

**Xavier Mauricio Enderica Salgado**

**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING DE LA  
ESCUELA DE NATACION “HERMANOS ENDERICA  
SALGADO”**

Trabajo de Conclusión de Carrera (T.C.C.) presentado como requisito parcial para la obtención del grado en Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios y Economía especialización mayor Marketing y ventas, especialización menor Negocios Internacionales.

**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO**

Quito, 2015

ENDERICA SALGADO, Xavier Mauricio, Plan Estratégico de Marketing para la escuela de natación Hermanos Enderica Salgado. Quito: UPACIFICO, 2015, 104p. Magister Sonia Roca, (Trabajo de Conclusión de Carrera – T.C.C. presentado a la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad Del Pacifico.

Resumen: La Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado, está constituida por cuatro hermanos nadadores, que vieron en su deporte predilecto el medio de subsistencia y la mejor manera para servir a la comunidad; su nombre es un referente de excelencia y superación, lo que fue incluso reconocido por la Asamblea Nacional al condecorarlos con el “Mérito Deportivo Vicente Rocafuerte”; traspasan los límites de deportistas élite del país y se convierten en forjadores de talentos deportivos, brindan el servicio de aprendizaje, perfeccionamiento, entrenamiento y alto rendimiento de la natación desde el año 1997, su crecimiento ha sido muy significativo hasta la actualidad, sin embargo, debido al incremento de la competencia y nuevas regulaciones del gobierno en el plano educativo, necesitan plantear estrategias que permitan incrementar nuevos clientes en base a la excelencia en el servicio, conocimientos que redunden en profesionalismo y mística en el trabajo diario. La presente investigación incorpora un Plan Estratégico de Marketing para hacer más atractiva nuestra oferta e incrementar la demanda de nuestros servicios, completando la capacidad ocupacional; logramos descubrir las fortalezas que nos permita aplicar un enfoque correcto de acciones en el proceso estratégico de marketing.

Palabras claves: Natación, Instituciones Educativas, Plan de Marketing, proyecto escolar, Hermanos Enderica Salgado, Natación.

	<b>ENTREGA DE TRABAJO (CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO)</b>	Fecha: 09/07/2015
	<b>PA-FR-67</b>	Versión: 001
		Página: 1 de 1

### DECLARACIÓN

Al presentar este Trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniería Comercial de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento digital, a la Biblioteca de la Universidad.

El estudiante certifica estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.

Para constancia de esta declaración, suscribe

  
 Xavier Mauricio Enderica Salgado  
 Estudiante de la Facultad de Negocios  
 Universidad Del Pacífico

<b>Fecha:</b>	Quito, Diciembre del 2015
<b>Título de T.C.C.:</b>	Plan estratégico de marketing de la Escuela de natación "Hermanos Enderica Salgado"
<b>Autor:</b>	Xavier Mauricio Enderica Salgado
<b>Tutor:</b>	Magister Sonia Roca
<b>Miembros del Tribunal:</b>	Magister Nélcár Camacho Salas Ing. Erick Suárez
<b>Fecha de calificación:</b>	22 de diciembre del 2015

## **AGRADECIMIENTO**

Dios ha sido mi fundamento en este proceso de crecimiento individual, ha puestos en mi camino a personas maravillosas y para Ella, mi esposa, mi compañera, mi amiga y confidente va mi agradecimiento. A mis hijos por ser mi motivación de superación, a toda la familia profesional de la Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado, a todas las personas que con calidad humana y profesional me encaminaron en mi carrera universitaria.

Gracias.

---

Xavier Enderica Salgado

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este proyecto nace de la necesidad de realizar un plan estratégico de marketing, para captar nuevas instituciones educativas con el fin de llenar las horas disponibles que tiene la Escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado”.

Para el efecto, se realiza un análisis de la Institución Deportiva, se prioriza la vida deportiva de sus fundadores y se descubre la historia que dio origen a la escuela de natación, esto nos ayudará a descubrir las fortalezas que nos permita aplicar un enfoque correcto de acciones en el proceso estratégico de marketing.

Se realiza una investigación de mercado basada en la información presentada por la administración de la institución, se desarrolla encuestas de satisfacción de cliente usuario del servicio; se adiciona las encuestas a potenciales clientes y se determina las ofertas del mercado de la competencias a fin de establecer el procedimiento correcto a seguir.

El estudio realizado se fortalece en el “Plan Estratégico de Marketing” consiguiendo resultados con su aplicación.

## **ÍNDICE**

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1.1 El problema</b> .....	2
<b>1.2 Objetivos</b> .....	3
<b>1.2.1 Objetivo general</b> .....	3
<b>1.2.2 Objetivo específico</b> .....	3
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN</b> .....	4
<b>1.4 Metodología</b> .....	5
<b>CAPITULO II</b> .....	6
<b>MARCO TEORICO</b> .....	6
<b>2.1 Definiciones teóricas</b> .....	6
<b>2.3 Micro Entorno</b> .....	17
<b>CAPITULO III</b> .....	20
<b>PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	20
<b>3.1 Historia de la empresa</b> .....	20
<b>3.2 Perfil de la empresa</b> .....	23
<b>3.3 Historia de la Institución</b> .....	25
<b>3.4 Organización interna</b> .....	25
<b>CAPITULO IV</b> .....	36
<b>MARCO METODOLOGICO</b> .....	36
<b>4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b> .....	36
<b>4.1.1 Análisis interno de la escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado” mediante entrevista</b> .....	37
<b>CAPITULO V</b> .....	41
<b>ANALISIS DE RESULTADOS</b> .....	41
<b>5.1 Análisis de la satisfacción al cliente de las instituciones que reciben el servicio de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”</b> .....	42
<b>5.2 Encuestas dirigidas a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil para determinar posibles clientes potenciales.</b> .....	49

5.3 Análisis de la competencia .....	58
5.4 Conclusiones de la Investigación de Mercado .....	59
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>65</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING .....</b>	<b>65</b>
6.1 Análisis FODA.....	65
6.2 Objetivos Del Plan Estratégico De Marketing .....	67
6.3 Estrategias y Acciones .....	67
6.4 Marketing Mix .....	68
6.5 Implementación.....	70
6.6 Merchandising.....	71
6.7 Presupuesto de implementación del Plan de Marketing .....	81
6.8 Evaluación y Control .....	82
<b>CAPITULO VII .....</b>	<b>83</b>
7.1 Conclusiones .....	83
7.2 Recomendaciones .....	85
<b>CAPITULO VIII.....</b>	<b>86</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>86</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>87</b>
<b>Anexo 1.....</b>	<b>87</b>
 <b>INDICE DE IMÁGENES</b>	
Figura No. 1 Condecoración al Mérito Deportivo (Anexos 3-7) .....	24
Figura No. 2 Servicios ofertados piscinas para el servicio.....	28
Figura No. 3 Servicios ofertados para Centros Educativos y Desarrollo Infantil .....	29
Figura No. 4 Servicios ofertados, estimulación temprana.....	30
Figura No. 5 Servicios ofertados, niños y jóvenes .....	30
Figura No. 6 Servicios Ofertados, Adultos .....	31

Figura No. 7 Servicios ofertados, Alto Rendimiento .....	32
Figura No. 8 Servicios ofertados, Triatlón niños y jóvenes .....	32
Figura No. 9 Servicios ofertados, Triatlón Adulto .....	33
Figura No. 10 Servicios ofertados, Ciclismo.....	34
Figura No. 11 Servicios ofertados, Fiestas acuáticas .....	35

## **INDICE DE GRAFICOS**

Figura No. 12 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	420
Figura No. 13 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	43
Figura No. 14 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	44
Figura No. 15 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	44
Figura No. 16, Encuesta de Satisfacción del cliente.....	45
Figura No. 17 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	46
Figura No. 18 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	46
Figura No. 19 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	47
Figura No. 20 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	48
Figura No. 21 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	48
Figura No. 22 Encuesta de Satisfacción del cliente.....	49
Figura No.23 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....	50
Figura No. 24 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....	51
Figura No. 25 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....	52
Figura No. 26 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....	53
Figura No. 27, Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas .....	54
Figura No. 28 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....	55

Figura No. 29 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....56

Figura No. 30 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....57

Figura No. 31 Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas.....58

## INTRODUCCIÓN

La Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado, tiene sus raíces con la extraordinaria carrera deportiva de los cuatro hermanos; al pasar de los tiempos nace la institución enfocada principalmente a la enseñanza, perfeccionamiento de la natación; posteriormente amplía sus servicios a otras actividades deportivas como la triatlón y el ciclismo; es así como, en corto período de vida institucional, se convierte en el protagonista por excelencia en esta actividad; es el pionero y lidera los servicios deportivos que maneja; con lo que logra un posicionamiento importante en el mercado.

Interesada en optimizar recursos existentes, plantea la necesidad de estructurar un plan de marketing que permita captar el 30% de disponibilidad en espacios y horarios con lo que se lograría mayores recursos con pequeñas inversiones.

Dentro de los servicios que ofrece la Institución deportiva está, la de fortalecer el área a las Instituciones Educativas, que es en la que hay espacios por cubrir, para lo cual se establece estrategias de captación al cliente basado en una mayor información del desarrollo de esta actividad a padres de familia, concientización sobre la necesidad de esta actividad dentro del desarrollo de los alumnos y el enfoque principal sobre los objetivos dirigidos a los representantes de nuestro clientes, los padres de familia.

En la actualidad todas las instituciones educativas tratan de captar estudiantes ofertando beneficios para los alumnos, al ser la natación una actividad obligatoria como conocimiento elemental del ser humano, abre puertas para desarrollar esta actividad; una estrategia correcta de información basada en un plan bien dirigido de marketing será el objetivo planteado para lograrlo.

# CAPITULO I

## 1.1 El problema

Para establecer con claridad lo que se debe considerar dentro de la asesoría de marketing para la Escuela de Natación a fin de captar más usuarios y mejorar la rentabilidad económica se debe considerar algunos aspectos.

Como enfoque central el servicio según Palafox *“Es el factor competitivo en los negocios. La esencia en las empresas, es el nivel de servicio que se le da al cliente, Un factor importante para caracterizar a las empresas es el alto o bajo nivel que ofrecen respecto a la calidad de servicio, ya que los clientes son los principales receptores del servicio. Este nivel del servicio percibido depende de las actitudes y conocimiento del personal que labora en dichas empresas.*

*El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad (Palafox,s.f).”*

A nivel mundial el servicio está claramente identificado en la calidad y particularmente en el caso de la natación, los centros educativos cuentan con escenarios propios, sin generar una competencia ya que los clientes parten de su propio entorno. La práctica de la natación es un elemento básico en todo nivel, esta intrínseco en las obligaciones educativas, por lo que esta práctica deportiva es la número uno a nivel mundial.

En el Ecuador el servicio en este tema no es de lo mejor, las escuelas deportivas en su mayoría son resultado de la improvisación, no cuentan con un sistema curricular de enseñanza lo que se convierte en un servicio empírico.

Las academias, escuelas, federaciones, que forman parte del entorno de la escuela de natación Hermanos Enderica Salgado, se basan en nuestro plan de servicio, en nuestro sistema de emprendimiento y son un resultado de la imitación a nuestras iniciativas.

El criterio del mercado competitivo de la Escuela de Natación Hermanos Enderica, sustenta su competencia, en el valor que se cobra, considera que al romper el mercado con costos bajos logran mayor captación de alumnado, nuestro problema es la imitación, incluso con un nombre igual de la Escuela de natación, lo que genera confusión en el usuario.

El éxito de la Escuela de natación se basa en la calidad del servicio; al ser pioneros en las diferentes áreas, fija precios superiores de acuerdo a su servicio, esto se respalda en su imagen por todos los logros obtenidos a través de sus fundadores, por su infraestructura diseñada para los servicios planteados, por la experiencia y conocimiento sistemático de quienes dirigen las clases, por un sistema propio de enseñanza, lo que se reduce a consolidar su servicio basado en la excelencia.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Conocer el mercado al que enfrentamos, basados en los estudios de las áreas que rodea nuestra institución y engloba todo el entorno, para desarrollar mecanismos que permitan llegar con nuestro servicio de natación a la mayor población.

### **1.2.2 Objetivo específico**

- Conocer el tipo de población y ofertar de acuerdo a las necesidades a fin de evaluar la capacidad que tenemos y si es necesario ampliar el servicio.

- Identificar el nivel económico con informes estadísticos para determinar los costos del servicio.
- Direcccionar a todos los ámbitos socio económico y cultural del entorno con ofertas que permitan optar por nuestro servicio.
- Cumplir las normativas vigentes de las áreas legales a fin de evitar limitaciones en decisiones posteriores que perjudiquen el desarrollo del servicio.
- Utilizar las herramientas tecnológicas a través de la información captada a los usuarios a fin de llegar con mayor precisión para ofertar todos los servicios.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Dentro de las necesidades de la Escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado” es la de desarrollar un programa de marketing que permita la captación de un 30% de alumnado dentro del programa Institucional.

Es indispensable crear posicionamiento y fidelidad de la marca, encaminar una estrategia a fin de cubrir el porcentaje faltante, dentro de la malla curricular que está planteada hacia las Instituciones Educativas está el de fomentar, practicar, ejecutar y evaluar el proceso de enseñanza, aprendizaje de la educación física y actividades complementarias, por lo que dichas instituciones buscan la oferta de estos servicios en profesionales.

Al realizar el asesoramiento de marketing se consigue no solo resultados directos sino también indirectos y son trascendentales en importancia para la sociedad: fomentar, organizar, desarrollar los deportes y la actividad física con carácter formativo, competitivo y recreativo, perfeccionar las habilidades y destrezas en las disciplinas deportivas y la detección y selección de talentos en la educación inicial, básica y bachillerato.

## 1.4 Metodología

La metodología utilizada se sustenta en la siguiente investigación:

- Mediante entrevistas: se realizará un análisis interno de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”
- Mediante encuestas, se conocerá la satisfacción de los clientes actuales.
- Mediante encuestas se conocerá las necesidades de los clientes potenciales y una proyección de la demanda.
- Mediante un análisis de los resultados de la investigación, se planteará un Plan Estratégico de Marketing para incrementar Instituciones Educativas, que es el servicio que necesita incrementar.
- Investigar a la competencia comparando precios y servicios

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO

#### 2.1 Definiciones teóricas

**Macro entorno:** Son muchas las variables externas que pueden interferir en el funcionamiento de la empresa, ya sea para bien o para mal. Estos factores no dependen de la actividad comercial, sino de factores ajenos que no solo afectan a las empresas, sino al conjunto de la población. Son conocidos como el macro entorno de la empresa, para englobarlos a todos ellos.<sup>1</sup>

**Marketing:** Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades<sup>2</sup>

**Asesoría:** La asesoría es una actividad muy común por estos días, pero informalmente utilizada desde tiempos inmemoriales por el hombre, mediante la cual se le brindará el apoyo necesario a las personas que así lo requiriesen para que puedan desarrollar diferentes actividades, motivos de la consulta y finalmente, a través del trabajo que la asesoría en cuestión le brinde, poder lograr la comprensión de diferentes situaciones en las cuales se halla la persona o institución que solicita asesoría, judiciales, económicas,

---

<sup>1</sup> : <http://negocios.uncomo.com/articulo/que-es-el-macroentorno-de-una-empresa25375.html#ixzz3vOSGErBl>

<sup>2</sup> <http://definicion.de/marketing/#ixzz3vOWIhfsi>

políticas, financieras, inmobiliarias, entre otras.<sup>3</sup>

**Posicionamiento:** podríamos definirlo como la imagen percibida por los consumidores de mi compañía en relación con la competencia. El primer concepto de importancia es que, efectivamente, el Posicionamiento es una batalla de percepciones entre mi marca y mi compañía y la de los competidores.<sup>4</sup>

**Merchandising:** es la parte de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta. Son actividades que estimulan la compra en el punto de venta. Es el conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten ofrecer el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final.<sup>5</sup>

**Competencia:** Dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, y a la competición que se lleva a cabo en el ámbito del deporte.<sup>6</sup>

**Pionero:** Se aplica a la persona que realiza los primeros descubrimientos o los primeros

---

<sup>3</sup> <http://www.definicionabc.com/general/asesoria.php>

<sup>4</sup> <https://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>

<sup>5</sup> Escrivá Monzó, Joan; Federico Clar Bononad (2000). «Unidad 1. Introducción al *merchandising*».

