



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
CANCHA SINTÉTICA DE FÚTBOL Y BUBBLE SOCCER CON SERVICIOS
COMPLEMENTARIOS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO, PARROQUIA GUAMANÍ, AÑO 2018.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Torres Vacacela Andrea Marisol

Director: Ing. Andrés Analuisa

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

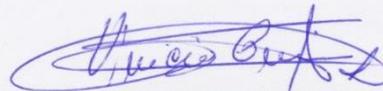
Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta), TORRES VACACELA ANDREA MARISOL de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CANCHA SINTÉTICA DE FÚTBOL Y BUBBLE SOCCER CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA GUAMANÍ, 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 proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. ARMANDO ANALUISA

Tutor del Proyecto



ING. HENRY CERON

Lector del proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
2018

DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ

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

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

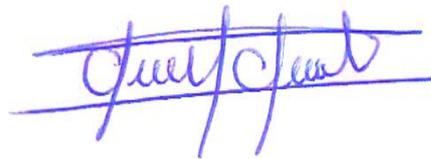
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

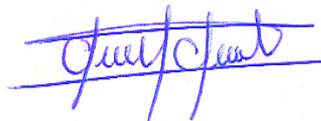
Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y personal, en las cuales se han citado las fuentes correspondientes, y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autores vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que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



Andrea Marisol Torres Vacacela
CC 172141730-9

LICENCIA DE NO USO COMERCIAL

Yo, **Andrea Marisol Torres Vacacela** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172141730-9** 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 IMPLEMENTACIÓN DE UNA CANCHA SINTÉTICA DE FÚTBOL Y BUBBLE SOCCER CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA GUAMANÍ** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



FIRMA

NOMBRE

Andrea Marisol Torres Vacacela

CEDULA

CC 172141730-9

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios y a la Virgen del Cisne por todas las bendiciones y favores recibidos. A mis padres por su valioso apoyo que me han brindado todos estos años de estudio, a mis hermanos y amigos que me han acompañado en el transcurso de la carrera.

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional, técnico y humano, brindado por el personal docente en el transcurso de estos seis semestres, en favor de la culminación de esta carrera, que después de mucho sacrificio al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

Para finalizar quiero agradecer a mi tutor Ing. Andrés Analuisa por cada uno de sus conocimientos, esfuerzo y paciencia que me dedicó durante el desarrollo del presente proyecto.

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico especialmente a mis padres Miguel y Teresa por ser mi motor de seguir adelante, porque siempre me han apoyado incondicionalmente brindándome sus consejos para ser de mí lo que soy ahora, y porque muchos de mis logros se los debo a ustedes.

A mis hermanos Gladys y Geova, que siempre me han motivado constantemente con sus palabras de aliento, gracias por haberme dado el amor más puro y sincero que ha sido el de mis sobrinos que siempre me transmiten alegría y confianza. Y finalmente a Eddy, quien ha permanecido siempre a mi lado ayudándome hacer una mejor persona, gracias por toda la comprensión y amor.

En fin, este proyecto va dedicado a las personas que más influyeron en mi vida que me han brindado su apoyo y experiencias inolvidables.

Índice General

Portada	
Carátula	
Acta de comprobación de Tutor y Lector	
Declaración de autoría del estudiante.....	I
Licencia de uso no comercial.....	II
Agradecimiento.....	III
Dedicatoria.....	IV
Índice General.....	V
Índice de Tablas.....	XI
Índice de Figuras.....	XIV
Resumen ejecutivo.....	XVI
Abstract.....	XVIII
CAPÍTULO I	
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes.....	2
CAPÍTULO II	
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	6
2.01 AMBIENTE EXTERNO.....	6
2.01.01 Factor Económico.....	6
2.01.01.01 Inflación.....	6
2.01.01.02 Inflación por Ciudades.....	7
2.01.01.03 Producto Interno Bruto (PIB).....	8
2.01.01.04 Producto Interno Bruto Sectorial.....	10
2.01.01.05 Tasa de Interés.....	11
2.01.01.05.01 Tasa Activa.....	11
2.01.01.05.02 Tasa Pasiva.....	12

V

2.01.01.06 Tasa de Riesgo País.....	13
2.01.02 Factor Social.....	14
2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA).....	14
2.01.02.02 Empleo.....	16
2.01.02.03 Desempleo.....	17
2.01.02.04 Subempleo.....	18
2.01.03 Factor Legal.....	19
2.01.03.01 Registro Único de Contribuyente (RUC).....	19
2.01.03.02 Patente Municipal.....	20
2.01.03.03 LUAE.....	20
2.01.03.04 Permiso de Cuerpo de Bomberos.....	21
2.01.03.05 Habilitación de establecimientos nuevos.....	21
2.01.03.06 Planos arquitectónicos de proyectos nuevos.....	22
2.01.04 Factor Tecnológico.....	23
2.02 ENTORNO LOCAL.....	23
2.02.01 Clientes.....	23
2.02.02 Proveedores.....	24
2.02.03 Competidores.....	25
2.03 ANÁLISIS FACTORES EXTERNOS.....	25
2.04 PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	26
2.04.01 Misión.....	27
2.04.02 Visión.....	27
2.04.03 Objetivos.....	27
2.04.03.01 Objetivo General.....	27
2.04.03.02 Objetivos Específicos.....	27
2.04.04 Principios y Valores.....	28
2.04.05 Gestión Administrativa.....	28
2.04.05.01 Organigrama administrativo.....	29

2.04.05.02 Manual de Funciones del gerente general.....	30
2.04.05.03 Manual de Funciones del contador.....	30
2.04.06 Gestión Operativa.....	31
2.04.06.01 Organigrama de operación.....	31
2.04.06.02 Manual de Funciones del personal de mantenimiento.....	32
2.04.06.03 Manual de Funciones del personal de seguridad.....	32
2.04.07 Gestión Comercial.....	33
2.04.07.01 Organigrama comercial.....	33
2.04.07.02 Manual de Funciones del vendedor.....	34
2.04.08 Marketing MIX.....	34
CAPÍTULO III	
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	39
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	39
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.....	39
3.01.01.01 Población.....	39
3.01.01.02 Muestra.....	40
3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información.....	41
3.01.02.01 Encuesta.....	41
3.01.02.02 Entrevista.....	42
3.01.02.03 Observación.....	42
3.01.03 Análisis de la Información.....	42
3.02 OFERTA.....	52
3.02.01 Oferta Histórica.....	52
3.02.02 Oferta Actual.....	53
3.02.03 Oferta Proyectada.....	53
3.03 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	54
3.04 DEMANDA.....	54
3.04.01 Demanda Histórica.....	55

