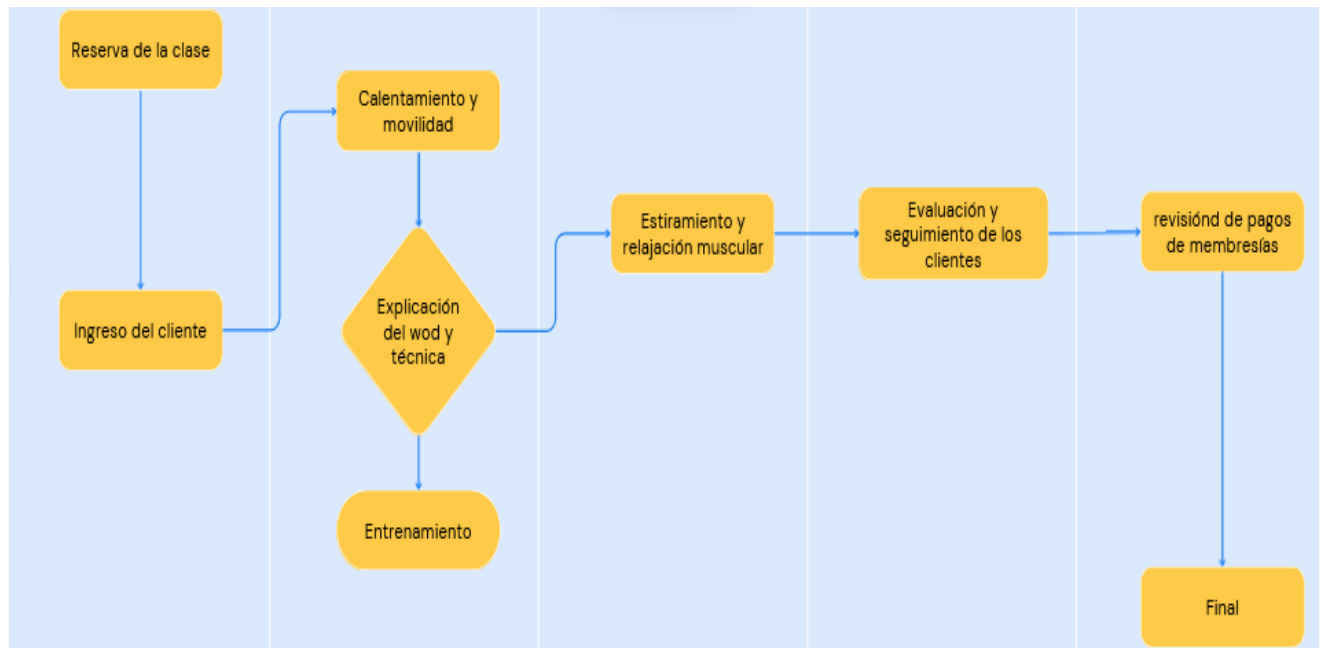
MANCUERNAS
BARRAS
DISCOS
MED BALL
PISON DE CAUCHO
CAJAS
ESTRUCTURA METÁLICA
ABMAT
ANILLOS DE GIMNASIA
CABOS
REMOS
AIR BIKE

Nota: En la tabla se indican los implementos necesarios para el entrenamiento.

En el siguiente flujograma se logra apreciar el funcionamiento de la empresa y el proceso que se realiza desde principio a fin por parte de sus operarios

Figura 20

Flujograma de procesos

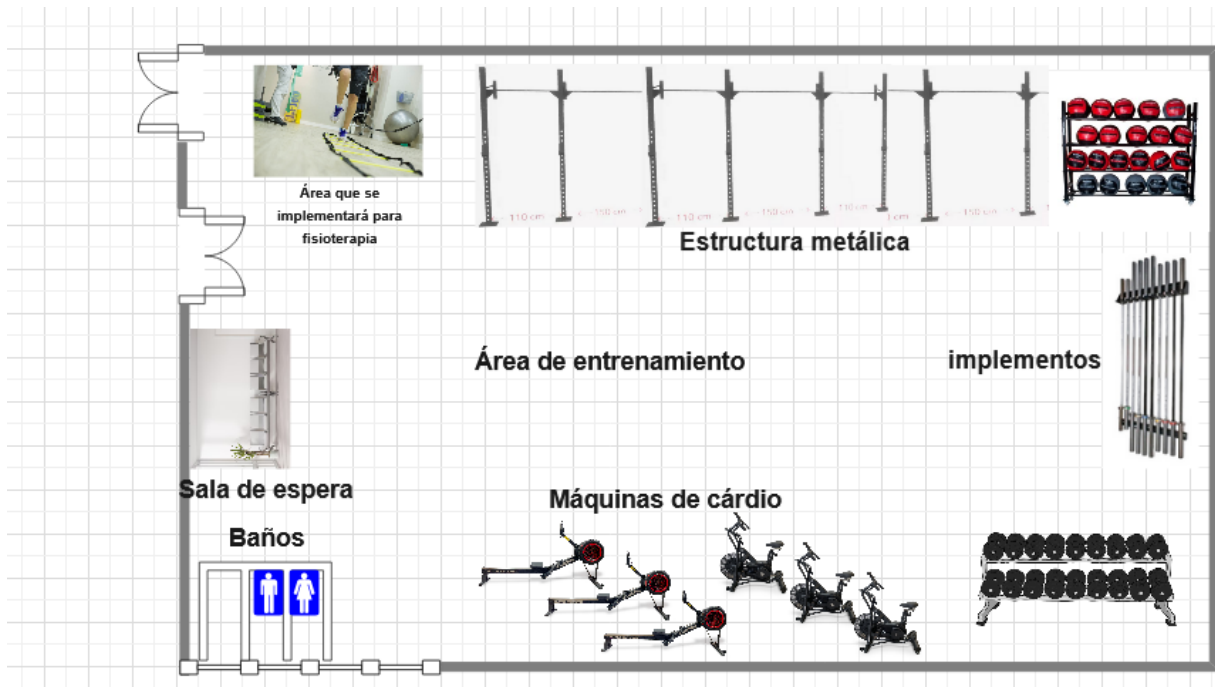


Nota: La figura indica todo el proceso que tiene el cliente en conjunto con los operarios al realizar las clases de crossfit.