<sup>6</sup> <http://definicion.de/competencia/#ixzz3vOhxkOiy>

trabajos en una actividad determinada.<sup>7</sup>

**Líder:** Persona que ejerce su autoridad sobre los miembros de un grupo basándose en la confianza que le otorgan.<sup>8</sup>

**Fortalecer:** hacer algo o a alguien más fuerte *Su presencia fortaleció a la empresa.*<sup>9</sup>

**Fidelidad:** La *fidelidad* es una actitud de alguien que es fiel, que está comprometido con lo que asume. Deriva de la palabra en latín, *fidelitas*, y su significado es servir a un dios. Es una característica de quien es leal, en quien se puede confiar y creer, y es honesto y respetable. En su nivel más abstracto implica una conexión verdadera con una fuente o fuentes.<sup>10</sup>

**Metodología:** El concepto hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia. Cabe resaltar que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa. Por lo tanto, puede entenderse a la metodología como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal.<sup>11</sup>

**Investigación:** Acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.<sup>12</sup>

---

<sup>7</sup> <http://definicion.de/competencia/#ixzz3vOhxkOiy>

<sup>8</sup> <http://es.thefreedictionary.com/lider>

<sup>9</sup> <http://es.thefreedictionary.com/fortalecer>

<sup>10</sup> <http://www.significados.com/fidelidad/>

<sup>11</sup> <http://definicion.de/metodologia/>

<sup>12</sup> <http://definicion.de/metodologia/#ixzz3vOnmhAHK>

**Encuesta:** La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede.<sup>13</sup>

**Estrategia:** Se utiliza para referirse al plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. En otras palabras, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.<sup>14</sup>

**Análisis:** Estudio, mediante técnicas informáticas, de los límites, características y posibles soluciones de un problema al que se aplica un tratamiento por ordenador.<sup>15</sup>

**Demografía:** La demografía es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística. El concepto procede de un vocablo griego compuesto que puede traducirse como “descripción del pueblo”. Esta disciplina estudia el tamaño, la estratificación y el desarrollo de una colectividad, desde una perspectiva cuantitativa.<sup>16</sup>

**Malla curricular:** La malla curricular es un instrumento que contiene la estructura del diseño en la cual los docentes, maestros, catedráticos abordan el conocimiento de un determinado curso, de forma articulada e integrada, permitiendo una visión de conjunto sobre la estructura general de un área incluyendo: asignaturas, contenidos, nap / núcleos

---

<sup>13</sup> [http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1\\_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html](http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html)

<sup>14</sup> <http://definicion.de/estrategia/#ixzz3vOq4hy3n>

<sup>15</sup> <http://www.wordreference.com/definicion/an%C3%A1lisis>

<sup>16</sup> <http://definicion.de/demografia/#ixzz3vOrunO8R>

de aprendizajes prioritarios, metodologías, procedimientos y criterios de evaluación con los que se manejarán en el aula de clase. Se denomina "malla" ya que se tejen tanto vertical, como horizontalmente, incorporando idealmente a la Transversalidad.<sup>17</sup>

**Micro entorno:** Está formado por las fuerzas cercanas a la compañía que influyen en su capacidad de satisfacer a los clientes, esto es: la empresa, los mercados de consumidores, los canales de marketing que utiliza, los competidores y sus públicos.<sup>18</sup>

**Proyecto:** Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.<sup>19</sup>

**Ozono:** El **ozono (O<sub>3</sub>)** es una sustancia cuya molécula está compuesta por tres átomos de oxígeno, formada al disociarse los dos átomos que componen el gas de oxígeno. Cada átomo de oxígeno liberado se une a otra molécula de oxígeno gaseoso (O<sub>2</sub>), formando moléculas de ozono (O<sub>3</sub>).<sup>20</sup>

**Marketing Mix:** El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatros variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción. El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.mallacurricular.com/>

<sup>18</sup> <https://fundamentodemercadotecnia04.wordpress.com/el-entorno-del-marketing-microentorno/>

<sup>19</sup> <http://definicion.de/proyecto/#ixzz3vOz5Z6za>

<sup>20</sup> <https://es.wikipedia.org/wiki/Ozono>

<sup>21</sup> <https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>

**Top of Mind:** Aquella marca que ocupa una posición privilegiada en la memoria del público, siendo la primera que el individuo entrevistado recuerde, de manera espontánea, al ser interrogado acerca de una categoría determinada en un test para la evaluación de la notoriedad.<sup>22</sup>

**Excelencia:** se relaciona a la idea de perfección y a las características sobresalientes. El término señala aquello que está por encima del resto y que posee escasas falencias o puntos débiles; en el mundo del consumo, puede tratarse de un producto de calidad probada o innovador.<sup>23</sup>

## 2.2 MACROENTORNO Y MICROENTORNO

### 2.2.1 Macro entorno

#### 2.2.1.1 Demográfico

Distribución de la población.

Población del cantón Cuenca por edades.

Población del Cantón Cuenca por: Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
Población del Cantón Cuenca por: De 0 a 14 años	74.138	72.494	146.632
Población del Cantón Cuenca por: De 15 a 64 años	150.330	172.804	323.134
Población del Cantón Cuenca por: De 65 años y más	15.029	20.790	35.819
Población del Cantón Cuenca por: Total	239.497	266.088	505.585

<sup>22</sup> <http://www.zorraquino.com/diccionario/branding/top-of-mind.html>

<sup>23</sup> <http://definicion.de/excelencia/#ixzz3vP1xK0t7>

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 1990, 2001, 2010

Nuestro punto de interés se encuentra basado en niños y niñas de 0 a 14 años que son un total de 146.632, que son nuestros clientes potenciales, pero debido a que estos son niños menores de edad debemos enfocar nuestro producto en sus padres, enfatizar la importancia para un niño en aprender a nadar y sobre todo los beneficios que esta disciplina nos ofrece.

#### Población del Azuay por grupos de edad

<b>Población del Azuay: Grupos de edad</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
Población del Azuay: Menor de 1 año	675	6.342	13.092
Población del Azuay: De 1 a 4 años	2813	27.515	55.645
Población del Azuay: De 5 a 9 años	36419	35.703	72122
Población del Azuay: De 10 a 14 años	38122	37385	75507
Población del Azuay: De 15 a 19 años	37559	37094	74653
Población del Azuay: De 20 a 24 años	33697	35534	69231
Población del Azuay: De 25 a 29 años	28663	32101	60764
Población del Azuay: De 30 a 34 años	22283	26615	48898
Población del Azuay: De 35 a 39 años	18635	23452	42087
Población del Azuay: De 40 a 44 años	15812	20906	36718
Población del Azuay: De 45 a 49 años	14781	19136	33917
Población del Azuay: De 50 a 54 años	12469	16155	28624
Población del Azuay: De 55 a 59 años	10734	13538	24272
Población del Azuay: De 60 a 64 años	9234	11528	20762
Población del Azuay: De 65 a 69 años	7.66	10036	17696

Población del Azuay: De 70 a 74 años	5867	7815	13682
Población del Azuay: De 75 a 79 años	4308	5655	9963
Población del Azuay: De 80 a 84 años	3133	4361	7494
Población del Azuay: De 85 a 89 años	1749	2599	4348
Población del Azuay: De 90 a 94 años	765	1151	1916
Población del Azuay: De 95 a 99 años	233	378	611
Población del Azuay: De 100 años y más	41	84	125
<b>Población del Azuay: Total</b>	<b>337044</b>	<b>375083</b>	<b>712127</b>

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 1990, 2001, 2010

De acuerdo con estos diferentes estudios, sabemos que al grupo de edad que nosotros deseamos atraer a nuestra escuela de natación es desde los 5 a 14 años de edad ya sean hombres o mujeres ya que con estos niños podríamos llegar a ocupar el 100 % de los horarios establecidos para las escuelas y guarderías.

### 2.2.1.2 Económico

De acuerdo a un estudio de la **Universidad de Cuenca**, el sector comercial es el más importante y el mayor generador de empleo y recursos de Azuay. El 46% de las ventas que se efectúan en la provincia provienen del comercio, seguido del 31% del industrial y el 14% del eléctrico. En cuanto a la actividad de los cuencanos, el 44.2% del total de la población entran dentro de la **PEA** (Población Económicamente Activa). De la cifra de cuencanos que están dentro de la PEA, el 11.5% trabaja dentro del sector primario de producción, el 28.3% en el sector secundario y el restante 51.4% en el sector terciario de servicios. El 52.1% de los cuencanos de la PEA se consideran que están en condiciones de subempleo o no se encuentra identificada su actividad laboral.(CUENCA Y SU GENTE, 2015)

La escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado” se encuentra en el sector de servicios correspondiente al 51,4%, debido a que no somos la única institución que brinda este servicio, debemos realizar un análisis en el que el cliente no se vea afectado por el precio debido a situación económica y este costo sea accesible para todos.

### **2.2.1.3 Socio cultural**

*“El desarrollo social tiene entre sus principales factores el progreso del capital humano y el capital social, es decir que esto implica el desarrollo económico y humano de la sociedad”*; Este concepto ha alcanzado nuevos campos que lo llevan a enmarcarse dentro de los recursos humanos que mantiene una institución. Partiendo de varias conferencias de la Organización de las Naciones Unidas, ONU, se puede indicar que algunos de los campos de interés del desarrollo social son la educación, el medio ambiente, los derechos humanos, el hábitat de las personas, la infancia y la mujer, confirmando que lo importante dentro de estos estudios es fortalecer a la sociedad contemporánea a través de una fijación en los diversos factores que construyen la multiplicidad cultural de un contexto específico, dada esta especificación quiero aclarar que hoy en día es muy factible que el deporte sea inculcado desde temprana edad ya que esto ayudara a los niños a formarse como personas y sobre todo a tener una actitud responsable, disciplinada y lograr sus objetivos para que a futuro estos ya adultos mantengan una cultura de superación personal y en un ámbito general. (GUERRERO, 2014)

En la ciudad de Cuenca muchas guarderías y centros de desarrollo inicial han optado por incorporar a su malla curricular algunos deportes ya sea natación, tae kwon do, hasta ciclismo, lo que queremos lograr con este proyecto es poder abarcar mayor cantidad de niños a la natación como deporte y a futuro como disciplina ya que de estos pequeños, muchos podrían lograr grandes victorias.

#### **2.2.1.4 Político – Legales**

La educación en el país ha tenido un importante cambio en su estructura y dentro de los objetivos planteados está el de mejorar la formación integral del alumno, por lo que la creación de clubes el año anterior, y en éste el de proyectos está encaminado a lograr su objetivo, para lo cual ha ajustado los currículos en los niveles educativos con actividades diferentes, entre ellas el deporte. (EDUCACION, 2015)

Dentro de la malla curricular que está planteada por el Ministerio de Educación y de acuerdo con las Instituciones Educativas, se fomenta: practicar, ejecutar y evaluar el proceso de enseñanza, aprendizaje de la educación física y actividades complementarias en la que se puede considerar otros deportes como la natación, con lo que se lograría que las instituciones busquen estos servicios.

Los proyectos son un espacio académico de aprendizaje para estimular el trabajo cooperativo,

Dentro de la jornada escolar, y comprende campos de acción, alrededor de los cuales los estudiantes deberán participar en un proyecto aplicando sus conocimientos y destrezas de manera creativa, innovadora y emprendedora. Dentro de estos proyectos están considerado los Proyectos deportivos. (EDUCACION, 2015)

Los proyectos escolares que inicialmente se llamaban clubes, se desarrollarán durante tres horas semanales asignadas en la carga horaria de la malla curricular para el nivel de Educación General Básica, vigente mediante Acuerdo Ministerial N° 041-14 del 11 de marzo de 2014.

Se establece mediante Acuerdo Ministerial N° 055 -15 el reemplazo del término clubes por proyectos escolares dentro de la malla curricular vigente para la comprensión integral de los objetivos dentro de las instituciones educativas.

### **Campo de acción deportivo**

Promueve productos que estimulan el trabajo en equipo y la cooperación. Las actividades pueden estar relacionadas, a:

- Deporte
- Juego y Aprendo
- Actividad física y salud
- Atletismo
- Nutrición
- Otros (EDUCACION, 2015)

El incremento en la malla curricular de proyectos escolares ha favorecido de muchas maneras, el poder fomentar el deporte de la natación a tempranas edades, dar a conocer nuestra institución a nivel educativo.

El retirar este plan estratégico de la educación, amenazaría el proceso inicial y se vería perjudicado seriamente el sistema deportivo institucional.

#### **2.2.1.5 Tecnológicas**

*“La Actividad tecnológica influye en el progreso social y económico.*

*La tecnología aporta grandes beneficios a la humanidad, su papel principal es crear mejores herramientas útiles para simplificar el ahorro de tiempo y esfuerzo de trabajo, la tecnología juega un papel principal de nuestro entorno social ya que gracias a ella podemos comunicarnos de forma inmediata”. (CIAPUSCIO, 1999)*

Debemos estar abiertos a cualquier cambio relacionado a la tecnología, como empresa vanguardista tenemos varias alternativas para un mejor desarrollo en base a nuevas tecnologías que aportan al mercado con todas y cada una de las exigencias que nuestros clientes demanden.

Hoy en día la escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado” cuenta con una página web para promocionar el servicio que brinda, y facilitar la información a los clientes, del mismo modo la escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado” se ha introducido en el mundo de las redes sociales, así logramos llegar a más personas para que conozcan el servicio, trabajo y los proyectos no solo a nivel local, si no a nivel internacional.

Liderar en el medio, es el planteamiento y el camino, los medios informáticos son una de las mejores herramientas de promoción, por lo que, al ser protagonistas del servicio se exige mantener a la Institución al día con todas las herramientas tecnológicas. Siempre vigilantes de que no se generen informaciones dañinas, que por otro interés, puedan generarse a través de estos medios que son de información masiva.

## **2.3 Micro Entorno**

### **2.3.1 Clientes**

La actividad deportiva de la natación hoy en día está considerada como una obligación dentro de los conocimientos de un ser humano, ya no es una opción, por lo que la masificación de los alumnos es real. Al ser nuestro servicio dirigido a niños y jóvenes nuestros clientes se fortalecen en padres de familia que buscan las mejores opciones para sus hijos, por esta razón el cliente se potencializa a través del alumno y padre de familia; en el caso de Instituciones Educativas el cliente es más complejo todavía, ya que, el director y las profesoras son los intermediarios de nuestros clientes, sin embargo, la nuestro servicio es universal y amplio

Nuestros clientes abarcan todas las edades desde 6 meses de edad hasta adultos mayores, extendiéndose a personas con discapacidad, clientes que tiene problemas de salud pero también para deportistas en formación y Elite.

### **2.3.2 Grupos de Interés**

La Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado” interactúa con diversos y muy marcados grupos de interés, los cuales aportan un papel muy importante en el desarrollo de las distintas actividades que se realizan cada año.

La Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado” mantiene un convenio de colaboración con estos grupos que son:

- Entidades escolares de todos los niveles educativos.

Son las escuelas, colegios y guarderías de la ciudad que han optado por ser parte de nuestro Club como un instrumento para aprender lo que es la natación o ya sea para formar la preselección y selección de natación de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado” y representarnos a nivel nacional.

- Sociedad en general

Todas aquellas personas que tengan el deseo de aprender a nadar o ya sea practicar algún deporte para un estilo de vida saludable.

### **2.3.3 Competencia**

Dentro de la competencia se puede citar a todas las instituciones o Clubes que posean las instalaciones adecuadas para la enseñanza de natación, entre las principales podemos citar:

- Piscina Olímpica de la Federación Deportiva del Azuay

- Piscina de enseñanza “Agua Azul”
- Piscina de enseñanza de “Iván Enderica Ochoa”
- Piscina de enseñanza “Durán- Durán”

## **CAPITULO III**

### **PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Historia de la empresa**

En 1997, dos de los cuatro hermanos: Juan Fernando y Xavier Enderica Salgado, fundan la Escuela de Natación “Hermanos Enderica”, se consolidan en Cuenca, como la mejor institución Educativa de Natación por su estilo único e innovador en la enseñanza de este deporte; antecede a esto, una trayectoria brillante que marca historia en la natación azuaya para extenderse luego en el ámbito nacional e internacional, acumulan vivencias y experiencias únicas; a lo que se suma, capacitaciones Internacionales en países de alto desarrollo deportivo, lo que hace, una combinación perfecta de conocimientos que son transmitidos a sus hermanos Santiago, Esteban y a todos quienes llegan a la Institución.

A continuación una breve historia de los cuatro hermanos quienes fundaron la escuela de natación Hermanos Enderica Salgado.

#### **Juan Fernando Enderica Salgado**

El primogénito de los hermanos realizó sus primeras brazadas allá por el año 1988 a la edad de 10 años. En más de una década de carrera, marca el principio de la historia gloriosa de la natación cuencana por sus estelares conquistas, los sueños se en realidad con cada una de sus participaciones; Para recordar, el Azuay en los Juegos Nacionales en 1996 alcanza por primera vez con su participación, cuatro medalla dorada escoltadas de plata y bronce sumando un total de nueve para convertirse en el mejor ecuatoriano del certamen, marca un antes y después, en un deporte en el que Azuay nunca fue protagonista.

Es el primer azuayo en formar parte de una Selección Nacional de Natación, y las victorias se suman con protagonismo de medallas en Juegos Bolivarianos, Sudamericanos, Panamericanos; son más de quinientas medallas y noventa trofeos que cuentan la historia de sus inolvidables participaciones. Por muchos años es reconocido como el Mejor Nadador Azuayo.