3.04.02 Demanda Actual.....	55
3.04.03 Demanda Proyectada.....	56
3.05 BALANCE OFERTA Y DEMANDA.....	57
3.05.01 Balance Actual.....	57
3.05.02 Balance Proyectado.....	58
CAPÍTULO IV	
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	59
4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	59
4.01.01 Capacidad Instalada.....	59
4.01.02 Capacidad Óptima.....	59
4.02 LOCALIZACIÓN.....	60
4.02.01 Macro – Localización.....	60
4.02.02 Micro – localización.....	61
4.02.03 Localización Óptima.....	62
4.03 INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	62
4.03.01 Definición de Bien y Servicio.....	62
4.03.02 Distribución de la Planta.....	63
4.03.03 Proceso Productivo.....	65
4.03.03.01 Flujograma del servicio.....	67
4.03.04 Maquinaria y Equipos.....	68
CAPÍTULO V	
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	69
5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	69
5.01.01 Ingresos operacionales.....	69
5.01.02 Ingresos no operacionales.....	69
5.02 COSTOS.....	69
5.02.01 Costo Directo.....	70
5.02.01.01 Materia Prima.....	70

5.02.01.02 Mano de Obra.....	70
5.02.02 Costo Indirecto.....	71
5.02.03 Gasto Administrativo.....	73
5.02.04 Gasto de Ventas.....	73
5.02.05 Gastos Financieros.....	74
5.02.06 Costos Fijos.....	75
5.02.07 Costos Variables.....	75
5.03 INVERSIONES.....	76
5.03.01 Inversión Fija.....	76
5.03.02 Activos Fijos.....	76
5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)	77
5.03.04 Capital de Trabajo.....	78
5.03.05 Fuentes de Financiamiento.....	79
5.03.06 Amortización de Financiamiento.....	79
5.03.07 Depreciaciones.....	82
5.03.08 Estado de Situación Inicial.....	83
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado.....	84
5.03.10 Flujo de Caja.....	85
5.03.11 Balance General Proyectado.....	86
5.04 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	87
5.04.01 Tasa de Descuento.....	87
5.04.02 Valor Actual Neto (VAN).....	88
5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)	89
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	90
5.04.05 Relación costo beneficio (RCB).....	91
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	91
5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	93

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	97
6.01 Impacto Ambiental.....	98
6.02 Impacto Económico.....	99
6.03 Impacto Productivo.....	100
6.04 Impacto Social.....	101
6.05 Impacto General.....	102
CAPÍTULO VII	
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	103
7.01 Conclusiones.....	103
7.02 Recomendaciones.....	104
ANEXOS.....	105
BIBLIOGRAFÍA.....	113

Índice de Tablas

Tabla 1: Inflación.....	6
Tabla 2: Inflación por ciudades.....	7
Tabla 3: Producto Interno Bruto.....	9
Tabla 4: PIB Sectorial – otros servicios.....	10
Tabla 5: Tasa de interés activa.....	11
Tabla 6: Tasa de interés pasiva.....	13
Tabla 7: Tasa de Riesgo País.....	13
Tabla 8: Población Económicamente Activa.....	15
Tabla 9: Empleo	16
Tabla 10: Desempleo.....	17
Tabla 11: Subempleo.....	18
Tabla 12: Variable de los clientes.....	23
Tabla 13: Clientes.....	24
Tabla 14: Proveedores.....	24
Tabla 15: Competencia.....	25
Tabla 16: Matriz oportunidades y amenazas.....	25
Tabla 17: Funciones del gerente general.....	30
Tabla 18: Funciones del contador.....	30
Tabla 19: Funciones personal de mantenimiento.....	32
Tabla 20: Funciones del personal de seguridad.....	32
Tabla 21: Funciones del vendedor.....	34
Tabla 22: Población de Guamaní.....	39
Tabla 23: Género.....	42
Tabla 24: Practica Fútbol.....	43
Tabla 25: Frecuencia de consumo.....	44
Tabla 26: Frecuencia del lugar.....	45
Tabla 27: Gasto promedio.....	46

Tabla 28: Satisfacción del servicio.....	47
Tabla 29: Aceptación del servicio.....	48
Tabla 30: Preferencia del servicio.....	49
Tabla 31: Servicios adicionales.....	50
Tabla 32: Medios Publicitarios.....	51
Tabla 33: Oferta Histórica.....	52
Tabla 34: Oferta Actual.....	53
Tabla 35: Oferta Proyectada.....	53
Tabla 36: Demanda Histórica.....	55
Tabla 37: Demanda Actual.....	56
Tabla 38: Demanda Proyectada.....	57
Tabla 39: Balance Actual.....	58
Tabla 40: Balance Proyectado.....	58
Tabla 41: Capacidad Instaladas.....	59
Tabla 42: Capacidad Óptima.....	60
Tabla 43: Macro – Localización.....	60
Tabla 44: Código de cercanía.....	64
Tabla 45: Código de razones.....	64
Tabla 46: Distribución de la planta.....	65
Tabla 47: Simbología ANSI.....	66
Tabla 48: Maquinaria y Equipo.....	68
Tabla 49: Rol de pagos personal operativo.....	70
Tabla 50: Costo de mano de obra.....	71
Tabla 51: Costos Indirectos – Fútbol.....	71
Tabla 52: Costos Indirectos – Bubble Soccer.....	72
Tabla 53: Resumen general de Costos	72
Tabla 54: Precio y Utilidad Bruta unitaria de futbol.....	72
Tabla 55: Precio y Utilidad Bruta unitaria de bubble soccer.....	73

Tabla 56: Gastos administrativos.....	73
Tabla 57: Gasto de ventas.....	74
Tabla 58: Tabla comparativa de Instituciones Financieras.....	74
Tabla 59: Costos Fijos.....	75
Tabla 60: Costos Variables.....	75
Tabla 61: Inversiones.....	76
Tabla 62: Activos Fijos.....	77
Tabla 63: Activos Nominales.....	77
Tabla 64: Capital de Trabajo.....	78
Tabla 65: Fuentes de Financiamiento.....	79
Tabla 66: Condiciones del Préstamo.....	80
Tabla 67: Amortización método Alemán.....	80
Tabla 68: Depreciaciones.....	82
Tabla 69: Estado de Situación Inicial.....	83
Tabla 70: Estado de Resultados.....	84
Tabla 71: Flujo de Caja.....	85
Tabla 72: Balance General Proyectado.....	86
Tabla 73: Tasa de Descuento.....	88
Tabla 74: Período de Recuperación de la Inversión.....	90
Tabla 75: Punto de Equilibrio con Margen de Utilidad.....	92
Tabla 76: Comprobación Punto de Equilibrio.....	92
Tabla 77: Análisis Financieros.....	95
Tabla 78: Calificación de Impactos.....	97
Tabla 79: Impacto Ambiental.....	98
Tabla 80: Impacto Económico.....	99
Tabla 81: Impacto Productivo.....	100
Tabla 82: Impacto Social.....	101
Tabla 83: Impacto General.....	102