El galpón cuenta con 300 metros cuadrados, que serán distribuidos para poder satisfacer las necesidades de los clientes, contará con una estructura metálica de 4 racks para poder hacer pull ups, un espacio para las máquinas de endurance o cardio, en el centro se encuentra el área de entrenamiento que es amplia por lo tanto tiene buena ventilación, los implementos se los ubicará en el fondo del galpón, además cuenta con instalaciones sanitarias para hombres y mujeres, sala de espera y área para poder brindar servicios de fisioterapia.

Figura 21

Distribución de planta



Nota: Propuesta para la distribución de planta.

A continuación, se detalla la misión y visión propuestas para la empresa:

Misión

Promover a los moradores de santa Inés de Chillogallo un estilo de vida saludable, ofreciendo clases grupales con entrenadores certificados, instalaciones e implementos de primera calidad para obtener resultados visibles aplicando la metodología de crossfit.

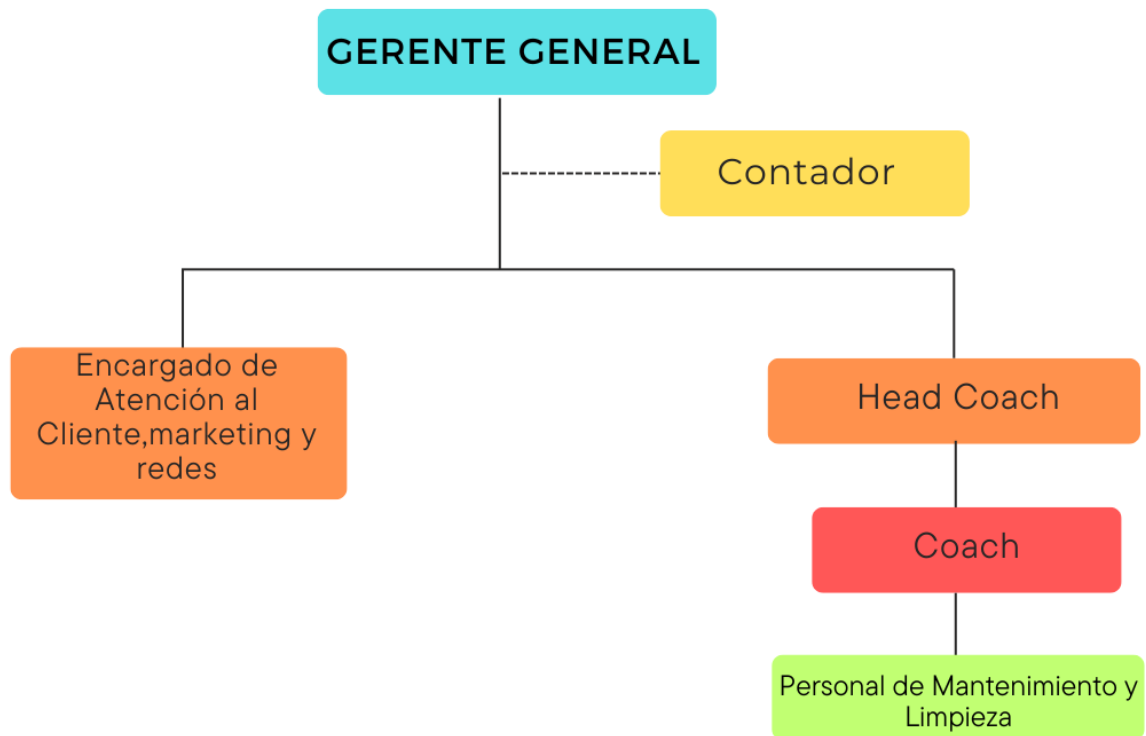
Visión

Inspirar a personas para que practiquen este deporte para mejorar su estilo de vida y lograr ser uno de los mejores boxes de crossfit de la capital destacando el impacto positivo en nuestros clientes.

El presente organigrama indica os cargos que presenta la empresa, en el inicio de sus operaciones, lo que permitirá determinar las tareas que debe realizar cada cargo, el orden jerárquico y con esto poder tomar las mejores decisiones.

Figura 22

Organigrama empresarial



Nota: En la figura se observa la estructura organizacional que tendrá la empresa.

A continuación, se puede detallar los perfiles de cada cargo, la empresa contará con elementos importantes como el gerente general, un encargado de atención al cliente, marketing y redes, un contador, un head coach, un coach, y personal encargado del mantenimiento y limpieza, en la matriz se detallan los requisitos mínimos que debe cumplir, también los objetivos y las funciones que debe realizar cada colaborador.

Tabla 3

Identificación del cargo - Gerente general

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre:	Gerente general
Dependencia:	Área Administrativa
Número de cargos	Uno
REQUISITOS MÍNIMOS	
De formación:	Licenciado Administración de empresas
De experiencia:	Mínimo 3 Años
OBJETIVO PRINCIPAL	
Establecer estrategias para el desarrollo de la empresa, además planificar, organizar, dirigir y controlar a la organización.	
FUNCIONES ESENCIALES:	
Encargado de la toma de decisiones en la empresa. Pagos a los empleados. Adquisición de nuevos implementos. Encargado de las contrataciones.	

Nota: La siguiente tabla permite tener el perfil que necesita el Gerente General para ocupar el cargo.

Tabla 4

Identificación del cargo - Contador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre:	Contador
Dependencia:	Área Administrativa
Número de cargos	Uno
REQUISITOS MÍNIMOS	
De formación:	Licenciado en contabilidad y auditoria
De experiencia:	Mínimo 3 Años
OBJETIVO PRINCIPAL	

Apoyo al gerente para analizar y realizar buenas decisiones financieras.
<i>FUNCIONES ESENCIALES:</i>
Declaración anual al impuesto a la renta.
Revisar ingresos y egresos mensuales.
Asesoramiento tributario.