Posteriormente Incursiona en la triatlón llegando a ser el primer ecuatoriano ranqueado en el mundo. Hoy es el Entrenador de la selección Nacional de Natación.(Anexo 1)

### **Xavier Mauricio Enderica Salgado**

Se inicia en el deporte y da origen a la denominación los "Hermanos Enderica". Rápidamente se evidencia su talento y con apenas 11 años de edad, se convierte en el primer nadador azuayo en romper un record nacional, esta Azaña es el preámbulo para un sinnúmero de preseas que sumarían luego unas 400, muchas de ellas han trascendido fronteras y han sido testigos de sus incontables brazadas llenas de superación. Para continuar con su trayectoria, es declarado El Mejor Prospecto de la Provincia y se convierte en el primer Azuayo en tomar el Juramento deportivo en representación del Ecuador en un campeonato internacional como es la Copa del Pacífico; triunfos incontables se suman en países como Panamá, Costa Rica, Puerto Rico, Honduras, el Salvador, Colombia, Perú, Cuba, Brasil, Bolivia, o como el Sudamericano de Cadetes, las Medallas en competencias internacionales ratifican que el camino está abierto, las bases sólidas que construye con su esfuerzo son victorias insuperables.

**Santiago Paul Enderica Salgado**

Con el ejemplo inmejorable de sus hermanos mayores Santiago toma la posta y nace El “Clan Enderica”; a los 7 años de edad participa en Panamá y es declarado el Mejor Nadador del torneo lo que marca el inicio de un futuro prometedor. Su primera representación al Equipo Ecuatoriano la escribe con Oro a sus 12 años y conquista para el país La Mejor Marca Técnica evidenciando su capacidad. El aporte que entrega para el Azuay en los Juegos Interandinos con seis preseas doradas más cuatro de plata y bronce fue determinante para destronar a Pichincha en el 2003; un año después obtiene la primera Victoria para un morlaco en el imponente Lago San Pablo con record de travesía incluido destronando al imbatible y experimentado nadador porteño Gregory Fuentes, este título lo defiende por tres años consecutivos; El lago Yaguarcocha y Cuicocha se suman al triunfo y preparan al nadador para subir a lo más alto del pódium en la travesía Internacional Vuelta a Colon en Panamá. Una vida llena de triunfos en playas Sud americanas, campeonatos del mundo escriben páginas para la memoria de un curriculum-vitae extenso en la natación ecuatoriana lo que junto a sus 550 medallas y 100 trofeos evidenciando su brillante carrera deportiva.

**Esteban Josué Enderica Salgado**

El menor de los hermanos tiene el legado máspreciado de sus antecesores y el desafío de llegar a la excelencia. Anecdóticamente el temor al agua hizo que el aprendizaje de la natación le tomara más de dos años y sea cauteloso; pero paradójicamente, consigue logros que parecían inalcanzables nunca antes conquistados. Su inicio como Novato es impecable, con diez medallas doradas y el Trofeo al Mejor del evento marca un inicio brillante en su carrera deportiva, gana un sinnúmero de torneos y campeonatos nacionales, defiende los colores del Ecuador y se apodera del pódium en cada

participación, escala posiciones en los siguientes años para convertirse en la mejor carta de presentación del Ecuador; A breves rasgos sintetizaremos sus históricos triunfos en torneos de primer nivel en la natación internacional y mundial: Plata en el Campeonato Panamericano Juvenil de aguas abiertas 2006, dos de Oro en el abierto de Venezuela 2009, plata y bronce en los Juegos Bolivarianos 2009, dos de bronce en la Copa Latina de natación 2010, plata en los Juegos Sudamericanos, plata en el Campeonato Sudamericano absoluto 2010, 15vo del mundo en 1500 libre Dubai 2010, bronce en el Grand Prix de Missouri 2012, plata en campeonato Sudamericano Absoluto 2012, plata en el abierto brasileño de natación 2012, doble marca B para las Olimpiadas de Londres 2012, más de 12 records nacionales absolutos, Condecorado como el Mejor Nadador del País por desde el inicio de su carrera y consecutivamente con un futuro aún más prometedor. (Anexo 2)

### **3.2 Perfil de la empresa**

La Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado, se dedica a la enseñanza de la natación como deporte básico, a la perfección de estilos, entrenamiento competitivo para alumnos en formación, llegando a su máxima representación y dirección con nadadores de Alto Rendimiento. Para la Institución Hermanos Enderica Salgado es de vital importancia y sin duda un aporte moral y social el servicio a personas con capacidades diferentes, un programa llamado hidroterapia acoge a niños que necesitan de oportunidades para desarrollarse. Los niños sin recurso económicos tiene su espacio al igual que adultos con lo que completamos el ciclo de servicios.

## Condecoraciones al Mérito Deportivo a “Hermanos Enderica Salgado”

La trayectoria de los “Hermanos Enderica Salgado” trasciende en el más alto reconocimiento otorgado por la Asamblea Nacional al “**RESALTAR** la labor que, con *mística de servicio a la comunidad, han efectuado los hermanos Juan Fernando, Xavier, Santiago y Esteban Enderica Salgado, en bien de la formación deportiva de la juventud.*

**OTORGAR** a la escuela de Natación “Hermanos Enderica” la condecoración “Asamblea Nacional **DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, DR. VICENTE ROCAFUERTE**”, al mérito deportivo.”

Existen reconocimientos que sin ser menos importantes se otorgan a los hermanos Enderica Salgado por el aporte como deportistas y por el servicio a la comunidad.

(Anexos 3-7).



Figura No. 1 Condecoración al Mérito Deportivo (Anexos 3-7)

### **3.3 Historia de la Institución**

Nace en 1997 con Juan Fernando y Xavier Enderica Salgado, como instructores de natación en urbanizaciones privadas, compartiendo con su entrenamiento como nadadores, un año después, trabajan para la Federación Deportiva del Azuay en horarios limitados con aproximadamente 70 alumnos mensuales. Posteriormente y hasta el 2007 en forma independiente ocupan piscinas alquiladas, incrementando sus alumnos y conocimientos, es así como en el 2008 se construye la primera fase de su emprendimiento (año en el que cursaba Xavier los estudios universitarios en la Universidad del Pacífico), Un centro de natación propio que reúne todas las condiciones necesarias para un servicio apropiado y dinámico, al siguiente año se amplía en una segunda fase con una piscina semi-olímpica, lo que abre posibilidades de nuevos servicios y mayor captación de alumnos potencializando la natación en nuestra zona y creando plazas de trabajo.

### **3.4 Organización interna**

La Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado está estructurada por la Junta General de socios de la que se desprende su Presidente, luego el Gerente General, quien es el representante legal de la entidad y de la Compañía, se encarga de la captación de las Instituciones Educativas, realiza todos los trámites relacionados a su función.

Cuenta con una organización equilibrada con tres departamentos definidos; cada uno de ellos se divide en áreas específicas.

# ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

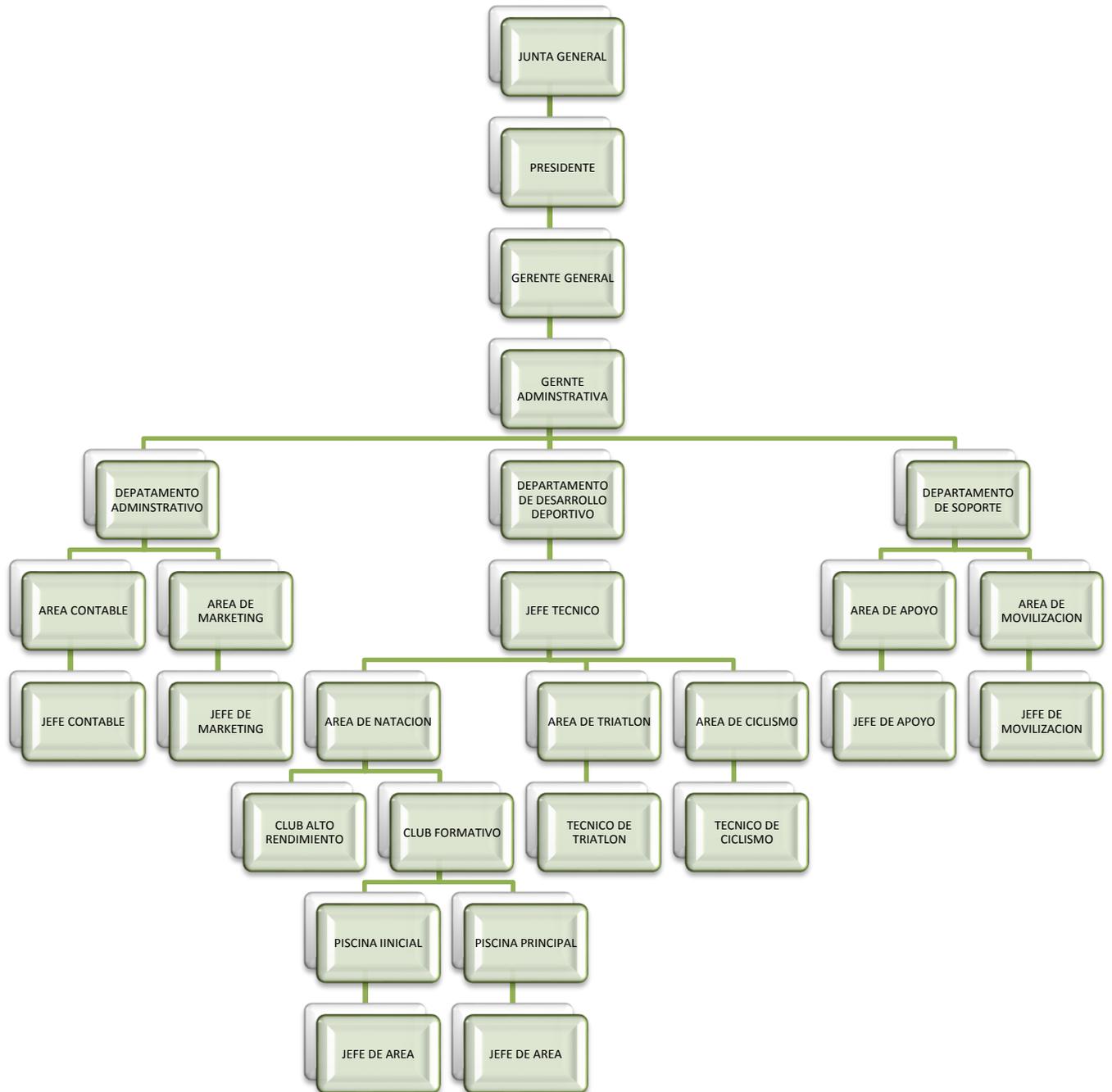


Gráfico 1: Organigrama Institucional Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

### **3.4.1 Departamento Administrativo**

Encargado de realizar la dirección de la Institución; La Gerente Administrativa es la responsable del manejo y funcionamiento de todos los departamentos y áreas, organiza, vigila, ejecuta el movimiento de la Institución, controla el área económica y coordina el funcionamiento de todas las áreas.

El departamento contable con un jefe de área y tres trabajadores a cargo de la parte económica más una secretaria.

Esta área cuenta con un sistema informático moderno y amigable como una herramienta extraordinaria de soporte.

El departamento de Marketing cuenta con un jefe del área que ejecuta y aprueba los servicios prestados contratados para el efecto.

### **3.4.2 Departamento de Desarrollo Deportivo**

Cuenta con un JEFE Técnico Principal que supervisa la planificación de los entrenadores y de los profesionales en cada área de desarrollo deportivo.

El departamento de desarrollo deportivo se divide en:

Área de Natación, Club de Alto Rendimiento cuenta con el Equipo multidisciplinario

Club Formativo compuesto de:

Piscina Inicial con un jefe de área y monitores

Piscina principal con un jefe de área y monitores

Área de Triatlón, con un jefe, un entrenador de atletismo, de ciclismo, de natación y monitores.

Área de Ciclismo, con un jefe y un monitor.

### **3.4.3 Departamento de Soporte**

Se divide en:

Área de Apoyo con una Jefe a cargo de 10 trabajadoras que dan asistencia a los alumnos en el cambio de la ropa, son las encargadas del mantenimiento y limpieza del escenario.

Área de Movilización con un jefe de área y 7 profesionales del volante, son los encargados de trasladar a los alumnos desde las instituciones educativas hacia la Escuela de Natación y viceversa.

### **3.5 Servicios ofertados**

#### **3.5.1 Dirigido a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil.**

Los Hermanos Enderica Salgado cuentan con una trayectoria fundamentada en 26 años de experiencia como deportistas, lo que les permite innovar un sistema propio en la enseñanza de la natación; son 16 años trabajando conjuntamente con Instituciones Educativas de Cuenca en una forma responsable para la formación masiva de niños y jóvenes en el mundo de la natación.



Figura No. 2 Servicios ofertados piscinas para el servicio

#### **3.5.2 Programa Institucional para Centros Educativos y Desarrollo Infantil.**

Una clase semanal durante el año lectivo. Transporte propio para el traslado de los estudiantes, evaluaciones y demostraciones anuales, costos de indumentaria y gorra como uso obligatorio.



**TRANSPORTE:**  
Furgonetas con capacidad para 20 alumnos  
Responsabilidad y garantía en el traslado de puerta a puerta.

**COSTO:**

- \$15 (quince dólares) guarderías una clase semanal
- Incluye transporte
- \$35 COMBO gorra, gafas terno de baño bolso de natación.
- \$5 Gorra de natación obligatoria



Figura No. 3 Servicios ofertados para Centros Educativos y Desarrollo Infantil

### 3.5.3 Estimulación Temprana

Para niños de 6 meses a 4 años de edad, adaptación al medio en edades tempranas con juegos, canciones, favorece el vínculo entre el bebe, padre y entorno.

### Proyección

Desarrollar destrezas de coordinación, motoras e independencia en los primeros años, fortalecer el lenguaje, la memoria, concentración, entendimiento, sensibilidad

**ESTIMULACION TEMPRANA**

Inversión: \$45.00 ( mensual )  
 \$23.00 ( inscripción )

Edad: 6 meses a 4 años

lunes y miercoles	14h30 a 15h15
martes y jueves	17h30 a 18h15
Sábados:	08h30 a 09h15

(\$25.00 mensual)

**Unico Local:**  
 Carlos Arizaga Toral 1-94  
 (Entrada a Miscata)

**Telf: 4095-644 / 2853-184**

Figura No. 4 Servicios ofertados, estimulación temprana

**3.5.4 Niños y Jóvenes**

Programa para desarrollar la enseñanza, perfeccionamiento de estilos, edades en las que se consigue que el estudiante adopte al deporte como un medio de desarrollo personal. Se convierte en un complemento a la educación y se logra evitar malos hábitos como sedentarismo, alcoholismo, drogadicción.

**Proyección**

Integrar el equipo formativo del Club “Hnos. Enderica Salgado”, participar en inter escolares, campeonatos locales, nacionales, convertirse en futuras promesas deportivas

el Ecuador.

**NIÑOS Y JOVENES**

Inversión: \$21 ( inscripción )  
 3 días \$42 ( mensual )  
 2 días \$37 ( mensual )

Horarios:  
 15h30 a 16h30  
 16h30 a 17h30

Días: lun, mier y viernes  
 martes y jueves

**INFORMACIÓN Y RESERVAS:**  
 Telf: 4095-644 / 2853-184  
 Unico Local:  
 Carlos Arizaga Toral 1-94  
 (Entrada a Miscata)

**PISCINAS PURIFICADAS CON OZONO 0% QUIMICOS**

Figura No. 5 Servicios ofertados, niños y jóvenes

**3.5.5 Adultos**

Dirigido a trabajadores, empresarios, que por su trabajo pueden acudir solo en horarios nocturnos y para todo adulto que desee desarrollar el aprendizaje, perfeccionamiento y mantenimiento acuático.

**Proyección**

Desarrollo personal con fines educativos, recreativos, salud y bienestar.

**NATACIÓN**

**NATACIÓN**

hnos.enderica.s.  
ESCUELA DE NATACIÓN  
Condecoración al Merito Deportivo  
"Dr. Vicente Rocafuerte"  
ASAMBLEA NACIONAL

**Unico Local:**  
Carlos Arizaga Toral 1-94  
(Entrada a Misicata)

**ADULTOS**

Inversión: \$38.00 ( mensual )  
\$16.00 ( inscripción )

Días:  
lunes y miercoles 20h30 a 21h30  
martes y jueves 20h30 a 21h30

Telf: 4095-644 / 2853-184

Figura No. 6 Servicios Ofertados, Adultos

**3.5.6 Alto Rendimiento**

Para deportistas élite que han cubierto marcas para estar en el equipo nacional.

**Proyección**

Participar y ser protagonista en Juegos Olímpicos.

**NATACIÓN**

**hnos. enderica.s.**  
ESCUELA DE NATACIÓN  
Condecoración al Merito Deportivo  
"Dr. Vicente Rocafuerte"  
ASAMBLEA NACIONAL

**Unico Local:**  
**Carlos Arizaga Toral 1-94**  
**(Entrada a Misicata)**

**ALTO RENDIMIENTO**

Inversión:	\$250.00 ( mensual )
lunes a sábado	07h30 a 11h15 16h30 a 19h15

**Telf: 4095-644 / 2853-184**

Figura No. 7 Servicios ofertados, Alto Rendimiento

### 3.5.7 Triatlón Niños y Jóvenes

El triatlón está compuesta por tres actividades deportivas: natación ciclismo y atletismo, se da La alternativa a los estudiantes de realizar diferentes actividades con lo que se logra mantener motivado al alumno; es una actividad con gran acogida mundial.