Índice de Figuras

Figura 1: Inflación.....	7
Figura 2: Inflación por ciudades.....	8
Figura 3: Producto Interno Bruto.....	9
Figura 4: PIB Sectorial – otros servicios.....	10
Figura 5: Riesgo País.....	14
Figura 6: Población Económicamente Activa.....	15
Figura 7: Empleo.....	16
Figura 8: Desempleo.....	17
Figura 9: Subempleo.....	18
Figura 10: Organigrama administrativo.....	29
Figura 11: Organigrama de operación.....	31
Figura 12: Organigrama Comercial.....	33
Figura 13: Logo.....	35
Figura 14: Slogan.....	36
Figura 15: Género.....	43
Figura 16: Practica Fútbol.....	43
Figura 17: Frecuencia de consumo.....	44
Figura 18: Frecuencia del lugar.....	45
Figura 19: Gasto promedio.....	46
Figura 20: Satisfacción de servicio.....	47
Figura 21: Aceptación del servicio.....	48
Figura 22: Preferencia del servicio.....	49
Figura 23: Servicios adicionales.....	50
Figura 24: Medios publicitarios.....	51
Figura 25: Macro – Localización.....	61
Figura 26: Micro – Localización.....	61
Figura 27: Matriz SLP.....	63

Figura 28: Distribución de la planta.....	64
Figura 29: Flujograma del servicio.....	67
Figura 30: Punto de Equilibrio.....	93

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente las principales ciudades del país se han visto saturadas por empresas que ofrecen servicio de alquiler de canchas sintéticas en donde pueden practicar fútbol, pero lamentablemente su auge se ha dado en los principales sectores de la ciudad de Quito, por lo que es una buena oportunidad de explorar los mercados pequeños que aún no cuentan con un servicio de este tipo.

El presente proyecto quiere mostrar la factibilidad de la implementación de una cancha sintética al Sur de la ciudad de Quito, en la Parroquia Guamaní, este negocio se dedicará a la prestación de servicios de alquiler de cancha para fútbol, donde el cliente también puede practicar una nueva alternativa como es el bubble soccer de manera cómoda, segura y divertida, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

La metodología usada para el estudio es la científica, basado en un estudio de campo utilizando varias técnicas y herramientas de recolección de información, con lo cual se logró definir un análisis situacional para el negocio, tanto externo como interno, y los factores principales que afectarán las actividades que se realice en la organización.

Por medio del estudio de mercado realizado, se comprueba que existe una gran demanda insatisfecha del servicio en el mercado meta, lo que da una gran oportunidad para la implementación de la cancha sintética.

El estudio técnico definió la cantidad óptima de producción que realizará el negocio para ingresar al mercado objetivo, detallando sus procesos, procedimientos y diseñando fichas y delineamientos de control.

Al realizar el estudio financiero se demuestra que el proyecto es rentable financieramente, utilizando las principales técnicas de evaluación. Luego de haber realizado los estudios y evaluaciones, se concluye que el proyecto es viable desde el punto de vista del mercado, técnico y financiero por lo que se recomienda su aprobación y puesta en marcha.

ABSTRACT

Currently the main cities of the country have been saturated by companies that offer rental service synthetic courts where they can play football, but unfortunately its boom has occurred in the main sectors of the city of Quito, so we believe it is a good opportunity to explore small markets that do not yet have a service of this type.

This project aims to show the feasibility of the implementation of a synthetic field south of the city of Quito in the Guamaní Parish, where the client can also practice a new alternative such as bubble soccer in a comfortable, safe and fun way, in order to meet the needs and expectations of users.

The methodology used for the study is scientific, based on a field study using various techniques and information collection tools, both external and internal, and the main factors that will affect the activities carried out in the organization.

Through the market study conducted, it is found that there is a great unmet demand for the service in the target market, which gives a great opportunity for the implementation of the synthetic field.

The technical study defined the optimal amount of production that the business will carry out to enter the target market, detailing its processes, procedures and designing tokens and control delineation.

When carrying out the financial study it is shown that the project is financially profitable, using the main evaluation techniques. After having carried out the studies and evaluations, it is concluded that the project is viable from the point of view of the market, technical and financial, so its approval and start-up is recommended.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

Al desarrollar el Estudio de factibilidad para la implementación de una cancha sintética de fútbol y bubble soccer con servicios complementarios ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Guamaní, pretende ser un negocio de servicio eficiente e innovador que busca ser sostenible en el tiempo y que genere la rentabilidad deseada del inversionista.

Actualmente, la poca actividad deportiva de los jóvenes y adultos, las pocas fuentes de oportunidades laborales, la ausencia de complejos deportivos con canchas sintéticas, la falta de innovación al momento de practicar el deporte y la falta de atención personalizada a los clientes, son elementos que relacionados unos con otros ha generado el incremento de problemas sociales como el alcoholismo y la drogadicción, que exista poca sostenibilidad económica en la comunidad, que las personas en general no pueda satisfacer una necesidad deportiva y que la demanda del servicio en estas canchas se deteriore y se reduzca.

En ese sentido, el presente proyecto es pertinente ya que se pretende; disminuir los problemas sociales, generar fuentes de empleo, que el cliente pueda satisfacer su

necesidad atlética, presentar nuevas alternativas de deporte en canchas de césped sintético e incrementar su demanda.

Finalmente, la propuesta está dirigida a jóvenes y adultos, hombres y mujeres que deseen practicar un deporte sano con la única razón de mejorar la calidad de vida de los habitantes de dicho sector, ya que el deporte es necesario para recrear la mente y ayuda tanto en la salud como también en el desenvolvimiento emocional.

Asimismo, impulsar talentos deportivos sirviendo la cancha sintética como un lugar de inspiración, cabe recalcar que para la elaboración del presente proyecto se aplicará todos los conocimientos que fueron adquiridos en la carrera.

1.02 Antecedentes

En la actualidad, el fútbol es más que un deporte, es un estilo de vida, es el deporte más practicado y el más popular a nivel mundial.

Se dice que el fútbol tuvo sus orígenes durante la Edad Media en las Islas Británicas donde jugaban partidos prácticamente sin normas, en cualquier sitio y con cualquier cantidad de personas, aquí se apreciaba la dureza y violencia de esta práctica deportiva, para lo cual, representantes de diferentes universidades y colegios ingleses crearon en 1863 en Londres las primeras reglas del fútbol, y desde ese entonces, el fútbol tuvo un crecimiento constante y se expandió a todos los rincones del mundo.