Nota: La siguiente tabla permite tener el perfil que necesita el contador para ocupar el cargo.

Tabla 5

Identificación del cargo, atención al cliente, marketing y redes.

<i>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</i>	
<i>Nombre:</i>	Encargado de atención al cliente, marketing y redes.
<i>Dependencia:</i>	Área Administrativa
<i>Número de cargos</i>	Uno
<i>REQUISITOS MÍNIMOS</i>	
<i>De formación:</i>	Licenciado en Marketing o Administración de empresas
<i>De experiencia:</i>	Mínimo 3 Años
<i>OBJETIVO PRINCIPAL</i>	
Brindar información a los clientes e impulsar las ventas mediante publicidad para llegar a más personas.	
<i>FUNCIONES ESENCIALES:</i>	
Resolver las dudas de los clientes en redes sociales. Realizar publicidad y publicirlas en las páginas principales. Dar información presencial a los clientes en el establecimiento y brindar buen trato. Realizar las tareas que asigne el gerente general.	

Nota: La siguiente tabla permite tener el perfil que necesita el encargado de atención al cliente, marketing y redes para ocupar el cargo.

Tabla 6

Identificación del cargo Head coach

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre:	Head Coach
Dependencia:	Área operativa
Número de cargos	Uno
REQUISITOS MÍNIMOS	
De formación:	Certificación de entrenador L1 de crossfit
De experiencia:	Mínimo 2 años
OBJETIVO PRINCIPAL	
El objetivo del head coach es enseñar la correcta ejecución y técnica de los movimientos que se realizan en crossfit para prevenir lesiones, además evaluar los progresos de los atletas y preparación para competencias.	
FUNCIONES ESENCIALES:	
Planificar las clases (calentamiento, wod y estiramientos). Transmitir sus conocimientos a los Entrenadores. Evaluar los progresos de los atletas. Enseñar el uso de las máquinas de cardio (remo y air bike).	

Nota: La siguiente tabla permite tener el perfil que necesita el Head coach para ocupar el cargo.

Tabla 7

Identificación del cargo - Coach

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre:	Coach
Dependencia:	Área operativa
Número de cargos	Uno
Reporta a:	Head coach - Gerente general
REQUISITOS MÍNIMOS	
De formación:	Certificación de entrenador L1 de crossfit

De experiencia:	Mínimo 2 años
OBJETIVO PRINCIPAL	
El objetivo del coach es guiar a los alumnos para la correcta ejecución y técnica de los movimientos que se realizan en crossfit, además desarrollar las habilidades de cada alumno.	
FUNCIONES ESENCIALES:	
Transmitir sus conocimientos a los alumnos. Motivar a los alumnos para que mejoren su autoestima. Evaluar los progresos de los atletas. Tener habilidades de comunicación.	

Nota: La siguiente tabla permite tener el perfil que necesita el coach para ocupar el cargo.

Tabla 8

Identificación del cargo - Mantenimiento y limpieza

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre:	Personal de mantenimiento y limpieza
Dependencia:	Área operativa
Número de cargos	Uno
REQUISITOS MÍNIMOS	
De formación:	Bachiller
De experiencia:	Mínimo 3 Años
OBJETIVO PRINCIPAL	
Mantener limpio y organizado el box de Crossfit para la comodidad de los clientes.	
FUNCIONES ESENCIALES:	
Garantizar que las instalaciones se encuentren aseadas y en perfectas condiciones, tanto el área de entrenamiento como las baterías sanitarias.	

Nota: La siguiente tabla permite tener el perfil que necesita el personal de mantenimiento y limpieza para ocupar el cargo.

Para fines tributarios, a un emprendedor se lo reconoce como persona natural que realizan actividades económicas lícitas y que a su vez están exceptos de llevar contabilidad. El contribuyente está obligado a realizar declaraciones de acuerdo al tipo de negocio y al tipo de contribuyente, además de cumplir con sus obligaciones para evitar multas, recargos e intereses.

Para el box de crossfit se pretende generar más de \$20.001 dólares anuales por lo tanto se debe pagar el impuesto RIMPE para emprendedores, que es del 2% del total de las ventas anuales.

La declaración y pago de IVA se deberá realizar de forma mensual o semestral y se deberán emitir facturas electrónicas a los clientes.

Dentro de los requisitos para formalizar el emprendimiento, en primer lugar, se requiere obtener el registro único de contribuyentes (RUC) que es emitido por el Servicio de Rentas Internas. Después de su obtención, se debe presentar el formulario de inscripción de RAET, que es la patente emitida por el municipio del Distrito metropolitano de Quito para personas naturales o jurídicas.

Otro de los requisitos que se deben cumplir es la obtención de la licencia Única de actividades económicas, que son requeridas por las personas que tienen locales físicos para brindar sus servicios. Para poder distinguirnos en el mercado, se creó una marca mixta que es una fusión de la marca figurativa y normativa que una vez dada apertura a la empresa se realizarán los trámites necesarios para registrar los derechos de marca.

El nombre de la empresa será Forza, que en italiano significa “fuerza”. El logo está integrado por un león, que representa poder y autoridad, junto con una barra olímpica con discos, que identifica al box de crossfit

Figura 23

Logo de la empresa



Nota: La figura muestra el diseño del logo de la empresa creado por el autor.

Las inversiones en activos fijos comprenden las compras de bienes tangibles necesarios para la entrega del servicio, para la operación normal del negocio. A continuación, y para efectos contables se describen los activos fijos que se encuentran sujetos a depreciación.