#### Proyección

Lograr un desarrollo deportivo integral del alumno, disminuir índices de vicios, conseguir representaciones en competencias locales y nacionales.

**hnos. enderica.s.**  
ESCUELA DE NATACIÓN

PISCINAS PURIFICADAS CON  
**OZONO** 0% QUÍMICOS

**INFORMACIÓN Y RESERVAS:**  
Telf: 4095-644 / 2853-184  
Unico Local:  
Carlos Arizaga Toral 1-94  
(Entrada a Misicata)

**NIÑOS Y JOVENES**

Inversión:	Horarios: 17h30 a 20h30
\$21 ( inscripción )	Días: de lunes a sábado
\$120 ( mensual )	

**TRIATHLON**

Figura No. 8 Servicios ofertados, Triatlón niños y jóvenes

### 3.5.8 Triatlón adultos

Dirigido a adultos que tienen como motivación hacer deporte, cuidar su salud, erradicar el sedentarismo, participar en competencias y un desfogue de las actividades cotidianas del trabajo.

#### Proyección

Participar en competencias de medio Ironman

**ironman**

**TRIATLÓN**

**hnos. enderica.s.**  
ESCUELA DE NATACIÓN  
Condecoración al Merito Deportivo  
"Dr. Vicente Rocafuerte"  
ASAMBLEA NACIONAL

**Unico Local:**  
**Carlos Arizaga Toral 1-94**  
**( Entrada a Misicata )**

**TRIATLÓN PARA ADULTOS**

Inversión: \$120.00 ( mensual )  
lunes a sábado 16h30 a 20h15

**Telf: 4095-644 / 2853-184**

Figura No. 9 Servicios ofertados, Triatlón Adulto

### 3.5.9. Ciclismo

Un programa para niños desde los 2 años en adelante, se distribuye en tres niveles:

De 2 a 5 años en el programa de striders, de 6 a 18 años ciclismo de montaña y de 19 en adelante ciclismo master.

Es un complemento de la natación, encaminado a desarrollar el equilibrio, mejorar capacidades viso motoras, reflejos, te hace independiente y es una actividad que al practicar en familia se desarrollando lazos de unión más fuertes.

**Proyección**

Masificar y representar a la provincia y al país en competencias locales y nacionales.

**CICLISMO**

**CICLISMO**

hnos.enderica.s.  
ESCUELA DE NATACIÓN  
Condecoración al Mérito Deportivo  
"Dr. Vicente Rocafuerte"  
ASAMBLEA NACIONAL

**Unico Local:**  
**Carlos Arizaga Toral 1-94**  
**(Entrada a Misicata)**

**ESCUELA DE CICLISMO**

Inversión:	\$60.00 ( mensual )
lunes a viernes	16h30 a 18h15
Inversión:	\$45.00 ( mensual )
lunes, miércoles y viernes	16h30 a 18h15
Inversión:	\$40.00 ( mensual )
martes y jueves	16h30 a 18h15

Telf: 4095-644 / 2853-184

Figura No. 10 Servicios ofertados, Ciclismo

**3.5.10 Fiestas Acuáticas**

Un plus adicional es el servicio de fiestas infantiles en horarios que no son utilizados para enseñanza o entrenamiento.

**Proyección**

Captar alumnos que no nos conocen a través de esta actividad.

hermanosenderica.com

# Fiesta Acuática

**PAQUETE BASICO:** \$200 (20 niños)  
\$ 7 ( niño adicional )

**Solo Sábados:**  
10h00 a 13h00 o 15h00 a 18h00

**2 instructores en el agua**  
para juegos y concursos

**1 persona para el servicio del snack**

**hnos.enderica,s.**  
ESCUELA DE NATACIÓN

PISCINAS PURIFICADAS CON  
**OZONO** 0% QUÍMICOS

**INFORMACIÓN Y RESERVAS:**  
Telf: 4095-644 / 2853-184  
Unico Local:  
Carlos Arizaga Toral 1-94  
( Entrada a Misicata )

Figura No. 11 Servicios ofertados, Fiestas acuáticas

## **CAPITULO IV**

### **MARCO METODOLOGICO**

Los sistemas implantados dentro del servicio de natación, al ser un programa de autoría propia y de emprendimiento, que se ha desarrollado por los conocimientos adquiridos a través del crecimiento individual y con vivencias propias en la práctica deportiva, plantea una metodología propia de investigación directa que permite con gran acierto establecer dentro de un análisis sencillo pero claro, parámetros para obtener resultados satisfactorios en el sistema de marketing que se debe implantar.

#### **4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

La escuela de natación Hermanos Enderica Salgado, ha creado un plan estratégico para que las instituciones educativas incrementen el servicio de natación aprovechando la modalidad de proyectos deportivos implantada por el Ministerio de Educación. (EDUCACION, 2015)

Los proyectos son espacios para estimular las destrezas de los niños, al incrementar la natación como deporte, el alumno se nutre de capacidades que son necesarias en otras áreas del aprendizaje indispensables en procesos escolares, valores como la constancia, disciplina y respeto desarrollan a través de esta actividad, por este motivo muchas Instituciones Educativas optarán por este servicio.

La metodología a ser utilizada se sustenta en la siguiente investigación:

- Se realiza una entrevista directa a la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado” para conocer cómo se desarrolla la captación de los alumnos basada en la experiencia; lo que nos permite establecer los métodos y técnicas que se ha utilizado a través de los años; y así establecer una iniciativa diferente en el plan de marketing.

- Es de vital importancia conocer el grado de satisfacción de los clientes actuales; por lo que se plantea una encuesta a las directoras de los planteles educativos que cuentan con el servicio, a fin de conocer las fortalezas y debilidades para ofertar con dinamismo el plan de marketing. Se realiza en cada establecimiento a fin de encuestar indirectamente a quienes se encuentran en el entorno y poder captar directamente su percepción.
- El siguiente paso, se encuesta a posibles clientes que tienen el número necesario de alumnos a fin de llenar las vacantes de la escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado”, dirigida a instituciones que no cuentan con este servicio deportivo para una posterior oferta e incorporación.
- Se Investiga a la competencia comparando calidad de servicios, métodos utilizados y precios
- Se concluye con un análisis de los resultados de la investigación; se plantea posteriormente un Plan Estratégico de Marketing para incrementar potenciales clientes a través de los alumnos de Instituciones Educativas.

#### **4.1.1 Análisis interno de la escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado” mediante entrevista**

##### **4.1.2 Entrevista realizada a la Sra. Patricia Salgado de Enderica**

#### **4.1.2.1 ¿Con que instituciones se trabaja actualmente?**

Nuestra Institución brinda el servicio de enseñanza de natación a centros de desarrollo infantil e instituciones Educativas que cuentan con niveles desde el inicial hasta el bachillerato, entre las cuales podemos citar:

Alborada, Andes, Cedei, Cedfi, Cumbres, Joseph de Jessieu, Liceo Americano, Liceo Cristiano, Nuestra Familia, Porvenir, Príncipe de Paz, Salle, San Agustín, Santana, Verbo, Catarina, Colorines, Crayola, Estrellitas, Exploradores, La Ronda, Mundo de Juguete, Pulgarcito, Sol Naciente

#### **4.1.1.2 ¿Las Instituciones Educativas asignan el tiempo necesario para la práctica de la natación?**

Dentro del sistema de Clubes, en la actualidad tienen la opción de asignar tres horas curriculares para esta actividad, lo que se utiliza para el traslado y la práctica de la disciplina de natación.

Los Centros de desarrollo infantil tienen más libertad para organizar esta actividad sin limitaciones de tiempo y horarios.

#### **4.1.1.3 ¿Cómo se realiza el programa Institucional?**

Los alumnos asisten una hora curricular por semana durante el año lectivo, en el horario y día establecido para determinado grupo de alumnos, Es un proceso colectivo pero con desarrollo individual, en el que los sistemas de enseñanza se diferencian de acuerdo a las edades y a los diferentes avances de cada grupo.

**4.1.1.4 ¿El sistema sugerido por algunas instituciones Educativas de una clase cada quince días es productivo, se consigue resultados en cuanto a la enseñanza?**

Al ser muy espaciada la práctica de la natación es un continuo iniciar por lo que no se recomienda este sistema, el proceso se hace muy lento y difícil.

**4.1.1.5 ¿Cuál es la logística que se utiliza?**

La constancia es la clave para el aprendizaje, seguir los procesos adecuados sin saltarse los parámetros de desarrollo en destrezas básicas es el fundamento para un buen desarrollo de las técnicas natatorias, un sistema lúdico para hacer de la práctica de la natación divertida, con lo que se logra que el alumno espere siempre sus clases de natación.

**4.1.1.6 ¿Cuál es la estrategia de marketing actual que se utiliza para atraer nuevos clientes?**

La mejor propaganda es un alumno y padre satisfecho, por lo que la calidad de servicio es la clave del marketing, de allí que nuestra fortaleza es la EXCELENCIA y es el lema en nuestro Institución.

Dentro de servicio de excelencia como marketing para atraer nuevas instituciones educativas podemos decir que es muy importante:

- Exponer a los Directivos la importancia de una actividad natatoria como uno de los mejores servicios que pueden brindar a sus alumnos siendo un complemento extraordinario en sus actividades.
- Charlas de concientización a los padres de familia sobre la necesidad y la responsabilidad que tienen ante el desarrollo integral de sus hijos, considerar que

la natación es una obligación y no una opción dentro de los conocimientos de un ser humano.

- Videos demostrativos de los diferentes grupos de cómo llegaron a nuestra Institución, las diferentes fases del aprendizaje y sus avances.
- Gratuidad en horarios diferentes para niños que tiene dificultad en adaptarse al medio hasta nivelarles con sus compañeros.
- Demostraciones periódicas ante los padres de familia para que vean los avances de los alumnos, he invitar a los dirigentes de otras instituciones a fin de que vean directamente los resultados y la satisfacción que experimentan los padres de familia al ver a sus hijos como lo que aprendido.
- Estar siempre en contacto con dirigentes y atender a los padres de familia ante las dudas y cuestionamientos a fin de satisfacer sus necesidades.
- Charlas de los Hermanos Enderica como representantes máximos de la Natación Ecuatoriana.

#### **4.1.1.7 ¿Qué porcentaje de capacidad considera usted que tiene la piscina inicial y la piscina semi- olímpica?**

En la actualidad se encuentran ocupadas un 70% de su capacidad por las mañanas, y en las tardes y noches se tiene una capacidad del 90 al 100%.

#### **4.1.1.8 ¿Existen nuevas regulaciones con respecto a la contratación de servicios externos por parte de las instituciones educativas?**

Si, la forma de pago es directa padres de familia e Institución de Natación, las horas de utilización del servicio, calificaciones de la materia de natación que está considerada en este año como Proyectos y desarrollo del mismo con normativas de la Dirección de Educación.

#### **4.1.1.9 ¿En qué orden considera lo más importante al momento de satisfacer al cliente y por qué?**

##### **Directivos de instituciones educativas**

##### **Profesores de cada clase**

##### **Alumnos**

##### **Padres de familia**

En primer plano está el Alumno, es quien trasmite a sus padres la satisfacción o desmotivación por la práctica de la natación, luego está el Padre de Familia que es quien decide si hace o no la inversión y es quien responde más que a la necesidad, a satisfacer a sus hijos, vendrían luego Directivos de las Instituciones Educativas quienes tratan de dar los mejores servicios a padres de familia que buscan en los centros educativos un aporte completo en vista de las limitaciones que en la actualidad tienen por sus labores, y que se sienten imposibilitados para llevar a sus hijos personalmente a que reciban sus clases de natación, luego están las profesoras que también juegan un papel predominante por ser quienes acompañan a los alumnos a las clases de natación y es muy importante la apreciación que tenga para motivar o desmotivar a los alumnos.

## **CAPITULO V**

### **ANALISIS DE RESULTADOS**

## 5.1 Análisis de la satisfacción al cliente de las instituciones que reciben el servicio de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”

Como nos indicó la Sra. Patricia Salgado de Enderica, Gerente Administrativa, las Instituciones con las que trabaja la Escuela de Natación son las siguientes:

Alborada, Andes, Cedei, Cedfi, Cumbres, Joseph de Jessieu, Liceo Americano, Liceo Cristiano, Nuestra Familia, Porvenir, Príncipe de Paz, Salle, San Agustín, Santana, Verbo, Catarina, Colorines, Crayola, Estrellitas, Exploradores, La Ronda, Mundo de Jugete, Pulgarcito, Sol Naciente

Se realizaron encuestas a las veinte y cuatro instituciones educativas que trabajan con nosotros, descritas anteriormente, obteniendo los siguientes resultados:

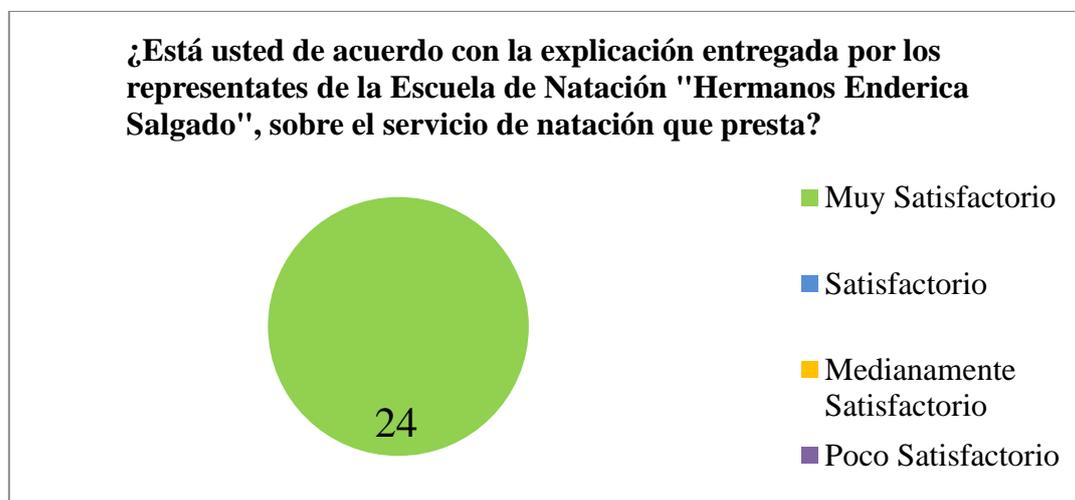


Figura No. 12: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

En este gráfico se puede observar que el 100% de las Instituciones Educativas que trabajan con nosotros, están de acuerdo con la explicación entregada por los representantes de la Escuela de Natación Enderica Salgado sobre el servicio que se presta.

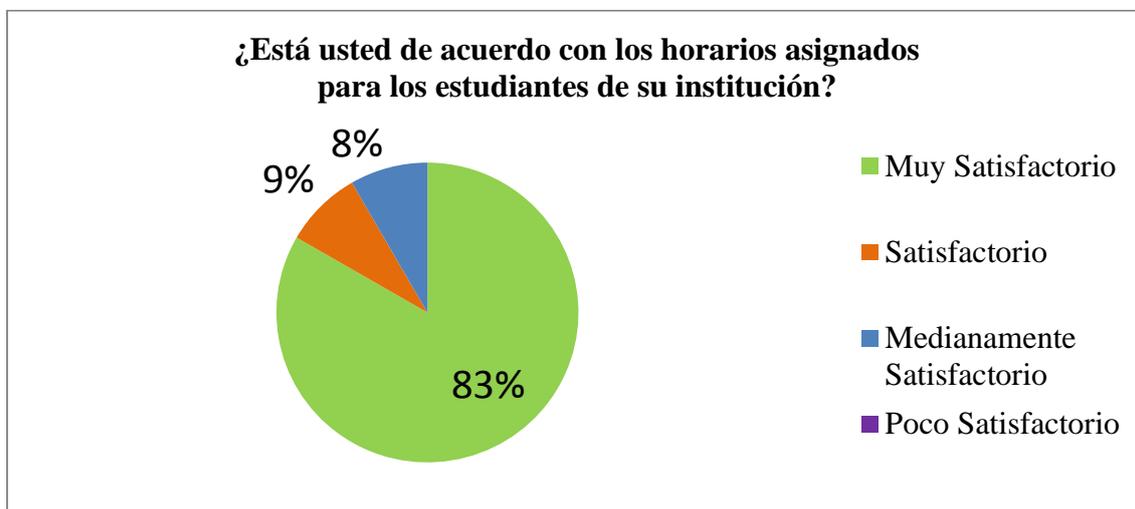


Figura No. 13: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

En este gráfico podemos observar que en su mayoría están de acuerdo con los horarios asignados para los estudiantes de su Institución, sin embargo existen dos que están satisfechos, seguidos de dos instituciones que están medianamente satisfechos.