“Los marineros ingleses llevaron el fútbol a todo el mundo. Pronto se formaron asociaciones de fútbol en Europa y todo América.” (Suen, 2003, pág. 10)

El fútbol llegó de Europa a América Latina a mediados del siglo XIX, es considerada como una transferencia cultural ya que formó parte de la primera ola de

globalización y de integración de Latinoamérica, este deporte se supo combinar con la política, la cultura, el espectáculo y la economía.

El fútbol según la Real Academia Española (2014) “Es el juego entre dos equipos de once jugadores cada uno, cuyo objetivo es hacer entrar en la portería contraria un balón que no puede ser tocado con las manos ni con los brazos, salvo por el portero en su área de meta.” En Ecuador el fútbol apareció en los últimos años del siglo XIX cuando retornaron a Guayaquil un grupo de jóvenes que realizaban sus estudios superiores en Inglaterra, donde deportes como el fútbol, cricket y lawntennis estaban en apogeo.

“Fue un guayaquileño el que trajo la primera pelota a Ecuador y también la motivación suficiente para encender la pasión por este deporte a la masa popular. Nos referimos a Juan Alfredo Wright.” (Federación Ecuatoriana de Fútbol, 2017)

Hoy en día el fútbol se practica en cualquier lugar como el áreas de césped, tierra, cemento y césped sintético, asimismo, se puede jugar fútbol de sala, fútbol de playa, fútbol para discapacitados y juegos de mesa.

El césped sintético o artificial, es considerado como una maqueta industrial que se asemeja al pasto natural, pero fabricada con plástico y materiales sintéticos, actualmente es muy frecuente su uso en terrenos deportivos en los que originalmente se utilizaba césped natural.

El césped artificial ganó un poco de atención en la década de 1960, cuando fue utilizado en la nueva construcción del Astrodome, un antiguo estadio ubicado en Houston, Texas. El producto específico utilizado fue desarrollado por Monsanto y

se llamó AstroTurf; este término desde entonces se convirtió en una expresión coloquial para cualquier césped artificial en Estados Unidos. (Suen, 2003, pág. 25)

Años atrás, se creía que el césped artificial era una superficie más dura que el césped natural, y esta causaba más lesiones en los deportistas como que en sus pies aparezca ampollas, en los tobillos la aparición de esguinces y tendinitis, en la rodilla producía la ruptura del ligamento y meniscos, en el muslo se podrían sufrir contracturas musculares y en la parte baja de la espalda se presentaban lesiones como la lumbalgia, fue por eso que el uso del césped artificial fue prohibido por la FIFA y la UEFA y por muchas asociaciones de fútbol.

Pero con el paso del tiempo se realizaron nuevas investigaciones acerca del césped sintético y con el gran desarrollo de la tecnología, aparecieron nuevas fibras y nuevos materiales dando la labor de la investigación muchos éxitos.

A principios del siglo XXI, las nuevas superficies artificiales se desarrollaron usando el relleno de arena y caucho. Es la llamada “nueva generación”, o “tercera generación” de césped artificial. Son superficies que a menudo virtualmente son indistinguibles de la hierba natural tanto a la vista de cualquier distancia, y generalmente tan seguras de jugar como la superficie típica de la hierba, quizás incluso más seguras en condiciones extremas.

Muchas canchas que usaban césped natural han instalado las nuevas superficies porque es mucho más fácil de mantener, se reducen los costos, no se forman charcos al momento de lluvias y son más cómodas por tener la misma simetría en todas las partes de la cancha. Es por eso que las canchas sintéticas gracias al

esfuerzo en investigación y el desarrollo de los fabricantes seguro dará en el futuro mejoras significativas en un producto de por sí excepcional. (Sebreli, 2012).

Actualmente, el césped artificial es una superficie de fibras sintética que han sido elaboradas para reemplazar el césped natural, es utilizado en diferentes canchas deportivas ya sea para jugar fútbol, tenis o golf, su razón principal de uso es porque este no requiere de muchos mantenimientos como lo requiere el césped natural aquello significa, un riego diario, manutención del pasto, corte para que tenga un estado uniforme de pasto y por ende se puede someter a un uso intensivo del mismo.

En el Ecuador, se dice que este negocio de las canchas sintéticas es muy rentable y sostiene que una inversión se puede recuperar en corto plazo la clave es promover correctamente el negocio, en la capital existe gran variedad de establecimientos de canchas sintéticas más comunes son:

- La Gambeta, está en la av. Interoceánica Km 14 1/2, vía a Tumbaco.
- Pasión fútbol, ubicada en Los Álamos E 11 - 452 y Eloy Alfaro, sector Solca.
- Mundo fútbol, En la av. Eloy Alfaro 4355 y Gaspar de Villarroel.

Dado esto, las canchas sintéticas se han convertido en un lugar de encuentro para los amantes del fútbol tanto para grupos de amigos, compañeros de trabajo, estudiantes donde se reúnen a cualquier hora en estos lugares para disputar torneos oficiales o para disputar un partido amistoso, es por eso que este proyecto que se va a ejecutar va a marcar una diferencia no solo en el buen servicio de calidad, infraestructura y seguridad sino también, que trae consigo nuevas alternativas a la hora de practicar y disfrutar un deporte como es el bubble soccer.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 AMBIENTE EXTERNO

2.01.01 Factor Económico

Los cambios económicos en el mundo también pueden ser oportunidades o amenazas para las organizaciones; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. (Rosas, 2011)

2.01.01.01 Inflación

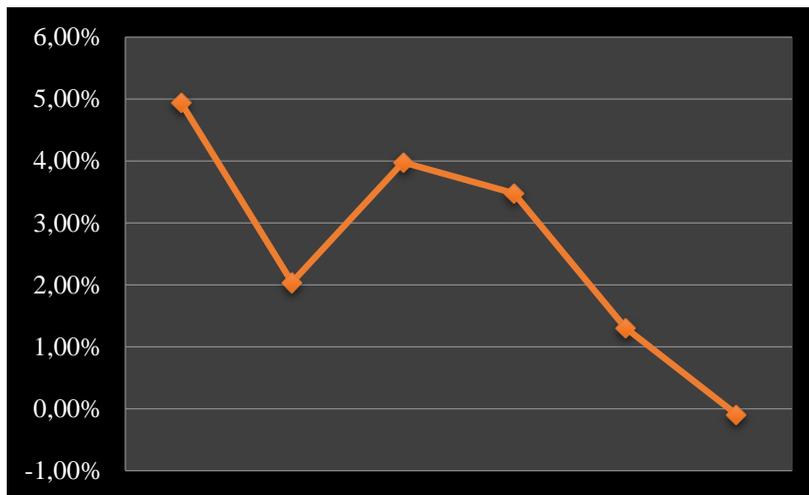
Aumento del nivel general de precios, subida del nivel medio de precios y un precio es la relación a la que se intercambia dinero lo que es lo que afecta su oferta y su demanda y la influencia que tiene en la economía. (Gregory, 1997)

Tabla 1
Inflación

Fecha	Porcentaje
Octubre- 2012	4,94%
Octubre- 2013	2,04%
Octubre- 2014	3,98%
Octubre-2015	3,48%
Octubre-2016	1,31%
Octubre-2017	-0,09%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Andrea Torres



Figural Inflación

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Andrea Torres

En el cuadro se observa que durante los últimos cinco años la inflación ha ido disminuyendo, el porcentaje mayor fue en el 2012 con 4,94% de inflación y la más baja en el año 2016 con 1,31%, tanto así, que a la presente fecha se obtiene -0.09% de deflación, esto puede ser bueno hasta cierto punto como cliente, pero el que tenga niveles negativos como empresa hace que se pierda rentabilidad y esto puede generar problemas sociales a largo plazo como el desempleo producto de las bajas posibilidades de expansión.

