



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO
DE ENTRETENIMIENTO AUTOMOVILISTICO DE GOKARS UBICADO EN LA
PROVINCIA DE PICHINCHA CIUDAD DE QUITO PARROQUIA SAN ANTONIO
DE PICHINCHA AÑO 2018

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autor: José Miguel Abad Dávila

Tutor: Ing. Andrés Gómez

Quito, Marzo 2018

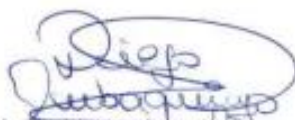
ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

 **TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**
 **FORMULARIO 005** **ACTA DE APROBACIÓN FINAL DE PROYECTOS**
Dirección de Proyectos

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 11 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. ABAD DAVILA JOSE MIGUEL de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ENTRETENIMIENTO AUTOMOVILISTICO DE GOKARS UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CIUDAD DE QUITO PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA AÑO 2018; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el Trabajo de Titulación de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

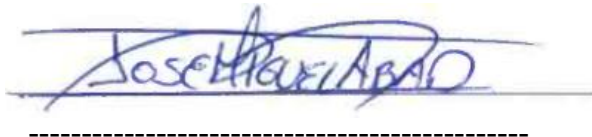

Ing. Andrés Gómez
Tutor del Proyecto
Ing. Diego Imbaquingo
Lector del Proyecto
Dr. Patricio Guanopatin
Director de Escuela
Msc. Giovanni Urbina
Coordinador de Proyectos

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBÍ
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (esq.) Telf: 2262041	Av. Brasil N45-45 y Zamora Telf: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ENTRETENIMIENTO AUTOMOVILISTICO DE GOKARS UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CIUDAD DE QUITO PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA AÑO 2018

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los dientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



José Miguel Abad Dávila

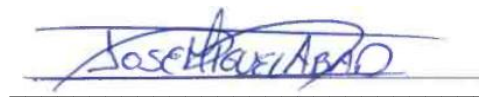
CC: 17166219-2

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, José Miguel Abad Dávila portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1716621972 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas.

En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ENTRETENIMIENTO AUTOMOVILISTICO DE GOKARS UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA CIUDAD DE QUITO PARROQUIA SAN ANTONIO DE PICHINCHA AÑO 2018”, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE José Miguel Abad Dávila

CEDULA CC 1716621972

Quito, a los 31 días del mes de MAYO 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios, por haberme dado la salud necesaria para alcanzar una nueva etapa más en mi vida, la cual me ayudara en mi crecimiento profesional.

Agradezco a mi madre, por su apoyo y esfuerzo en tan largo y arduo camino. A mi esposa y mi hija que con su infinito amor han sido uno de los pilares fundamentales para seguir cada día adelante, A mis hermanos y familiares queridos quienes han estado en los momentos difíciles.

Agradezco a mi tutor Ingeniero Andrés Julián Gómez por compartir sus conocimientos que me permitieron lograr alcanzar este título dentro de mis logros personales.

DEDICATORIA

Dedicado a la memoria de mi padre quien, con su esfuerzo y dedicación, supo guiarme por los mejores caminos, sus enseñanzas fueron mi inspiración para nunca darme por vencido y seguir alcanzando metas en mi vida profesional.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xix
CAPITULO I.....	1
1. Introducción	1
1.1 Justificación.....	3
1.2 Antecedentes	4
CAPITULO II	8
2. ANALISIS SITUACIONAL	8
2.1 AMBIENTE EXTERNO.....	8
2.1.1. Factor económico.....	8
2.1.2. Factor social.	18
2.1.3. Factor Legal	21
2.1.4. Factor Tecnológico.....	37

2.2.	ENTORNO LOCAL.....	37
2.2.1.	Clientes.....	37
2.2.2.	Proveedores.	37
2.2.3.	Competidores.	38
2.3.	ANÁLISIS INTERNO	38
2.3.1.	Propuesta Estratégica.	38
2.3.2.	Gestión Administrativa	40
2.3.3.	Gestión Operativa.....	45
2.3.4.	GESTION COMERCIAL	46
2.4.	ANÁLISIS FODA.	52
2.4.1.	Amenazas.	52
2.4.2.	Oportunidades.	52
CAPITULO III		54
3.	ESTUDIO DE MERCADO	54
3.1.	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	54
3.1.1.	Determinación De La Población Y Muestra.	55
3.1.2.	Técnicas de obtención de información.....	57
3.1.3.	Análisis de la información.	60
3.2.	OFERTA.	72

3.2.1.	Oferta histórica.....	72
3.2.2.	Oferta Actual.....	73
3.2.3.	Oferta Proyectada.....	73
3.3.	PRODUCTOS SUSTITUTOS	74
3.3.1.	Oferta Histórica.....	74
3.3.2.	Oferta Actual.....	75
3.3.3.	Oferta Proyectada.....	76
3.4.	DEMANDA.....	76
3.4.1.	Demanda Histórica.....	77
3.4.2.	Demanda Actual.....	78
3.4.3.	Demanda Proyectada.....	78
3.5.	BALANCE OFERTA – DEMANADA	79
3.5.1.	Balance Actual.....	79
3.5.2.	Balance Proyectado.....	80
CAPITULO IV		81
4.	ESTUDIO TECNICO	81
4.1.	TAMAÑO DE PROYECTO	81
4.1.1.	Capacidad instalada.....	82
4.1.2.	Capacidad óptima.....	82

4.2.	LOCALIZACION	82
4.2.1.	Macro	82
4.2.2.	Micro – localización.....	83
4.2.3.	Localización óptima.	84
4.3.	INGENIERIA DEL PROYECTO.	86
4.3.1.	Definición del ByS	88
4.3.2.	Distribución de planta	89
4.3.3.	Proceso Productivo.	90
4.3.4.	Maquinaria	91
4.3.5.	Equipos.....	92
CAPITULO V		95
5.	ESTUDIO FINANCIERO	95
5.1.	INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	95
5.2.	COSTOS.....	97
5.2.1.	Costo directo.	97
5.2.2.	Costos indirectos	99
5.2.3.	Gastos Administrativos	100
5.2.4.	Costo de Ventas	102
5.2.5.	Costos Financieros	103

5.2.6.	Costos Fijos y Variables.	104
5.2.6.1.	Costos fijos	104
5.2.6.2.	Costos Variables.....	105
5.3.	INVERSIONES.....	105
5.3.1.	Inversión Fija	106
5.3.2.	Capital de trabajo.	108
5.3.3.	Fuentes de financiamiento y uso de fondos.	109
5.3.4.	Amortización de Financiamiento.	109
5.3.5.	Depreciación.	109
5.3.6.	Estado de Situación Inicial.....	110
5.3.7.	Estado de Resultados Proyectado.....	111
5.3.8.	Flujo de Caja	111
5.4.	EVALUACION.....	112
5.4.1.	Tasa de descuento	112
5.4.2.	VAN	113
5.4.3.	TIR	113
5.4.4.	PRI	114
5.4.5.	RBC (Relación Costo Beneficio).....	115
5.4.6.	Punto de equilibrio	115

5.4.7. Análisis de índices financieros.....	118
CAPITULO VI.....	119
6. ANALISIS DE IMPACTOS.....	119
6.1. Impacto ambiental.	119
6.2. Impacto Económico.....	119
6.3. Impacto Productivo.	120
6.4. Impacto Social.....	120
CAPITULO VII	121
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	121
7.1. Conclusiones	121
7.2. Recomendaciones	122
8. Bibliografía	124

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Información PIB anual (2007-2016)	9
Tabla 2 PIB trimestral (2016-2017)	9
Tabla 3 Inflación Mensual (2015p).....	11
Tabla 4 Inflación Mensual (2016p).....	11
Tabla 5 Inflación Mensual (2017p).....	11
Tabla 6 Tasa Activa (diciembre 2015-noviembre 2107)	13
Tabla 7 Tasa Pasiva (diciembre 2015-noviembre 2017).....	15
Tabla 8 Indicadores Riesgo País (noviembre 2017).....	17
Tabla 9 Descripción del cargo de Gerente	42
Tabla 10 Descripción del cargo de Asistente.	43
Tabla 11 Descripción del cargo de Mecánico.	44
Tabla 12 Matriz de análisis FODA	53
Tabla 13 Proyección de Habitantes.....	56
Tabla 14 Segmentación de la población.....	56
Tabla 15 Pregunta 1	60
Tabla 16 Pregunta 2	61
Tabla 17 Pregunta 3	62
Tabla 18 Pregunta 4	63
Tabla 19 Pregunta 5	64
Tabla 20 Pregunta 6	65
Tabla 21 Pregunta 7	66

Tabla 22 Pregunta 8	67
Tabla 23 Pregunta 9	68
Tabla 24 Pregunta 10	69
Tabla 25 Pregunta 11	70
Tabla 26 Oferta Actual.....	73
Tabla 27 Oferta Proyectada.....	74
Tabla 28 Oferta histórica del producto sustituto	75
Tabla 29 Oferta actual Productos Sustitutos	76
Tabla 30 oferta Proyectada productos Sustitutos	76
Tabla 31 Demanda Histórica.....	77
Tabla 32 Demanda Actual.....	78
Tabla 33 Demanda Proyectada.....	78
Tabla 34 Balance oferta-Demanda.....	79
Tabla 35 Demanda Actual total.....	79
Tabla 36 Balance Actual	79
Tabla 37 Balance Proyectado	80
Tabla 38 Capacidad optima por Kart	82
Tabla 39 Macro-Localización	82
Tabla 40 Localización Optima	84
Tabla 41 Ubicación Locales.....	84
Tabla 42 Matriz de Ponderación de la Media Ponderada.....	85
Tabla 43 Matriz de ponderación de la Media Geométrica	85
Tabla 44 Código de Cercanía	87

Tabla 45 Referencia de cercanía	87
Tabla 46 Distribución de la planta	89
Tabla 47 Ingresos Operaciones	95
Tabla 48 Ingresos Operacionales Años Base	96
Tabla 49 Ingresos Operacionales años 2018-2019.....	96
Tabla 50 Ingresos Operacionales años 2020 -2021.....	96
Tabla 51 Ingresos Operacionales año 2022.....	96
Tabla 52 Costos Directos	97
Tabla 53 Total servicio producidos al día, mes y año.....	98
Tabla 54 Costo del servicio de acuerdo con el volumen.....	98
Tabla 55 Costo de M.O.D	99
Tabla 56 Costos indirectos	100
Tabla 57 Gastos administrativos	100
Tabla 58 Gastos de personal administrativo	101
Tabla 59 Gastos Material de limpieza.....	101
Tabla 60 Gastos Suministros de Oficina.....	101
Tabla 61 Gastos servicios básico	102
Tabla 62 Proyección Gastos administrativos	102
Tabla 63 Gasto en ventas	102
Tabla 64 Proyección gasto en ventas	103
Tabla 65 Gasto Personal de venta	103
Tabla 66 Recurso Financiero	104
Tabla 67 Proyección de costos	105

Tabla 68 Inversiones	106
Tabla 69 Activos fijos	106
Tabla 70 Maquinaria y equipos	107
Tabla 71 Muebles y enseres	107
Tabla 72 Equipos de computación	107
Tabla 73 Equipos de oficina.....	108
Tabla 74 Activos diferidos	108
Tabla 75 Capital de trabajo	108
Tabla 76 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.	109
Tabla 77 Tabla de Amortización.....	109
Tabla 78 Tabla de Depreciación.....	110
Tabla 79 Estado de Situación Inicial.....	110
Tabla 80 Estado de Resultados Proyectados	111
Tabla 81 Flujo de Caja	112
Tabla 82 Tasa de Descuento.....	113
Tabla 83 Calculo VAN.....	113
Tabla 84 Calculo TIR.....	114
Tabla 85 Periodo de recuperación	114
Tabla 86 Relación Costo beneficio	115
Tabla 87 Puntos de Equilibrio.....	116
Tabla 88 Índices Financieros	118

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Índice de inflación mensual diciembre 2015 – octubre 2017.....</i>	12
Figura 2	<i>Tasa de participación global a nivel nacional, urbano y rural 2007-2017</i>	18
Figura 3	<i>Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural 2007-2017</i>	19
Figura 4	<i>RUC</i>	25
Figura 5	<i>Formato Requisitos para la Solicitud de la Licencia Ambiental.....</i>	31
Figura 6	<i>Organigrama Estructural</i>	40
Figura 7	<i>Organigrama Funcional.....</i>	41
Figura 8	<i>Flujograma Proceso</i>	45
Figura 9	<i>Modelo KART (1).....</i>	46
Figura 10	<i>Modelo KART (2)</i>	46
Figura 11	<i>División por parroquias del DMQ.</i>	48
Figura 12	<i>Ubicación geográfica del proyecto</i>	48
Figura 13	<i>Flyer promocional</i>	49
Figura 14	<i>Publicidad Pagina Web</i>	49
Figura 15	<i>Publicidad Camisetas</i>	50
Figura 16	<i>Publicidad Cascos</i>	50
Figura 17	<i>Logotipo.....</i>	51
Figura 18	<i>Población Y Tasa De Crecimiento</i>	55
Figura 19	<i>Pregunta 1</i>	60
Figura 20	<i>Pregunta 2</i>	61
Figura 21	<i>Pregunta 3</i>	62
Figura 22	<i>Pregunta 4</i>	63

Figura 23 <i>Pregunta 5</i>	65
Figura 24 <i>Pregunta 6</i>	66
Figura 25 <i>Pregunta 7</i>	67
Figura 26 <i>Pregunta 8</i>	68
Figura 27 <i>Pregunta 9</i>	69
Figura 28 <i>Pregunta 10</i>	70
Figura 29 <i>Pregunta 11</i>	71
Figura 30 <i>Modelo de un Buggy tradicional</i>	75
Figura 31 <i>Macro-Localización</i>	83
Figura 32 <i>Micro-Localización</i>	83
Figura 33 <i>Gráfica Localización Optima</i>	86
Figura 34 <i>Matriz SLP</i>	88
Figura 35 <i>División de la planta</i>	89
Figura 36 <i>Flujograma del proceso productivo</i>	90
Figura 37 <i>Grafico Punto de equilibrio</i>	117

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto nace con la necesidad de buscar alternativas de entretenimiento automovilístico y nuevas formas de diversión en la Parroquia de San Antonio de Pichincha, siendo los Go Karts una atractiva oportunidad de negocio, de esparcimiento social y recreacional para niños y adultos.

Se ha tomado en cuenta factores internos y externos analizándolos de manera detallada e identificándolos como oportunidad o amenaza para la aplicación de este proyecto. Para demostrar la viabilidad y ejecución del mismo, se realizará un estudio de la gestión administrativa del Centro de entretenimiento enfocándose en la obtención de información detallada a través de investigación bibliográfica, estadística, etcétera.

En el estudio técnico se define claramente el lugar idóneo donde será implementado, tomando en cuenta factores favorables o perjudiciales para la población, especificando de manera detallada el proceso que se llevará a cabo.

El estudio financiero se realizó con el propósito de determinar si el presente proyecto es factible o no, de igual manera se analizaron los costos y gastos que la empresa asumiría en un momento dado, dando así comienzo a sus actividades y funcionamiento, también se realizó el cálculo de indicadores financieros tales como el VAN con un resultado de \$ -679.380,03, TIR con un resultado de -11.33%, ROA con un resultado de \$0,04 Y ROE con un resultado de -0,04, ya que por medio de estos

indicadores se puede conocer la futura viabilidad de este proyecto el resultado obtenido fue negativo por tanto el proyecto no es factible.

Una vez establecidos los indicadores necesarios para conocer la viabilidad del proyecto, surge la necesidad de finalizar con las conclusiones y recomendaciones necesarias.

ABSTRACT

EXECUTIVE SUMMARY

The present project was born with the need to look for alternatives of automotive entertainment and new forms of entertainment in the Parish of San Antonio de Pichincha, being the Go Karts an attractive business opportunity, of social and recreational leisure for children and adults.

Internal and external factors have been taken into account, analyzing them in a detailed manner and identifying them as an opportunity or threat for the implementation of this project. To demonstrate the feasibility and execution of the same, a study of the administrative management of the Entertainment Center will be carried out, focusing on obtaining detailed information through bibliographic research, statistics, and so on.

The technical study clearly defines the ideal place where it will be implemented, taking into account favorable or harmful factors for the population, specifying in detail the process that will be carried out.

The financial study was carried out with the purpose of determining if the present project is feasible or not, in the same way the costs and expenses that the company would assume at a given moment were analyzed, thus starting its activities and operation, the calculation of financial indicators such as the VAN with a result of \$ - 679.380,03, TIR with a result of -11.33%, ROA with a result of \$0,04 and ROE with a

result of -0,04 since through these indicators we can know the future viability of this project, the result obtained was negative, so the project is not feasible.

Once the necessary indicators have been established to know the viability of the projects, there is a need to finalize with the necessary conclusions and recommendations.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

El entretenimiento desde sus inicios se ha visto como una forma de hacer algo que nos divierta y nos entretenga sobre todo en nuestro tiempo libre, puede ser algo que nos divierta, algo que no haga reír, o incluso hasta dormir. El entretenimiento es visto de diferentes formas por muchas diferentes personas. Antiguamente en Roma era muy común por ejemplo que las personas pudieran tomar baños termales o asistir a eventos de los gladiadores o estar en las carreras de carrozas. Durante la época del renacimiento la gente se entretenía con otras formas más sofisticadas como eran mayormente con el arte, la música y el teatro.

El entretenimiento como concepto es aquel que se utiliza para designar a todas aquellas actividades relacionadas con el ocio y el divertimento de una persona o de un conjunto de personas. De cualquier manera, que se lo interprete o sea llevado a cabo el entretenimiento siempre va a ser visto como un acto de mantener la atención de una persona o de un conjunto de personas a través de una actividad o de la participación de cualquier índole.

Cuando se habla de entretenimiento se usa el termino para designar actividades, en los siglos recientes se ha despegado progresivamente a la población global, con muchas clases de actividades recreacionales que se han transformado en habituales; la lectura de libros, la visita a museos y centros históricos, los juegos o hasta recorrer el

mundo. Todas estas opciones son consideradas como entretenimiento en el sentido que sirven para mantener a las personas entretenidas de manera voluntaria y tienen que ver principalmente con el deseo de buscar placer y diversión.

Ciertamente todos los campos del entretenimiento han sido impactados por los cambios tecnológicos que nos rodean y han contribuido a hacer que la diversión y el entretenimiento lleguen y sean más accesibles, más confortables y estén más al alcance de la población. Si nos ponemos a pensar en donde impacta la tecnología y que rol principalmente juega en el entretenimiento, podemos decir que en el negocio de los espectáculos que son los que encabezan la lista, las industrias de la televisión, las películas, la música, los juegos de video, los juegos de deportes, en cada una de ellas la tecnología ha jugado un papel muy importante con los cambios tecnológicos que han aportado y han sido históricamente la fuente de grandes innovaciones.

Más allá de los cambios naturales que el paso del tiempo ha generado en la manera y en los objetos que la gente elige como divertirse y entretenerse, es importante decir que lo que no ha cambiado es la motivación que las personas tienen en buscarlos y que está asociado directamente a la necesidad de ocupar su tiempo libre y de buscar actividades o programas que los saquen de la rutina diarias y lo alejen de problemáticas tan actuales como el estrés que hoy vivimos en este mundo principalmente en las grandes ciudades. Nos caracterizamos por correr de un lado a otro para poder cumplir con las enormes cantidades de obligaciones y compromisos que nos genera la vida cotidiana (trabajo, estudio, etc.). Los cuadros de estrés y el agotamiento físico y mental es la razón por la que las personas se ven en la necesidad de encontrar en la medida de

lo posible un espacio para divertirse y entretenerse haciendo cosas o asistiendo a lugares que ofrecen opciones que entretienen y relajan.