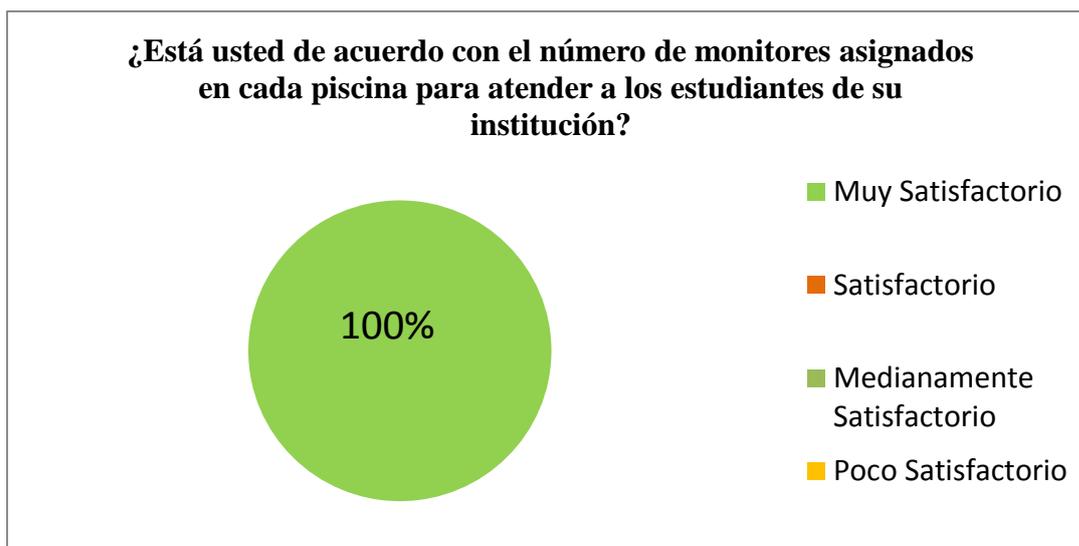


Figura No. 14: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

La Escuela de Natación cuenta con tres monitores para la piscina inicial y cuatro monitores para la piscina semi- olímpica, por lo tanto el 100% de las instituciones se encuentran muy satisfechos con respecto al número de monitores.



Figura No. 15: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Nuestra Escuela de Natación cuenta con el servicio del personal de apoyo, el mismo que fue calificado en su mayoría como muy satisfactorio (14 Instituciones), cinco de las mismas encuentran satisfechos y cinco medianamente satisfechos.

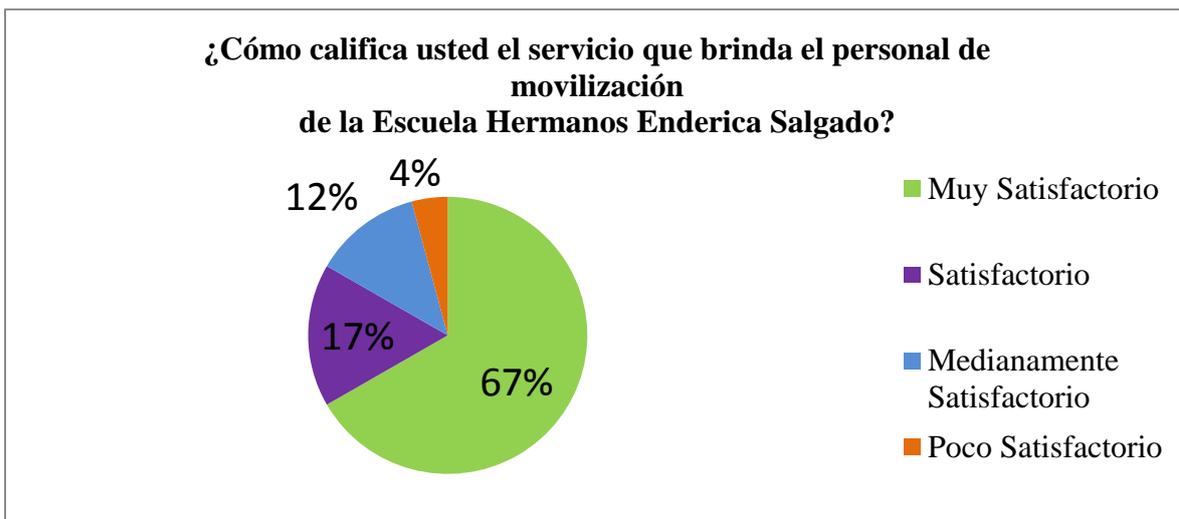


Figura No. 16: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Además del servicio del personal de apoyo, nuestra Escuela de Natación cuenta con el servicio de movilización, el mismo que fue calificado en su mayoría como muy satisfactorio (16 instituciones), cuatro calificaron como satisfactorio, tres como medianamente satisfactorio y una como poco satisfactorio.

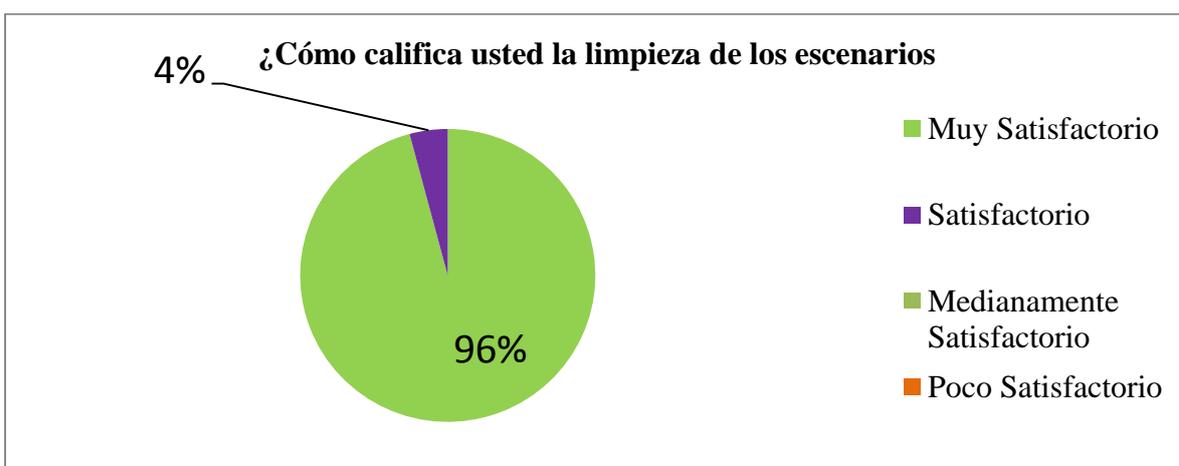


Figura No. 17: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

En cuanto a la limpieza de los escenarios deportivos, veinte y tres Instituciones calificaron como muy satisfactorio, y solo una Institución calificó como satisfactorio.



Figura No. 18: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Este gráfico está relacionado con la purificación del agua, ya que todas las piscinas excepto la nuestra manejan la purificación con cloro, siendo un químico sumamente fuerte para todo el cuerpo, mientras tanto que la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”, purifica su agua con Ozono. Por lo tanto todas las Instituciones están muy satisfechas con nuestro método de purificación.

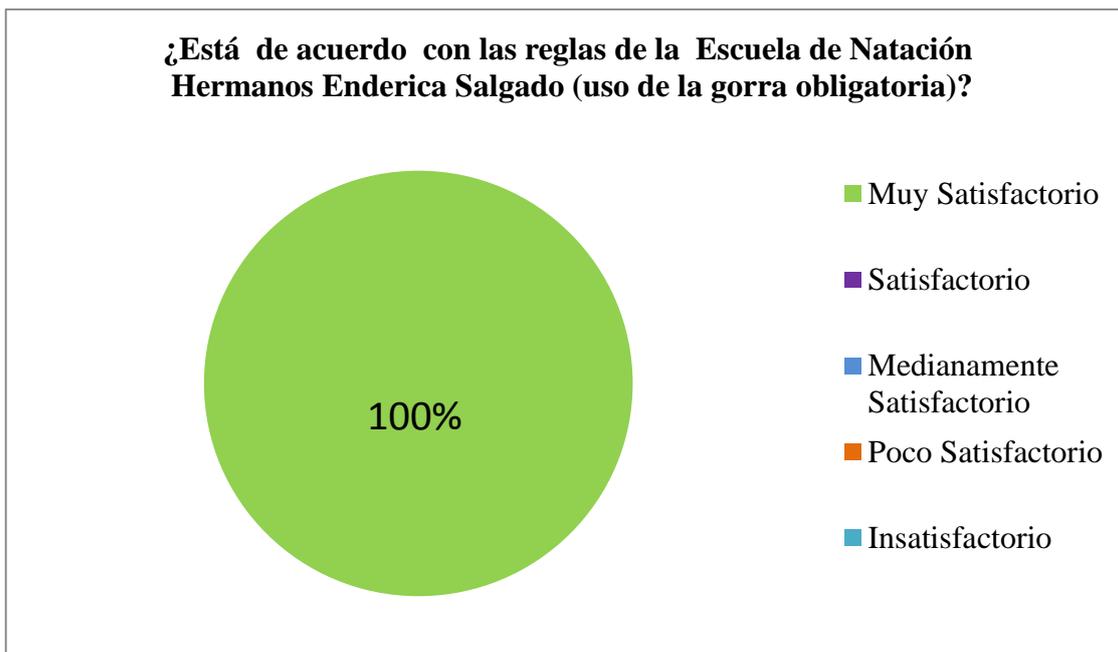


Figura No. 19: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Este gráfico refleja la satisfacción de las Instituciones Educativas para acatar las reglas de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado” con respecto al uso de la gorra con logo institucional, cabe recalcar que el proceso de adaptación a las reglas, tuvo un periodo aproximadamente de un año.



Figura No. 20: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Las Instituciones con respecto al proceso de enseñanza se encuentran en su mayoría satisfechas, sin embargo la escuela Santa Ana es la que respondió satisfactorio por pensar que los niños después de pocas clases deberían nadar a la perfección.

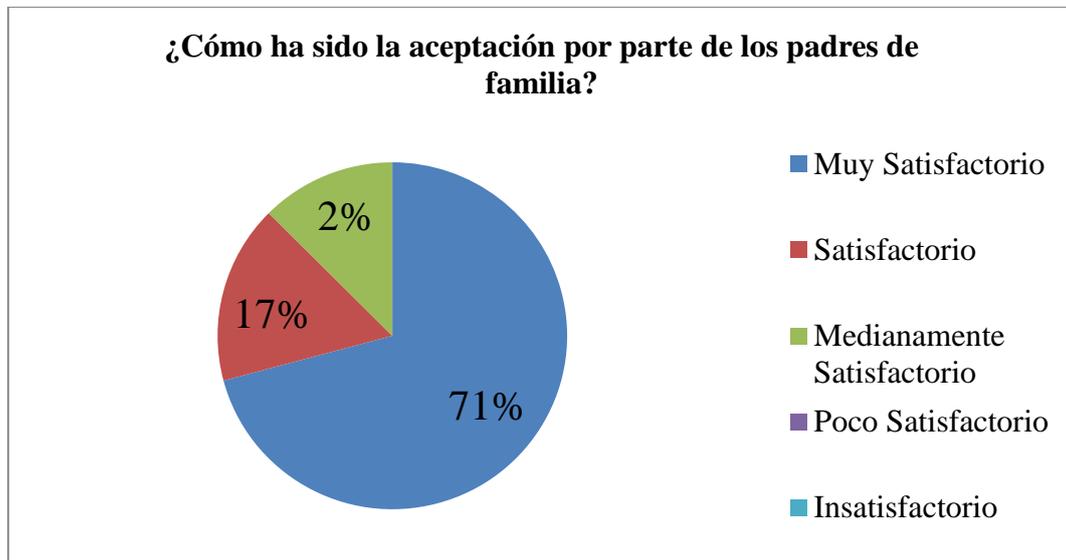


Figura No. 21: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Como se puede observar en el gráfico diecisiete Instituciones por medio de los padres de familia, están muy satisfechos con respecto a la enseñanza recibida, cuatro están satisfechos y tres medianamente satisfechos.



Figura No. 22: Encuesta de la Satisfacción del Cliente

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Como se puede observar en el gráfico anterior, dieciséis instituciones educativas a través de sus alumnos están muy satisfechos con respecto al servicio de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”, seis están satisfechos y uno se encuentra medianamente satisfecho.

## 5.2 Encuestas dirigidas a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil para determinar posibles clientes potenciales.

Estas encuestas están dirigidas a Instituciones Educativas que pueden llegar a ser nuestros clientes potenciales, se analizaron cinco centros educativos, ya que con las respuestas que se obtengan, y sobre todo a la cantidad de estudiantes que manejan, podemos llegar a cubrir con la capacidad de los horarios al 100%.

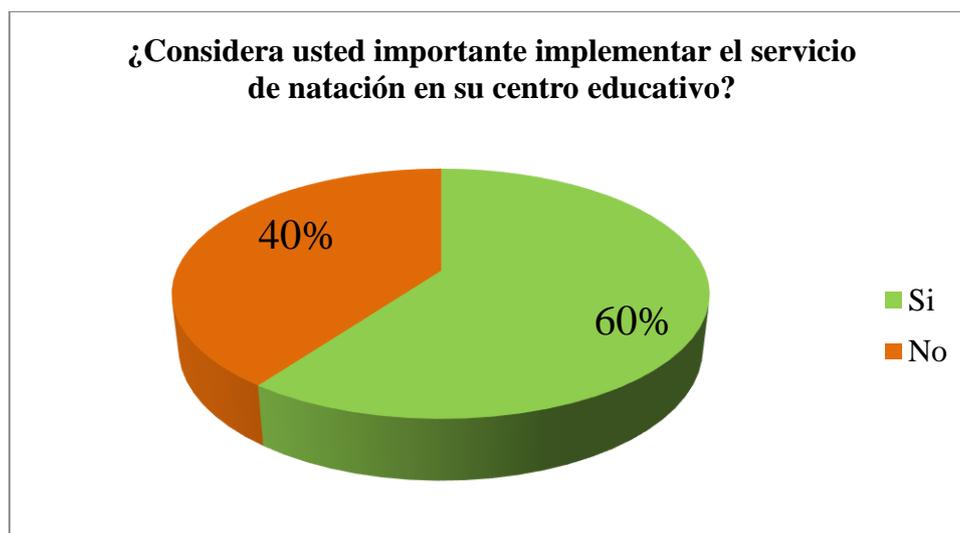


Figura No. 23: Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

El 60% considera importante el implementar el servicio de natación en su centro educativo, frente a un 40% que no lo considera importante.

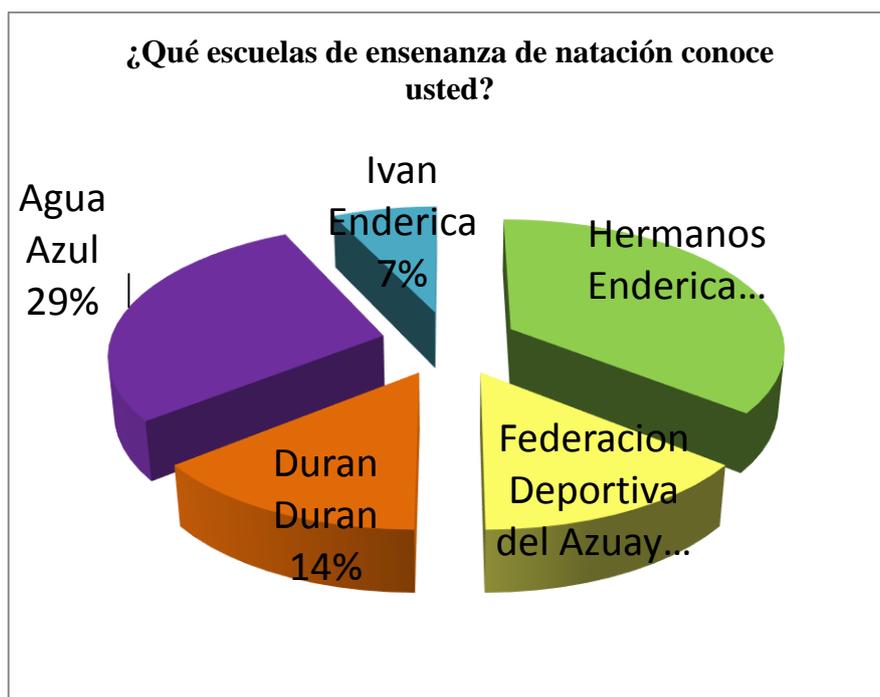


Figura No. 24: Encuesta dirigida a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

En este gráfico podemos observar el “top of mind” de las Escuelas de enseñanza de natación, y de acuerdo a los resultados estamos en el primer puesto de posicionamiento con un 36%, seguidos de Agua Azul con un 29%, Federación Deportiva del Azuay con un 14% al igual que Durán Durán y por último la Escuela de Iván Enderica con un 7%.



Figura No. 25: Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Nuevamente recalcamos nuestro posicionamiento de marca es muy bueno, ya que el 100% de las Instituciones encuestadas conocen acerca de nuestra Escuela de Natación.