2.01.01.02 Inflación por ciudades

Tabla 2
Inflación por ciudades

Fecha	Quito	Guayaquil	Cuenca
Octubre-12	5,17%	4,47%	3,37%
Octubre-13	2,14%	1,88%	3,93%
Octubre-14	4,10%	4,49%	2,80%
Octubre-15	3,01%	3,33%	4,01%
Octubre-16	1,30%	1,44%	2,22%
Octubre-17	-0,13%	-0,20%	-0,33%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Andrea Torres

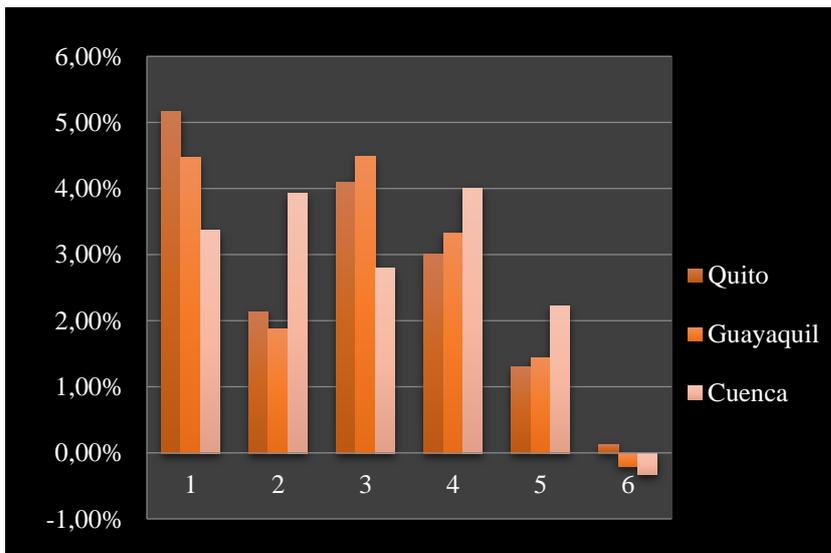


Figura 2 Inflación por ciudades

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Andrea Torres

En la figura anterior se puede observar la inflación por las tres ciudades principales del país, se va hacer referencia a la ciudad de Quito porque es el lugar en donde se va a ejecutar el presente proyecto de factibilidad y se puede ver que el valor más alto fue en el año 2012 con 5,17% y el más bajo en el 2016 con 1,30%, esto al igual que la inflación a nivel nacional trae consigo problemas a nivel empresarial ya que si este valor sigue bajando es perjudicial para la empresas ya que no generan rentabilidad y con esto traerá problemas sociales a nivel local.

2.01.01.03 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB (Producto Interno Bruto) no es más que la suma total de todos bienes y servicios que produce un país (medidos en dólares \$USD), producidos por empresas nacionales y extranjeras, dentro del territorio nacional de dicho país, que se registran dentro de un determinado período de tiempo, generalmente un año. (Tejera, 2010)

Tabla 3
Producto Interno Bruto

Períodos	PIB	Variación
2012	64.106	4,88%
2013	67.293	4,97%
2014	70.243	4,38%
2015	70.354	0,16%
2016	69.321	-1,47%
Junio-2017	17.815	1,90%

Fuente: Banco Central de Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

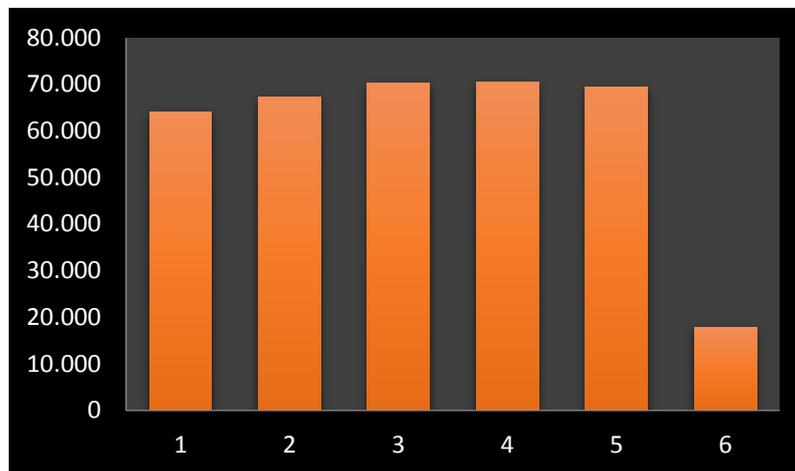


Figura 3 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

Si se observa en la figura anterior se puede dividir en dos partes. A partir del año 2012 el PIB ha ido incrementándose hasta el año 2015. Esto es porque aumentó el consumo de bienes y servicios y las empresas tuvieron que producir más para satisfacer una necesidad y la segunda parte es del año 2016 donde se presenta un decrecimiento esto significa que la actividad económica en el país se está retrayendo con esto se incrementa el desempleo, es así que para el segundo trimestre del presente año se registra \$17.815 millones.

2.01.01.04 Producto Interno Bruto Sectorial

Para hacer ciertos estudios sobre el desarrollo económico se utiliza la categoría de análisis conocida como distribución sectorial del PIB, que no es más que la agrupación de las actividades económicas en tres grandes sectores, de acuerdo con el tipo de tarea que desarrollan sectores primarios secundario y terciario.