Tabla 9

Activos fijos

INVERSIONES	CANTIDAD	ACTIVOS FIJOS – AÑOS DE VIDA	DEPRECIACIÓN	TOTAL INVERSIÓN
MUEBLES Y ENSERES				
Escritorio	1	10	10%	\$ 80,00

Silla de escritorio	1	10	10%	\$ 70,00
EQUIPO Y MAQUINARIA				
Pesas	50	10	10%	\$ 3010,62
Barras	20	10	10%	\$ 3100,00
Med ball	9	10	10%	\$ 405,00
Discos	42	10	10%	\$ 2418,02
Piso de caucho	120	10	10%	\$510,00
Cajas	10	10	10%	\$ 600.00
Estructura	1	10	10%	\$ 250,00
Ab mat	10	10	10%	\$ 110,00
Banda elástica	3	10	10%	\$ 25,20
Anillos de gimnasia	4	10	10%	\$ 148,00
Cabos	3	10	10%	\$ 150,00
Kettlebell	24	10	10%	\$ 1842,30
Máquinas cardio	6	10	10%	\$ 7124,49
EQUIPO DE COMPUTO				
Laptop	1	10	10%	\$ 600,00
Impresora	1	10	10%	\$ 100,00
EQUIPO DE SEGURIDAD				
Cámaras de Seguridad	1	10	10%	\$ 300,00
ADECUACIONES				
Infraestructura y pisos de hormigón	1	10	10%	\$12,500.00
Camerinos	1	10	10%	\$ 800.00

Adecuaciones de pisos de caucho	1	10	10%	\$6,000.00
Iluminación	1	10	10%	\$ 1,500.00
Adecuación de baterías sanitarias	1	10	10%	\$ 1,500.00
TOTAL, ACTIVOS FIJOS				\$ 42908,63

Nota: La tabla No.4 se detalla los activos fijos que son requeridos para la puesta en marcha del negocio.

Como se muestra en la tabla de activos fijos, se necesita invertir en adecuaciones, muebles y enseres, equipos de cómputo y lo más importante que son los equipos y maquinaria, además para dar inicio a las operaciones se necesitan permisos, por lo cual se deben realizar los gastos de constitución de la empresa como se detalla a continuación:

Tabla 10

Inversión total en activos fijos

FUENTES DE USO Y RECURSO				
INVERSIONES FIJAS	TOTAL, INVERSION	APORTES PROPIOS	PRÉSTAMOS	TOTAL
Muebles y enseres	150,00	150,00	--	150,00
Equipo y maquinaria	19693,63	19693,63	--	19693,63
Equipo de computo	700,00	700,00	--	1600,00
Adecuaciones	22300,00	22300,00	--	22300,00
Gastos de constitución	165,00	165,00	--	65,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS				43208,63

Nota: La figura demuestra la cantidad total que se necesita para la inversión

Otro de los requisitos necesarios para el inicio de actividades son los gastos de constitución, que corresponden a los gastos municipales y de registro.

Se han tomado en consideración los siguientes rubros:

Tabla 11

Gastos de constitución

ACTIVO DIFERIDO	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	COSTO
PATENTE	60,00
PERMISO DE BOMBEROS	5,00
TOTAL	65,00

Nota: En la siguiente tabla se aprecia que es indispensable contar con permisos de bomberos y patente.

La propuesta contará con un galpón ubicado en Santa Inés de Chillogallo que cuenta con 300 metros cuadrados, la estructura será metálica, que incluirá vigas y pilares, el techo estará cubierto por panel Sándwich, sus paredes y piso de hormigón, acondicionamiento de los pisos de caucho, adecuación de camerinos y baterías sanitarias e iluminación.

En cuanto al terreno avaluado por \$30.000,00 dólares, este ha sido donado legalmente con anterioridad, por lo cual en la inversión a realizar únicamente se contemplan los gastos de construcción y adecuación para proporcionar un lugar ideal para los clientes y brindarles el mejor de los entrenamientos.

Tabla 12

Inversión en infraestructura

DESCRIPCIÓN	COSTO
Infraestructura y pisos de hormigón	\$12,500.00
Camerinos	\$ 800.00
Adecuaciones de pisos de caucho	\$6,000.00
Iluminación	\$ 1,500.00
Adecuación de baterías sanitarias	\$ 1,500.00

TOTAL	\$22,300.00
--------------	-------------

Nota: La tabla indica los gastos que se realizarán en la adecuación del galpón

En Ecuador la mejor marca de implementos de crossfit es Lycan, por lo que será el principal proveedor para poner en marcha el plan de negocios y para que los atletas tengan implementos de calidad con los cuales se han desarrollado competencias a nivel de Latinoamérica.

A continuación, se detallan los implementos necesarios para poner en marcha el proyecto, además el costo de cada uno de ellos:

Tabla 13

Inversión en implementos

EQUIPAMIENTO NECESARIO			
PESAS	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
10 LB	6	\$23.16	\$138.96
15 LB	6	\$34.73	\$208.38
20 LB	8	\$46.31	\$370.48
25 LB	8	\$57.90	\$463.20
30 LB	8	\$69.48	\$555.84
35 LB	6	\$81.06	\$486.36
40 LB	4	\$92.64	\$370.56
45 LB	4	\$104.21	\$416.84
TOTAL			\$3,010.62
BARRAS	UND		TOTAL
20kg	10	\$160.00	\$1,600.00
15kg	10	\$150.00	\$1,500.00
TOTAL			\$3,100.00
BALL	PESO	PRECIO	TOTAL
20LB	3	\$50.00	\$150.00
14LB	3	\$45.00	\$135.00
10LB	3	\$40.00	\$120.00

TOTAL			\$405.00
DISCOS	UND	PRECIO	TOTAL
10	10	\$40.56	\$405.60
15	10	\$42.85	\$428.50
25	8	\$55.94	\$447.52
35	8	\$75.57	\$604.56
45	6	\$88.64	\$531.84
TOTAL			\$2,418.02
PISON DE CAUCHO	30	\$17.00	\$510.00
CAJAS	10	\$60.00	\$600.00
ESTRUCTURA	1	\$250.00	\$250.00
ABMAT	10	\$11.00	\$110.00
BANDA ELASTICA	3	\$8.40	\$25.20
ANILLOS	4	\$37.00	\$148.00
CABOS	3	\$50.00	\$150.00
KETTLEBELL	UND	PRECIO	TOTAL
10 kg	6	\$51.75	\$310.50
12 kg	4	\$62.10	\$248.40
14 kg	4	\$72.45	\$289.80
16 kg	4	\$82.80	\$331.20
20 kg	4	\$103.50	\$414.00
24 kg	2	\$124.20	\$248.40
TOTAL			\$1,842.30
MÁQUINAS CARDIO	UND	PRECIO	TOTAL
Remo	3	\$1,236.48	\$3,709.44
Air bike	3	\$1,138.35	\$3,415.05
TOTAL			\$7,124.49

CAPITAL NECESARIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN:	\$19,693.63
--	--------------------

Nota: La cotización se realizó con la marca Lycan como lo indica la figura.