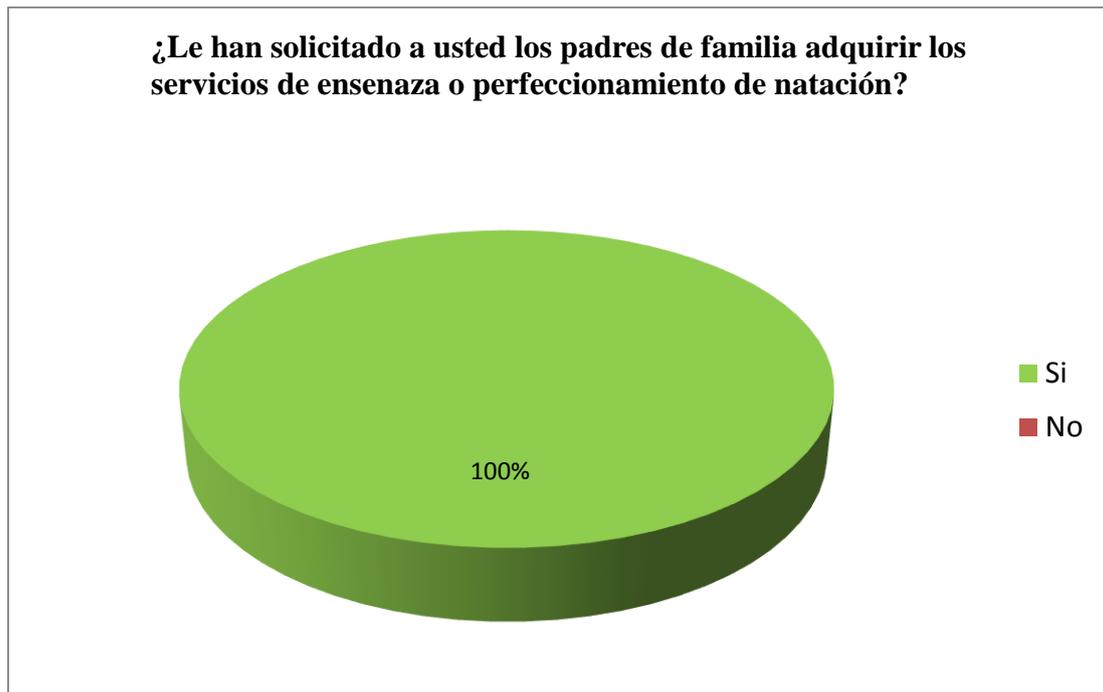


Figura No. 26: Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Los padres de familia de las Instituciones que fueron encuestas han pedido en su totalidad el contratar el servicio de enseñanza o perfeccionamiento de natación, por lo tanto este es un buen parámetro para nosotros poder brindar nuestros servicios y considerarlos como clientes potenciales.

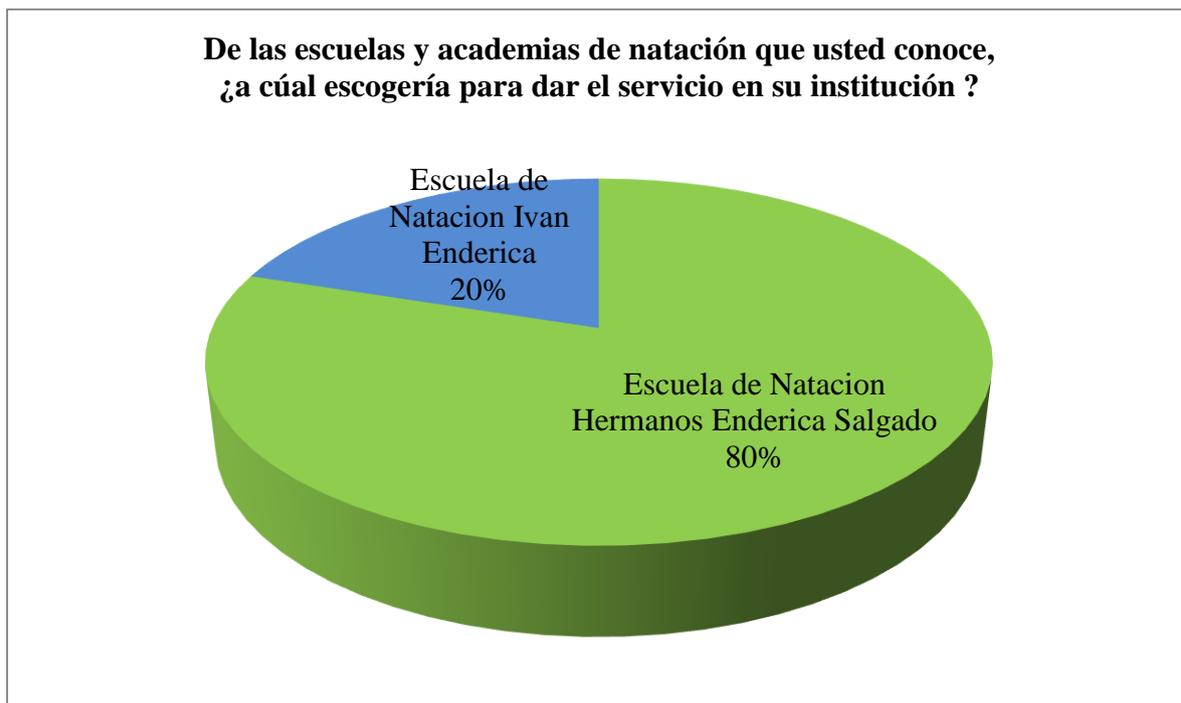


Figura No. 27: Encuesta dirigida a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

De todas las Instituciones encuestadas, el 80% escogerían a la Escuela de Natación de los Hermanos Enderica para dar su servicio en su Institución, sin embargo el 20% escogerían a la competencia por el precio.

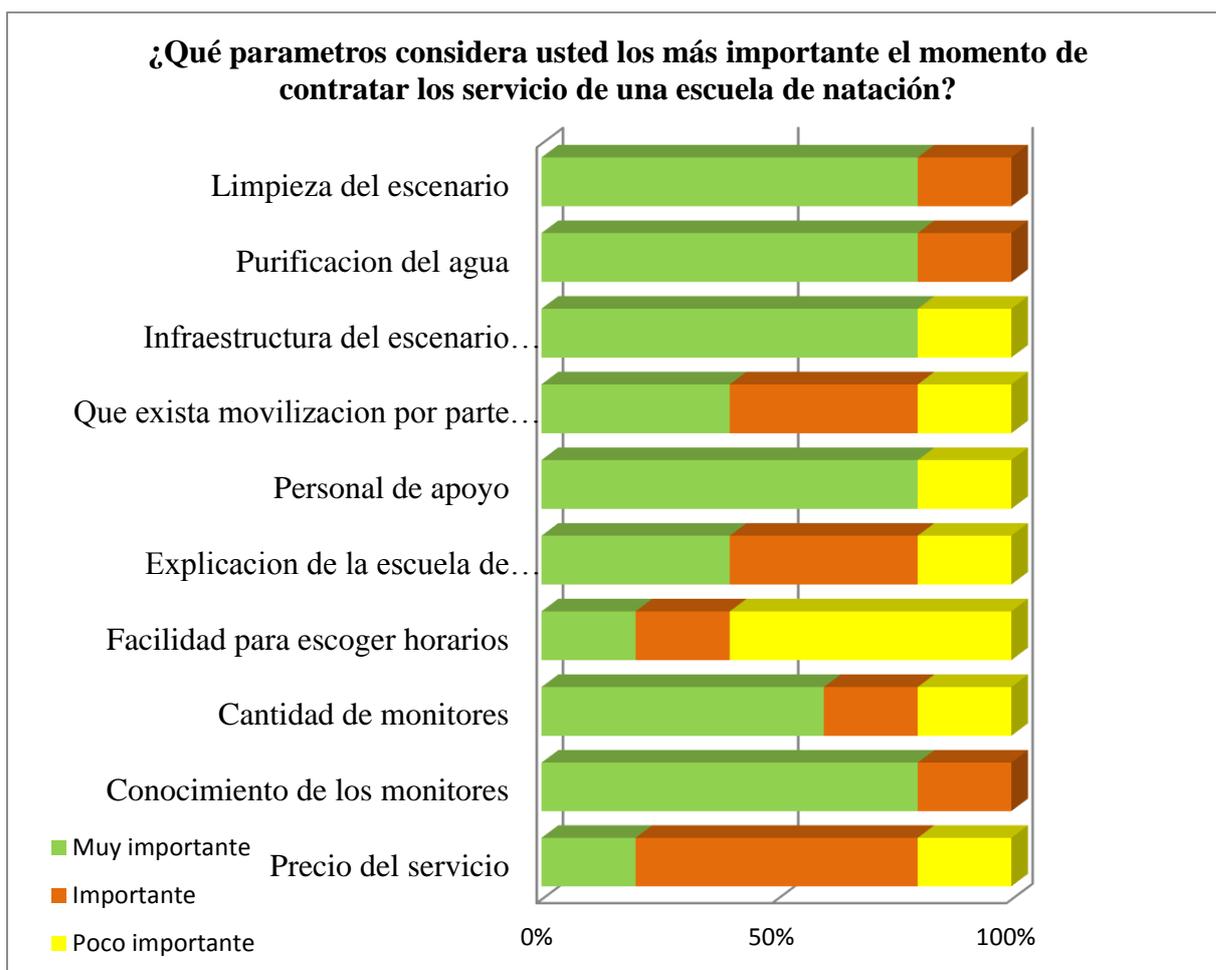


Figura No. 28: Encuesta dirigida a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

El momento de contratar los servicios de una Escuela de Natación, la limpieza del escenario, purificación del agua, infraestructura del escenario deportivo, el personal de apoyo, cantidad de monitores y el conocimiento de los mismos son muy importantes. Mientras que la movilización por parte de la Escuela de Natación a la Institución, la explicación hacia los padres de familia y el precio del servicio están en el rango de importante. Y en la calificación de poco importante está el tener la facilidad de escoger los horarios.

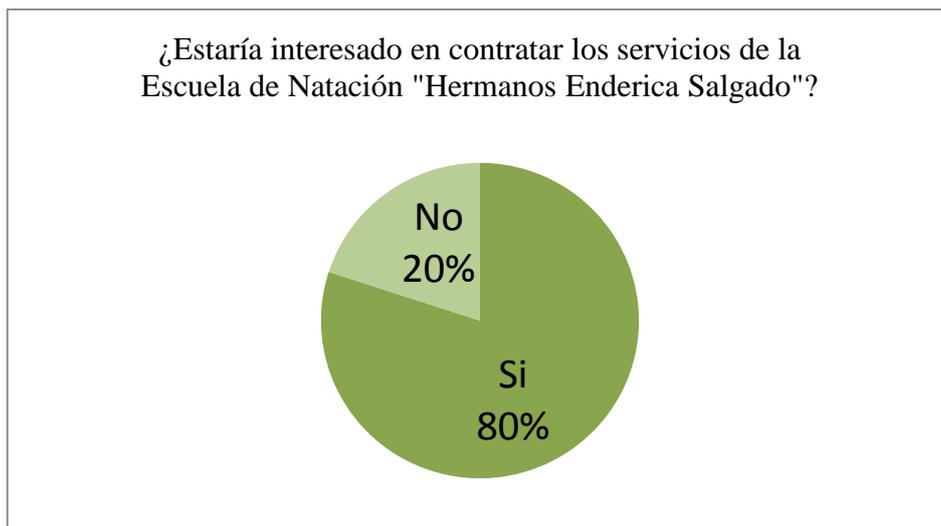


Figura No. 29: Encuesta dirigida a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Del total de las Instituciones encuestadas el 80% estarían dispuestos a contratar los servicios de la Escuela de Natación "Hermanos Enderica Salgado", sin embargo dentro del 20% que respondieron negativamente, se encuentra el Colegio Alemán, que prefirió la competencia por el factor costos.

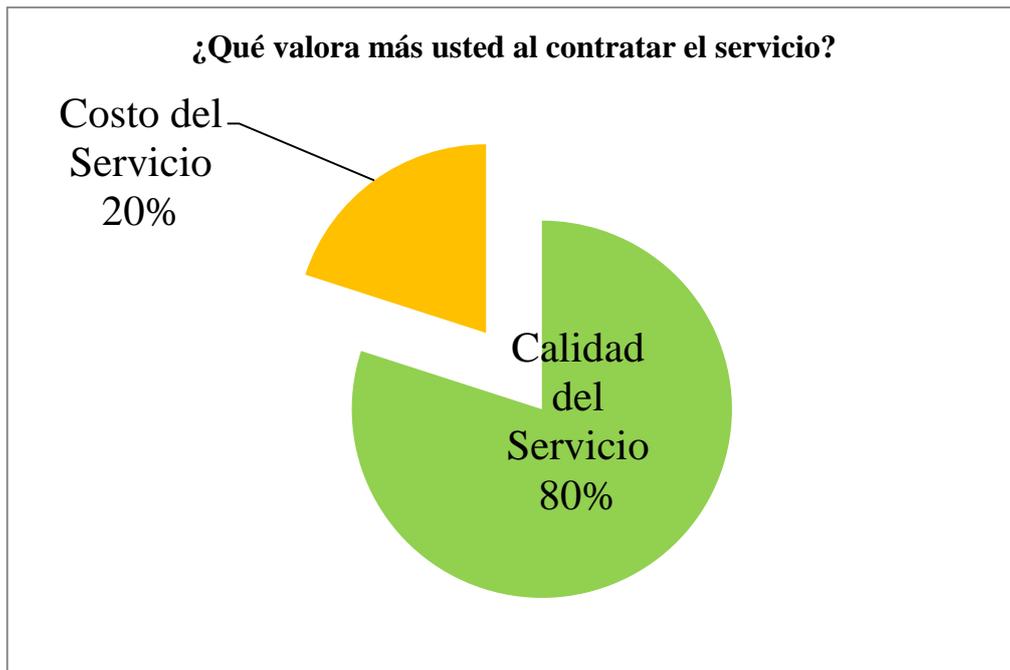


Figura No. 30: Encuesta dirigidas a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

El 80% de los encuestados valoran más la calidad del servicio, frente al 20% que valoran el costo del mismo, citando dentro de este grupo al Colegio Alemán.

### 5.3 Análisis de la competencia

Análisis de la competencia, precios y servicios ofertados						
Nombre de la escuela o academia de natación	Servicios ofertados			Costo de los servicios ofertados		
	Natación	Triatlón	Ciclismo	Natación	Triatlón	Ciclismo
Federación Deportiva Del Azuay	★	★	★	\$7.00- \$10.00	\$15.00	\$15.00
Agua Azul	★			\$7.00- \$12.00		
Durán Durán	★			\$10.00- \$14.50		
Iván Enderica	★	★		\$10.00- \$15.00	\$90.00	

Figura No. 31: Análisis de la competencia, precio y servicios ofertados

Realizado por: Xavier Enderica Salgado.

Como podemos observar en el gráfico anterior, tenemos un análisis de la competencia con sus respectivos precios y servicios ofertados, en donde podemos concluir que la Federación Deportiva del Azuay oferta los servicios de la Natación con un costo de \$7.00 a \$10.00, Triatlón a \$15.00 y Ciclismo a \$15.00.

La Escuela de Natación Agua Azul ofertan el servicio de Natación, con un costo de \$7.00 a \$12.00, teniendo el precio más bajo del mercado según sus clientes.

Por otro lado está la Academia Durán Durán, que tienen una trayectoria de 35 años en el mercado que a pesar de haber cerrado sus instalaciones por siete años, están nuevamente brindando el servicio de Natación, con un costo de \$10.00-\$14.50.

Y para concluir con el análisis de la competencia, tenemos a la Escuela de Natación Iván Enderica Ochoa, que ofertan el servicio de Natación con un costo de \$10.00 a \$15.00 dependiendo de la Institución y además ofertan el servicio de Triatlón a \$90.00. La confusión por tener el mismo apellido, generó que se convierta en la principal competencia, por el posicionamiento que tiene nuestra marca con respecto al apellido Enderica. Además los usuarios relacionan a la competencia como una sucursal de nuestra institución.

## **5.4 Conclusiones de la Investigación de Mercado**

### **5.4.1 Conclusiones de la entrevista interna realizada a la Sra. Patricia Salgado de Enderica**

- Las Instituciones con las que se trabaja actualmente son: Alborada, Andes, Cedei, Cedfi, Cumbres, Joseph de Jessieu, Liceo Americano, Liceo Cristiano, Nuestra Familia, Porvenir, Príncipe de Paz, Salle, San Agustín, Santana, Verbo, Catarina, Colorines, Crayola, Estrellitas, Exploradores, La Ronda, Mundo de Juguete, Pulgarcito, Sol Naciente
- El programa institucional está completamente adaptado a las necesidades y tiempos de las Instituciones educativas.