Existen muchas maneras de diversión y entretenimiento hoy en día y muchas de ellas se vuelven rutinarias y hasta demasiado costumbristas llegando a ser aburridas para las personas ya que no ofrecen nada nuevo que mantenga esa motivación en seguir buscando distracciones y salir del sedentarismo del hogar; el siguiente proyecto que a continuación realizaremos planteara el estudio para implementar un centro de entrenamiento de GO KARS en la Provincia de pichincha en la parroquia de San Antonio de pichincha con el fin de ofrecer una nueva forma de diversión y entretenimiento en este sector con el objetivo que sea el centro con mayor concurrencia y afluencia del sector para as personas y que sea su principal distracción en este sector.

1.1 Justificación

La presente investigación plantea el estudio para implementar un centro de entretenimiento automovilístico de GO-KARS en la parroquia de San Antonio de Pichincha con el fin de fomentar una nueva idea de negocio; la idea nace de la necesidad de satisfacer una nueva forma de distracción para los habitantes de la población de San Antonio de Pichincha y crear nuevas plazas de trabajo, aportando al cambio de la matriz productiva con un nuevo centro de entretenimiento para niños, jóvenes y adultos que gustan de nuevas atracciones llamativas y que permitan la socialización y así disminuir el ocio que existe en las familias de la zona.

El centro de entretenimiento automovilístico de GO-KARTS llamará mucho la atención de niños, jóvenes y adultos que gustan del deporte automovilístico,

los precios serán accesibles para todas aquellas personas que quieran disfrutar y pasar un tiempo muy agradable con familiares o amigos.

Con la implementación del centro de entretenimiento automovilístico de GO-KARTS la población tendrá un sitio de esparcimiento y entretenimiento para los grupos de niños y jóvenes que por la falta de lugares de entretenimiento o sitios de interés en el sector se ha perdido en el interés por el deporte; el mismo que ha sido reemplazado por la tecnología digital de los celulares, tabletas y aparatos electrónicos que han llevado a los jóvenes y niños a erradicarse en los domicilios y ser esclavos de los mismos; en este centro de entretenimiento al que muchos jóvenes y niños podrán asistir se espera que una gran parte de jóvenes y niños empiecen a interesarse nuevamente en el deporte y dejar a un lado la tecnología.

1.2 Antecedentes

Es indispensable conocer una breve historia de este tipo de vehículos conocidos como KARTS para conocer su procedencia y como estos han evolucionado a través del tiempo desde su invención y como se introdujo al ECUADOR.

Comenzando por el origen del nombre, éste deriva del término inglés "CAR" (carro en inglés), posteriormente la "C" se convirtió en "K" como nota distintiva, ya que el kart se inventó en los Estados Unidos y allí la letra K es muy utilizada.

“La historia del GO-KART nace en los años 1951 en una base de aviación civil de los estados unidos” (World Press, 2008) el primer KART se hizo con tubos de calefacción, ruedas de cola de avión, un motor de cortadora de césped y el volante de un avión viejo que no ya no se usaba.

Para los años 60 este deporte se introdujo en Europa comenzando en Francia e Inglaterra, luego llegó a España para los años 70.

En un principio estos vehículos de diseño simple y rudimentario escasamente alcanzaban los 50 km/h; rápidamente este deporte fue incorporándose en los estados unidos y con el avance de la tecnología fueron poco a poco sobrepasando esas limitadas velocidades de 50 km/h. Los chasis fueron ganando estabilidad y frenada, hoy en día estos vehículos pueden llegar alcanzar velocidades superiores de los 150 km/h con seguridades similares a las de un Formula 1 en la construcción de sus jaulas de seguridad. (Pozo, 2010, pág. 17)

Uno de los países con mayor protagonismo en la construcción de estos vehículos ha sido Italia, este país ha tenido mayor poder para la inserción de este vehículo en el mercado con la construcción de chasis y motores; sin embargo, no podemos dejar de lado la participación de países como: Brasil, Estados Unidos y China que rápidamente se han ido integrando a esta gran industria y se encuentran ganando terreno.

En 58 años el GO KART ha tenido el respeto y ha sido la cumbre de grandes pilotos que comenzaron su carrera automovilística en este tan reconocido deporte, grandes pilotos como: Alan Prost, Ayrton Senna, Ricardo Patrese, Schumacher, Frentzen Alesi, Hakkinen, Barrichello, Alonso. Pilotos de gran categoría de la disciplina en la fórmula 1 que tomaron al Kartismo como una escuela para iniciar el deporte automovilismo. (Pozo, 2010, pág. 17)

Se puede mencionar que el Kartismo llega a integrarse en el Ecuador más o menos alrededor de 40 años atrás con el impulso de varios pilotos profesionales entre ellos reconocidos conductores como Pascal Michelet, José Maciel Da Silva entre otros

quienes deciden tener la iniciativa de dar a conocer este deporte e impulsarlo en una gran medida y para ello se comenzó a importar los primeros “GO KART” desde el extranjero. Ya con la oportunidad de importar estos vehículos se vio la necesidad de tener un lugar donde desarrollar este deporte, y, en 1975 se construye el primer sitio para desarrollar este deporte y se le da su nombre por la relación con la palabra “KART” de llamarlo KARTODROMO ubicado en la Mitad del Mundo siendo este el primero en el país. Conforme pasaron los años y con la gran acogida que fue teniendo este deporte se empezó a dar lugar en otras ciudades como GUAYAQUIL y CUENCA, ya en la década de los 90 cuando este deporte se convirtió en un “BOOM” totalmente conmovidos y extasiados por ser un deporte de alta adrenalina. (Pozo, 2010, pág. 17)

Poco tiempo después por causas no tan ciertas por algunos expositores de este deporte presuntamente asumen que por temas económicos se empieza apreciar un severo declive y la gente ya no encontraba el mismo interés como en sus inicios, dejando de asistir a las competencias y reduciéndose el número de pilotos para las competencias.

Cuando se consideraba que el deporte del Kartismo había quedado en el olvido, para finales del siglo XXI vuelve a retomar fuerza luego de casi una década, en la actualidad se puede apreciar que el karting ha vuelto a tomar y llamar la atención de muchos pilotos nuevos que se han interesado en el deporte desde muy pequeños o que su tradición o legado les han dejado, especialmente en Quito se puede apreciar que a despertado nuevamente un gran interés apasionado por este deporte que si bien siendo un deporte bastante costoso para quienes lo practican, el Karting es considerado como hobbies en los inicios al automovilismo puesto que económicamente no genera mayor lucro, si, abre muchas puerta para entrar a otras categorías como son RALLY,

FORMULA 1, GRAN TURISMO, etc. considerados como deportes automovilísticos realmente lucrativos.

Actualmente se pueden encontrar varios establecimientos dedicados a esta actividad que ofrecen los servicios de renta de estos vehículos y que proporcionan este medio como una diversión y distracción, Además el kartodromo de la Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de SAN ANTONIO DE PICHINCHA ha sido rehabilitado para dar su apertura a nuevos pilotos que gustan de este deporte y profesionales que desean formarse en esta disciplina.

CAPITULO II

2. ANALISIS SITUACIONAL

2.1 AMBIENTE EXTERNO

Cuando hablamos de factores exógenos a la compañía nos referimos a todo aquello que está fuera del control de la compañía y que no depende de ella para poder controlarla, a esto nos referimos, con factores económicos como es el caso del producto interno bruto, la inflación, la tasa de interés, el riesgo capital etc., existen otros factores como el político, el social, ambiental y muchos otros.

A continuación, realizaremos un breve análisis de algunos de estos factores y observaremos cómo estos pueden incidir dentro del ambiente a nivel empresarial.

2.1.1. Factor económico.

2.1.1.1. Producto interno bruto.

El producto interno bruto es el valor monetario de la suma de los bienes y servicios producidos por un país en un tiempo determinado, este indicador mide el crecimiento y decrecimiento de una nación. (Alcocer, s.f.)

Mediante este indicador una nación o estado puede establecer medidas de acción ante situaciones como solicitar préstamos en el extranjero o ser vistos por países vecinos

para inversión de capitales en la creación de nuevas empresas. Si el crecimiento del PIB es bueno indica que las empresas tienen competitividad si el PIB no tiene crecimiento indica que no se está invirtiendo en nuevas empresas y por tanto los índices de empleo tampoco están creciendo como se espera.

Tabla 1 Información PIB anual (2007-2016)

Año	PIB (miles de dólares)	Crecimiento
2007	\$ 51.007.777	-
2008	\$ 54.250.408	5,98
2009	\$ 54.557.732	0,56
2010	\$ 56.481.055	3,41
2011	\$ 60.925.064	7,29
2012	\$ 64.362.433	5,34
2013	\$ 67.546.128	4,71
2014	\$ 70.105.362	3,65
2015	\$ 70.174.677	0,10
2016	\$ 69.068.458	-1,60

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

Tabla 2 PIB trimestral (2016-2017)

TRIMESTRE	PIB (miles de dólares)	PIB (miles de dólares)	%
	2016	2017	VARIACION 2016 - 2017
T1	\$17.094.720,00	\$17.475.690,00	2,20%
T2	\$17.240.451,00	\$17.815.075,00	3,20%
T3	\$17.233.968,00	-	-
T4	\$17.499.319,00	-	-

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

Análisis:

El producto interno bruto en 10 años atrás ha venido experimentado varios cambios como se puede apreciar en la tabla 1, a partir del año 2007 a precios constantes el PIB ha tenido un crecimiento en porcentajes significativos hasta el año 2015, en el año 2016 el PIB se observa que obtuvo un decrecimiento bastante fuerte, esto fue debido a la caída en los precios del barril de petróleo. Según cifras obtenidas del banco central se observa en la tabla 2 que en relación con el primero y segundo trimestre del año 2016 con respecto al 2017, en los dos primeros trimestres del 2017 el Ecuador experimentó un incremento en sus cifras, razón por la cual y manteniéndose en ese crecimiento los datos son favorables para la implementación de proyectos dentro del territorio ecuatoriano.

2.1.1.2 Inflación.

Es el aumento generalizado y sostenido del precio de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año.
(Economipedia, 2015)

Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje analizado de la variación general de precios en el tiempo.

Tabla 3 Inflación Mensual (2015p)

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2015	0,11%
Diciembre-31-2015	0,09%

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

Tabla 4 Inflación Mensual (2016p)

FECHA	VALOR
Enero-31-2016	0,31%
Febrero-29-2016	0,14%
Marzo-31-2016	0,14%
Abril-30-2016	0,31%
Mayo-31-2016	0,03%
Junio-30-2016	0,36%
Julio-31-2016	-0,09%
Agosto-31-2016	-0,16%
Septiembre-30-2016	0,15%
Octubre-31-2016	-0,08%
Noviembre-30-2016	-0,15%
Diciembre-31-2016	0,16%

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

Tabla 5 Inflación Mensual (2017p)

FECHA	VALOR
Enero-31-2017	0,09%
Febrero-28-2017	0,20%
Marzo-31-2017	0,14%
Abril-30-2017	0,43%
Mayo-31-2017	0,05%
Junio-30-2017	-0,58%
Julio-31-2017	-0,14%
Agosto-31-2017	0,01%
Septiembre-30-2017	-0,15%
Octubre-31-2017	-0,14%

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

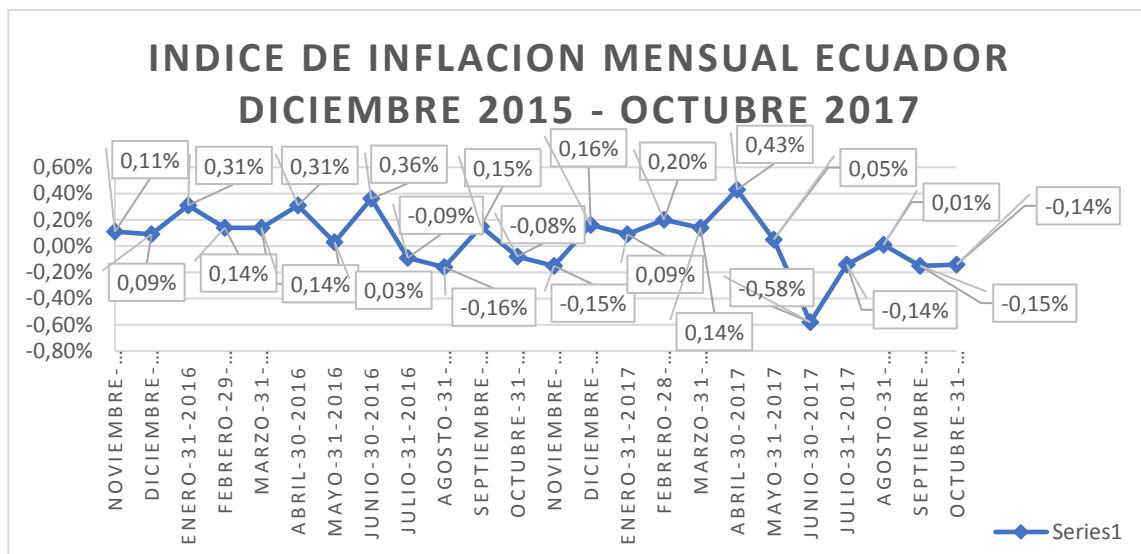


Figura 1 Índice de inflación mensual diciembre 2015 – octubre 2017

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

Análisis.

Económicamente en el Ecuador los últimos meses del año 2017 no se ha visto un incremento en sus índices de inflación que ha dejado como resultado una deflación; que se quiere decir con esto, que el poder adquisitivo de la personas no ha sido el esperado, el consumo de bienes y servicios ha disminuido, sin embargo esta medida puede ser beneficiosa para nuestro proyecto ya que los precios en ciertos bienes y servicios se han mantenido, por lo tanto constituye una oportunidad para que el mercado entre en una oportunidad de crecimiento, si los índices de inflación se disparan se puede convertir en una amenaza para el proyecto debido a que los precios de los bienes y servicios pueden ser demasiado bajos constituyendo un problema dentro del marco interno de la compañía en cuanto a la mantención de los cotos fijos de la compañía, si los precios ofertados bajan demasiado la competencia en el mercado será extensa.

2.1.1.3. Tasa activa

La tasa Activa es aquella con la que la empresa se provee de fondos ajenos, mientras que la tasa Pasiva es el premio que recibe por sus depósitos en una institución financiera. La Tasa Activa es la que nos cobra el Banco cuando pedimos un préstamo. Normalmente la tasa activa es más alta que la tasa pasiva. La Tasa Activa es la tasa de interés que cobran los bancos. La Tasa activa se expresa en Porcentajes. Por ejemplo 12% de tasa activa. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación. (SANCHEZ, 2016)

Tabla 6 Tasa Activa (diciembre 2015-noviembre 2107)

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2015	9,12%
Enero-31-2016	9,15%
Febrero-29-2016	8,88%
Marzo-31-2016	8,86%
Abril-30-2016	9,03%
Mayo-31-2016	8,89%
Junio-30-2016	8,66%
Julio-31-2016	8,67%
Agosto-31-2016	8,21%
Septiembre-30-2016	8,78%
Octubre-31-2016	8,71%
Noviembre-30-2016	8,38%
Diciembre-31-2016	8,10%
Enero-31-2017	8,02%
Febrero-28-2017	8,25%
Marzo-31-2017	8,14%
Abril-30-2017	8,13%
Mayo-31-2017	7,37%
Junio-30-2017	7,72%
Julio-31-2017	8,15%
Agosto-31-2017	7,58%
Septiembre-30-2017	8,19%
Octubre-31-2017	7,86%
Noviembre-30-2017	7,79%

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

Análisis.

La tasa activa como ya se mencionó anteriormente es el valor que los banco o instituciones financieras cobran el momento de entregar un préstamo de dinero, en el ecuador la tasa activa ha venido presentando una disminución en sus porcentajes, se considera como una oportunidad para nuestra empresa ya que para la obtención de crédito será mucho más representativo el momento de cancelarlo, sus intereses no serán tan altos.

2.1.1.4. Tasa pasiva.

Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, la que te paga el banco por tus depósitos. Las tasas pasivas entran como componente de las tasas activas a través del llamado costo porcentual promedio de captación (CPP), que es la tasa promedio de tasas pasivas pagadas en un periodo determinado por el sistema financiero según los ahorros captados del público en sus distintas modalidades, ponderado por el valor asociado a cada denominación, Entonces, las tasas activas dependen positivamente de este costo porcentual promedio de captación; cuando éste aumenta, las tasas activas también se incrementan. La relación se comprende en la medida que, para el sistema financiero es un costo importante el pago de los rendimientos, que surgen de la aplicación de las tasas pasivas a los depósitos o capitales captados. (EXPERTOGESTIOPOLIS, s.f.)

Tabla 7 Tasa Pasiva (diciembre 2015-noviembre 2017)

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2015	5,14%
Enero-31-2016	5,62%
Febrero-29-2016	5,83%
Marzo-31-2016	5,95%
Abril-30-2016	5,85%
Mayo-31-2016	5,47%
Junio-30-2016	6,00%
Julio-31-2016	6,01%
Agosto-31-2016	5,91%
Septiembre-30-2016	5,78%
Octubre-31-2016	5,75%
Noviembre-30-2016	5,51%
Diciembre-31-2016	5,12%
Enero-31-2017	5,08%
Febrero-28-2017	5,07%
Marzo-31-2017	4,89%
Abril-30-2017	4,81%
Mayo-31-2017	4,82%
Junio-30-2017	4,80%
Julio-31-2017	4,84%
Agosto-31-2017	4,96%
Septiembre-30-2017	4,97%
Octubre-31-2017	4,80%
Noviembre-30-2017	4,91%

Fuente: Banco central de Ecuador**Elaborado por:** Autor

2.1.1.5. Riesgo país.

Es probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados. En tal sentido se pueden mencionar tres fuentes de las que proviene el riesgo de incumplimiento de una obligación: Riesgo Soberano, Riesgo de Transferencia y Riesgo Genérico. (Montilla, s.f.)

El primer tipo de riesgo es aquel que poseen los acreedores de títulos de estatales, indica la probabilidad de que una entidad soberana no cumpla con sus pagos de deuda por razones económicas y financieras. El riesgo de transferencia implica la imposibilidad de pagar el capital, los intereses y los dividendos, debido a la escasez de divisas que tiene un país en un momento determinado, como consecuencia de la situación económica en la que se encuentre. Finalmente, el riesgo específico está relacionado con el éxito o fracaso del sector empresarial debido a conflictos sociales, devaluaciones o recesiones que se susciten en un país. (Montilla, s.f.)

Tabla 8 Indicadores Riesgo País (noviembre 2017)

FECHA	VALOR	INDICADORES
Octubre-26-2017	565	-
Octubre-27-2017	573	0,01
Octubre-28-2017	573	0,00
Octubre-29-2017	573	0,00
Octubre-30-2017	572	0,00
Octubre-31-2017	563	-0,02
Noviembre-01-2017	548	-0,03
Noviembre-02-2017	543	-0,01
Noviembre-03-2017	547	0,01
Noviembre-04-2017	547	0,00
Noviembre-05-2017	547	0,00
Noviembre-06-2017	543	-0,01
Noviembre-07-2017	558	0,03
Noviembre-08-2017	560	0,00
Noviembre-09-2017	567	0,01
Noviembre-10-2017	562	-0,01
Noviembre-11-2017	562	0,00
Noviembre-12-2017	562	0,00
Noviembre-13-2017	561	0,00
Noviembre-14-2017	560	0,00
Noviembre-15-2017	581	0,04
Noviembre-16-2017	557	-0,04
Noviembre-17-2017	552	-0,01
Noviembre-18-2017	552	0,00
Noviembre-19-2017	552	0,00
Noviembre-20-2017	543	-0,02
Noviembre-21-2017	527	-0,03
Noviembre-22-2017	517	-0,02
Noviembre-23-2017	517	0,00
Noviembre-24-2017	510	-0,01

Fuente: Banco central de Ecuador

Elaborado por: Autor

2.1.2. Factor social.

Establece una referencia a las actividades, condiciones, expectativas, grado de inteligencia y educación que poseen las personas de una determinada sociedad, se referencia a todo lo social que interviene dentro de la sociedad como tal.

Al hablar de estos factores se puede mencionar varios, tales como: empleo, desempleo, población económicamente activa, nivel de educación, cultural, entre otros.