(Pozo, 2014)

Tabla 4
PIB Sectorial-otros servicios

Período	Cantidad
2012	4.345,10
2013	4.491,00
2014	4.603,50
2015	4.650,60
2016	4.694,30
Junio- 2017	4.457,06

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

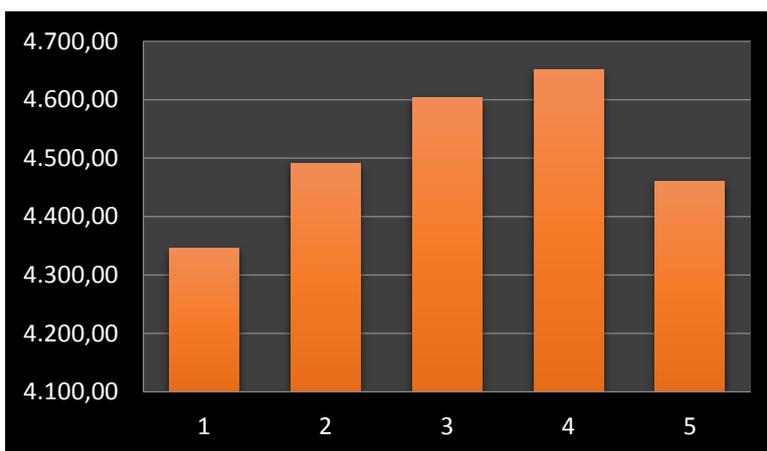


Figura 4 PIB Sectorial – Otros Servicios

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

De acuerdo a la figura cuatro se observa que el presente proyecto pertenece al sector de otros servicios, donde se observa que desde el año 2012 hasta junio del 2017 la aportación a este sector ha ido incrementándose por el gran consumo de dichos bienes y servicios, esto es positivo para la implementación del proyecto ya que se refleja la actividad económica que genera la prestación del servicio.

2.01.01.05 Tasa de Interés

“Es el porcentaje que se aplica al capital, para obtener interés. Generalmente hace referencia al lapso de tiempo. Es precio del dinero, se percibe como un costo para el deudor los recursos y como un beneficio para el acreedor”. (Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, 2009)

2.01.01.05.01 Tasa Activa

“Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito).”

(Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, 2009)

Tabla 5
Tasa de interés activa

Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento	% Anual	Tasa Activa Máxima para el segmento	% Anual
Productivo Corporativo	7.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.84	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.41	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	7.95	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.79	Comercial Prioritario Corporativo	9.33

Comercial Prioritario Empresarial	9.84	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.05	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.65	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.50	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.48	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.57	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.55	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.66	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.96	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.16	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

En la tabla cinco se observa las tasas de interés que se aplican de manera referencial para cada tipo de crédito aquí se va hacer referencia al microcrédito minorista y acumulación simple donde la tasa referencial es de 27,55% y 24,66% respectivamente.

Se puede evidenciar que ambos segmentos contienen las tasas más altas de todos, generando una desventaja ya que existirán limitaciones para acceder a un crédito. Si la tasa activa sube será un factor negativo para la empresa pero si la tasa activa baja será bueno para el proyecto porque de esta manera se podrá acceder a préstamos bancarios.

2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

“Es el porcentaje que los intermediarios financieros pagan a sus depositantes por captar sus recursos.” (Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, 2009)

Tabla 6
Tasa de interés pasiva

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.85
Plazo 61-90	3.90	Plazo 181-360	5.37
Plazo 91-120	4.86	Plazo 361 y más	6.97

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

En la tabla anterior se indica los porcentajes referentes de interés que las entidades financieras ofrecen a su público en general por mantener su dinero en el banco, para la organización este indicador es muy importante para un futuro ya que se pueden generar ganancias a largo plazo y un porcentaje de dinero se lo puede guardar e invertir en el banco para que genere interés al capital en un transcurso de tiempo a una tasa de interés acorde al riesgo de transacción.

2.01.01.06 Tasa de Riesgo País

“Es un índice que mide el grado de peligro que entraña un país para las inversiones extranjeras, en la determinación de esta prima de riesgo influyen factores económicos, financieros y políticos.” (Aching, 2003)

Tabla 7
Tasa de Riesgo País

Fecha	Puntos
dic-16	647
ene-17	590
feb-17	572
mar-17	666
abr-17	667
may-17	694
jun-17	706
jul-17	673
ago-17	643
sep-17	606
oct-17	563
nov-17	552

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

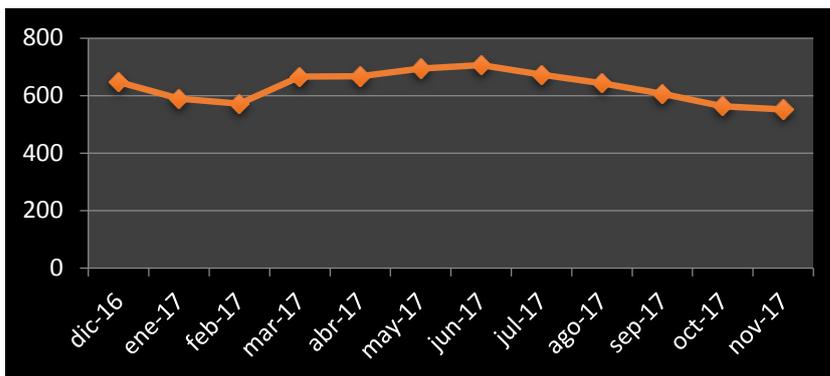


Figura 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Torres

El índice de riesgo país, muestra los puntos de riesgo que tiene un país frente a las inversiones, para poder analizarlos como porcentajes se realiza un pequeño cálculo que se trata de tomar el valor de puntos y dividirlo para 100, donde se obtendrá el resultado convertido en porcentaje. Al encontrarse el índice de riesgo tan alto, habrá un bajo interés de inversión por parte de personas o entidades que deseen invertir en el país, en cambio, si este porcentaje sigue bajando como se observa en el gráfico anterior existe más confianza por parte de los inversores.

2.01.02 Factor Social

“Es la distribución de las personas en diferentes líneas, entre las posiciones sociales que influyen el papel de ellas en sus relaciones.” (Hall, 2003)

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)

Es el conjunto de la población que a partir y hasta la edad que cada Estado fija como límites mínimo y máximo para ingresar y egresar del mundo laboral, se encuentra efectivamente trabajando o está buscando activamente un puesto de trabajo. (Cisneros, 2014)

Tabla 8
Población Económicamente Activa

Período	PEA
2012	6.701.014
2013	6.952.986
2014	7.194.521
2015	7.498.528
2016	7.874.021
2017	8.084.382

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Elaborado por: Andrea Torres

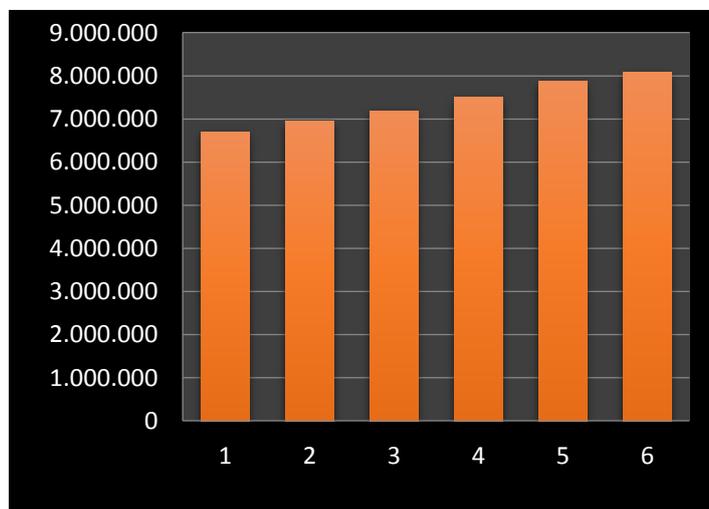


Figura 6 Población Económicamente Activa

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Andrea Torres

Se observa en la figura seis que durante los cinco años anteriores la Población Económicamente Activa se ha ido incrementando de una manera muy notoria según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, esto representa para la organización que a medida que está aumentando la tasa de crecimiento poblacional existen más personas que están laborando a partir de los 15 años de edad, esto para la organización es positivo y beneficioso ya que el hecho que generen ingresos podrán adquirir el servicio de prestación de canchas sintéticas.