- Los alumnos asisten una hora curricular por semana durante el año lectivo, en el horario y día establecido
- No se recomienda una clase cada quince días, sino una hora semanalmente.
- La actividad de natación tiene un proceso de enseñanza.
- La mejor estrategia de marketing utilizada es el marketing boca a boca.
- El proceso para atraer nuevos clientes utilizados es:
  - Exposición hacia los Directivos
  - Charlas de concientización a los padres de familia
  - Videos demostrativos de los diferentes grupos
  - Gratuidad en horarios diferentes para niños que tiene dificultad en adaptarse
  - Demostraciones periódicas ante los padres de familia
  - Contacto constante con Dirigentes y padres de familia
  - Charlas de los Hermanos Enderica
- La capacidad de piscina inicial y la piscina semi- olímpica por las mañanas está al 70%
- La capacidad de piscina inicial y la piscina semi- olímpica por las tardes y noches mañanas está al 90-100%.
- El cobro de los servicios de Natación se realizan directamente a los padres de familia.

- Calificaciones de la materia de natación que está considerada en este año como Proyectos por la Dirección de Educación.
- El orden de personas considerado para tener una satisfacción al cliente es alumno, padre de familia, directivos de las instituciones y profesores.

#### **5.4.2 Conclusiones de las encuestas realizadas para medir la satisfacción al cliente de las instituciones que reciben el servicio de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”**

- El 100% de las Instituciones están de acuerdo con la explicación entregada por los representantes de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”.
- La mayor parte de las Instituciones están de acuerdo con los horarios establecido para brindarle el servicio.
- El 100% está de acuerdo con el número de monitores utilizados por la escuela de natación para dar sus servicios.
- El personal de apoyo está considerado como muy importante y en su mayoría están satisfechos
- El personal de movilización está considerado como muy satisfactorio.
- Las Instituciones están satisfechas con la limpieza de los escenarios.
- Están totalmente de acuerdo y satisfechos con respecto al uso de ozono para la purificación del agua.
- A pesar de tener un año en el proceso, actualmente las Instituciones están 100% de acuerdo con el uso de la gorra como regla institucional.
- El proceso de enseñanza es muy satisfactorio, sin embargo una escuela por desconocimiento del proceso considera que los deberían tener un desarrollo más acelerado.

- En su mayoría los padres de familia están satisfechos, sin embargo existe un porcentaje que están satisfechos y medianamente satisfechos debido a las enfermedades respiratorias de sus hijos.
- Los alumnos están en gran parte satisfechos, sin embargo existen alumnos que debido al desconocimiento del proceso, consideran que deberían aprender varios estilos en poco tiempo.

#### **4.5.3 Conclusiones de las encuestas dirigidas a Instituciones Educativas y Centros de Desarrollo Infantil para determinar posibles clientes potenciales.**

- El 60% de los encuestados consideran importante implementar el servicio de Natación, frente a un 40% que no lo considera importante porque cuenta con otros deportes como proyecto curricular.
- La Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”, está posicionada en primer lugar al preguntar acerca de los nombres de escuelas o academias de natación que conocen.
- El 100% de los encuestados han escuchado hablar acerca de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”.
- De todas las Instituciones encuestadas, a todas se les ha solicitado el incorporar el servicio de enseñanza o perfeccionamiento de Natación.
- El 80% de los encuestados contrataría a la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado” frente a un 20% que contrataría a la competencia que posee el mismo apellido y existe confusión.

- El momento de contratar los servicios de una Escuela de Natación, la limpieza del escenario, purificación del agua, infraestructura del escenario deportivo, el personal de apoyo, cantidad de monitores y el conocimiento de los mismos son muy importantes.
- La movilización por parte de la Escuela de Natación a la Institución, la explicación hacia los padres de familia y el precio del servicio están en el rango de importante.
- La facilidad de escoger los horarios, está considerado como poco importante.
- El 80% de los encuestados estarían interesados en contratar los servicios de la Escuela de Natación “Hermanos Enderica Salgado”, frente a un 20% que preferirían a la competencia.
- El 80% valora más la calidad del servicio ofertado, frente a un 20% que valora y toma su decisión para escoger una escuela de natación basada en precio.

#### **4.5.4 Conclusiones del Análisis de la competencia**

- Federación Deportiva del Azuay oferta los servicios de la Natación con un costo de \$7.00 a \$10.00, Triatlón a \$15.00 y Ciclismo a \$15.00.
- La Escuela de Natación Agua Azul ofertan el servicio de Natación, con un costo de \$7.00 a \$12.00,
- Agua Azul tiene el precio más bajo del mercado que maneja según sus clientes.
- La Academia Durán Durán, brinda el servicio de Natación, con un costo de \$10.00-\$14.50.

- La Escuela de Natación Iván Enderica Ochoa, que ofertan el servicio de Natación con un costo de \$10.00 a \$15.00 dependiendo de la Institución.
- La Escuela de Natación Iván Enderica Ochoa oferta el servicio de Triatlón a \$90.00.
- Existe confusión por tener el mismo apellido, generando que se convierta en la principal competencia, por el posicionamiento que tiene nuestra marca con respecto al apellido Enderica.
- Se relaciona a la competencia como una sucursal de nuestra institución.

## CAPITULO VI

# PLANTEAMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING

### 6.1 Análisis FODA

#### 6.1.1 Fortalezas:

- Una de las grandes fortalezas con la que cuenta la Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado es su trayectoria como deportistas, ya que han logrado grandes triunfos y condecoraciones no solo a nivel local sino también a nivel internacional, esto los ha ayudado para que la gente confíe en su plan de enseñanza.
- Su local cuenta con dos piscinas propias, una para enseñanza de 10 metros de largo y otra para perfeccionamiento, la misma que es semi- olímpica (25 metros).
- La Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado cuenta con cuatro furgonetas para el traslado de los alumnos hacia y desde la institución.
- Las piscinas cuentan con un sistema de purificación único en el país que consta de partículas de ozono que elimina todo tipo de bacterias en segundos.
- La Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado cuenta con paneles solares para el calentamiento adecuado y amigable con el medio ambiente.
- Lo Hermanos Enderica Salgado y monitores cuentan con capacitaciones de entrenamiento deportivo y estimulación temprana acuática a nivel nacional e internacional.
- 18 años de vida institucional, más de 43.000 alumnos en la formación académica de la natación.
- Fidelidad de los clientes

#### 6.1.2 Oportunidades

- El desarrollo social en cuanto a la educación, nos permite ofertar nuestro servicio con mayor porcentaje de aceptación en las Instituciones educativas y hacia los padres de familia.
- El plan de proyectos escolares implementado por el Ministerio de Educación nos permite captar más Instituciones Educativas.
- Los avances tecnológicos han sido nuestros aliados: informa, facilita la difusión y promociona el servicio mediante medios digitales propios; con lo que se logra mantener una constante conexión entre Instituciones Educativas, padres de familia y la escuela de natación.
- La ubicación geográfica con fácil acceso, permite abarcar gran parte de la ciudad.
- Reconocimientos constantes por medio de la prensa escrita, televisiva, radial y digital.
- Presencia en diferentes competencias nacionales e internacionales con deportistas activos.

### **6.1.3 Debilidades**

- Infrutilización de las instalaciones productivas.
- Falta de personal capacitado.

### **6.1.4 Amenazas:**

- Dentro de nuestro entorno las enfermedades respiratorias especialmente por la variación del clima.
- La ubicación geográfica podría impedir que alumnos lleguen a nuestra institución
- La competencia en precios bajos de otras escuelas de natación.
- Al existir otra escuela de natación con el apellido Enderica ha generado y seguirá generando una confusión del usuario, lo que se convierte en la principal amenaza por el posicionamiento que tiene nuestra marca con respecto al apellido Enderica y la consideran sucursal de nuestra institución.
- La eliminación de los proyectos deportivos por parte del Ministerio de Educación.

## **6.2 Objetivos Del Plan Estratégico De Marketing**

### **6.2.1 Objetivo General**

- Elaborar un Plan Estratégico de Marketing de la Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado para incrementar la demanda de las Instituciones Educativas.

### **6.2.2 Objetivos Específicos**

- Afianzar la marca de la institución.
- Fidelizar a las instituciones educativas actuales.
- Captar más talentos deportivos

## **6.3 Estrategias y Acciones**

Las estrategias y acciones se tomarán en base a los resultados de la investigación de Mercado y a la experiencia adquirida durante los años.

## **6.4 Marketing Mix**

Considerando el Marketing Mix como un conjunto de elementos claves con las que una empresa, producto o servicio lograrán influenciar en la decisión de compra o adquisición del cliente, planteamos lo siguiente en cuanto al producto, precio, plaza y promoción.

### **6.4.1 Producto o Servicio**

#### **6.4.1.1 Programa escolar de natación.**

La Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado cuenta con un programa escolar de natación el cual se desarrolla de la siguiente manera:

Una clase a la semana durante todo el año lectivo con transporte incluido desde la institución educativa hacia la escuela de natación, reciben su hora curricular de natación y posteriormente regresan a la institución educativa.

Dentro de la actividad de natación contamos con un personal calificado para la impartición de las clases de natación, en la piscina se encuentran de dos a tres instructores divididos en carriles de acuerdo con las aptitudes y necesidades de los niños para que vayan avanzando de acuerdo a sus capacidades.

A pesar de que en las encuestas de satisfacción al cliente, la mayoría de las escuelas están satisfechas con el número de monitores que se encuentran en la piscina se implementará un monitor más para que los niños puedan avanzar de mejor manera y de acuerdo con sus necesidades.

Adicionalmente se incrementará personal de apoyo para mejor atención de los niños antes, durante y después de su clase.

Se adquirirán más unidades de transporte, para dar un mejor servicio en el traslado de los estudiantes desde y hacia sus instituciones, y cumplir la normativa de tránsito de 17 pasajeros por buseta.

Se implementará la adquisición de la indumentaria y accesorios necesarios para el mejor desenvolvimiento de los estudiantes en las clases.

#### **6.4.2 Precio**

Al ser pioneros en el programa escolar de natación, el precio se estableció inicialmente de acuerdo al costo del servicio ofertado, con un valor de \$7.00 en el año 1998, incrementando un 6,72% anual debido al incremento del personal de nómina para brindar un mejor servicio a los clientes. Ahora el costo es de \$16,00 incluido todo el servicio.

Anteriormente las instituciones se encargaban del cobro de las pensiones del servicio que presta la escuela de natación, debido a nuevas regulaciones del Ministerio de Educación, según el reglamento a la Ley Orgánica de Educación Intercultural, Art 132, “no se puede exigir cobros especiales extras o adicionales”; los cobros los realizamos en la institución “Hermanos Enderica Salgado”.

Para dar un mejor servicio, agilidad y evitar largas filas en las instituciones bancarias o el traslado hacia la institución, se incrementará un sistema digital de cobro, como pagos anuales con tarjeta de crédito o a través de la aplicación PayPhone para optimizar tiempo, recursos y sobre todo evitar atrasos, esto ayudará a una recuperación rápida de cartera vencida.

Se manejará una estrategia de precios diferenciada de acuerdo a:

- Número de estudiantes
- Requerimientos de cada institución

- Análisis Socioeconómico
- Ofertas Competitivas

### **6.4.3 Plaza**

El programa de natación escolar está dirigido a todas las instituciones educativas como las guarderías, escuelas y colegios del sector urbano la ciudad, con este plan de marketing queremos llegar al 100% de la ocupación de los escenarios.

La estrategia de distribución es una cadena directa, sin intermediarios.

### **6.4.4 Promoción**

Dentro del programa escolar de natación se implementará un video promocional de todo el proceso de enseñanza durante el año escolar, evidenciando la progresión de aprendizaje de natación, también entregaremos fotos recordatorias.

Se entregarán diferentes tipos de becas de acuerdo a su situación socioeconómica.

Actualmente se entregan tablas de calificaciones en base al rendimiento mensual y trimestral, sin embargo vamos a incrementar dos demostraciones abiertas para los padres de familia para que ellos puedan observar el progreso de sus hijos.

También se les entregará descuentos para los diferentes programas con los que cuenta la institución.

## **6.5 Implementación**

- Realizaremos dos demostraciones durante el año escolar.
- Entregaremos un video a los padres de familia y a directivos de las instituciones para que evalúen el progreso de los alumnos.

- Se incrementará un monitor más por cada piscina.
- Se realizará un programa de pagos digital.
- Becas de acuerdo a su situación económica
- Se manejará un sistema de precios diferenciada
- Se realizarán descuentos en los diferentes servicios que presta la Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado.

## **6.6 Merchandising**

Nuestro objetivo principal del merchandising es potencializar nuestra imagen corporativa mediante la fácil asociación de la imagen institucional, utilizando nuestros colores característicos que son el verde, negro y blanco.

### **6.6.1 Unificación del Logo**

Desde su apertura en 1997 hasta la presente fecha, la Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado, ha tenido una evolución en su imagen corporativa, así como en sus logos.

Lo que se plantea en este plan es la unificación de sus logos, así como se sus disciplinas y servicios, sin dejar atrás su figura emblemática (tiburón), así como su nombre original “Hermanos Enderica Salgado”

#### **6.6.1.1 Evolución del logo Institucional**

El primer reto al inicio del proyecto fue encontrar una imagen que identifique nuestro servicio y que exprese claramente el objetivo que se desea alcanzar, con esta perspectiva

nace nuestro logo que incluso nos acompañó en los proyectos presentados en los primeros años universitarios.

### Logo 1997

Niños en actividades acuáticas



Jóvenes en actividades acuáticas.



Con el propósito de tener una identidad propia nace la segunda imagen que es hasta hoy nuestra representación.

### Logo 2006

Registrado en el IEPI con título N° 4766-13



Representada con una silueta surrealista en postura de nado acompañado de unas líneas que simboliza una ola dentro de la cual detalla el nombre de la escuela que nació de las continuas publicaciones de prensa en las que se referían a los Hermanos Enderica, como los protagonistas de los diferentes triunfos conseguidos en su deporte que les dio fama y reconocimiento.

Los colores utilizados: El verde representa nuestra independencia, innovación y la naturalidad de acción, acompañada del negro que nos habla con elegancia de excelencia.

Una vez constituido el Club Formativo Hermanos Enderica Salgado y legalizado con acuerdo ministerial N° 251 se asigna un logo que represente al Club y que además fue el primer Club Formativo en legalizarse ante el Ministerio del Deporte en el año 2011.

### **Logo 2011**

Registrado en el IEPI con título N° 725-13

Detrás de la silueta del nadador surrealista, una C que representa a Club, de la que se deriva una E que representa el apellido de los fundadores.



## Logo 2013

Registrado en el IEPI con título N° 2124-14

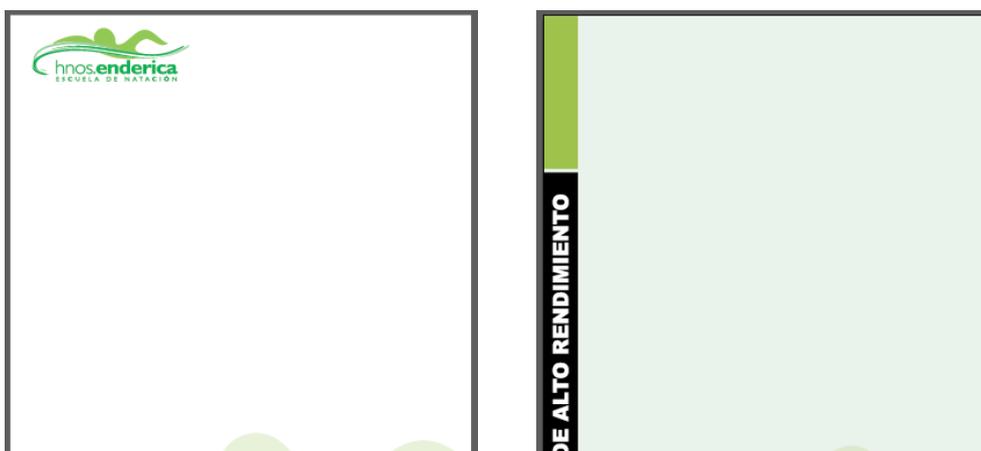
En el 2013, la Escuela de Natación Hermanos Enderica Salgado, ofertó un nuevo servicio con la Escuela de Triatlón, en el cual se estableció el siguiente logo:



La apertura del Club a otros deportes está representada en esta imagen que engloba la unión de todos los deportes que el Club incorpora, el coraje y la fuerza como centro del desarrollo deportivo está representado por el tiburón.