2.1.2.1. Tasa de crecimiento poblacional (pea).

La tasa de crecimiento de la población (TCP) es el aumento de la población de un país en un período determinado, generalmente un año. El crecimiento absoluto muestra la diferencia entre la población existente al final de dicho período de tiempo y la población que había al principio. (Serrano, 2014, pág. s/p).

Se considera población económica activa a las personas de 15 años o más que laboraron o laboran al menos 1 hora en la semana; personas que no laboran pero que están disponibles para laborar y las que están en búsqueda de un empleo.

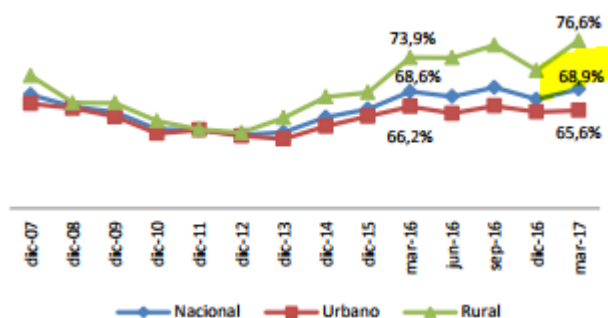


Figura 2 Tasa de participación global a nivel nacional, urbano y rural 2007-2017

Fuente: Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo Y Subempleo

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística Y Censos

La tasa de participación bruta a nivel nación se ubicó en 68,9% a marzo del 2017.

Análisis

En nuestra grafica anterior se observa la participación bruta a nivel nacional, este porcentaje se obtiene del cociente de la cantidad entre la población económicamente activa y la población total. Este porcentaje de la población con empleo es bueno para nuestra empresa porque existe un alto índice de persona que cuentan con un ingreso mensual con el cual podrán realizar consumos en nuestras instalaciones de distintos índoles.

2.1.2.2. Desempleo.

“Situación en la que una persona con aptitud y disposición para trabajar no es capaz de encontrar ocupación profesional retribuida a pleno rendimiento, sea porque no encuentra ningún trabajo, sea solo porque encuentra uno por jornada inferior a la que desea (y puede) llevar a cabo”. (Fernandez Marquez, 2005)

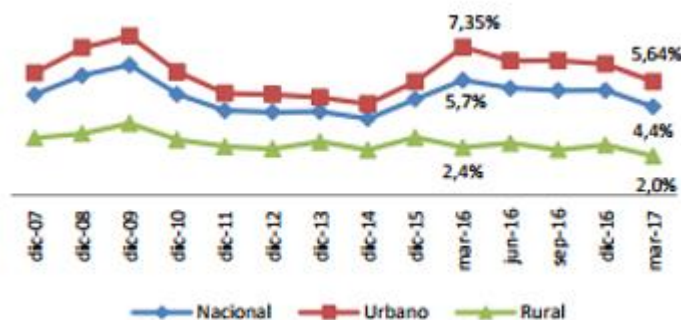


Figura 3 Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural 2007-2017

Fuente: Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo Y Subempleo

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística Y Censos

Para marzo de 2017, la tasa nacional de desempleo fue de 4,4%, reducción estadísticamente significativa de 1,3 p.p. respecto al mismo periodo del año anterior (5,7%). A nivel urbano la tasa fue de 5,64%, esto representó una reducción anual

significativa de 1,7 p.p. con respecto a marzo de 2016 (7,35%). A nivel rural la tasa de desempleo no presentó variaciones anuales significativas. (Ecuador en Cifras, 2017).

Análisis.

Este porcentaje de desempleo en una medida podría afectar a nuestra empresa porque existe menos persona con capacidad de realizar gastos y adquisiciones en centros de entrenamiento, pero, según las cifras obtenidas por el INEC el porcentaje de desempleos se ha reducido significativamente convirtiéndose esto en una oportunidad a nuestra empresa debido a que más persona podrán contar con un sueldo mensual para realizar actividad de ocio.

2.1.2.3. Ámbito Cultural.

“En general, la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.” (Porto, 2016)

Análisis.

Debido a las costumbres adquiridas dentro de la sociedad por décadas el ocio, es uno de los factores que predomina, ya que las personas acostumbran a mantener una vida agitada y especialmente llena de estrés, sin embargo ya que el consumismo es una manera de relajación para las personas muchas prefieren buscar centros de diversión o esparcimiento para realizar estas actividades, es por eso que, siendo este un factor importante en la sociedad es beneficioso para nuestra empresa debido a que las personas constantemente se encuentran en la búsqueda de nuevas atracciones que satisfagan sus necesidades.

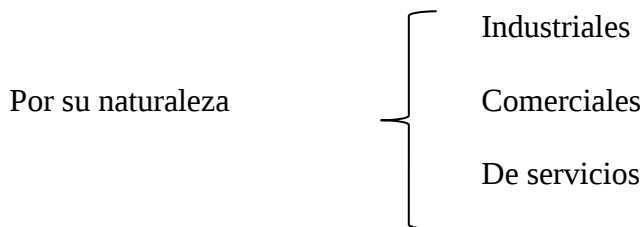
2.1.3. Factor Legal

2.1.3.1. Concepto de Empresa.

“Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”
(BRAVO, Mercedes, Contabilidad General).

2.1.3.2. Clasificación de las empresas.

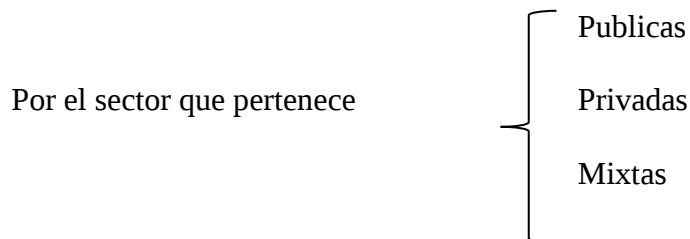
Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:



Empresas Industriales. - Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.

Empresas Comerciales. - Son aquellas que se dedican a la compraventa de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.

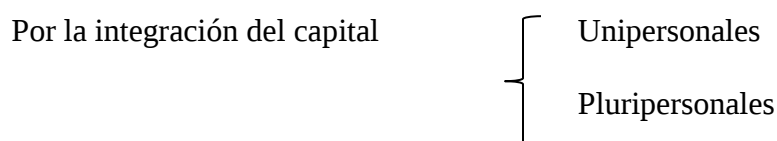
Empresas de Servicios. - Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.



Empresas Públicas. - Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (estado).

Empresas Privadas. - Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).

Empresas Mixtas. - Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).



Unipersonales. - Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.

Pluripersonales. - Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

2.1.3.3. Pasos para constituir una Empresa.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;

- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

2.1.3.4. Aspectos Legales Tributarios.

2.1.3.4.1. Registro Únicos De Contribuyentes (Ruc)

Concepto.

El RUC constituye el registro en el SRI de todas las personas naturales, sociedades privadas y entidades del sector público que realizan actividades económicas, a quienes se les asigna un número de identificación. (SRI, s.f.)

2.1.3.4.2. *Importancia*

Le permite al contribuyente realizar legalmente sus actividades económicas y, en base a ellos, conocer y cumplir sus obligaciones tributarias.

2.1.3.4.3. *Requisitos*

- Formulario RUC-01A y RUC-01B suscritos por el representante legal.
- Original y copia de la escritura pública de Constitución o de domicilio inscrito en el Registro Mercantil.
- Identificación del representante legal.

Ecuatorianos:

- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de valoración del último proceso electoral.

Extranjeros inmigrantes:

- Copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentar copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.

Extranjeros no inmigrantes:

- Copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.
- Original de la hoja de datos generales del Registro de Sociedad.
- Original del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad de la sociedad. Este documento puede ser planilla de servicio eléctrico, teléfono, agua o contrato de arrendamiento.

2.1.3.4.4. *Obligaciones de las personas naturales o sociedades.*

Las personas naturales o sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias tienen las siguientes obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal.
- Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste.
- El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguiente de ocurrido el hecho que produjo el cambio.

¿Dónde se realizan los trámites relacionados con el RUC?

Todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se realizan exclusivamente en las oficinas del Servicio de Rentas Internas.



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NÚMERO RUC: 1601627937001

APELLIDOS Y NOMBRES: MUÑOZ ZAPATA NORMA WALDA

NOMBRE COMERCIAL: N/A

CLASE CONTRIBUYENTE: OTRO

DELEGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: N/A

NÚMERO: N/A

FECHA NACIMIENTO: 13/03/1983

FECHA ACTUALIZACIÓN: 03/03/2012

FECHA INICIO ACTIVIDADES: 13/03/2003

FECHA SUSPENSIÓN DEFINITIVA: N/A

FECHA INSCRIPCIÓN: 13/03/2003

FECHA RENOVACIÓN ACTIVIDADES: N/A

ACTIVIDADES ECONÓMICAS PRINCIPAL: N/A

ACTIVIDADES DE COMERCIO DE BOMBA Y CALDERÍN INDUSTRIAL: N/A

DOMICILIO TRIBUTARIO: Pichincha, Cantón QUITO Pichincha CALDERÓN (CHAMPUNGO), Calle 33 del ABIS, Número 900 Referencia: JANTO A IMPORTADORA HUANO Teléfono: 022522288

DOMICILIO ESPECIAL: N/A

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, están obligadas a llevar contabilidad, convalidada en sistema de información, y no podrán asignar el Régimen Simplificado (RUS).

Si supera los límites establecidos en el reglamento deberá obligarse a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

FECHA ESTABLECIMIENTO REGISTRO: 16/03/2012

PRESTOS: 1

GERADOS: 2

ANEXO: 1 REGIONAL NORTE PICHINCHA

FIRMA DEL TITULAR: [Firma]

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Última: 03/03/2012 Legar la emisión de RUC 03/03/2012 y Fecha y hora: 03/03/2012 11:25:01

Página 1 de 2

SRI gob.ec

Figura 4 RUC

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Autor

2.1.3.5. *Tramites.*

2.1.3.5.1. *Patente Municipal.*

Concepto.

Una patente es un conjunto de derechos que concede el estado a un inventor o a su cesionario, a cambio de la divulgación de una invención. Tener una patente permite que durante 20 años el titular pueda explotar el invento de forma exclusiva. Esto significa que podrá comercializar exclusiva y directamente el producto patentado, con la facultad de impedir que un tercero copie o comercialice el producto sin autorización. Se puede patentar todas las invenciones de producto o procedimiento en todos los campos de la tecnología, siempre que sea nueva, tenga un nivel inventivo y aplicación industrial. (Instituto ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

También se entiende por patente el documento en sí donde se hace constar por parte del Estado el reconocimiento de tales derechos para su titular.

2.1.3.5.2. *Marco Legal.*

El artículo 282 del Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente, y por ende el pago del impuesto Art.381, para todos los comerciante e industriales que funcionen dentro de los límites del distrito metropolitano, así como las que ejercen cualquier actividad económica.

2.1.3.5.3. *Importancia.*

La patente municipal se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

Forma de obtenerlo.

- Se la debe obtener a partir del dos de enero de cada año.

Existen varias clases de personerías:

- Patente personas naturales: En caso de no haber pagado el año anterior se debe presentar una copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC9 y adjuntar la cédula de ciudadanía.
- Patente jurídica nueva: Es el requisito previo, a, construir una empresa en cuyo caso los requisitos son la copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías y la copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.

Clasificación.

- Patente anual: Se obtendrá dentro de los 30 días siguientes al final del mes en que se inicia las actividades y durante el inicio de cada año.
- Patente mensual: en el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto anual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza valores y ubicación del negocio.

2.1.3.5.4. Requisitos para obtener la Patente Municipal

- Formulario de inscripción
- Registro Único de Contribuyentes
- Cédula de Identidad Representante Legal
- Papeleta de votación Representante Legal
- Título de crédito del impuesto predial del propietario del inmueble
- Certificado de bomberos

2.1.3.6. Licencia Metropolitana Única Para La Ejecución De Las Actividades Económicas “LUAE”

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito. (Municipio de Quito, s.f.)

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales.

2.1.3.6.1. Requisitos.

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones

- Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)

2.1.3.6.2. Para colocar rótulo.

- En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal.
- En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local.
- En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

2.1.3.7. Licencia Ambiental.

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente. (Ministerio del Ambiente, s.f.)

2.1.3.7.1. Requisitos.

- El representante del establecimiento a registrarse deberá acercarse a la Secretaría de Ambiente para solicitar un formulario de registro con una copia de:
 - a) RUC
 - b) Clave Catastral

- La Secretaría de Ambiente receptorá la información y datos, verificará que se llenen correctamente los campos y conste la firma del Responsable Legal o Delegado del Establecimiento.
- La Secretaría de Ambiente realizará la asignación de los regulados registrados a las Entidades de Seguimiento de Auditorías Ambientales o Guías de Prácticas Ambientales, e informará de ello a los regulados.

En los casos en que no se defina si es o no sujeto de cumplimiento según lista taxativa, se dispondrá una inspección para definir este requerimiento.

- Certificado de Intersección con el SNAP, BP y PFE.
- Solicitud de la aprobación de los TdR.
- Solicitud de la aprobación del EIA y PMA.
- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

2.1.3.7.2. Comunicado Para Emisión De Registros Ambientales –

DMQ

El Municipio Del Distrito Metropolitano de Quito a través de la Secretaría de Ambiente, comunica a usted que la Ordenanza Metropolitana No. 138 que regula el Sistema de Manejo Ambiental Distrital, fue sancionada y publicada con Registro Oficial No. 853 el 03 de Octubre de 2016, la misma sustituye a la Ordenanza Metropolitana No. 404. Conforme a la Ordenanza Metropolitana No. 138, Disposición Transitoria, Primera, señala: “Para los proyectos obras o actividades en proceso de regularización ambiental, que, de acuerdo, a la normativa ambiental aplicable cambien de tipo de permiso ambiental, podrán concluir su regularización bajo la categoría que le fue asignada; o de

ser el caso podrán solicitar a la Autoridad Ambiental Competente se anule el proceso y se inicie un nuevo proceso según corresponda”. Adicionalmente, todos los proyectos que aplican a Registro Ambiental del Distrito Metropolitano de Quito, creados antes del 3 octubre de 2016, deben ser actualizados en el Sistema Único de Información Ambiental (SUIA), para su atención ágil e inmediata. Una vez creado el nuevo proyecto en el SUIA, con base a la Ordenanza Metropolitana 138, Capítulo X, Artículo 34, su administrada deberá cancelar el valor de USD 180,00 por concepto de: “Revisión y emisión del permiso ambiental para proyectos, obras o actividades que causen riesgo o impacto ambiental bajo”, (conforme a la Guía de Pagos descrito a continuación).

La validación del pago por parte de la Secretaría de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito se realizará en un plazo máximo de 48 horas, para lo cual debe remitir al correo vpagos@quito.gob.ec:

- a) los respaldos escaneados en formato PDF legible del RUC y comprobante de pago y;
- b) el cuadro con la siguiente información:

RUC /Cédula	<i>Número de Ruc ó Cédula declarado en el SUIA.</i>
Razón Social	<i>Razón Social declarada en el SUIA.</i>
Nro. de Comprobante / Referencia	<i>Número de Referencia del comprobante de pago</i>
Monto	<i>Valor cancelado</i>
Motivo / Detalle	<i>Ej. Registro Ambiental - Licencia Ambiental, etc.</i>
Código Proyecto SUIA	<i>Ej. MAE-RA-2016-XXXXXX</i>
Nombre Proyecto SUIA	<i>Debe escribir el nombre del proyecto igual como se encuentra en el SUIA.</i>

Figura 5 *Formato Requisitos para la Solicitud de la Licencia Ambiental*

Fuente: Ministerio de Ambiente

Elaborado por: Ministerio de Ambiente

Para obtener la Resolución de Registro Ambiental, el usuario deberá ingresar a la plataforma SUIA y digitar el número de referencia del comprobante que ha sido validado en el proyecto que corresponda.

Finalmente, se comunica que, para la elaboración de REGISTROS AMBIENTALES, no se requiere de consultor ambiental, sin embargo, se recomienda al regulado contar con el debido asesoramiento técnico ambiental con el fin de cumplir con la normativa ambiental local y nacional.

Instrucciones para el llenado de Papeleta, por parte de los Administrados, para recaudaciones en la cuenta del Fondo Ambiental en BanEcuador.

Requerimientos

- 1.- Tipo de cuenta: X en el casillero de cuenta corriente.
- 2.- Tipo de transacción: Elija el tipo de transacción que desee realizar, depósito en efectivo o depósito en cheque.
- 3.- Número de cuenta: 3001181038
- 4.- Nombre del titular de la cuenta: Fondo Ambiental.
- 5.- Lugar y Fecha: Ciudad y fecha del depósito.
- 6.- RUC: Número de RUC o Cédula del Administrado.
- 7.- Nombre de la institución: Nombre completo del Administrado que realiza el pago.
- 8.- Sublínea: 370102.
- 9.- Efectivo: Especificar el valor que se va a depositar en efectivo.
- 10.- Cheques: Especificar el valor que se va a depositar en cheque.

En caso de depósitos en cheque, éste deberá estar certificado y a nombre de Fondo Ambiental.

En caso de Entidades Públicas, por excepción, se aceptarán transferencias interbancarias y deberán asumir el costo de recaudación de USD 0,35 adicional a cada transacción.

11.- Valor total: Especificar el valor total del depósito.

12.- Nombre del depositante: Nombre del Representante Legal del Administrado que realiza el pago.

13.- Firma del depositante: Corresponde a la firma de la persona que realiza el depósito.

14.- CI/Pasaporte: Cédula de Identidad del Representante Legal del Administrado que realiza el pago.

15.- Teléfono: Teléfono del Administrado que realiza el pago.

2.1.3.8. Instituto Ecuatoriano De La Propiedad Intelectual (IEPI)

La Propiedad Intelectual se refiere a las creaciones de la mente tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

La Propiedad Intelectual otorga al autor, creador e inventor el derecho de ser reconocido como titular de su creación o invento y por consiguiente ser beneficiario del mismo. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

Los estados son los responsables de garantizar una legislación clara para precautelar este bien común. En Ecuador el IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual) es el organismo encargado de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la Propiedad Intelectual desde el enfoque de tres áreas distintas: la Propiedad Industrial, Derecho de Autor y las Obtenciones Vegetales. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

La Propiedad Industrial se refiere a la protección que tiene toda persona natural o jurídica sobre sus invenciones, marcas, distintivos, lemas comerciales, descubrimientos y otros elementos relacionados con el mercado, la industria y el comercio. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

Derecho de Autor se encarga de proteger los derechos de los creadores sobre las obras, sean estas literarias o artísticas esto incluye: libros, textos de investigación, software, folletos, discursos, conferencias, composiciones musicales, coreografías, obras de teatro, obras audiovisuales, esculturas, dibujos, grabados, litografías, historietas, comics, planos, maquetas, mapas, fotografías, videojuegos y mucho más. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

Obtenciones Vegetales es una forma de Propiedad Intelectual “sui generis”, que se confiere a la persona que ha creado, o descubierto y desarrollado una variedad vegetal. También se incluye dentro de esta área la biodiversidad y los saberes ancestrales. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

El Plan Nacional del Buen Vivir establece que la generación de conocimiento sea uno de los ejes donde se asiente el cambio de la matriz productiva, necesarios para el desarrollo del país y potenciarlo regional y mundialmente. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

2.1.3.8.1.1. Definición de Marca.

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para

efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.

(Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.)

2.1.3.8.1.2. Costos y tiempo para registrar una marca en el Ecuador.

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

2.1.3.8.1.3. Registro de una marca.

- Puede registrar una marca cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera.
- No requiere firma de abogado

2.1.3.8.1.4. Detalles del registro para una marca.

Constituye marca cualquier signo que pueda por si sólo distinguir los productos o servicios que expende en el mercado, respecto de otros ya existentes, para lo cual deberá ser susceptible de representación gráfica.

2.1.3.8.2. Beneficios y derechos del registro de una marca.

- Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.

- Desalienta el uso de su marca por los piratas.
- Protege su prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar su producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con su marca.
- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

2.1.3.8.3. Consejos para registrar una marca.

Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro.

Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

2.1.4. Factor Tecnológico.

“Son elementos de cambio que pueden suponer tanto el éxito como el fracaso de una empresa y dan lugar a nuevos productos y oportunidades de mercado” (Calderon Melgar, 2011)

La tecnología se ha convertido en un factor fundamental para la sociedad, esta permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende de una manera ágil y sencilla. Para muchas empresas el factor tecnológico es primordial para marcar la diferencia y ser competitivos en el mercado.

2.2. ENTORNO LOCAL.

2.2.1. Clientes.

La ubicación de la pista en el sector de San Antonio de Pichincha, siendo este un lugar turístico y con gran afluencia de personas que día a día llegan a este sector, se convierte en una atracción de gran apertura para los turistas y residentes de la zona que gustan de otro tipo de actividades; Nuestros potenciales clientes serán los residentes de la zona y los turistas que llegan a esta zona.

2.2.2. Proveedores.

Existen varios fabricantes de Go-Karts que ofrecen productos de gran calidad entre los principales proveedores tenemos a SODIKART con su fábrica en el país de Francia.

A nivel nacional contaríamos con un proveedor de conocido como JH RACING en la ciudad de Quito; sin embargo, sería un proveedor que solo se maneja bajo concepto de importación y su stock es muy limitado en cuanto a partes y piezas.

2.2.3. Competidores.

En la parroquia de SAN ANTONIO DE PICHINCHA en donde se implementará el centro de entretenimiento de Go-Karts no tendría mayor rivalidad debido a que su principal competidor siendo el autódromo dos hemisferios ya no se dedica al servicio de renta de Go-Karts.

Como competidores cercanos podemos mencionar los siguientes:

- “Go-Kart” ubicada en el cantón Rumiñahui por el sector del colibrí.
- “MUNDO KART” ubicada en el cantón de Tumbaco.

2.3. ANALISIS INTERNO

2.3.1. Propuesta Estratégica.

Nuestra propuesta estratégica es crear un centro de entretenimiento que este enfocado en un nuevo concepto de diversión y distracción en alquiler de Go-Karts para los residentes de la parroquia de SAN ANTONIO DE PICHINCHA y sus alrededores.

2.3.1.1. Misión.

Somos una empresa dedicada al servicio de alquiler de Go-Karts con altos estándares de seguridad que hacen de la compañía un nuevo concepto de diversión en el mercado ecuatoriano para quienes desean aprender y conocer más acerca de este deporte.

2.3.1.2. Visión:

Ser una empresa líder en el mercado de entretenimiento en centros de diversión en alquiler de Go-Karts en la provincia de pichincha, atrayendo el interés de niños, jóvenes y adultos en el deporte del Kartismo, en un plazo estimado de 3 años.

2.3.1.3. *Objetivos*

2.3.1.3.1. *Objetivo General*

Crear una empresa de entretenimiento en alquiler de Go-Karts que sea un centro de esparcimiento social y recreacional para los niños, jóvenes y adultos que buscan nuevas formas de diversión.

2.3.1.3.2. *Objetivos Específicos*

- Investigar las características del mercado
- Identificar los servicios más importantes que el cliente desea obtener.
- Determinar el porcentaje de la demanda del mercado
- Establecer nuevas estrategias de mercado que aseguren mantener al cliente satisfecho.

2.3.1.4. *Principios Y Valores.*

HONESTIDAD: Ofrecer y entregar siempre al cliente el producto ofrecido al precio acordado y con todos los servicios de garantía estipulados.

RESPONSABILIDAD.

Cumplir a tiempo con las obligaciones y compromisos adquiridos.

RESPETO.

Reconocer y aceptar las diferencias de las personas que conforman la empresa, de la misma manera a todos los clientes.

TRABAJO EN EQUIPO.

La unión de las personas que integran la compañía con el fin del logro de objetivos.

SERVICIO AL CLIENTE.

Atención personalizada a las necesidades y expectativas de los clientes, de tal manera que se logre un alto nivel de satisfacción.

2.3.2. Gestión Administrativa

2.3.2.1. Organigrama Estructural

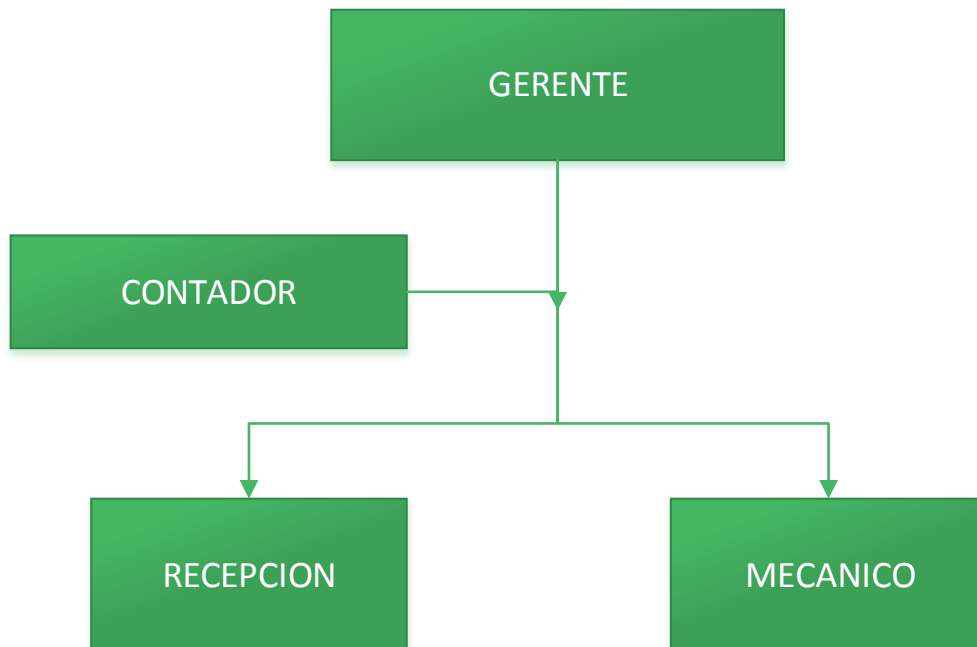


Figura 6 *Organigrama Estructural*
Elaborado por: Autor

2.3.2.2. Organigrama Funcional.

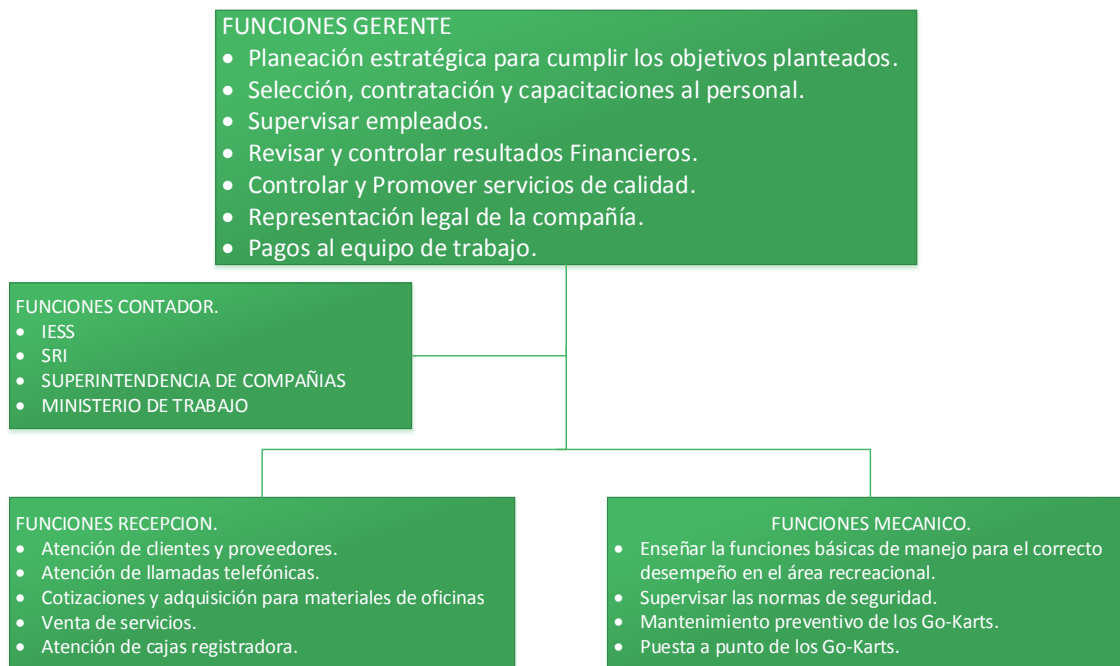


Figura 7 *Organigrama Funcional.*

Elaborado por: Autor

PREFIL PARA REQUERIMIENTO AL CARGO DE GERENTE.

Tabla 9 Descripción del cargo de Gerente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo: Gerente	Administrador General: Propietario.
Número de Personas a Cargo:	2
Sueldo:	1.200,00
FUNCIONES	
Función Principal:	
Controlar y Promover servicios de calidad	
Supervisar Empleados	
Representación legal de la compañía	
Función Secundaria:	
Planeación estratégica para cumplir los objetivos planteados	
Selección, contratación y capacitación al personal	
Revisar y controlar resultados financieros.	
Pagos al personal de trabajo	
Responsabilidades:	
Mantener a la empresa en perfecto funcionamiento.	
Requisitos de Educación:	Tener Título Universitario.
Requisitos de Experiencia	3 a 5 años de Experiencia en diferentes cargos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

PREFIL PARA REQUERIMIENTO AL CARGO DE ASISTENTE.

Tabla 10 Descripción del cargo de Asistente.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo: Asistente	Administrador General: Recepcion
Número de Personas a Cargo:	0
Sueldo	450,00
FUNCIONES	
Función Principal:	
Atención de clientes y proveedores	
Venta de servicios	
Función Secundaria:	
Llamadas a clientes y proveedores	
Cotizaciones y adquisiciones de materiales de oficina	
Llevar el control de la agenda del Gerente	
Orden y limpieza de oficinas	
Responsabilidades:	
Atención en general de las instalaciones al público.	
Requisitos de Educación:	Título de tercer nivel (administración o afines)
Requisitos de Experiencia	3 años de Experiencia en diferentes cargos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

PREFIL PARA REQUERIMIENTO AL CARGO DE MECÁNICO.

Tabla 11 Descripción del cargo de Mecánico.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Cargo: Mecánico	Administrador General: Operario
Número de Personas a Cargo:	0
Sueldo	800
FUNCIONES	
Función Principal:	
Supervisión de Pits.	
Función Secundaria:	
Mantenimiento preventivo y correctivo de karts.	
Capacitaciones a clientes en conducción y prevención en la pista.	
Supervisión de equipos e indumentaria necesaria para la conducción.	
Responsabilidad directa de karts.	
Responsabilidades:	
Retroalimentación de novedades al gerente.	
Requisitos de Educación:	Ingeniero o tecnólogo en Mecánica Automotriz
Requisitos de Experiencia	3 a 5 años de Experiencia en diferentes cargos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

2.3.3. Gestión Operativa.

Es aquella que abarca la estructura organizacional de los procesos por los cuales sigue un bien o un servicio para su fabricación o elaboración.

De modo que se puede explicar de la siguiente manera en el siguiente diagrama de flujo.

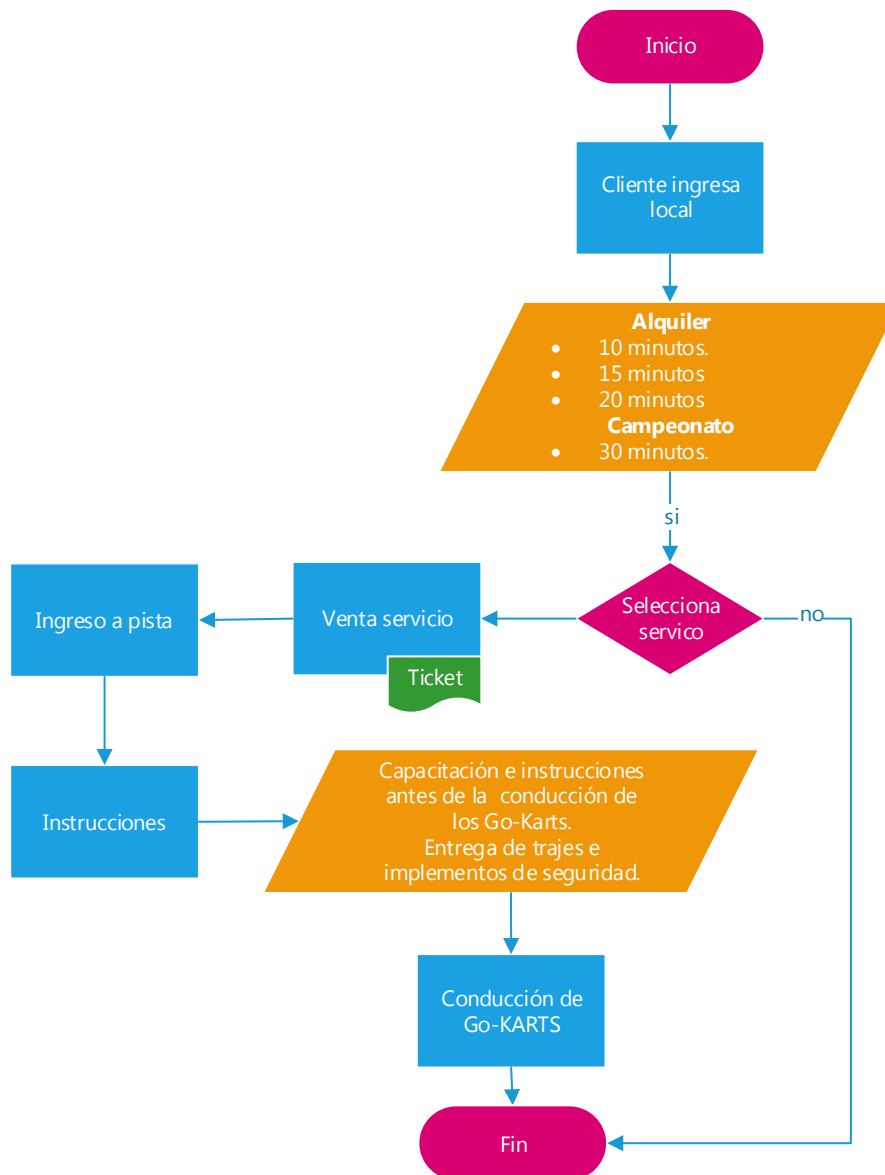


Figura 8 *Flujograma Proceso*
Elaborado por: Autor

2.3.4. GESTION COMERCIAL

Conocida como la parte integral que abarca la estructura de la empresa en la que define su producto, su precio, su plaza y su promoción. Se define todo aquello que será la imagen de la compañía como tal en tanto a su integración al mercado comercial.

2.3.4.1. *Producto.*

Esto todo aquello que se considera un bien o servicio con fines de lucro dentro de una compañía y fuera de ella que será ofertado para el o los consumidores que los llamaremos clientes finales. (Enciclopedia Financiera, s.f.)

El proyecto se enfoca en un nuevo centro de entretenimiento ofreciendo el servicio de alquiler de Go-Karts para satisfacer las necesidades de los clientes, su factor diferenciador será la tecnología de punta.



Figura 9 *Modelo KART (1)*

Elaborado por: Autor



Figura 10 *Modelo KART (2)*

Elaborado por: Autor

2.3.4.2. *Precio.*

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson, 2008)

2.3.4.3. *Plaza.*

Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto. (sandoval, 2013)

La empresa estará ubicada en la parroquia de San Antonio de Pichincha en la Av. Equinoccial entre Jose Maria Lequerica y Sheygua.

2.3.4.4. Promoción.

El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas. (Rafael, s.f.)



Figura 13 Flyer promocional
Elaborado por: Autor

2.3.4.4.1. Publicidad.



Figura 14 Publicidad Pagina Web
Elaborado por: Autor



Figura 15 *Publicidad Camisetas*

Elaborado por: Autor



Figura 16 *Publicidad Cascos*

Elaborado por: Autor

2.3.4.4.2. *Nombre de la empresa.*

- SAN ANTONIO KARTING CENTER

2.3.4.4.3. *Logotipo.*



Figura 17 *Logotipo*
Elaborado por: Autor

2.3.4.4.4. *Slogan.*

- EL UNICO SITIO DONDE CORRER, NO ES ILEGAL

2.4. ANALISIS FODA.

2.4.1. Amenazas.

- Permisos de funcionamiento por parte del ministerio del ambiente.
- Situaciones externas económicas que puedan afectar al incremento de partes y piezas para los vehículos.
- Falta de repuestos.
- No contar con buen personal de mantenimiento para las reparaciones de los vehículos.

2.4.2. Oportunidades.

- No existe competidores directos en la zona.
- Productos novedosos y atractivos.
- Apoyo del ministerio del deporte para este tipo de emprendimientos.
- Opciones de crecimiento y expansión en el medio.

Análisis:

Mencionando los puntos en amenazas y oportunidades existen factores negativos para la compañía tales como los permisos ambientales como críticos debido a que para obtenerlos se debe cumplir con altos estándares y parámetros solicitados llevando tiempo al que en un futuro sea de gran necesidad. En las oportunidades cabe recalcar que las necesidades de los clientes ante nuevas formas de esparcimiento tienen grandes acogidas, es por eso, por lo que la oportunidad es latente ya que no se tiene competencia de este ámbito en el sector que se plantea apertura el proyecto.

Tabla 12 Matriz de análisis FODA

ANÁLISIS FODA.		
MATRIZ FODA.	FORTALEZAS.	DEBILIDADES.
	Tecnología de punta	Genera contaminación
	Seguridad	Costos de mantenimientos altos
	Excelente Servicio	
	Nuevos productos	
OPORTUNIDADES.	ESTRATEGIAS FO.	ESTRATEGIAS DO.
No existen competidores directos en la zona	FO1. Crear una relación de mutuo beneficio con nuestros proveedores.	DO1. Buscar nuevas tecnologías para aprovechar la zona con el proyecto y no genere tanta contaminación
Es un Producto novedoso y atractivo	FO2. Fomentar la participación de la comunidad en el proyecto.	DO2. implementar nuevos servicios por los que el público se sienta atraído y satisfecho.
Existe opciones de crecimiento y expansión en este mercado		
Apoyo del ministerio de deporte.		
AMENAZAS.	ESTRATEGIA FA.	ESTRATEGIA DA.
Los permisos de funcionamiento por parte del ministerio del ambiente	FA1. Cumplir con las normativas de calidad ambiental	DA1. Crear políticas ambientales que mitiguen el impacto en otras áreas para ayudar a reducir la contaminación
Las situaciones externas que pueden afectar al incremento de partes y piezas para los vehículos	FA2. Brindar a nuestros clientes un producto de calidad y a precios competitivos.	DA2. Buscar nuevas tecnologías que ayuden a reducir los costos de mantenimiento.
la falta de repuestos.	FA3. Tener relación directa con más de un proveedor	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Shujel, Emprendedores, 2008)

3.1. ANALISIS DEL CONSUMIDOR

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.”

(CreceNegocios, 2013)

En la parroquia de San Antonio de Pichincha los habitantes constantemente están en actividades de ocio, donde se pueda tener espacios de diversión e integración social, los habitantes de la parroquia tienen gran apertura a nuevos sitios de diversión que se implementan en sus alrededores.