Se contempla la contratación externa de los diferentes profesionales que se requiere para el inicio de actividades quienes deberán presentar la factura correspondiente para realizar el pago respectivo, como se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 14

Honorarios profesionales

HONORARIOS PROFESIONALES						
Descripción	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	500,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
Contador	100,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Head Coach	265,00	3180,00	3180,00	3180,00	3180,00	3180,00
Encargado de Atención al cliente Marketing y Redes	235,00	2820,00	2820,00	2820,00	2820,00	2820,00
Coach	235,00	2820,00	2820,00	2820,00	2820,00	2820,00
Personal de Mantenimiento y limpieza	200,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
TOTALES		18420,00	18420,00	18420,00	18420,00	18420,00

Nota: La siguiente tabla indica el sueldo que ganará mensual y anualmente el colaborador.

El presupuesto de ventas está compuesto por las membresías ofrecidas a la clientela, estas se dividen en 3, la primera es el pago diario, la segunda membresía consta de 12 días y la tercera es la membresía ilimitada.

Tabla 15*Proyección de ventas*

PRODUCTO	P.V.P	CANTIDAD	VENTA MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Membresía diaria	3,00	60	180	2160	2268,00	2381,40	2500,47	2625,49
Plan 12 días	25,00	50	1250	15000	15750	16537,50	17364,50	18232,59
Membresía ilimitada	35,00	90	3150	37800	39690	41674,50	43758,23	45946,14
TOTALES			4580	54960	57708	60593,40	63623,07	66804,22

Nota: Se pretende incrementar un 5% de ganancias anualmente.

Se muestra un estado de resultados ante los ingresos y egresos que tendrá Forza crossfit, proyectado en 5 años, así como las depreciaciones, impuestos, utilidades y participación a los futuros trabajadores.

Tabla 16*Estado de resultados*

DETALLE					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS					
(-) Utilidad Bruta	47760,00	48636,00	51067,80	53621,19	53621,19
GASTOS					
GASTOS FIJOS	20493,63	20887,50	21289,25	21699,04	22117,02
GASTOS VARIABLES	1680,00	1680,00	1680,00	1680,00	1680,00
HONORARIOS PROFESIONALES	18420,00	18420,00	18420,00	18420,00	18420,00
DEPRECIACIONES	1969,36	1969,36	1969,36	1969,36	1969,36
TOTAL GASTOS	42442,99	42836,87	43238,62	43648,40	44066,38

(=) Utilidad antes del reparto	12517,01	14871,13	17354,78	19974,67	22737,84
(2%) IMPUESTO A LA RENTA	250,34	297,42	347,10	399,49	454,76
(=) UTILIDAD NETA	12266,67	14573,71	17007,69	19575,18	22283,09

Nota: En el presente estado de resultados se logra apreciar la utilidad neta proyectada en 5 años

Los valores que se toman en cuenta dentro del balance general de la empresa son: los activos que se dividen en: Caja bancos, Terreno, Muebles y Enseres, Equipo y Maquinaria, Equipo de Cómputo, Adecuaciones y Gastos de Constitución.

Para los valores del pasivo se parte con la inversión y el capital social.

Tabla 17

Balance general

FORZA CROSSFIT			
BALANCE GENERAL 2025			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja Banco	6791,37	Impuesto a la Renta por pagar	250,34
ACTIVO FIJO		TOTAL PASIVO CORRIENTE	
Terreno	30000,00	--	
Muebles y Enseres	150,00		
Equipo y Maquinaria	19.693,63	CAPITAL DE TRABAJO	
Equipo de Computo	700,00	CAPITAL SOCIAL	79749,66
Adecuaciones	22.300,00		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución	65,00		

TOTAL ACTIVOS	80.000,00	TOTAL PASIVO + CAPITAL	80.000,00
----------------------	------------------	-------------------------------	------------------

Nota: A continuación, se observa la situación inicial de la empresa.

ANÁLISIS VAN Y TIR

Según los datos proyectados se demuestra que es viable al obtener un VAN mayor o igual que 0 de \$10.980,19, y una tasa interna de retorno TIR del 20% en un plazo de recuperación de 5 años. Para los cálculos de estos valores se utilizaron los datos tanto del Flujo de Ingresos como el de Egresos y una tasa de descuento del 12% según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 18

Análisis VAN y TIR

NEGOCIO		n= 5 i= 12%
AÑO	F.CAJA	
0	-\$50.000,00	
1	\$12.517,01	
2	\$14.871,13	
3	\$17.354,78	
4	\$19.974,67	
5	\$22.737,84	

Nota: el análisis indica la que la empresa es rentable

Modelo Canvas

En el presente modelo canvas detallamos los aspectos más importantes que se necesitan para la buena toma de decisiones y las estrategias empresariales.

Figura 24

Modelo Canvas



Nota: En la presente figura se identifica la propuesta de valor aplicada en el modelo Canvas.