2.01.02.02 Empleo

Se considera con empleo a todas las personas que tengan más de una cierta edad especificada y que durante un breve periodo de referencia, tal como una semana o un día, estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías: con un empleo asalariado o con un empleo independiente. (Panigo, 2014)

Tabla 9
Empleo

Años	Cantidad	Porcentajes
2012	6.424.840	95,88%
2013	6.664.241	95,85%
2014	6.921.107	96,20%
2015	7.140.636	95,23%
2016	7.463.579	94,79%
oct-17	7.728.968	95,60%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Andrea Torres

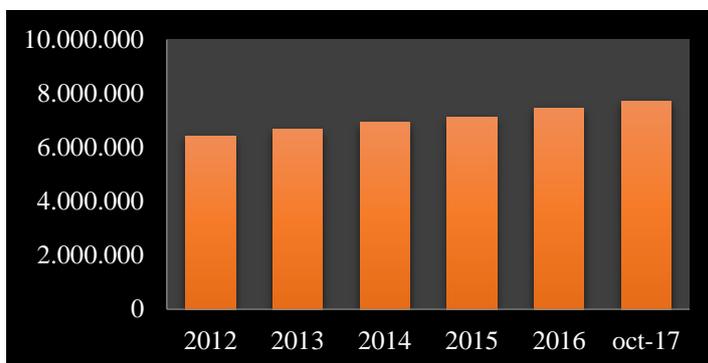


Figura 7 Empleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Andrea Torres

En el gráfico se observa que el empleo ha ido incrementándose durante los cinco últimos años en el Ecuador, donde se puede fijar a las personas que tienen un empleo fijo esto es, que trabajan ocho horas diarias a la semana, que tengan un sueldo fijo y que estén afiliadas al Seguro Social, esto representa al presente proyecto que existen personas con capacidad económica que cubren más allá de sus necesidades básicas como es en actividades de entretenimiento.

2.01.02.03 Desempleo

“Situación en la que se encuentran las personas que, teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sostenidos a una situación de paro forzoso.” (Leider, 2011)

Tabla 10
Desempleo

Años	Cantidad	Porcentajes
2012	276.174	4,12%
2013	288.745	4,15%
2014	273.414	3,80%
2015	357.892	4,77%
2016	410.441	5,21%
oct-17	355.414	4,40%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Andrea Torres

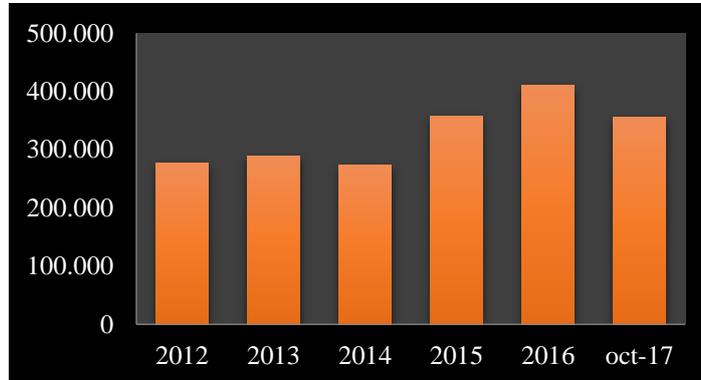


Figura 8 Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Andrea Torres

En el gráfico se puede observar que desde el año 2012 el desempleo ha ido bajando hasta el año 2014, se incrementó hasta el 2016y hasta la presente fecha ha ido disminuyendo, esto puede representar al proyecto una amenaza ya que al estar una persona desempleada no cuenta con ingresos económicos para poder sustentar todas sus necesidades.

2.01.02.04 Subempleo

El término "subempleo" se utiliza para indicar el empleo inadecuado, en relación con normas específicas o empleos alternativos de acuerdo con sus calificaciones, por ejemplo, insuficiencia en el volumen de trabajo ("subempleo visible") o distribución imperfecta de los recursos de mano de obra y subutilización de la capacidad o destrezas de la persona ("subempleo invisible"). (Leider, 2011)

Tabla 11
Subempleo

Años	Cantidad	Porcentajes
2012	603.890	9,01%
2013	809.269	11,64%
2014	925.774	12,87%
2015	1.050.646	14,01%
2016	1.564.825	19,87%
oct-17	1.726.030	21,35%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Andrea Torres

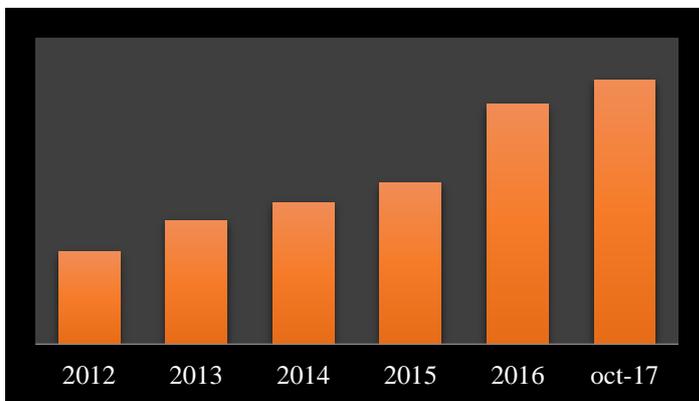


Figura 9 Subempleo

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).
Elaborado por: Andrea Torres

En el gráfico se puede observar que el subempleo durante los últimos cinco años ha ido incrementándose, a esto se suma que hay varios factores donde se puede mencionar que hay personas que tienen un trabajo pero solamente por horas, por jornadas parciales y con salarios mínimos que no cubren el salario mensual dispuesto

por el gobierno, este problema social puede afectar al presente proyecto en que existe personas que puedan sobresalir en gastos como en la alimentación, salud y transporte pero no pueda tener un dinero extra para gastarlo en actividades extra como el deporte, ocio, entre otros.