3.1.1. Determinación De La Población Y Muestra.

3.1.1.1. La Población.

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (wigodski, 2010)

www.inec.gob.ec www.ecuadorencifras.com Ecuador cuenta con el INEC 	
POBLACION ZONAL LA DELICIA AÑO 2011	
PARROQUIA	
COTOCOLLAO	
CARCELEN	
NONO	
POMASQUI	
SAN ANTONIO DE PICHINCHA	
CALACALI	
NANEGALITO	
NANEGAL	
GUALEA	
PACTO	
TOTAL POBLACION	646666,00

Figura 18 Población Y Tasa De Crecimiento

Fuente: Instituto Nacional de Censo y Estadísticas

Elaborado por: Autor

Tabla 13 Proyección de Habitantes

PROYECCION DE HABITANTES			
ZONA	POBLACION AÑO 2011	TASA DE CRECIMIENTO	PROYECCION AL 2018
LA DELICIA	646.666	4,10%	856.713

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Autor

Tabla 14 Segmentación de la población

SEGMENTACION DE LA POBLACION			
población	856712,56		
grupos de edad	38,09%	entre 5 - 39 años	
total	326321,81		
clases sociales	49,30%	Medio bajo	
total	160876,65		
Eventos deportivos	41,80%	Interesados en el deporte	
total	67246		

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Autor

Para determinar la muestra de nuestro proyecto se utiliza la siguiente formula:

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

n: muestra

N: población=67246

e: margen de error =5% = 0,05

p: probabilidad de éxito= 50%= 0,5

q: probabilidad de fracaso= 50%=0,5

Z: nivel de confianza= 95% =1,96

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 67246}{(0,05)^2 * (67246 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{64583,0584}{169,0729}$$

$$n = 381,9835$$

$$n = 382$$

3.1.2. Técnicas de obtención de información.

Para nuestro proyecto utilizaremos el método de recolección de información mediante encuestas.

“Una encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde procede se interroga de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.” (CreceNegocios, 2013).

3.1.2.1. Modelo de Encuesta.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

La presente encuesta cuenta con información relevante que nos ayuda a plantear objetivos y definir estadísticas para establecer el proyecto de factibilidad para la creación de un centro de entretenimiento automovilístico de Go-Karts.

A continuación, lea detenidamente los objetivos planteados y las indicaciones establecidas.

Objetivos:

- Segmentar a la población de las poblaciones cercanas a San Antonio de Pichincha de acuerdo a sus aficiones por el deporte.
- Brindar un servicio de calidad de que sea del gusto y el agrado de los posibles clientes.
- Establecer posibles precios de venta a los servicios.

Indicaciones:

- Responder la encuesta de acuerdo con su criterio, gustos y preferencias.
- Escoger una sola respuesta.
- Responder con esferográfico color azul o negro.

PREGUNTA 1. Indique su género.

1. Femenino
2. Masculino

PREGUNTA 2. Indique en que rango de edad se encuentra.

1. De 5-9 años
2. De 10-14 años
3. De 15-19 años
4. De 20-24 años
5. De 25-29 años
6. De 30-34 años
7. De 35-39 años

PREGUNTA 3. ¿Cuántas horas a la semana le dedica al ocio?

1. Ninguna
2. Dos Horas
3. Entre 2 y 5 horas
4. Entre 6 y 10 horas

5. Más de 10 horas

PREGUNTA 4. ¿Qué tipo de actividades le interesan más para realizar en su tiempo ocio?

1. Leer un libro
2. Recreación al aire libre
3. Salir al cine
4. Deporte Indoor
5. Encuentro con amigos
6. Ir de compras

PREGUNTA 5. ¿Ha escuchado hablar alguna vez de los Go-Karts o conocidos también como karting o Karts?

1. SI
2. NO

PREGUNTA 6. Usted ha conducido un go-kart en alguna ocasión.

1. SI
2. NO

PREGUNTA 7. Conoce de alguna pista de Go-Kart en el sector donde vive.

1. SI
2. NO

PREGUNTA 8. Cuanto estaría dispuesto a desplazarse para disfrutar de este deporte en instalaciones nuevas.

1. Menos de 10 km
2. De 10 a 20 km
3. De 30 a 40 km
4. Mas de 40 km

PREGUNTA 9. Ante la posibilidad de apertura de una pista de Go-kart en la parroquia de San Antonio De Pichicha ¿estaría interesado en visitarla?

1. SI
2. NO

PREGUNTA 10. Que valor considera usted que deberían ofertarle el proveedor de estos servicios de renta por un tiempo de 15 minutos al volante de uno de estos vehículos.

1. De 6 a 10 dólares
2. De 10 a 15 dólares
3. De 15 a 20 dólares

PREGUNTA 11. Esta usted satisfecho con el servicio de alquiler de go-karts que ofrece la competencia u otras empresas.

1. SI
2. NO

3.1.3. Análisis de la información.

PREGUNTA 1. Indique su género.

Tabla 15 Pregunta 1

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Femenino	180	47%
Masculino	202	53%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

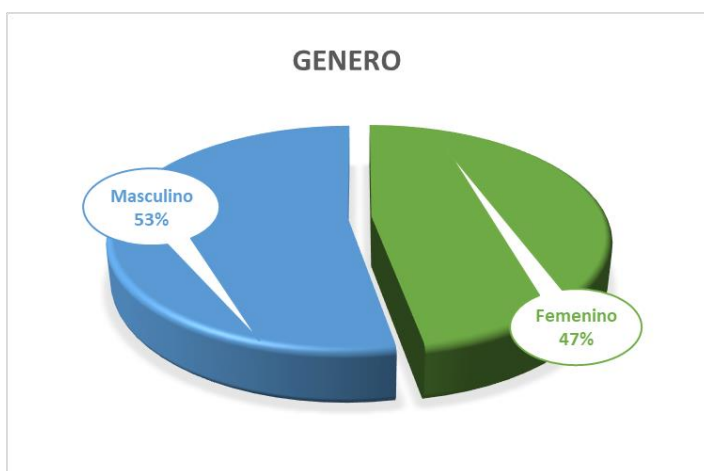


Figura 19 Pregunta 1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

De la muestra realizada el resultado obtenido nos señala que con un 100% de encuestados el 53% pertenecen al género masculino y el 47% serían género femenino.

PREGUNTA 2. Indique en que rango de edad se encuentra.

Tabla 16 Pregunta 2

VARIABLE	FRECUENCIA	%
De 5-9 años	5	1%
De 10-14 años	15	4%
De 15-19 años	22	6%
De 20-24 años	47	12%
De 25-29 años	97	25%
De 30-34 años	133	35%
De 35-39 años	63	16%
total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

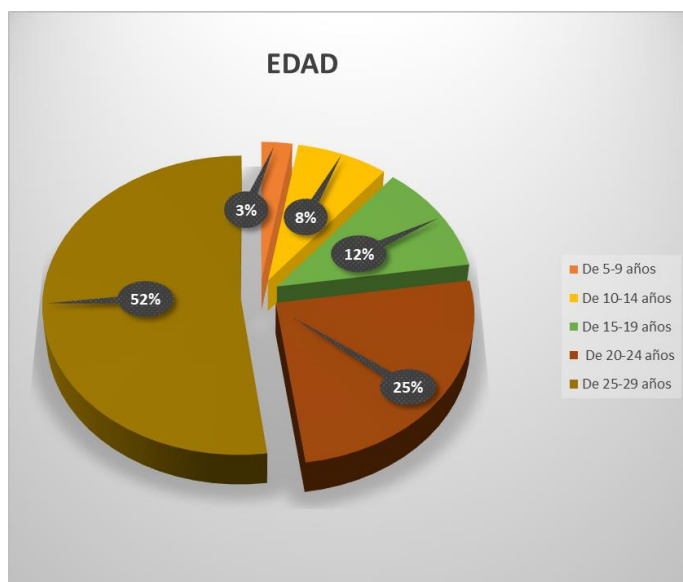


Figura 20 Pregunta 2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

Los datos obtenidos señalan que el rango de edad entre 30-34 años predomina según las encuestas realizadas, seguido por las edades entre 25 a 29 años, como tercer

dato las edades entre 15-19 años se acercan bastante a las dos primeras, por lo que el proyecto contaría con gente con edades entre 15-34 años.

PREGUNTA 3. ¿Cuántas horas a la semana le dedica al ocio?

Tabla 17 Pregunta 3

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ninguna	20	5%
Dos Horas	78	20%
Entre 2 y 5 horas	59	15%
Entre 6 y 10 horas	180	47%
Más de 10 horas	45	12%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor



Figura 21 Pregunta 3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

La grafica señala muestra que un 47% del total de encuestados le dedican entre 6 y 10 horas a la semana al ocio, con este indicador podemos tomar en consideración que

el público en general realiza actividades de ocio varios días a la semana por lo que generaría una mayor frecuencia entre semana.

PREGUNTA 4. Qué tipo de actividades le interesan más para realizar en su tiempo ocio?

Tabla 18 Pregunta 4

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Leer un libro	20	5%
Recreación al aire libre	119	31%
Salir al cine	60	16%
Deportes Extremos	78	20%
Encuentro con amigos	45	12%
Ir de compras	60	16%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor



Figura 22 Pregunta 4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

En la pregunta 3 se consideró algunas actividades más comunes que las personas realizan normalmente en actividades de ocio; en la tabulación de datos el 20% de los encuestados le dedican su tiempo de ocio en actividades de deportes Extremos, debido a que la conducción de GO-KART se le considera una actividad de deporte extremo este dato nos indica un porcentaje de personas que podrían realizar esta actividad. Otro dato para considerar esta con el 12% de encuestados que dedica si tiempo a encuentro con amigo, puede ser un potencial con el cual contar para el proyecto ya que los encuentros con amigos llaman la atención a realizar diferentes actividades.

PREGUNTA 5. ¿Ha escuchado hablar alguna vez de los Go-Karts o conocidos también como karting o Karts?

Tabla 19 Pregunta 5

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	272	71%
No	110	29%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

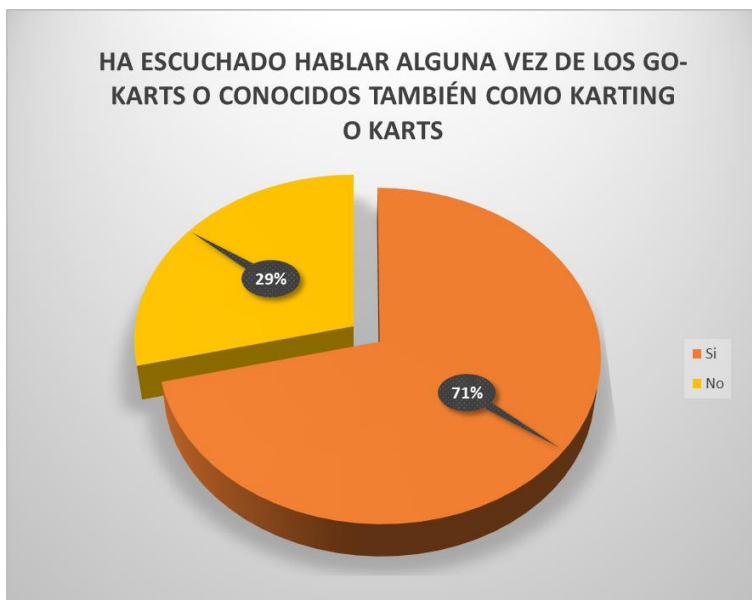


Figura 23 *Pregunta 5*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

Según los datos obtenidos el 71% de los encuestados han escuchado hablar de los Go-Kart, por lo que tienen la idea de qué tipo de vehículos son y el entretenimiento que ofrecen.

PREGUNTA 6. ¿A conducido un go-kart en alguna ocacion?

Tabla 20 *Pregunta 6*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	221	58%
No	161	42%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor



Figura 24 *Pregunta 6*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

La pregunta 6 muestra en su tabulación que el 58% de encuestados ha tenido la oportunidad de conducir un Go-kart, por lo que ya está familiarizado con el tipo de diversión que estos ofrecen.

PREGUNTA 7. . Conoce de alguna pista de Go-Kart en el sector donde vive.

Tabla 21 *Pregunta 7*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	61	16%
NO	322	84%
Total	383	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor



Figura 25 *Pregunta 7*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

Las encuestas realizadas nos arrojaron que un 16% de persona que fueron consultadas sí conocen una pista de Go-Karts en el sector donde viven, mientras que el 84% no tienen conocimiento de alguna pista en el sector donde viven.

PREGUNTA 8. Cuanto estaría dispuesto a desplazarse para disfrutar de este deporte en instalaciones nuevas.

Tabla 22 *Pregunta 8*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menos de 10 km	26	7%
De 10 a 20 km	77	20%
De 30 a 40 km	92	24%
Mas de 40 km	187	49%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor



Figura 26 Pregunta 8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

De las encuestas realizadas se obtuvo que un 49% de personas estarían dispuestas a desplazarse más de 40 km para ir a disfrutar del deporte de la conducción de GO-Karts, por lo que las personas no tendrían inconvenientes en movilizarse distancias grandes.

PREGUNTA 9. Ante la posibilidad de apertura de una pista de Go-kart en la parroquia de San Antonio De Pichicha ¿estaría interesado en visitarla?.

Tabla 23 Pregunta 9

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	315	82%
NO	67	18%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

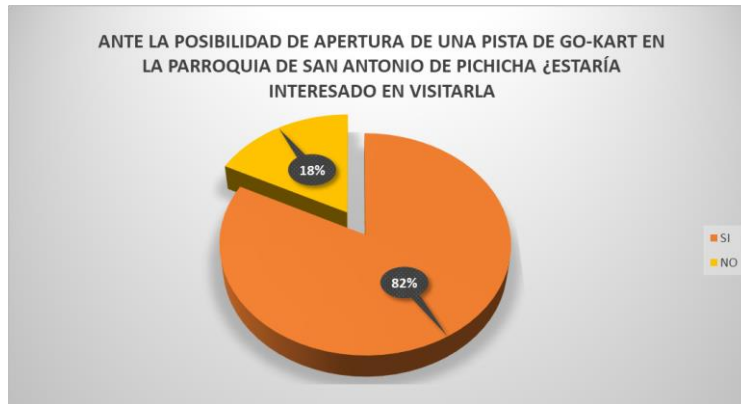


Figura 27 Pregunta 9

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

En las encuestas realizadas con un 82% tenemos a los encuestados que respondieron que SI estarían interesados por la apertura de una pista de Go-Kart en la parroquia de San Antonio de Pichincha, de tal manera que nuestro proyecto sería visitado por las personas.

PREGUNTA 10. Que valor considera usted que deberían ofertarle el proveedor de estos servicios de renta por un tiempo de 15 minutos al volante de uno de estos vehículos.

Tabla 24 Pregunta 10

VARIABLE	FRECUENCIA	%
De 6 a 10 dólares	56	15%
De 10 a 15 dólares	204	53%
De 15 a 20 dólares	122	32%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

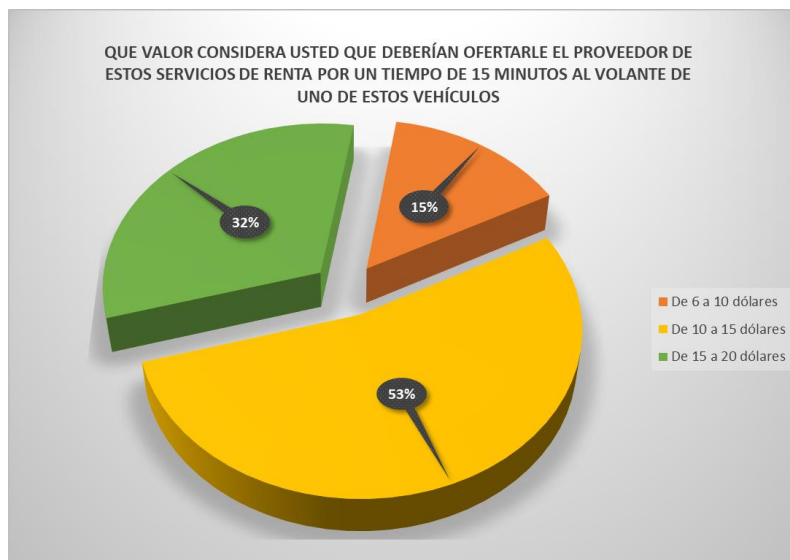


Figura 28 *Pregunta 10*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

Según encuesta realizadas un 53% respondió que el precio que deberían ofrecer para el servicio de renta con un tiempo de 15 minutos esta entre 10 a 15 dólares, estaría una oportunidad ya que según estudios trataremos de ver si nuestros costos pueden ser menores para ofertas mejores precios que los estimados.

PREGUNTA 11. . Esta usted satisfecho con el servicio de alquiler de go-karts que ofrece la competencia u otras empresas.

Tabla 25 *Pregunta 11*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	251	66%
NO	131	34%
Total	382	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor



Figura 29 *Pregunta 11*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

Según información obtenida un 66% de encuetados está satisfecho con el servicio que la competencia ofrece, tanto que el 34% no se encuentra satisfecho por circunstancia como servicio y otros factores.

Análisis general:

El resultado de las tabulaciones nos indica que la mayoría de población que le gusta el deporte es de género masculino, con una edad entre los 30 a 34 años, según datos la población destina entre 6 y 10 horas a la semana al ocio, entre el porcentaje de personas encuestadas nos encontramos con un número de personas interesados en los deportes extremos, dato considerable para nuestro proyecto ya que los Go-Karts son considerados un deporte extremo sus gustos como preferencia son la recreación al aire libre constituyendo una oportunidad de negocio que explotando de la mejor manera se pueda satisfacer la necesidad del cliente.

La mayoría de la población ha escuchado hablar de los Go-kart y de la misma manera ya han tenido oportunidad de conducir uno de estos vehículos por lo que se considera una oportunidad por la apertura que ya han tenido y la experiencia en entretenimiento que estos generan al conducirlos, de los encuestados la gran mayoría no conocen de una pista en el sector donde viven talvez por desconocimiento o desinterés alguno ante este deporte o simplemente porque no existe un lugar alguno como este en dicho sector, siendo así, la oportunidad de colocar uno de estos centros, atraería el interés de gran parte de la población, y los valores que estrían dispuestos a cancelar estarían entre los 10 y 15 dólares.

3.2. OFERTA.

Se trata de la combinación de productos, servicios, información y experiencias que se ofrece a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo. No se limitan a productos físicos. También incluyen servicios, actividades o beneficios que se ofrecen en venta, que son básicamente intangibles y que no derivan en la posesión de algo. (KOTLER, 2012)

La oferta es todo aquellos que se considera como necesidad para el cliente y pueda ser adquirido de acuerdo con un precio establecido por quienes los ofertan.

3.2.1. Oferta histórica.

En la oferta histórica anteriormente el Karting comenzó como un deporte para aficiones, que con el pasar de los años se volvió del agrado del público en general hasta

llegar a su alquiler o renta por un monto de dinero propuesto por aquellos que comenzaron la idea.

3.2.2. Oferta Actual.

La parroquia de san Antonio de pichincha actualmente tiene una gran acogida y afluencia de turistas, quienes llegan por nuevas atracciones día a día, y no solo de turistas, de muchos pobladores de la zona que buscan divertirse cada día y encontrar atracciones que sean del agrado y la satisfacción de los mismos, hoy en día tiene posee algunos tipos de entretenimientos como son: Bares, Discotecas, canchas de futbol, parques, etc, pero ninguna atracción como la de un lugar de renta o alquiler de Go-Kart.

Tabla 26
Oferta Actual

OFERTA ACTUAL			
Año	Demanda Actual	Porcentaje de competencia	Oferta
2017	1036664,3	66%	684198,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autor

En la tabla antes mencionada indica la oferta actual, según investigación del mercado realizado a las personas que fueron encuestadas están de acuerdo con la introducción del servicio al mercado.

3.2.3. Oferta Proyectada.

La oferta proyectada se calcula de acuerdo con el porcentaje de personas que mencionan conocer el tipo de servicio ofertado, con los datos obtenidos se realiza un

análisis de lo que se desea producir y ofertar, en que cantidad y cuál sería el valor agregado que diferencia de lo competidores.

Tabla 27 Oferta Proyectada

PERIODO	FACTOR DE PROYECCIÓN	OFERTA
2017	-	684198,46
2018	1,12	766.302,28
2019	1,12	858.258,55
2020	1,12	961.249,57
2021	1,12	1.076.599,52
2022	1,12	1.205.791,47

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Para determinar la demanda proyectada calculamos con la inflación de último año del 2016 que es de 1,12%.