2.4 Matriz de articulación de la propuesta

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 19

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Mercadeo	Plan de negocios (Medina,2019)	La metodología aplicada fue de enfoque mixto.	Se aplicaron herramientas como: Análisis Pestel, 5 fuerzas de Porter, estrategias de marketing mix.	Con los resultados obtenidos se pudieron identificar oportunidades y amenazas relacionadas con factores internos y externos.	Se aplicaron encuestas de 15 preguntas para el enfoque cuantitativo
operacional	Objetivo del plan de negocios (Villanueva,2020)	Alcance descriptivo	Se identificaron los recursos materiales necesarios, activos fijos, flujograma de procesos, distribución de planta.	Identificación de recursos necesarios y cotizaciones para saber el presupuesto.	Para el enfoque cualitativo se realizaron 3 entrevistas

organizacional	La Investigación de mercado (Palacios 2021)	Investigación de campo	Se utilizó las herramientas de core buisness, estructura administrativa, necesidades de personal, aspectos tributarios, requisitos para comercializar el producto.	Se identificó la misión, visión, se creó el logo de la empresa, así como también el organigrama.	
Análisis financiero.	Actividad física (OMS,2022) y Crossfit (Crossfit,2019).		Se identificó la inversión total, así como la proyección de ventas y al final se implementó un modelo Canvas.	Además, se pudo obtener una propuesta de valor y estrategias atractivas para los clientes.	

Nota: La matriz identifica los puntos más importantes de la propuesta.

CONCLUSIONES

El Plan de Negocios demuestra ser viable, ya que responde a una demanda creciente de personas que están interesadas en mejorar la resistencia, la flexibilidad, la masa muscular, y el acondicionamiento físico, en el sector de Santa Inés de Chillogallo del Distrito Metropolitano de Quito.

Para la recolección de datos se utilizó un enfoque mixto con herramientas como la encuesta y la entrevista que permitieron identificar las necesidades de los clientes potenciales, así como las experiencias de tres atletas que han practicado crossfit y compiten en

La propuesta se basa en el manual del emprendedor que menciona puntos importantes para la ejecución del plan de negocios cómo el mercadeo, las operaciones, la estructura organizacional y el análisis financiero

A través del Análisis de Mercado y herramientas estratégicas como: El Modelo Canvas, las 5 Fuerzas de Porter, el Análisis Pestel, estrategias de marketing mix, estructura administrativa, coadyuvieron a identificar las oportunidades claves y diferenciadores competitivos, que se requieren para que el proyecto se pueda ejecutar. Además, se logró identificar el costo de la maquinaria que se necesitará para poder dar inicio a las operaciones en el establecimiento deportivo

La propuesta de valor se enfoca en contratar entrenadores certificados, equipamiento de calidad y servicios complementarios como nutrición y fisioterapia. Lo que fortalece la fidelización de clientes y la sostenibilidad del negocio.

La validación de los especialistas es positiva ya que han identificado que el proyecto tiene gran aceptación, ya que está bien estructurado y se tiene un enfoque claro de lo que se pretende lograr, que es dar un estilo de vida saludable a los clientes.

RECOMENDACIONES

Para garantizar la viabilidad del proyecto es recomendable fortalecer las estrategias de Marketing, con campañas virtuales, volantes y realizando competencias para crear una gran comunidad y ser reconocidos en la capital. Además, diversificar los ingresos con la venta de productos deportivos y paquetes corporativos.

El mundo tiene muchos cambios y en la actualidad hay mucha facilidad de poder llegar a más gente por los medios virtuales, por lo que es recomendable la creación de páginas y redes sociales del crossfit y atender mediante mensajes la información que requieran saber sobre el box

La implementación de una plataforma de reservas y un programa de fidelización mejoraría la experiencia del cliente, ya que al momento el uso de la tecnología es una herramienta útil tanto para el cliente, como para el Emprendedor. Ayuda a la planificación de uso de espacio sin que, al momento de asistir a las clases, el cliente se encuentre con los espacios llenos.

Un punto muy importante es la satisfacción del cliente y se la podrá evaluar cuando el proyecto esté en marcha aplicando encuestas para poder mejorar el servicio prestado y así fidelizar a los clientes potenciales.

La validación de los especialistas permitió identificar oportunidades de crecimiento, como alianzas estratégicas con otras empresas y crear paquetes promocionales para grupos grandes de alumnos que estén interesados en mejorar su acondicionamiento físico, por ejemplo, a escuelas militares. También una vez puesto en marcha el proyecto se impulsará.

Bibliografía

- Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Colombia: Universidad Surcolombiana.
- Arias, P. y. (2008). *Plan de negocios: Fundamentos, procesos y metodologías*. McGraw - Hill.
- Benassini. (2001). *Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América*. Pearson Educación.
- BOX, V. (s.f.). *Definición y fundamentos*. Obtenido de <http://www.valladolidvacceosbox.com/funcional-training/definicion-y-fundamentos/>
- Burguete, A. C. (2017). *Análisis financiero*. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uisrael/41183?as_all=analisis__financiero__que__es&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as
- Checkmate. (s.f.). *Weightlifting*. Obtenido de <https://checkmatecrossfit.com/actividades-de-crossfit-cheackmate/5-weightliftingscatch>
- Crossfit. (01 de 02 de 2019). *Curso de certificación Nivel 1 de Crossfit*. Obtenido de Versión 8.4: <https://es.scribd.com/document/446788915/L1Participant-Handbook-SpanishLA>
- CrossFit, E. (2021). *Clean and Jerk: técnica y beneficios*. Obtenido de Crossfiteros: <https://www.crossfiteros.es/clean-and-jerk/>
- Dalhia. (2022). *agendapro*. Obtenido de Elementos claves para abrir tu propio centro de crossfit: <https://agendapro.com/blog/elementos-clave-para-abrir-tu-propio-centro-de-crossfit/>
- efdeportes. (07 de 2013). *¿Qué es el Crossfit?* Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efd182/que-es-el-crossfit.htm>
- experience, a. c. (2018). *CROSSFIT WARM-UP*. Obtenido de <http://amrapcrossfitexperience.blogspot.com/2013/07/crossfit-warm-up-el-aburrido-y-olvidado.html>
- Gómez, J. Á. (2021). *Manual del emprendimiento*. Bogotá: Uniagustiniana.
- Health, N. I. (10 de 12 de 2023). *Beneficios del ejercicio para su salud física y mental*. Obtenido de <https://www.nia.nih.gov/espanol/ejercicio/beneficios-ejercicio-su-salud-fisica-mental>
- Hernández-Sampieri, D. R. (2020). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Humberto Arrieta, J. (2006). Los Estiramientos: Ejercicio Fundamental para Estar Bien. *Revista Científica General José María Córdova*, vol. 4, 41-43.
- INEC. (2020). *Censo Nacional*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/parroquias+quito/>