### 6.6.2 Línea Grafica

#### Hoja membretada



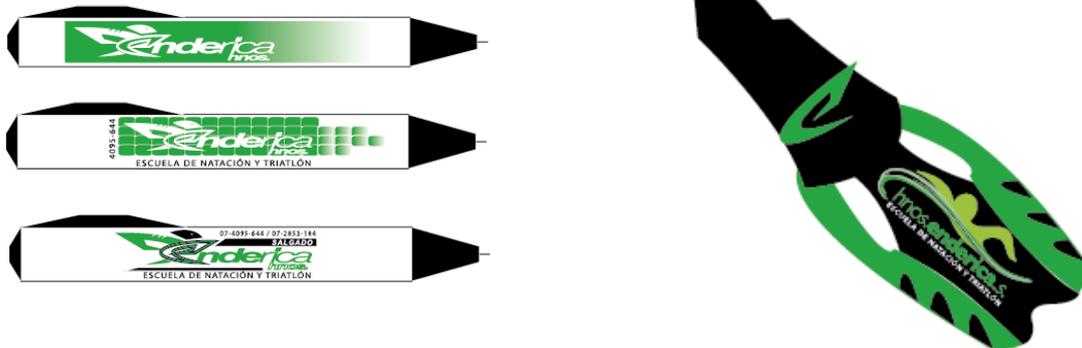
Carpeta



Hoja volante



**Bolígrafo y llavero**



**Carnets y acreditaciones**



**Tarjetas de presentación**



Calendarios



Señalética



Uniforme



## Furgonetas



## Bicicletas





**Revista Altura Deportiva**



### **6.7 Presupuesto de implementación del Plan de Marketing**

<b>Presupuesto Anual Para El Plan De Acción</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Total</b>

Edición de Video	\$3.600,00
Costos de Cd	\$300,00
Foto de Recuerdo	\$600,00
Edición de Fotografía	\$1.200,00
50 Becas	\$8.000,00
1000 Calendarios	\$1.400,00
1000 Agendas	\$3.000,00
Bolígrafos y Llaveros	\$300,00
4 Carpas	\$1.000,00
1000 Revistas	\$2.500,00
<b>Total</b>	<b>\$21.900,00</b>
<b>Autofinanciamiento</b>	
Publicidad	\$10000,00
Venta de Artículos	\$4000,00
<b>Total</b>	<b>\$14.000,00</b>

De acuerdo con lo que necesitamos para llevar a cabo el plan de acción para la escuela de natación Hermanos Enderica Salgado, necesitaríamos un presupuesto total de \$21.900,00 dólares anuales los cuales con autofinanciación como la publicidad y la venta de productos como agendas, CDS y fotos de recuerdo, siendo un total de \$14.000,00 dólares anual, tendríamos que invertir para poder cumplir con este plan de marketing un total de \$7.900,00 anuales.

## 6.8 Evaluación y Control

La escuela de natación “Hermanos Enderica Salgado”, ha desarrollado el plan de marketing de manera gradual para controlar y evaluar su funcionamiento; hemos observado que se ha captado el 15% más de Instituciones Educativas, la satisfacción de las ya existentes; nuestra meta es acoger al 15% restante para cumplir con la totalidad de la capacidad ocupacional y cumplir así el propósito del estudio realizado en este trabajo.

El agrado que tienen los padres de familia después de cada demostración, el observar el avance en el aprendizaje genera un vínculo directo hacia la institución, que inmediatamente adquieren artículos promocionales y recuerdos de sus hijos.

Sobre todo la fidelidad de nuestros clientes, es la mejor herramienta de medición para saber que nuestro plan de marketing está funcionando.

## **CAPITULO VII**

### **7.1 Conclusiones**

- Dentro de la investigación de mercado, tenemos un nivel de satisfacción alto por parte de las instituciones educativas, en todo el servicio que brinda la Escuela de

natación Hermanos Enderica Salgado en cuanto a sus monitores, personal de movilización, apoyo y administrativo, como también en el buen mantenimiento de su infraestructura y purificación del agua. Este nivel de satisfacción coinciden nuestros principales clientes que son nuestros alumnos y en especial los padres de familia.

- Se debe fortalecer en la información hacia nuestros alumnos y padres de familia por el tiempo que necesita un alumno en aprender a nadar, puesto que los padres de familia por desconocimiento consideran que los tiempos de aprendizaje deberían ser más cortos.
- Hay que tomar en cuenta que tanto las instituciones educativas como los padres de familia consideran que deberíamos incrementar nuevas alternativas de actividades deportivas, y es por esto, que en el nuevo año escolar se ofertará nuevas propuestas para fortalecer las necesidades de nuestros clientes y el crecimiento de nuestra institución, como el ciclismo (Strider) y Artes Marciales.
- Es importante resaltar que dentro de este estudio los padres de familia en un gran porcentaje acude a este servicio por la calidad brindada, mas no por el precio que se establece.
- Debemos fortalecer nuestros canales de información con respecto a que no tenemos sucursales ya que existe otra Escuela de Natación con el apellido “Enderica”, generando confusión ante la ciudadanía, convirtiéndose en competencia directa.

## **7.2 Recomendaciones**

- Fortalecer la imagen corporativa de la Escuela de natación Hermanos Enderica Salgado, creando uniformes para todo el personal, deportistas y entrenadores, así como nuestras unidades móviles, y todos los implementos logísticos utilizados en entrenamientos y competencias.

- Implementar campañas de información en medios propios: unidades móviles, revista “Altura Deportiva” y en los lugares designado para publicidad dentro de la institución.
- Tener mayor actividad en medios digitales, en especial mostrar actividades y logros de nuestra institución a través de nuestro canal de YouTube.
- Promocionar nuestro servicio a otras instituciones educativas que desconocen de nuestro proyecto escolar de natación.
- Capacitar de manera continua a todo nuestro personal (personal de apoyo, movilización, administrativo y técnico).

## **CAPITULO VIII**

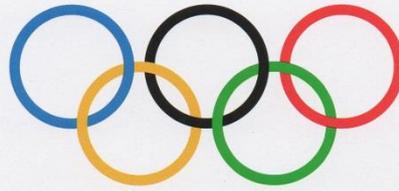
### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- A, B. C. (2006). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico : Editorial Pearson 2da Edicion.
- ALEJANDRO, S. A. (s.f.). *Manual de Marketing*. Escuela de Administracion de Empresas.
- ANDERSON DAVID, S. D. (2005). *estadistica para administracion y Economia*. Mexico: Editorial Thomson.

- Dietrich, M. (2007). *Manual de Metodología del Entrenamiento Deportivo*. Paidotribo.
- EDUCACION, M. D. (2015). *Instructivo de Proyectos Escolares*.
- Gonzalez, A. (2007). *Bases y principios del entrenamiento deportivo*. SRL: Stadium.
- Hannula, T. (2007). *Entrenamiento optimo de la Natacion*. Barcelona: Hispano Europea.
- Matveev, L. (1985). *Fundamentos del Entrenamiento Deportivo*. Lib. Deportiva Esteban Sanz.
- RAFAEL, M. G. (s.f.). *MARKETING EN EL SIGLO XXI*. 3RA EDICION.
- Salo, D. (2010). *Preparacion Fisica Completa para la Natacion*. Estados Unidos: TUTOR S.A.
- Sanchez, D. B. (1995). *La iniciacion deportivo y el deporte escolar*. INDE.
- Vargas, R. (2007). *Diccionario de Teoria del Entrenamiento Depostivo* . UNAM.
- Weineck, J. (2005). *Entrenamiento total*. Paidotribo.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1**



PARTICIPATION CERTIFICATE • CERTIFICAT DE PARTICIPATION

*Juan ENDERICA SALGADO*

---

*Inspire a generation*



*The Games of the XXX Olympiad • Jeux de la XXXe Olympiade*  
*27 July – 12 August 2012 • 27 juillet – 12 août 2012*

**Jacques Rogge**  
President  
International Olympic Committee

Président  
Comité International Olympique

**Sebastian Coe KBE**  
Chair  
London Organising Committee of the  
Olympic Games and Paralympic Games

Président  
Comité d'organisation des Jeux  
Olympiques et Paralympiques de Londres

Anexo 2



PARTICIPATION CERTIFICATE • CERTIFICAT DE PARTICIPATION

*Esteban ENDERICA SALGADO*

*Inspire a generation*



The Games of the XXX Olympiad • Jeux de la XXXe Olympiade  
27 July – 12 August 2012 • 27 juillet – 12 août 2012

Jacques Rogge  
President  
International Olympic Committee

Président  
Comité International Olympique

Sebastian Coe KBE  
Chair  
London Organising Committee of the  
Olympic Games and Paralympic Games

Président  
Comité d'organisation des Jeux  
Olympiques et Paralympiques de Londres

## Anexos 3-7



**ARQ. HUMBERTO CORDERO ORTIZ**  
**GOBERNADOR DEL AZUAY**

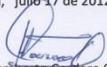
**UN TESTIMONIO:**

La Patria es grande, fértil y generosa cuando sus hijos e hijas la engrandecen con su trabajo, la fecundan con su sacrificio y la cosechan, luego, con frutos cotidianos de metas conquistadas. Juan Fernando, Xavier, Santiago y Esteban Enderica Salgado son hijos de esta Patria Grande y Soberana, pujante y solidaria; jóvenes nadadores, grandes de espíritu, grandes de convicciones en la tarea cumplida y la que está aún pendiente por alcanzar.

Juan Fernando, Xavier, Santiago y Esteban, son cuatro hermanos que integran, Institucionalmente algunos años atrás, el "CLAN ENDERICA" sembrando semillas no solamente de natación en cada uno de sus alumnos sino el hábito del deporte. Han paseado por el Ecuador, América, Europa y Asia; su jerarquía de deportistas entregados a su propio destino: la de triunfos y derrotas, la de alegrías y tristezas, la del temple y carácter férreo, porque en la sangre convergen todos estos elementos para ser grandes en el intento, grandes en la cima, y humildes a su vez con todos sus congéneres que los rodean.

Hago votos para que la Institución deportiva del "CLAN ENDERICA" siga siendo ejemplo en nuestra sociedad, con la noble tarea de educar y enseñar su deporte de pasión demostrando que los emprendimientos son posibles cuando se sueña por ellos y se da la vida por alcanzarlos. Adelante CLAN ENDERICA, que este "Ecuador del Alma" no los defraudará jamás, este... Ecuador de todos y todas.

Cuenca, julio 17 de 2012

  
 Arq. Humberto Cordero Ortiz  
 GOBERNADOR DEL AZUAY



[www.gobernaciondelazuay.gob.ec](http://www.gobernaciondelazuay.gob.ec)

Bolívar y Luis Cordero (esq.)  
 Telf.: (593) 07 2841 168  
 Fax: (593) 07 2834 566  
 Cuenca - Ecuador

457  
AÑOS DE  
FUNDACION



**EL ILUSTRE CONCEJO CANTONAL DE CUENCA Y  
PAUL GRANDA LOPEZ, SU ALCALDE**

**CONSIDERANDO:**

Que, el Ilustre Concejo Cantonal mediante Ordenanza dispuso que el 12 de Abril de cada año, en la sesión solemne que se realizará con motivo de la celebración de la fundación de Cuenca se otorgue la INSIGNIA "AL MERITO DEPORTIVO", al ciudadano o ciudadana, o institución que se hubiere destacado en cualquiera de los ámbitos deportivos en representación de la ciudad;

**RESUELVE:**

1. Otorgar la INSIGNIA "AL MERITO DEPORTIVO", al

**CLUB HERMANOS ENDERICA-SALGADO,**

Por su excepcional y visionario trabajo en la formación de relevantes deportistas en la disciplina de natación, tanto en el ámbito local como nacional, así también por su destacada labor en favor de niños y niñas con capacidades diferentes.

2. Reconocer su nombre como ejemplo de responsabilidad social, sacrificio y disciplina, valores imprescindibles para alcanzar la excelencia deportiva.

3. Hacer la entrega de la insignia junto con este acuerdo en la Sesión Solemne, que con motivo del CDLVII aniversario de Fundación de Cuenca, se realizará el día sábado 12 de abril de 2014.

Dado y firmado en la sala de Sesiones del Ilustre Concejo Cantonal, a los 28 días del mes de marzo de 2014.

Dr. Paul Granda López  
ALCALDE DE CUENCA

CPA. Ruth Caldas Arias  
VICEALCALDESA DE CUENCA

**LOS CONCEJALES:**

Ing. Juanita Berosa Webster

Dra. Norma Illares Muñoz

Sr. Julio León Ullaguari

Dr. Lauro López Bustamante

Abg. Mario José Machado

Encl. Ángel Montero Sánchez

Dr. Jaime Moreno Martínez

Dr. Wilson Muñoz Serrano

Dr. Carlos Orellana Barros

Dr. Tatolino Orellana Serrano

Ing. Joaquín Peña Pérez

Dcto. Daniel Rodríguez Masi

Ing. José Luis Rodríguez Bracero

Escla. Monserrat Jillo Astudillo

Dr. Ricardo Dauquea Córdova  
SECRETARIA DEL ILUSTRE CONCEJO CANTONAL



Cuenca, julio 16 de 2012.

**LA MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE CUENCA REPRESENTADA  
POR SU ALCALDE DR. PAUL GRANDA LOPEZ CERTIFICA:**

El "CLAN ENDERICA" como se los conoce desde hace más de 10 años, a los hermanos: Esteban, Santiago, Xavier y Juan Fernando Enderica Salgado, son deportistas orgullosamente cuencanos, dedicados por entero a la hermosa disciplina de la natación.

Estos jóvenes han constituido un baluarte de ejemplo para nuestra sociedad, no sólo por los innumerables triunfos que han conseguido en base al esfuerzo y sacrificio diarios, en el ámbito nacional e internacional, sino además porque han sido y son dedicados profesionales, y ejemplares ciudadanos dedicados dignamente a la enseñanza de la natación, y entrenamiento de élite.

Hago votos por la superación permanente en espíritu, cuerpo y conciencia del "Clan Enderica", como Institución y como deportistas, cobijados por este nuevo Ecuador que vivimos.

Dr. Paúl Granda López  
**ALCALDE DEL CANTON CUENCA**



*Vicepresidencia de la República del Ecuador*

San Francisco de Quito, a 27 de Febrero 2012

Oficio No. VPR-DVP-2012-0215-O

Señor,  
Esteban Enderica Salgado  
Presente.-

Estimado Esteban:

Tu participación en Gran Prix de Natación en Missouri, Estados Unidos, fue muy interesante ya que lograste alcanzar el puntaje para tu participación en los Juegos Olímpicos de Londres. Sé que vienen pruebas y competencias más duras y difíciles y tengo la seguridad de que con tu esfuerzo y duro entrenamiento alcanzarás las metas que te propongas.

Quiero recordarte que los jóvenes como tú tienen un gran futuro, y siempre será mejor si logras hacer de la solidaridad y la responsabilidad para con los diferentes uno de tus valores de vida más importantes.

Te invito a seguir practicando tu disciplina, pero -sobretudo- te pido que nunca pierdas de vista el espíritu de perseverancia que caracteriza a la juventud. Eres un referente para los jóvenes ecuatorianos, sigue adelante.

Con un solidario abrazo,

Lenín Moreno Garcés  
**Vicepresidente Constitucional de la República**

Unión de Naciones  
Suramericanas  
União das Nações Sul-  
Americanas  
Union of South American  
Nations  
Unie van Zuid-  
Amerikaanse Naties



**Dr. e Ing. Carlos Oswaldo Salgado Espinoza, Asesor Jurídico de la  
Secretaría General de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR),  
tiene a bien C E R T I F I C A R :**

Que conoce a los Hermanos Esteban, Santiago, Xavier y Juan Fernando Enderica Salgado, como deportistas ejemplares de la comunidad cuencana y ecuatoriana, quienes se han destacado y distinguido por ser un Grupo de cuatro hermanos dedicados a la Natación, desarrollando actividades del deporte conocidos como los "HERMANOS ENEDERICA" y el "CLAN ENDERICA" desde hace más de 20 años consecutivos.

Que los Hermanos Enderica han constituido el "CLAN ENDERICA" para a través de este nombre dedicarse a la noble tarea de la enseñanza de la natación, y sobre todo, algo sui géneris en nuestro país, al entrenamiento de élite.

Que existen centenares de alumnos que han sido beneficiados por la Escuela de Natación y el Club de Alto Rendimiento "CLAN ENDERICA" de los Hermanos Enderica Salgado.

Quito, 16 de julio de 2012



Oswaldo Salgado Espinoza,  
**ASESOR JURÍDICO DE LA SECRETARÍA GENERAL DE LA UNASUR**



**LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA A TRAVÉS DEL  
VICERRECTOR DE LA SEDE CUENCA ECON. LUIS TOBAR CERTIFICA:**

El "CLAN ENDERICA" como se los conoce desde hace más de 10 años, a los hermanos: Esteban, Santiago, Xavier y Juan Fernando Enderica Salgado, son deportistas orgullosamente cuencanos, dedicados por su convicción de excelencia deportiva y pasión a la disciplina de la natación.

Estos dedicados deportistas constituyen un baluarte de ejemplo para nuestra sociedad, no sólo por los innumerables triunfos a nivel nacional e internacional, logrados a través de esfuerzo y sacrificio diario, sino además porque han sido y son dedicados profesionales, y ejemplares ciudadanos dedicados dignamente a la enseñanza de la natación y entrenamiento de élite.

Hago votos por la superación permanente en espíritu, cuerpo y conciencia del "Clan Enderica", como Institución y como deportistas, en aras de excelencia deportiva para nuestra sociedad.

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, julio 16 de 2012

Econ. Luis Tobar Pesantez

Vicerrector Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca

**VICERRECTORADO**

SEDE CUENCA • Calle Vieja 12-30 y Elia Liut • Casilla 46 Sect. 2 • Telf: (593 7) 2862213 Ext. 1160 • Fax: 2869112  
E-mail: svicerrectorcue@ups.edu.ec • <http://www.ups.edu.ec> • Cuenca - Ecuador