3.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Son productos de menor o mayor categoría que aquellos originales introducidos al mercado y que llevan una trascendencia. (Alvarez, 2010)

3.3.1. Oferta Histórica.

La oferta histórica como productos sustitos a los Go_karts fueron los Buggy, creados a partir de la estructura y diseño de un Go_karts pero con algunas modificaciones que los habilitaban para caminos arenosos, estos diseños con el paso del tiempo y la tecnología han evolucionado.



Figura 30 *Modelo de un Buggy tradicional*

Fuente: Google

Elaborado por: Autor

Tabla 28 Oferta histórica del producto sustituto

OFERTA HISTORICA		
AÑO	FACTOR DE PROYECCIÓN	OFERTA
2017	-	\$184.889
2016	1,12%	\$182.819
2015	3,38%	\$176.639
2014	3,67%	\$170.157
2013	2,70%	\$165.562
2012	4,16%	\$158.675

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

3.3.2. Oferta Actual.

Según (urbina, 2010, pág. 41) qué;

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Tabla 29 Oferta actual Productos Sustitutos

OFERTA ACTUAL			
Año	Demanda Actual	Porcentaje de competencia	Oferta
2017	1607734	11,5%	184.889,41

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Autor

3.3.3. Oferta Proyectada

“Es la estimación de las ventas de un producto (bien o servicio) durante determinado periodo futuro” (Torreglosa, 2014)

Tabla 30 oferta Proyectada productos Sustitutos

PERIODO	FACTOR DE PROYECCIÓN	OFERTA
2017	-	184889,41
2018	1,12	207.076,14
2019	1,12	231.925,28
2020	1,12	259.756,31
2021	1,12	290.927,07
2022	1,12	325.838,31

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Autor

3.4. DEMANDA

Está constituida por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización. (Rodríguez, 2009)

La demanda es la palabra utilizada para calificar a las necesidades de adquisición en general de productos o servicios ofertados para el consumo y que buscan la satisfacción a las necesidades requeridas por las personas, o empresas con capacidad de pago en una plaza o mercado.

3.4.1. Demanda Histórica.

La demanda histórica se enfoca en dar a conocer a los usuarios interesados el comportamiento del consumo en tiempos pasados, es decir, la demanda del producto, bien o servicio en años anteriores. Estos análisis solo se pueden efectuar para productos que ya existen en el mercado y tuvieron su trazabilidad en años anteriores.

Tabla 31 Demanda Histórica

AÑO	FACTOR PROYECCIÓN	DEMANDA (\$)
2017	-	\$184.889
2016	1,12%	\$182.819
2015	3,38%	\$176.639
2014	3,67%	\$170.157
2013	2,70%	\$165.562
2012	4,16%	\$158.675

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Análisis.

La demanda Histórica nos permite analizar el comportamiento del consumo histórico en la parroquia de San Antonio de Pichincha con respecto al servicio de alquiler de go-karts en años anteriores. Se considera la tasa de crecimiento poblacional.

3.4.2. Demanda Actual.

Tabla 32

Demanda Actual

Datos	
Población	67246
Total, de encuestas	382
Porcentaje de aceptación	82%
Porcentaje de frecuencia	47%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

3.4.3. Demanda Proyectada.

Es la cantidad de productos o servicios que se espera vender.

Tabla 33 Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2017	179564,01	1,50%	179564,01
2018	179564,01	1,50%	182257,47
2019	182257,47	1,50%	184991,33
2020	184991,33	1,50%	187766,2
2021	187766,2	1,50%	190582,69
2022	190582,69	1,50%	193441,43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

3.5. BALANCE OFERTA – DEMANADA

Tabla 34 Balance oferta-Demanda
ACEPTACIÓN

Población	*	Porcentaje de Aceptación mayor	=	Aceptación de personas
67246	*	0,82	=	55141,72
FRECUENCIA				
Aceptación	*	Porcentaje de frecuencia	* Tiempo	Frecuencia de compra
55141,72	*	0,47	4 =	103666,43
PRECIO PROMEDIO				
Rango de precios	/	2		Precio promedio
(\$ 10,00 + \$ 15,00)	/	2	=	\$10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 35 Demanda Actual total

DEMANDA ACTUAL				
Frecuencia de compra	*	Precio promedio	=	Demanda actual
103666,43	*	\$10	=	1.036.664,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

3.5.1. Balance Actual.

Es la comparación entre la oferta y la demanda para poder determinar la diferencia, y así saber si existe una demanda satisfecha o insatisfecha para el proyecto.

Tabla 36 Balance Actual

DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL			
Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha Actual
2017	\$1.036.664	\$684.198	\$352.466

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

3.5.2. Balance Proyectado.

Tabla 37 Balance Proyectado

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2017	1036664,336	184889,41	851774,926
2018	1554996,504	207076,1392	1347920,365
2019	2332494,756	231925,2759	2100569,48
2020	3498742,134	259756,309	3238985,825
2021	5248113,201	290927,0661	4957186,135

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Loyola, 2015)

El estudio técnico es de vital importancia para conocer el proyecto, este permite establecer y determinar la producción de un bien o servicio, el tamaño óptimo de la planta, su localización optima, los equipos, las instalaciones y la organización, etc., como requerimiento importante para realizar la producción.

4.1. TAMAÑO DE PROYECTO

“El tamaño del proyecto depende de la naturaleza y características del tipo de proyecto, por lo que cada uno debe ser analizado de acuerdo a sus individualidades” (Guevera, 2015)

4.1.1. Capacidad instalada

El proyecto contara con un terreno de 3.000 mts.² Los cuales tendrán un área de 2.500 mts para pista y 500 mts para las diferentes áreas.

4.1.2. Capacidad óptima.

Tabla 38

Capacidad optima por Kart

Capacidad diaria	26
Mensual	520
Anual	6240
Precio de venta	\$8,00
Ingresos Anuales	\$49.920,00
Aceptación del producto	82%
Total aceptación del producto	\$40.934,40
Frecuencia de compra	46,00%
capacidad óptima	\$18.829,82

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

4.2. LOCALIZACION

4.2.1. Macro

Es la zona donde se instalará la empresa o negocio, en general tiene por objetivo analizar los diferentes puntos donde se ubicará el proyecto, con el fin de determinar el mejor sitio para maximizar sus ganancias.

Tabla 39

Macro-Localización

Macro - Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	San Antonio de Pichincha
Población	49000 hab.
Clima	seco

Fuente: Google maps

Elaborado por: Autor



Figura 31 Macro-Localización

Elaborado por: Autor

Fuente: Google Maps

4.2.2. Micro – localización

Determina el lugar específico donde se realiza el proyecto, es decir, su geolocalización. La micro Localización de la empresa será en la Av. Equinoccial entre José María Lequerica y Sheygua.

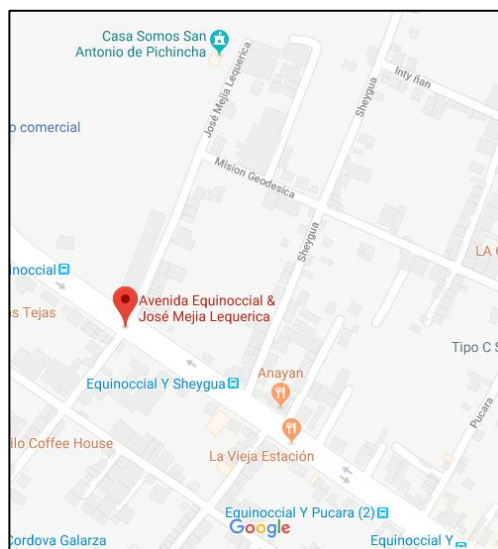


Figura 32 Micro-Localización

Elaborado por: Autor

Fuente: Google Maps

4.2.3. Localización óptima.

Es conocida también como los factores relevantes de la Micro-localización, donde se realiza una calificación en comparación con otros sectores y poder diagnosticar si el lugar elegido es el correcto para el proyecto.

Tabla 40 Localización Óptima

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR	Puntaje del factor para cada localización			
		A	B	C	D
Localización de materias primas e insumos	20%	5	3	4	3
Disponibilidad y costo de mano de obra	15%	4	2	4	4
Trasporte	10%	5	2	5	4
Existencia de vías de comunicación	10%	5	4	4	4
Infraestructura y servicios básicos	15%	4	3	3	3
Eliminación de deshechos	15%	2	1	1	1
Ubicación de la población objetivo	15%	5	2	4	4
TOTAL	100%	4,25	2,4	3,5	3,2

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

Tabla 41 Ubicación Locales

UBICACIÓN LOCALES	
A	SAN ANTONIO DE PICHINCHA
B	CALACALI
C	POMASQUI
D	PUSUQUI

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

Tabla 42 Matriz de Ponderación de la Media Ponderada

MEDIA PONDERADA				
MATRIZ DE PONDERACIÓN				
A	B	C	D	
1	0,6	0,8	0,6	
0,6	0,3	0,6	0,6	
0,5	0,2	0,5	0,4	
0,5	0,4	0,4	0,4	
0,6	0,45	0,45	0,45	
0,3	0,15	0,15	0,15	
0,75	0,3	0,6	0,6	
4,25	2,4	3,5	3,2	

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

Tabla 43 Matriz de ponderación de la Media Geométrica

MEDIA GEOMÉTRICA				
MATRIZ DE PONDERACIÓN				
FACTOR	A	B	C	D
20,00%	1,00	0,90	0,96	0,90
15,00%	0,93	0,83	0,93	0,93
10,00%	0,93	0,22	0,86	0,46
10,00%	0,93	0,43	0,68	0,54
15,00%	0,93	0,89	0,89	0,89
15,00%	0,83	0,75	0,75	0,75
15,00%	0,96	0,32	0,85	0,65
100,00%	6,51	4,34	5,91	5,11

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

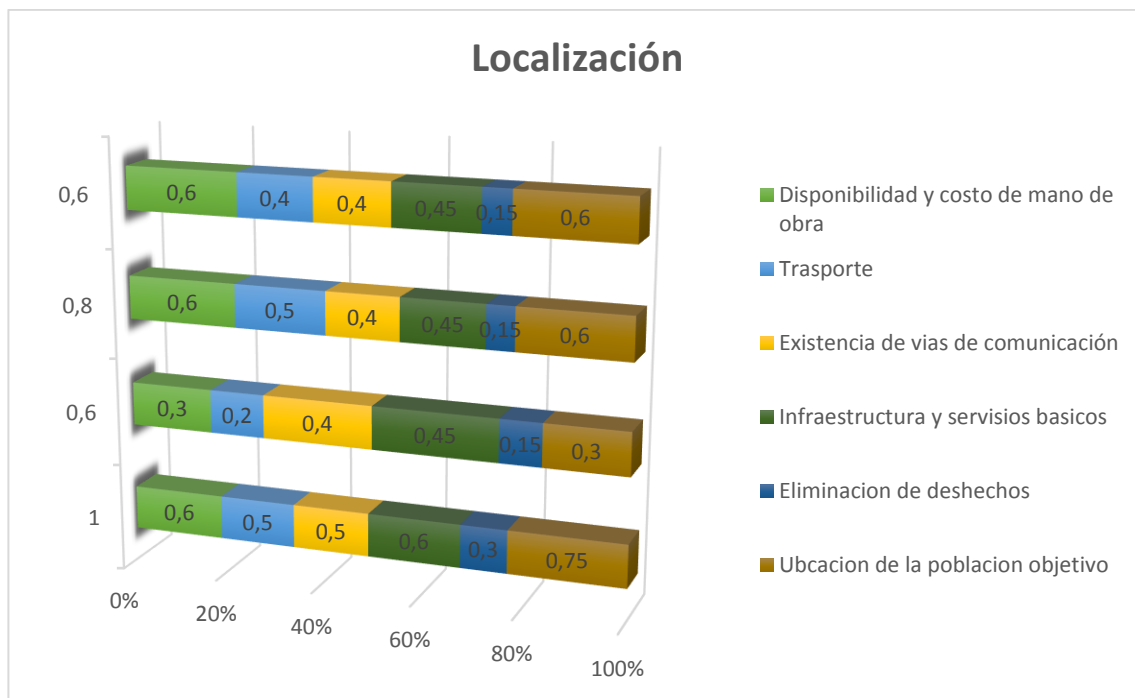


Figura 33 *Gráfica Localización Optima*

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

Análisis.

La matriz de ponderación muestra que con índice de 4,25 puntos la localización óptima para el proyecto se originaría en la parroquia de San Antonio de Pichicha ya que la empresa contaría con los recursos necesarios para su funcionamiento, este seria el sitio mas adecuado y así lograr reducir costos.

4.3. INGENIERIA DEL PROYECTO.

Esta dada por la infraestructura, instalaciones y maquinarias del proyecto a implementar. Se realizará el análisis de la matriz triangular y se obtendrá los resultados del grado de cercanía entre las áreas de la empresa.

A continuación, se detalla la clasificación del grado de cercanía y los parámetros de calificación de las cercanías.

Tabla 44 Código de Cercanía

CÓDIGO DE CERCANÍA	
Código	Descripción
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

Tabla 45 Referencia de cercanía

CÓDIGO DE CERCANÍA	
Código	Descripción
1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

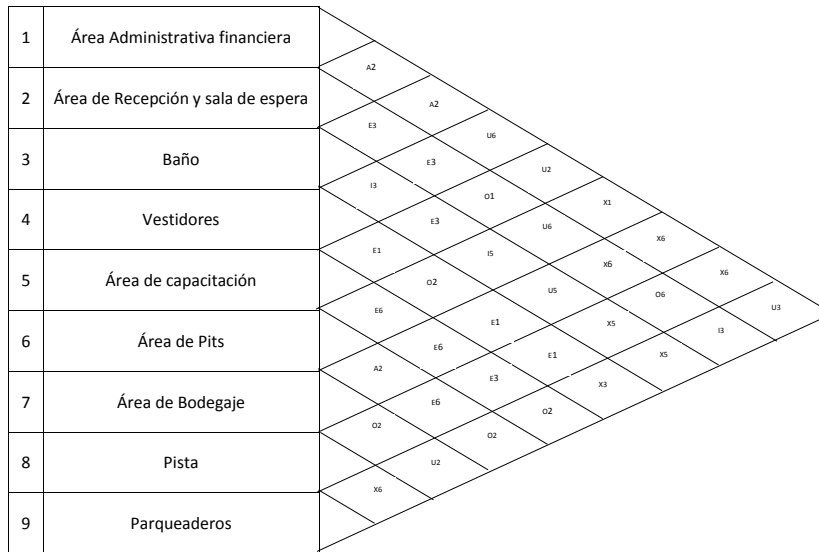


Figura 34 *Matriz SLP*

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

4.3.1. Definición del ByS

“Los bienes y servicios son los productos más básicos de un sistema económico que se componen de elementos consumibles tangibles (bienes) y tareas que los individuos desempeñan (servicios)”. (Enciclopedia Finaciera, 2012)

Nuestro proyecto ofertara los servicios de alquileres de Go-Karts para el público en general.

4.3.3. Proceso Productivo.

El proceso productivo es la secuencia de actividades requeridas para elaborar bienes que realiza el ser humano para satisfacer sus necesidades; esto es, la transformación de materia y energía (con ayuda de la tecnología) en bienes y servicios (y también, inevitablemente, residuos). (decrecimiento, 2014)

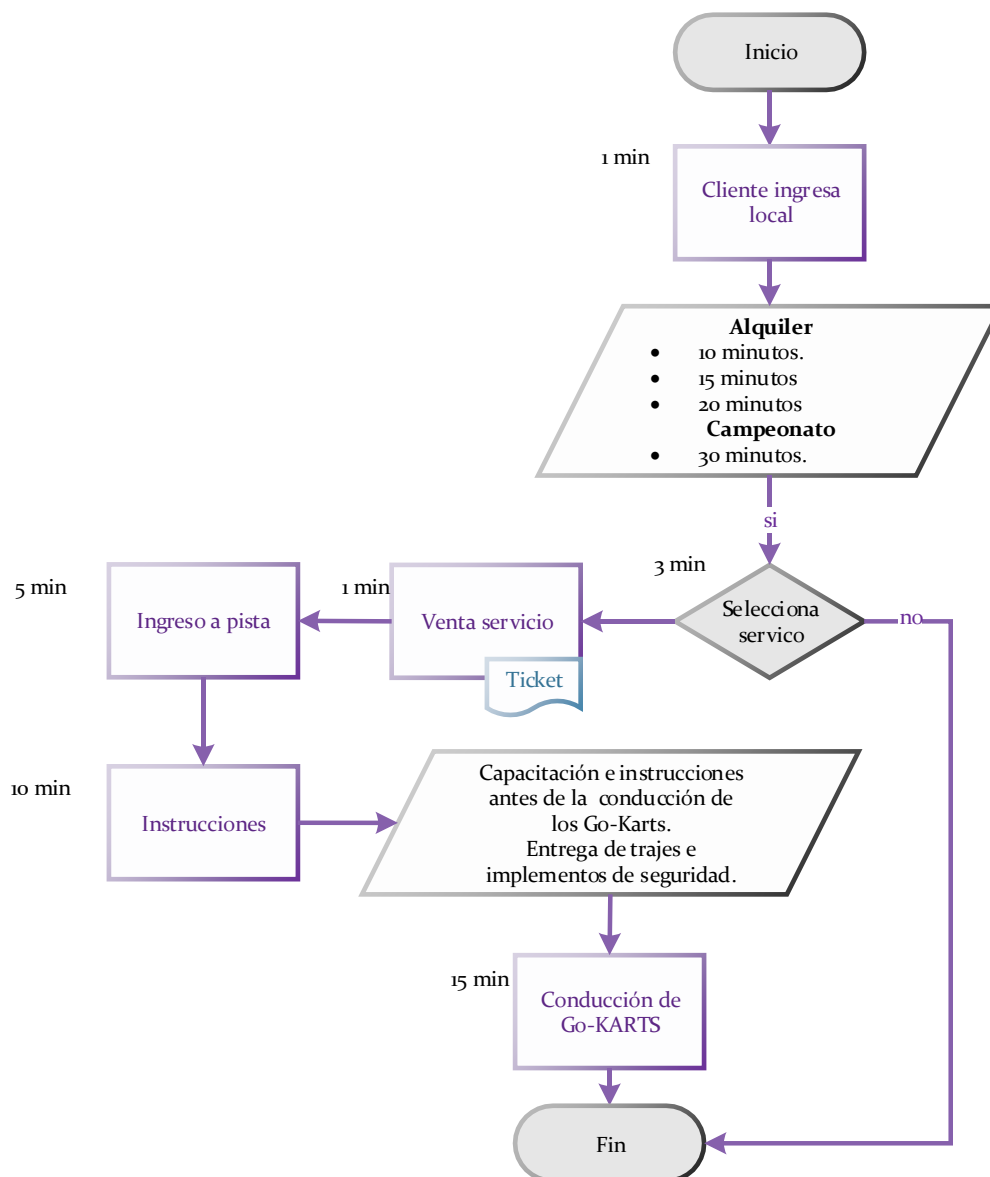


Figura 36 Flujograma del proceso productivo

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

4.3.4. Maquinaria

CANTIDAD	DESCRIPCION	DETALLE	PRECIO	IMAGEN
4	GO-KART marca sody modelo SR4	Diseñado para adaptarse a cualquier tipo de circuito (tanto indoor como outdoor), el SR4 incluye las mejores características que forjaron el éxito del GT4 y del GT4R y ofrece un diseño completamente nuevo que integra curvas modernas y vanguardistas. El SR4 cuenta con un nuevo sistema de regulación de los pedales con 3 ángulos, fácil de ajustar, que permite mayor flexibilidad y confort. Gracias a su ligereza y a su carácter deportivo, el SR4 es sumamente apreciado por los conductores que disfrutan de las sensaciones deportivas y los jefes de pista que buscan un producto sencillo, fiable y seguro para potenciar su negocio.	\$4700,00	
4	Go- KART marca Sody modelos GT4	También es el primer kart de la gama que ofrece el «HEAD system», un sistema patentado de alta absorción de energía que ofrece niveles de seguridad y durabilidad frente a impactos nunca antes alcanzados en los karts de alquiler.	\$6500,00	

4.3.5. Equipos.

Equipos de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCION	DETALLE	PRECIO	IMAGEN
3	Computadoras de escritorio DELL INSPIRION 3464	Septima generación del procesador Intel® Core™ i5-7200U (3MB Caché, hasta 3.10 GHz) Windows 10 Home Single Language, 64-bit, Español Microsoft® Office Trial de 30 días Pantalla LED iluminada táctil de 23.8" con amplio ángulo de visión de alta definición completa (FHD) (1920 x 1080) con TrueLife™ 8GB de Memoria un solo Canal DDR4 a 2400MHz (1 DIMM x 8GB) Disco Duro SATA de 1TB 5400 RPM	\$849,00	
1	Estación de trabajo	estaciones de trabajo marca ATU de fòrmica.	\$160,00	
1	Teléfono	Teléfono Panasonic KX-TGF372M 2 auriculares Base principal Base secundaria Manual CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES: • Teléfono Inalámbrico 6,0 Dect Plus • CID + CONTESTADOR, Doble Base, • Teclado en la Base • Bluetooth para enlazar hasta 2 Celulares • Capacidad de Bloqueo de 250 números • Memoria de 3000 Números de Teléfonos Altavoz Speaker	\$78,99	

1	Impresora	Impresora Epson L375- L395 Original Multinacion+wifi Tecnología de Impresión: Tipo de Tinta: Botellas de Tinta EcoTank		
---	-----------	---	--	---

Equipo del producto

CANTIDAD	DESCRIPCION	DETALLE	PRECIO	IMAGEN
8	Cascos	Cascos TALLA (S/M/L)	\$120,00	
8	Collarines	Collarines de seguridad	\$35,00	
8	Guantes	Guantes para conducción de vehículos (por pares) (S/M/L)	\$35,00	
4	Trajes	Trajes para niños	\$50,00	
4	Trajes	Trajes para adultos (S/M/L)	\$70,00	

1	Herramientas	Caja de herramientas universal,	\$2000,00	
2	Combustible	Bidones de combustible Capacidad 6L	\$60,00	

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012).