- Kotler. (2012). *wordpress*. Obtenido de Chad Sorensen - Portafolio de marketing: https://chorens-wordpress-com.translate.goog/principles-of-marketing/the-value-proposition/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc
- Level 1, C. (2021). *Guía de entrenamiento del Nivel 1*. Compañía de Responsabilidad Limitada.
- Lizarazo, J. R. (2021). *Manual del emprendedor*. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uisrael/199380?as_all=plan__de__negocios&as_all_op=u_naccent__icontains&prev=as
- Mario Tamayo, y. T. (2007). *EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. 2007: EDITORIAL LIMUSA. S.A.
- Medina, I. E. (2019). *Plan de negocios para la creación de una empresa proveedora de servicios de inteligencia de negocios dirigida a las pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/plan-negocios-pymes.html>
- nacional, C. d. (2021). *Crossfit – Workout of the Day*. Obtenido de <https://www.manipulador-de-alimentos.es/blog/crossfit-workout-of-the-day/>
- Novoa, C. A. (2017). *Investigación cuantitativa*. Bogotá D.C: Fondo editorial Areandino.
- OMS. (05 de 10 de 2022). *Actividad física*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
- Ortiz, C. C. (2021). *Manual del emprendedor*. Uniagustiniana. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uisrael/199380?as_all=plan__de__negocios
- Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendimiento*. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uisrael/199380?as_all=plan__de__negocios&as_all_op=u_naccent__icontains&prev=as
- PAUL, I. V. (2021). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACION DE LA HOSTERIA SAN JOSE, UBICADA*. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2875/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADM.%20EMP-378.242-2021-010.pdf>
- Planillas, M. (2021). *Psicologías del Aprendizaje y Creación de Nuevos Escenarios Educativos*. Obtenido de Introducción al CrossFit: <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-siglo-21/psicologias-del-aprendizaje-y-creacion-de-nuevos-escenarios-educativos/1introduccion-al-cross-fit/97378131>
- Porter, M. (1985). *Documentos Planning*. Obtenido de Propuesta de valor: http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf
- project, X. (02 de 10 de 2019). *Endurance en Crossfit*. Obtenido de <https://xoomproject.com/es/blog/mejorar-la-resistencia-endurance-en-crossfit-b44.html?rewrite=mejorar-la-resistencia-endurance-en-crossfit&id=44&module=leoblog>

- project, X. (23 de 09 de 2019). *Mejorar la resistencia Endurance en Crossfit*. Obtenido de <https://xoomproject.com/es/blog/mejorar-la-resistencia-endurance-en-crossfit-b44.html?rewrite=mejorar-la-resistencia-endurance-en-crossfit&id=44&module=leoblog#>
- rckiss. (2024). *Gimnasia Crossfit*. Obtenido de <https://rckiss.com/blogs/crossfit/7-ejercicios-de-gimnasia-para-mejorar-tus-habilidades-de-crossfit>
- Rodríguez, C. E. (2021). *Manual del emprendedor*. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uisrael/199380?as_all=plan__de__negocios&as_all_op=u_naccent__icontains&prev=as
- Rolando, A. P. (2024). *Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida rápida STOP WINGS en la*. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/4143/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-PRO-378.242-2024-001.pdf>
- Sanchez, C. (2020). *Las inversiones del mercado valores*. Quito: Mariscal.
- Sedano, L. (29 de 01 de 2024). *LA EVOLUCIÓN DEL CROSSFIT*. Obtenido de ROMME: <https://www.romme.cl/la-evolucion-del-crossfit/>
- Sevilla, C. (16 de 05 de 2017). *Feel Crossfit*. Obtenido de Los 10 WOD's más brutales de CrossFit: <https://feelcrossfit.com/los-10-wods-mas-brutales-crossfit/>
- shepherd, H. P. (2017). *Entrepreneurship (10th Ed)*. McGraw- Hill Education.
- Tamayo, M. (2003). *El Proceso de Investigación Científica*. México: Editorial Limusa.
- Tibre, B. (2023). *¿Qué es un BOX de CrossFit?*. Obtenido de <https://www.boldtribe.com/blogs/blog-bold-tribe/que-es-un-box-de-crossfit>
- Torres, A. M. (2021). *Plan de negocio para la creación de una empresa de helado de mandarina "Tangerine Ice"*. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2880/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADM.%20EMP-378.242-2021-016.pdf>
- Velázquez, A. P. (2014). *Tipos de muestreo*. México, CDMX: Delegación Tlalpan. Obtenido de CONACYT.
- Villanueva, L. K. (Julio de 2020). *PLAN DE NEGOCIO*. Obtenido de PARA EMPRENDIMIENTOS DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Wear, T. B. (2021). *Snatch: qué es, tipos, técnica, errores y lesiones*. Obtenido de Titan Box wear: <https://titanboxwear.com/blog/snatch-que-es-tipos-tecnica-errores-y-lesiones/>
- Weinberger. (2009). *Plan de negocios*. McGraw-Hill.

Anexos

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN BOX DE CROSSFIT EN SANTA INÉS (CHILLOGALLO)

1.- En que rango de edad te encuentras?

- 11- 20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51 o más

2.- Tienes conocimiento del concepto de Crossfit?

- Si
- No

3.- Actualmente practicas algún tipo de actividad física?

- Si
- No

4.- Cuantas veces por semana practicas ejercicio?

- No hago ejercicio
- 1-2 Veces
- 3-4 Veces
- 5 o más Veces

5.- Cuales son tus principales objetivos al realizar ejercicio?

- Ganar músculo
- Perder peso
- Mejorar la salud
- Reducir el estrés

- Socializar

6.- Que factores considerarías al elegir un box de crossfit?

- Proximidad a mi hogar
- Precio
- Instalaciones
- Calidad de las clases y personal capacitado
- Comunidad y ambiente

7.- Te gustaría inscribirte y formar parte de un box de Crossfit en Santa Inés (Chillogallo)?

- Si
- No

8.- En que horario asistirías a las clases de Crossfit?

- En la mañana (06:00 – 09:00 AM)
- En la tarde (16:00 – 19:00 PM)
- En la noche (19:00 – 21:00 PM)

9.- Cuantas veces a la semana tendrías disponibilidad de entrenar Crossfit?

- Diariamente
- 1 – 3 veces por semana
- 4 – 6 veces por semana

10.- Cuanto estarías dispuesto a pagar por una membresía mensual de Crossfit?

- \$ 25
- \$ 35
- \$ 45
- Más de \$ 50

11.- Que servicios adicionales te gustaría para que el box de crossfit los pueda adaptar?

- Entrenamiento personalizado
- Nutricionista
- Talleres de levantamiento olímpico y gimnasia
- Fisioterapia

12.- Prefieres entrenar en grupal o de manera individual?

- Grupal
- Individual

13.- Te gustaría que un box de crossfit ofrezca promociones constantes a sus clientes?

- Si
- No

14.- Te interesaría participar en competencias de crossfit tanto a nivel interno como externo?

- Si
- No

15.- Que factor consideras el más importante y que te motive más para mantener una membresía?

- El apoyo de los entrenadores
- La limpieza
- El precio
- Resultados verdaderos

Tabla 20

Estructura de la entrevista

FICHA TECNICA	
TÉCNICA	
INSTRUMENTO	
MUESTRA	
OBJETIVOS	Esta entrevista se encuentra dirigida a personas que puedan aportar en la investigación de mercado, para el Proyecto "Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al Sur del Distrito Metropolitano de Quito"
ENTREVISTADOR:	Anthony Alexander Escobar Santamaría
LUGAR	
FECHA Y HORA	
DURACION	
FICHA DE ENTREVISTADO	
NOMBRE	
EDAD:	
CARGO	
RESEÑA	
GUIA DE ENTREVISTA	
<p>1.- Puedes describirme el instante en el cual comenzó la afinidad por el Crossfit ¿Desde qué edad practicas el Crossfit?</p> <p>2.- ¿Qué consideras que ha sido el motivo por el cual elegiste este deporte? Indicame la mayor motivacion</p> <p>3.- Indicame si algún momento pensaste dejar este deporte ¿Qué tipo de circunstancia lo motivan?</p> <p>4.- ¿En qué tipo de torneos has participado? Este tipo de torneos han sido nacionales, locales o internacionales</p> <p>5.- Cuando participas en torneos lo haces por réditos económicos, reconocimientos, etc ¿Cuáles son los objetivos de tu partipación en torneos?</p> <p>6.- ¿Cómo eliges donde entrenar para tus competencias? Por lo general que características debe tener el lugar de entrenamiento</p> <p>7.- En calidad de profesional recibes auspicios de gymnasios ¿Qué consideras para representar a un gymnasio?</p> <p>8.- Como deportistas exiges estandares de calidad a todos los gimnasios ¿Cuáles son las características que buscas en un gymnasio?</p> <p>9.- En comptencia debes tener una mejor preparacion ¿Cuánto tiempo dedicas al día en tu preparación?</p> <p>10.- Si existe nuevos proyectos para gymnasios ¿Cuál sería tu aporte con el mismo?</p>	

2.3 Validación de la Propuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: “Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito”. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Ana Lucia Orozco Guapulema

Título obtenido: Magister en negocios internacionales mención en gestión
De la internacionalización

C.I.: 1716330483

E-mail: orozco.al@hotmail.com

Institución de Trabajo: Federación Nacional de Ligas Deportivas Barriales del Ecuador

Cargo: Administradora financiera

Años de experiencia en el área: 9

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones: La presente investigación ofrece un enfoque integral que permite maximizar la viabilidad del proyecto, minimizar riesgos y optimizar la utilización de recursos.

Recomendaciones: Realizar un análisis competitivo profundo para identificar brechas en el mercado y posicionar esta propuesta de valor de manera diferenciada. Esto permitirá optimizar la segmentación del mercado y desarrollar estrategias de fidelización que maximicen la captación y retención de clientes.

Lugar, fecha de validación: Quito 21/03/2025



Firmado electrónicamente por:

Mg. Ana Lucia Orozco Guapulema

C.I. 1716330483

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: “Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito”. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Patricia Alexandra Albuja Mariño

Título obtenido: Magister en Sistemas de Gestión Ambiental

C.I.: 1600346538

E-mail: palbuja@uisrael.edu.ec

Institución de Trabajo: Universidad Tecnológica Israel

Cargo: directora de Planificación y Coordinadora de Procesos y Normativa

Años de experiencia en el área: 17

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones: La investigación es muy interesante al abordar un tema de actualidad que relaciona la salud y bienestar con el plan de negocio.

Recomendaciones: Ninguna

Lugar, fecha de validación: Quito, 10 de marzo del 2025.



Mg. Patricia Alexandra Albuja Mariño

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:

“Plan de negocio para la creación de un box de Crossfit en Santa Inés, al sur del Distrito Metropolitano de Quito”. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Rocio Alexandra Acosta Toledo

Título obtenido: Mg. en Márketing y gestión comercial.

C.I.: 1717476704

E-mail: rocioalexandra.acosta@gmail.com

Institución de Trabajo: Confiamed

Cargo: Jefe servicio al cliente

Años de experiencia en el área: 10

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización	X				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	35				

Observaciones: La propuesta es bastante clara y la tendencia del Crossfit es creciente así que lo considero viable.

Recomendaciones: Una vez puesto en marcha el proyecto podríamos realizar alianzas estratégicas para potenciarlo, reforzando las estrategias de marketing.

Lugar, fecha de validación: Quito 11 de marzo del 2025.


Firma del especialista 17A476707

Mg. Rocio Alexandra Acosta Toledo