5.1. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa.” (Gerencie.com, s.f.)

Tabla 47 Ingresos Operaciones

INGRESOS OPERACIONALES		
Concepto	Servicios Alquiler	Costo de ventas
Costo de servicio Unitario	\$ 3,89	\$ 16.166,01
Utilidad del 75%	\$ 3,26	
Precio de Venta sin IVA.	\$ 7,15	
IVA	\$ 0,86	
P.V.P.	\$ 8,01	
Venta Mensual	\$ 4.160,00	
Ingresos Mensuales	\$ 33.314,91	
Ingresos Anuales	\$ 399.778,96	
	Costo Mensual	\$ 16.166,01
	Costo Anual	\$ 193.992,12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 48 Ingresos Operacionales Años Base**Ingresos Operacionales****Año base 2017**

Descripción	Cantidad Anual	Valor unitario	Ingreso
SERVICIO ALQUILER GO-KART	49920	\$ 8,01	\$ 399.332,15
TOTALES			\$ 399.332,15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 49 Ingresos Operacionales años 2018-2019

Año 2018			Año 2019		
Cantidad	Valor unitario	Ingreso	Cantidad	Valor unitario	Ingreso
50669	\$ 8,09	\$405.322,13	51429	\$ 8,21	\$411.401,97
50669		\$405.322,13	51429		\$411.401,97

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 50 Ingresos Operacionales años 2020 -2021

Año 2020			Año 2021		
Cantidad	Valor unitario	Ingreso	Cantidad	Valor unitario	Ingreso
52200	\$ 8,30	\$417.573,00	52983	\$ 8,39	\$423.836,59
52200		\$417.573,00	52983		\$423.836,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 51 Ingresos Operacionales año 2022

Año 2022		
Cantidad	Valor unitario	Ingreso
53778	\$ 8,48	\$430.194,14
53778		\$430.194,14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.2. COSTOS

5.2.1. Costo directo.

Un costo directo es aquel costo que se puede identificar fácilmente dentro de la fabricación del producto o prestación del servicio, es decir reconocerlo es viable, beneficioso económicamente, necesario y de cierta manera cómodo. (Navarro, 2017)

Tabla 52 Costos Directos

Concepto	Valor Mensual		Valor Anual	
Materia Prima Directa	\$	1.024,88	\$	12.298,60
Mano Obra Directa	\$	3.125,93	\$	37.511,10
Total	\$	4.150,81	\$	49.809,70

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 53 Total servicio producidos al día, mes y año

Presentación	Total, Serv. por diarias	Mensual (20 días al mes)	Anual
Serv. Alquiler Go-Kart	208	4160	49920
TOTAL	208	4160	49920

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 54 Costo del servicio de acuerdo con el volumen

		VOLUMEN DE SERVICIOS					
		208 SERV. Día		4160 SERV. Mes		49920 SERV. Año	
MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (1 servicio.)	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO TOTAL (\$) día	COSTO TOTAL (\$) mes	COSTO TOTAL (\$) año
combustible	gls	0,5	\$1,24	\$0,62	\$257,92	\$5.158,40	\$61.900,80
aceite	onz	3	\$0,002	\$0,01	\$0,35	\$7,07	\$84,86
llantas	und	4	\$2,30	\$9,20	\$478,40	\$9.568,00	\$114.816,00
insumos de mecanica	und	1	\$0,17	\$0,17	\$35,36	\$707,20	\$8.486,40
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA Y MATERIALES				\$ 10,00	\$ 772,03	\$ 15.440,67	\$ 185.288,06
					\$3,71		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 55 Costo de M.O.D

COSTO DE M.O.D.		REMUNERACIÓN		
CARGO	Nº DE PUESTOS	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Mecánico	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Décimo cuarto	1	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 800,00
Décimo tercero	1	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 386,00
Vacaciones	1	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 400,00
IESS	1	\$ 89,20	\$ 89,20	\$ 1.070,40
Fondos de reserva	1	\$ 66,64	\$ 66,64	\$ 799,68
COSTO TOTAL MANO DE OBRA			\$ 1.021,37	\$ 12.256,40
Precio hora de trabajo			Operario	\$ 0,26

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.2.2. Costos indirectos

Un costo indirecto es aquel costo que no se logra identificar fácilmente, no es viable cuantificar su valor con exactitud, o simplemente es complejo, demanda tiempo, esfuerzo y quizás puede salir costoso tratar de medir el valor que interviene en la elaboración del producto. (Navarro, 2017)

Tabla 56 Costos indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Agua Potable	m3	12	0,32	3,84
Energía Eléctrica	KWh	135	0,08	10,80
Teléfono	minutos	150	0,04	6,00
COSTO TOTAL				\$ 20,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.2.3. Gastos Administrativos

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal. (Montenegro, s.f.)

Tabla 57 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos de Personal	2242,00	26904,04
Materiales de limpieza	9,06	108,75
Suministros de oficina	14,45	173,35
Servicios básicos	20,64	247,68
TOTAL	2286,15	27433,82

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 58
Gastos de personal administrativo

N°	Cargo	total ingresos	Decimo Tercera Remuneracion	Decimos Cuarta remuneracion	Vacaciones	Aporte Paronal (11,15%)	Fondo de Reserva (8,33%)	total provisiones
1	Gerente	1200	\$ 100,00	\$ 32,17	\$ 50,00	\$ 133,80	\$ 99,96	\$ 1.615,93
2	Asistente	450	\$ 37,50	\$ 32,17	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 37,49	\$ 626,08
total mes		\$ 1.650,00	\$ 137,50	\$ 64,33	\$ 68,75	\$ 183,98	\$ 137,45	\$ 2.242,00
total año		\$ 19.800,00	\$ 1.650,00	\$ 772,00	\$ 825,00	\$ 2.207,70	\$ 1.649,34	\$ 26.904,04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 59
Gastos Material de limpieza

Descripción	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Escoba	6	\$ 2,25	\$ 13,50
Trapeador	5	\$ 2,25	\$ 11,25
Recogedor	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Desinfectante	15	\$ 2,00	\$ 30,00
Cloro	24	\$ 2,00	\$ 48,00
TOTAL	56	\$ 9,50	\$ 108,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 60
Gastos Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Resma de Papel	8	3,80	30,40
Bolígrafos	24	0,35	8,40
Lápices	20	0,30	6,00
Grapas	8	0,85	6,80
Clips	5	0,60	3,00
Tinta impresora	10	10,00	100,00
Archivadores	5	3,75	18,75
TOTAL	80	19,65	173,35

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 61
Gastos servicios básico

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Agua Potable	m3	12	0,32	3,84
Energía Eléctrica	KWh	135	0,08	10,80
Teléfono	minutos	150	0,04	6,00
COSTO TOTAL				\$ 20,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 62
Proyección Gastos administrativos

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Descripción	Año Actual (2017)	Tasa de inflación 1.093%	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de Personal	\$ 26.904,04	1,093%	\$ 27.198,10	\$ 27.495,38	\$ 27.795,90	\$ 28.099,71	\$ 28.406,84
Materiales de limpieza	\$ 108,75	1,093%	\$ 109,94	\$ 111,14	\$ 112,36	\$ 113,58	\$ 114,82
Suministros de oficina	\$ 173,35	1,093%	\$ 175,24	\$ 177,16	\$ 179,10	\$ 181,05	\$ 183,03
Servicios básicos	\$ 247,68	1,093%	\$ 250,39	\$ 253,12	\$ 255,89	\$ 258,69	\$ 261,51
TOTAL	\$ 27.433,82 -		\$27.733,67	\$ 28.036,80	\$ 28.343,24	\$ 28.653,03	\$ 28.966,21

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.2.4. Costo de Ventas

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende. (Gerencie, 2017)

Tabla 63 Gasto en ventas

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad Anual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad (flyers)	1000	0,015	15,00	180,00
gasto de personal			240,00	2880,00
TOTAL			255,00	3060,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 64

Proyección gasto en ventas

PROYECCIÓN GASTO DE VENTAS							
Descripción	Año Actual (2017)	Tasa de inflación 1,093%	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de Ventas	180,00	1,093%	181,97	183,96	185,97	188,00	190,05
Promotor (externo)	2880,00	1,093%	2911,48	2943,30	2975,47	3007,99	3040,87
TOTAL			3093,45	3127,26	3161,44	3195,99	3230,92

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 65 Gasto Personal de venta

GASTOS DE PERSONAL								
Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IESS	Vacaciones	Fondos de reserva	Total, Mensual	Total, Anual
Promotor (externo)	240,00	-	-	-	-	-	240,00	2880,00
Total							240,00	2880,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.2.5. Costos Financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya q un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. (Urbina, 2010)

Tabla 66 Recurso Financiero

RECURSO FINANCIERO	
Concepto	Recurso Financiero
Activos Fijos	
Infraestructura	1062500,00
Maquinaria y Equipo	43720,00
Muebles y Enseres	1690,00
Equipo de Computación	0,00
Equipo de Oficina	100,00
Total, Activos Fijos	\$ 1.108.010,00
Activos Diferidos	
Gasto de constitución(adequación)	0,00
Total, Activos Diferidos	0,00
Capital de Trabajo	
gasto de producción	30332,02
Gasto Administrativo	4072,30
Gasto de Ventas	0,00
Total Capital de Trabajo	34404,32
Total de Inversión	\$ 1.142.414,32

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.2.6. Costos Fijos y Variables.

5.2.6.1. Costos fijos

Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio o emprendimiento. Puedes tener meses que no produzcas o vendas, pero en los que de todas formas deberás pagar. (Peralta, 2015)

5.2.6.2. Costos Variables

Son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar. (Peralta, 2015)

Tabla 67 Proyección de costos

PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES							
Concepto	Tasa de inflación 1,093%	Año base 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Costos Fijos							
Depreciación	1,093	114837,17	114837,17	114837,17	114430,50	114430,50	0,00
Amortización de la inversión diferida	1,093	149,00	149,00	149,00	149,00	149,00	149,00
Gastos Administrativos	1,093	27433,82	29985,17	32773,79	35821,75	39153,17	42794,42
Total Costo Fijos		\$ 142.419,99	\$ 144.971,33	\$ 147.759,95	\$ 150.401,25	\$ 153.732,67	\$ 42.943,42
Costo Variables							
gasto de producción	1,093	193992,12	212033,38	231752,49	253305,47	276862,88	302611,13
Gastos de Ventas	1,093	3060,00	3344,58	3655,63	3995,60	4367,19	4773,34
Total Costos Variables		197052,12	215377,96	235408,11	257301,07	281230,07	307384,47
Total Costos Anuales	1,093	\$ 339.472,10	\$ 360.349,30	\$ 383.168,07	\$ 407.702,32	\$ 434.962,74	\$ 350.327,88

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3. INVERSIONES

“Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.” (Pérez Porto & Merino, 2009)

5.3.1. Inversión Fija

Tabla 68 Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	Uso de Fondo	Recurso Propio	Recurso Financiero
Activos Fijos			
Infraestructura	1092500,00		1092500,00
Maquinaria y Equipo	49720,00		49720,00
Muebles y Enseres	1930,00	1930,00	
Equipo de Computación	1220,00	1220,00	
Equipo de Oficina	155,00	155,00	
Total Activos Fijos	\$ 1.145.525,00	\$ 3.305,00	\$ 1.142.220,00
Activos Diferidos			
Gasto de constitución	745,00	745,00	0,00
			0,00
Total Activos Diferidos	745,00	745,00	0,00
Capital de Trabajo			
gasto de producción	32332,02		32332,02
Gasto Administrativo	4572,30		4572,30
Gasto de Ventas	510,00	510,00	
Total Capital de Trabajo	37414,32	510,00	36904,32
Total de Inversión	1183684,32	4560,00	1179124,32
Participación	100%	0,38524%	100%
Fuente: Investigación Propia			
Elaborado por: Autor			

5.3.1.1. Activos Fijos

Tabla 69 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Activos Fijos	Valor Total
Infraestructura	\$ 1.092.500,00
Maquinaria y Equipo	\$ 49.720,00
Muebles y Enseres	\$ 1.930,00
Equipo de Computación	\$ 1.220,00
Equipo de Oficina	\$ 155,00
Total	\$1.145.525,00
Fuente: Investigación Propia	
Elaborado por: Autor	

Tabla 70 Maquinaria y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
GO-KART marca sody modelo SR4	4	4700	18800,00
Go- KART marca Sody modelos GT4	4	6700	26800,00
Cascos TALLA (S/M/L)	8	120	960,00
Collarines de seguridad	8	35	280,00
Pares de guantes (S/M/L)	8	35	280,00
Trajes de niños	4	50	200,00
Trajes de adultos (S/M/L)	4	70	280,00
Bidones de combustible (6 ltS)	2	60	120,00
herramientas	1	2000	2000,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 49.720,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 71 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Escritorio	2	150,00	300,00
Sillas	3	30,00	90,00
Modulares de oficina	1	400,00	400,00
Sofás	4	125,00	500,00
casilleros	8	80,00	640,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1930,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 72 Equipos de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computador	2	550,00	1100,00
Impresora	1	120,00	120,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN			1220,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

Tabla 73 Equipos de oficina

EQUIPO DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Teléfono base + auricular	1	35,00	35,00
Radios de onda corta	2	60,00	120,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			155,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.1.2. Activos Nominales

Tabla 74 Activos diferidos

ACTIVO DIFERIDO								
AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO								
Concepto	Valor	Vida Útil	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Gasto Constitución	745,00	5	149,00	149,00	149,00	149,00	149,00	149,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.2. Capital de trabajo.

“El capital de trabajo en un proyecto se refiere a la inversión inicial, en actividades y materiales que se requieren para atender las actividades de producción y distribución.” (castro, 2000)

Tabla 75 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Detalle	Mes 1	Mes 2	Valor Total
Gasto producción	16.166,01	16.166,01	32.332,02
Gasto Administrativo	2.286,15	2.286,15	4.572,30
Gasto de ventas	255,00	255,00	510,00
Total	18707,16	18707,16	37414,32

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.3. Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

“Seleccionar la fuente de financiamiento más adecuada debe ser resuelto independientemente de la utilización que se le vaya a dar a los fondos obtenidos, y se debe basar en los méritos de cada fuente.” (Bu, 2005)

Tabla 76 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

PRESTAMO	PERSONAL	CREDITO
PORCENTAJE	0,38524%	100%
	\$	\$
VALOR DEL PRESTAMO	4.560,03	1.179.124,30
TASA BANCARIA	11,83%	
PLAZO	5	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.4. Amortización de Financiamiento.

“Cargo anual que se hace para recuperar la inversión” (Urbina G. b., 2010)

Tabla 77 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION						
PERIODO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	PAGO ANUAL	MENSUAL		
1	\$ 139.490,40	\$ 186.233,70	\$ 325.724,11	27143,68		
2	\$ 117.458,96	\$ 208.265,15	\$ 325.724,11	27143,68		
3	\$ 92.821,19	\$ 232.902,92	\$ 325.724,11	27143,68		
4	\$ 65.268,78	\$ 260.455,33	\$ 325.724,11	27143,68		
5	\$ 34.456,91	\$ 291.267,20	\$ 325.724,11	27143,68		
TOTAL	\$ 449.496,24	\$ 1.179.124,30	\$ 1.628.620,53			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.5. Depreciación.

La depreciación indica el monto del gasto que corresponde a cada periodo. Se distribuye el costo total del activo entre el número de años de vida útil. Ésta se registra abajo del rubro de cada activo que se deprecia y se va restando el monto al total del activo fijo. (Rodríguez R. A., 2011)

Tabla 78 Tabla de Depreciación

Descripción	Valor de Comp. Vida Útil	Cuadro de Depreciones				
		Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Infraestructura	\$ 1.092.500,00	10 \$ 109.250,00	\$ 109.250,00	\$ 109.250,00	\$ 109.250,00	\$ 109.250,00
Maquinaria y Equipo	\$ 49.720,00	10 \$ 4.972,00	\$ 4.972,00	\$ 4.972,00	\$ 4.972,00	\$ 4.972,00
Muebles y Enseres	\$ 1.930,00	10 \$ 193,00	\$ 193,00	\$ 193,00	\$ 193,00	\$ 193,00
Equipo de Computación	\$ 1.220,00	3 \$ 406,67	\$ 406,67	\$ 406,67	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 155,00	10 \$ 15,50	\$ 15,50	\$ 15,50	\$ 15,50	\$ 15,50
TOTAL	\$ 1.145.525,00 -	\$ 114.837,17	\$ 114.837,17	\$ 114.837,17	\$ 114.430,50	\$ 114.430,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.6. Estado de Situación Inicial.

Tabla 79 Estado de Situación Inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 31 DE DICIEMBRE 2017

Activos		Pasivo		
Activos Corriente		Pasivo Corriente		
Caja Bancos(Capital Trab.)	\$ 37.414,32	Cuentas por pagar	\$ -	
Total Activo Corriente	\$ 37.414,32	Total Pasivo Corriente	\$ -	
Activos Fijos		Pasivo a Largo plazo		
Infraestructura	\$ 1.092.500,00	Prèstamo bancario	\$ 1.179.124,32	
Maquinaria y Equipo	\$ 49.720,00	Total Pasivo a Largo plazo	\$ 1.179.124,32	
Muebles y Enseres	\$ 1.930,00	Total Pasivos	\$ 1.179.124,32	
Equipo de Computaciòn	\$ 1.220,00			
Equipo de Oficina	\$ 155,00			
Total Activos Fijos	\$ 1.145.525,00			
Otros Activos		Patrimonio		
Gasto de constituciòn	\$ 745,00	Capital	\$ 4.560,00	
Estudio de Factibilidad	\$ -	Total Patrimonio	\$ 4.560,00	
Total Otros Activos	\$ 745,00			
Total Activos	\$ 1.183.684,32	Total Pasivo + Patrimonio	\$ 1.183.684,32	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.7. Estado de Resultados Proyectado.

Tabla 80 Estado de Resultados Proyectados

DESCRIPCIÓN	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas						
Servicios de alquiler		\$ 405.775,64	\$ 411.862,27	\$ 418.040,21	\$ 424.310,81	\$ 430.675,47
Total Ventas		\$ 405.775,64	\$ 411.862,27	\$ 418.040,21	\$ 424.310,81	\$ 430.675,47
(-) Costo de Ventas		\$ 196.112,45	\$ 198.255,96	\$ 200.422,90	\$ 202.613,52	\$ 204.828,09
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 209.663,19	\$ 213.606,31	\$ 217.617,31	\$ 221.697,29	\$ 225.847,39
(-) Gastos Administrativos		\$ 27.733,67	\$ 28.036,80	\$ 28.343,24	\$ 28.653,03	\$ 28.966,21
(-) Gasto de Ventas		\$ 3.093,45	\$ 3.127,26	\$ 3.161,44	\$ 3.195,99	\$ 3.230,92
(-) Depreciaciones		\$ 114.837,17	\$ 114.837,17	\$ 114.837,17	\$ 114.430,50	\$ 114.430,50
(-) Amortización del Diferido		\$ 149,00	\$ 149,00	\$ 149,00	\$ 149,00	\$ 149,00
(=) Utilidad Bruta		\$ 63.849,90	\$ 67.456,09	\$ 71.126,46	\$ 75.268,76	\$ 79.070,75
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad Operacional		\$ 63.849,90	\$ 67.456,09	\$ 71.126,46	\$ 75.268,76	\$ 79.070,75
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 9.577,49	\$ 10.118,41	\$ 10.668,97	\$ 11.290,31	\$ 11.860,61
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 54.272,42	\$ 57.337,68	\$ 60.457,49	\$ 63.978,45	\$ 67.210,14
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 11.939,93	\$ 12.614,29	\$ 13.300,65	\$ 14.075,26	\$ 14.786,23
(=) Utilidad Neta		\$ 42.332,49	\$ 44.723,39	\$ 47.156,84	\$ 49.903,19	\$ 52.423,91
(+) Depreciaciones		114.837,17	114.837,17	114.837,17	114.430,50	114.430,50
(+) Amortización del Diferido		149,00	149,00	149,00	149,00	149,00
(-) Amortización de la Deuda						
(-) Inversión	- 1.145.525,00					
(-) Capital de Trabajo	- 37.414,32					
(+) Préstamo	1.179.124,32					
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	-3815,00	\$ 157.318,65	\$ 159.709,55	\$ 162.143,01	\$ 164.482,69	\$ 167.003,41

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.3.8. Flujo de Caja

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. (Economipedia, 2015)

Tabla 81 Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	FLUJO DE CAJA	
	2017	2018
Ventas		
Servicio alquiler Go-Kart	\$	405.775,64
Total Ventas	\$	405.775,64
(-) Costo de Ventas	\$	196.112,45
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$	209.663,19
(-) Gastos Administrativos	\$	27.733,67
(-) Gasto de Ventas	\$	3.093,45
(-) Depreciaciones	\$	114.837,17
(-) Amortización del Diferido	\$	149,00
(=) Utilidad Bruta	\$	63.849,90
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	\$	-
(=) Utilidad Operacional	\$	63.849,90
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$	9.577,49
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$	54.272,42
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$	11.939,93
(=) Utilidad Neta	\$	42.332,49
(+) Depreciaciones		114.837,17
(+) Amortización del Diferido		149,00
(-) Amortización de la Deuda		
(-) Inversión	- 1.145.525,00	
(-) Capital de Trabajo	- 37.414,32	
(+) Préstamo	1.179.124,32	
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	-3815,00 \$	157.318,65

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.4. EVALUACION

5.4.1. Tasa de descuento

La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. (Roberto Vasquez Burguillo)

Tabla 82 Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO(TMAR)	
TASA PASIVA REFERENCIAL	4,96%
TASA ACTIVA REFERENCIAL	11,83%
TASA DE EVALUACIÓN	16,79%
INFLACIÓN	1,039%
TMAR	18,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.4.2. VAN

Es el indicador más comúnmente usado ya que muestra en forma sencilla cuanto será nuestra riqueza, en valor presente, si invertimos en el proyecto evaluado. En general consiste en actualizar a tiempo presente todos los flujos de un proyecto. (Matias Riquelme, 2017)

Tabla 83 Calculo VAN

Cálculo del VAN	
TMAR	18,00%
Inversión	\$ -1.183.684,32
Año 2018	\$ 157.318,65
Año 2019	\$ 159.709,55
Año 2020	\$ 162.143,01
Año 2021	\$ 164.482,69
Año 2022	\$ 167.003,41
VAN	\$ -679.180,03

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.4.3. TIR

Es la tasa que reduce a cero las equivalencias del valor presente neto, valor futuro o valor anual en una serie de ingresos y egresos. Es un índice de rentabilidad

ampliamente aceptado, el cual va a mostrar si conviene invertir en un determinado proyecto. (Rodríguez R. A., 2011)

Tabla 84 Calculo TIR

Cálculo del TIR	
Inversión	-1183684,32
Año 2018	157318,65
Año 2019	159709,55
Año 2020	162143,01
Año 2021	164482,69
Año 2022	167003,41
TIR	-11,33%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.4.4. PRI

El Periodo de recuperación de la inversión consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo. (Jose Didier Vaquiro C., 2010)

Tabla 85 Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION			TMAR:18.00%	
PERIODO	FLUJOS DE EFECTIVOS	DESCUENTO	ACUMULADO	
0	\$ -1.183.684,32	\$ -1.183.684,32	\$ -1.183.684,32	
1	\$ 157.318,65	\$ 133.317,00	\$ -1.050.367,33	
2	\$ 159.709,55	\$ 114.694,21	\$ -935.673,11	
3	\$ 162.143,01	\$ 98.676,59	\$ -836.996,52	
4	\$ 164.482,69	\$ 84.828,43	\$ -752.168,10	
5	\$ 167.003,41	\$ 72.988,06	\$ -679.180,03	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.4.5. RBC (Relación Costo Beneficio)

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. (Arturo, 2012)

Tabla 86 Relación Costo beneficio

RELACIÓN BENEFICIO COSTO					
Años	INVERSIÓN		INGRESOS		FNE
0	\$	91.184,32	\$	-	\$ -91.184,32
1			\$	405.775,64	\$ 209.663,19
2			\$	411.862,27	\$ 213.606,31
3			\$	418.040,21	\$ 217.617,31
4			\$	424.310,81	\$ 221.697,29
5			\$	430.675,47	\$ 225.847,39
18,00%					
Suma Ingreso	\$	1.301.209,93			
Suma Costos	\$	624.602,94			
suma costos + inversión	\$	715.787,27			
RELACIÓN B/C	\$	1,82			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

5.4.6. Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida. (Brayan Salazar Lopez, 2016)

Tabla 87 Puntos de Equilibrio

Servicio de Alquiler de Karts	
Costos Fijos:	144971,33
Costo Unitario:	3,89
Precio:	8,01

Fórmula:

$$P.E = \frac{CF}{P - CVU}$$

$$P.E = \frac{144971,33}{8,01 - 3,89}$$

$$PE = \frac{144971,33}{4,12}$$

$$PE = 35167,31 \text{ unidades}$$

Demostración

Ventas	281633,60
(-) Costo Variable	136662,27
(=) Margen de Contribución	144971,33
(-) Costo Fijo	-144971,33
(=) Utilidad Operacional	0

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Autor

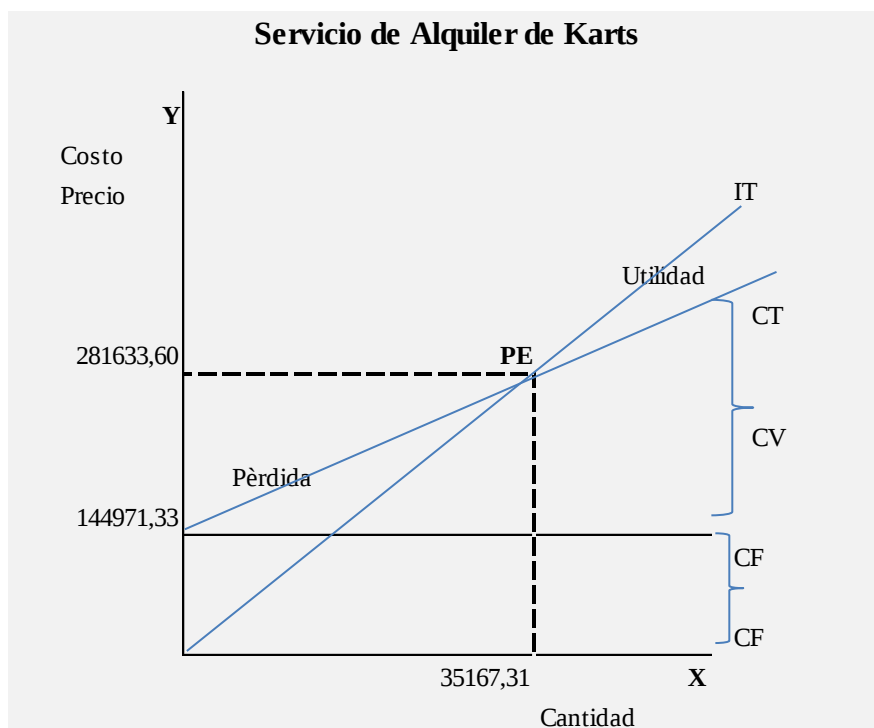


Figura 37 *Grafico Punto de equilibrio*

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

5.4.7. Análisis de índices financieros

Tabla 88 Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS			
Margen de Utilidad		ROE=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$
Margen de Utilidad Neta =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$		
		ROE=	$\frac{42332,49}{-1087940,00}$
Margen de Utilidad Neta =	$\frac{42332,49}{405775,64}$		
		ROE=	-0,04
Margen de Utilidad Neta =	0,10		
		ROI=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$
ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta Total, de Activos}}{1145525,00}$		
ROA=	$\frac{42332,49}{1145525,00}$	ROI=	$\frac{42332,49}{1183684,32}$
ROA=	0,04	ROI=	0,04

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

CAPITULO VI

6. ANALISIS DE IMPACTOS

6.1. Impacto ambiental.

La realización de este proyecto tiene un impacto ambiental debido al uso de los combustibles, por ser vehículos de combustión interna su fuente principal es la gasolina, misma que al pasar por un proceso de combustión genera gases tóxicos al medio ambiente; de igual forma el uso constante de aceites lubricantes para los motores, su desecho debe ser tratado de manera especial.

Se establece normas de reciclaje de este tipo de aceites para mitigar al máximo su impacto ambiental.

Con los avances tecnológicos han permitido que la combustión de motores genere menos impacto al medio ambiente por tanto se estará en constante actualización a estas nuevas tecnologías y así lograr los mejores resultados al disminuir el impacto ambiental.

6.2. Impacto Económico.

proyecto genera plazas de trabajo para aquellas que lo necesitan, de esta manera beneficiando a las familias de los quienes los necesitan, otro dato importante lo consideramos con la compra de materias primas se aporta a generar ganancias para los proveedores.

6.3. Impacto Productivo.

El proyecto busca aportar a la matriz productiva con nuevas plazas de empleo para el Ecuador, con el objetivo de ingresar a nuevos jóvenes emprendedores e innovadores.

La empresa aportara a la matriz productiva generando ingresos para el país, busca captar la atención del público en general que gusta nuevas atracciones y diversiones, con el fin de entrenar al público en general con un ambiente seguro y recreativo.

6.4. Impacto Social.

El proyecto genera grandes beneficios para la comunidad, uno de ellos es el trabajo digno, otro es el aporte para crear un ambiente sano y entretenido donde el público en general lo pueda disfrutar.

Tiene un gran aporte positivo para la parroquia en general ya que por ser un centro de entretenimiento para el público en general se espera lograr captar la atención de otras parroquias, generando así no solo ingresos a nuestro proyecto sino indirectamente a pequeñas microempresas que se vean involucradas en la visita del publico exterior.

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

En el capítulo I la información recabada nos llevó a la conclusión que especialmente los Go-Karts tiene su historia y sus antecedentes, por los cuales durante años han venido evolucionando y dándose a conocer en todo el mundo, siendo este un deporte de gran atracción ya no solo para los aficionados sino para el público en general.

En el capítulo II hablamos de todos los factores internos y externos del proyecto, los requisitos para su implementación como son factores legales, ambientales entre otros. Con la información obtenida se detalló que para la instalación de una compañía hay que seguir algunos lineamientos y estar muy al pendiente de las leyes y requerimientos por parte de las entidades regulatorias para cada tipo de empresa que se quiera implementar.

Para el capítulo III en base a encuestas realizadas observamos que el público en general le atrae este tipo de diversiones, y de entretenimientos nuevos, ya no solo estarían interesados aficionados al deporte sino un grupo bastante grande de personas entre niños, jóvenes y adultos conformados por edades entre los 5 y 39 años.

En Capítulo IV tenemos al estudio técnico, en conclusión la información da como resultado el sitio más óptimo para la implementación del proyecto en la parroquia

de San Antonio de Pichincha por las cercanías de los recursos necesarios para su funcionamiento, por los cuales ayudaría a reducir los costos de la compañía.

En el capítulo V por el ultimo tenemos el estudio Financiera se comprueba que el proyecto no es viable, obteniendo como resultado un VAN menor a cero, una TIR con un porcentaje altamente negativo -11,33%.

7.2. Recomendaciones

Recomendaciones al capítulo I:

El deporte del Karting ha evolucionado con el paso de los años influenciando de manera positiva en niños, jóvenes y adultos, se debe explotar más este deporte, dando a conocerlo más con las entidades encargadas del deporte ecuatoriano para valorizarlo en mayor medida.

Recomendaciones al capítulo II:

Con los factores que involucran la implementación de proyectos nuevos se debe buscar nuevas formas y alternativas para que las entidades regulatorias den más apertura a este tipo de emprendimientos y no colocar tantos obstáculos que influyan para la implementación de estos nuevos emprendimientos.

Recomendaciones al capítulo III:

Se tiene una gran apertura por parte del público en general comprendido entre las edades de 5 a 39 años, se debe aprovechar en incursionar para nuevos proyectos a los que esta parte del mercado puedan acceder y así generar más fuentes de ingreso.

Recomendaciones al capítulo IV:

La parroquia de San Antonio de San Antonio de pichincha es uno de los sitios turísticos más concurridos de Quito, se debe generar más tipos de centros de entretenimientos para los habitantes de la parroquia puesto que la monotonía de los sitios habituales se ha vuelto una costumbre y ya no son del agrado de los habitantes, obligando a estos a salir a parroquias a las parroquias aledañas o a la misma capital como lo es Quito.

Recomendaciones al capítulo V:

Se recomienda buscar socios accionistas para la implementación de este proyecto, por ser un proyecto con una inversión alta el financiamiento de los créditos se extiende a grandes plazos por tal motivo no es muy rentable para una sola persona.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Anzil, F. (Enero de 2012). *Zonaeconomica.com*. Obtenido de Zonaeconomica.com:
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- CreceNegocios. (13 de noviembre de 2013). *CreceNegocios*. Obtenido de
CreceNegocios: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Dios, J. d. (24 de enero de 2012). *Macro y Microlocalización*. Obtenido de Macro y
Microlocalización: <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>
- Fernandez Marquez, O. (2005). *La situacion legal de desempleo* (Primera ed.). Oviedo:
Universidad de Oviedo.
- KOTLER, P. Y. (2012). *Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Porto, J. P. (2016). *Definiciones.com*. Obtenido de Definiciones.com:
<http://definicion.de/canasta-basica/>
- Rodríguez, L. P. (2009). *DICCIONARIO DE ECONOMÍA*. Mendoza.
- ROJAS, F. (14 de 11 de 2007). *MAILMAX*. Obtenido de
<http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Shujel. (19 de Noviembre de 2008). *Emprendedores*. Obtenido de Emprendedores:
<http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Soriano Soriano, C. (1990). *El marketing mix concepto estrategia y aplicaciones*.
Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- wigodski, j. (14 de julio de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de
Metodología de la Investigación:

<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Baca Urbina , G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill Interamericana editores S.A.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de Proyecos*. Mexico: Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A de C.V.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill/Interamericana editores S.A De C.V.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Banco de la República. (2013). Recuperado el 28 de 11 de 2016, de <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-tasa-inter-s>

Bancos, S. I. (22 de 08 de 2009). *Super Intendencia de Bancos*. Recuperado el 28 de 11 de 2016, de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Barba Mojica, J. J. (31 de 12 de 2011). *Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/temas/tipos_de_empleo.pdf

Black Porter, H. (2006). *Administracion*. Mexico: Pearson Educacion.

Bocanegra, N. C. (14 de mayo de 2012). *Inmuebles, Maquinaria y equipo*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de <http://www.ccpl.org.pe/downloads/NIC16NCB2012CCPLMayo2012.pdf>

-
- BORGA, D. (2014). *GESTION COMERCIL*. EEUU.
- Burjan, C. (29 de 10 de 2014). *Anfix*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de Los gastos financieros que son y como se deducen: <https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>
- Calderon Melgar, G. (21 de 10 de 2011). *El entorno del Marketing*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de El entorno del Marketing: <https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/entorno-politico-legal/>
- Cañas, C. A. (Julio de 2013). *Planing*. Obtenido de http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf
- Carrasco, J. B. (2009). *Gestion de procesos (con respnsabilidad social)*. Chile: EDITORIAL EVOLUCIÓN S.A.
- catering, E. e. (04 de 07 de 2017). <http://catering.grupoelescondite.com>. Recuperado el 19 de 08 de 2017, de <http://catering.grupoelescondite.com/historia-y-origen-del-catering/>
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación 2*. Chile: Pearson Educación,.
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación 2*. Chile: Pearson Educación.
- Charles W. Lamb, J. F. (2011). *Marketing 11 e*. Mexico: Cengage Learning Editores, S.A. .
- Chico, A. (2013). *Contabilidad general*. Obtenido de <http://angelchico87.blogspot.com/2013/04/estado-de-situacion-inicial.html>
-

CIVICUS. (11 de 12 de 2016). *Planificacion estrategica*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de Planificacion estrategica:

<http://www.civicus.org/view/media/Planificacion%20strategica.pdf>

Colmenares, M. (03 de Febrero de 2016). *Estimacion de la Capacidad Óptima de Planta*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de

<https://prezi.com/3fmilnixw4ip/estimacion-de-la-capacidad-optima-de-planta/>

Córdova, S. O. (15 de 08 de 2009). *GUÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de

emprendeunefa: <https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>

Coss Bu, R. (2005). *Analisis y Evaluacion de Proyectos de Inversion*. Mexico: Limusa.

CreceNegocios. (18 de 01 de 2012). *CreceNegocios*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de <http://www.crecenegocios.com/la-contabilidad-de-costos/>



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **ABAD DÁVILA JOSÉ MIGUEL**, portador de la cédula de identidad N° 171662197-2, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 27 de abril del 2018


MAY 2 2018
Sra. Mariela Balseca
CAJA INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Admin. Industrial y Producción
Ing. Carla Guerra
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN


Ing. William Parra
BIBLIOTECA


03 MAY 2018
9.03
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES


Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA
VICEPRESIDENTE ACADÉMICO
Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS JOSE ABAD.docx (D37445556)
Submitted: 4/11/2018 1:43:00 PM
Submitted By: andres.gomez@cordillera.edu.ec
Significance: 8 %

Sources included in the report:

TESIS FINAL.docx (D37060348)
TESIS SYLVANA ALMACHE.pdf (D30300155)
Tania Espinoza... Word... final.pdf (D36958878)
Cristhian Ibarra-proyecto bocaditos.docx (D30286473)
SERGIO WLADIMIR RODRIGUEZ ARIAS.pdf (D37059190)
<http://docplayer.es/7060759-Universidad-catolica-santiago-de-guayaquil-facultad-de-ciencias-economicas-y-administrativas-ingenieria-en-gestion-empresarial-internacional.html>
<http://docplayer.es/14711763-Sede-guayaquil-carrera-administracion-de-empresas-tesis-previa-a-la-obtencion-del-titulo-de-ingeniera-comercial-mencion-comercio-exterior.html>
<https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>

Instances where selected sources appear:

29


Ing. Andrés Julián Gómez
Tutor del Proyecto