2.01.03 Factor Legal

Hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país. Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga. (Hernández, 2008)

El proyecto que se va a ejecutar se va a constituir como una persona natural obligada a llevar contabilidad, para lo cual bajo las leyes y normas vigentes que existen en el país se deben cumplir con varios requisitos para la constitución de la misma, estos son:

2.01.03.01 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- Cédula Original del solicitante.
- Papeleta de votación original del solicitante.
- Planilla de algún servicio básico (agua, luz, teléfono).
- Contrato de arrendamiento (de ser el caso).
- Registro del contrato de arriendo ante el inquilinato.
- Formato de registro emitido por el SRI.

Al momento de apertura el RUC, se podrá establecer la razón social del proyecto:

- Razón Social: Andrea Marisol Torres Vacacela.
- Nombre Comercial: SOUTH SOCCER.

2.01.03.02 Patente Municipal

Los requisitos para la obtener la Patente Municipal son los siguientes:

- Formulario de inscripción (descargar de: www.quito.gob.ec), firmado por el contribuyente o representante legal en caso de sociedades.
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación de la última elección del contribuyente o del representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de RUC.
- Copia del Nombramiento del Representante Legal vigente en caso de persona jurídica.
- Copia del RUC del contador.
- Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos.
- Original y Copia o copia certificada del documento que sustente la creación de la Sociedad de acuerdo al tipo de sociedad.
- Copia de una planilla de servicio básico donde ejecuta la actividad económica o contrato de arrendamiento legalizado.

2.01.03.03 LUAE

Los requisitos para la obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas LUAE son las siguientes:

- Solicitud LUAE
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística
- Copia de RUC
- Copia de cédula representante legal
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal
- Autorización del dueño para colocar rotulo si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada.

2.01.03.04 Permiso de Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso de los bomberos el trámite es el siguiente:

- Informe del inspector
- Copia de cedula del propietario
- Copia de la patente municipal
- Copia del RUC
- Original y copia de planilla de algún servicio básico
- Copia de contrato de arriendo (de ser el caso)

2.01.03.05 Habilitación de establecimientos nuevos

Los requisitos son los siguientes:

- Solicitud para permiso de Funcionamiento.
- Certificado de inspección.
- Copia de RUC.
- Copia de cedula y papeleta de votación.

2.01.03.06 Planos arquitectónicos de proyectos nuevos

- Formulario N. 13 “Proyecto Arquitectónico Ordinario LMU 20” normalizado obtenido en la página web del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Copia de Informe de Regulación Metropolitana (IRM) actualizado y todos los requisitos complementarios que este solicita en cada caso.
- La propuesta del proyecto arquitectónico (implantación) se graficará sobre el plano topográfico georreferenciado.
- Copia de la escritura del inmueble inscrita en el Registro de la Propiedad y Certificado de Gravámenes original y actualizado.
- Para iniciar la revisión del proyecto se solicitará un (1) juego de planos y el expediente físico. Para la aprobación del proyecto se solicitarán dos (2) juegos adicionales de planos.
- Un (1) CD en formato Autocad 2004 con los archivos digitales georreferenciado y demás parámetros constante en la Ordenanza Metropolitana que establece los Sistemas de Referencia Espacial y de Geolocalización vigentes, o el que estableciera el órgano competente Municipal; y, que contenga toda la información de la propuesta arquitectónica de conformidad con las especificaciones técnicas constantes en la normativa vigente. Los cuadros de datos deberán incluirse en el CD en hoja de cálculo.
- Copias de cédula y papeleta de votación a color del propietario y profesional. En el caso del profesional adjuntar además Licencia municipal y registro del SENESCYT. Para personas jurídicas, adjuntar el Nombramiento vigente del representante legal.

2.01.04 Factor Tecnológico

Se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas; cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios.

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.

(Melgar, 2011)

El proyecto que se va a implementar si va a necesitar disponer de tecnología no necesariamente que sea de punta o de la más reciente generación sino una tecnología que cubra las necesidades de la organización.

2.02 ENTORNO LOCAL

2.02.01 Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

(Alvarado, 2011)

Tabla 12
Variable de los clientes

Variable	Respuesta
Género	Hombres y mujeres
Edad	18 - 45 años
Clase social	Media - media alta - alta
Nivel de ingresos	Medio - medio alto - alto
Ubicación	Parroquia Guamaní
Frecuencia de consumo	Medio - medio alto - alto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

Tabla 13
Clientes

Clientes	Dirección
Unidad Educativa "Nueva Aurora"	Av. Quitumbe Ñan junto a la Iglesia de la Nueva Aurora.
Colegio Ricardo Cornejo	Av. Pedro Vicente Maldonado entre Río Congo y Río Caoni.
Colegio Vida Nueva	Av. Maldonado y 4ta Transversal, Diagonal al Terminal Sur del Ecovía.
G4S Guamaní	Av. Principal La Perla D52-136 y Quinta Trasversal, lote -Oe2H.
IMETAN	Calle Pedro Quiñones y Río Saloya. S51-17, Barrio San José de Guamaní.
TRAIMCOBSA	Río Congo E1-49 y Av. Maldonado, Edificio San Luis – Guamaní.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.02.02 Proveedores

“Persona o empresa que suministra los bienes y servicios necesarios para el proceso productivo de otra empresa, o las mercancías que ésta necesita para realizar su actividad comercial.” (Alvarado, 2006)

Tabla 14
Proveedores

Proveedor	Insumo	Dirección
ECOGARDEN	Césped sintético	Calle De Los Naranjos N44-353
MEGASPORT	Implementos deportivos, mallas de protección, arcos	Asunción OE3-121 y América
CITYFUN	Esfera	Av. Maldonado y Julio Andrade
Ferretería Cifuentes	Reflectores	Quitumbe Ñan y Tipanluisa
Bodega Lolita's	Bebidas energizantes, golosinas, bocaditos	Av. Maldonado y Julio Andrade
Almacenes Barato	Equipos de computación	Av. Maldonado y Julio Andrade

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.02.03 Competidores

“Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa, también se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros.” (Arias, 2010)

Tabla 15
Competencia

Principales Ofertantes
Olímpico Sur
La Chilenita
Soker Line
La Bombonerita

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Andrea Torres

Como se puede observar, existen dos canchas sintéticas que son Olímpico Sur y La Chilenita en el Sur de la ciudad pero no existe ninguna empresa u organización que se dedique a este tipo de negocio en Guamaní, lo cual es una ventaja para la creación de la cancha sintética en dicho sector.

2.03 ANÁLISIS FACTORES EXTERNOS

Tabla 16
Matriz Oportunidades - Amenazas

Oportunidades	Amenazas
Mercado actualmente mal atendido.	Cambios en la legislación.
Fuerte poder adquisitivo del segmento meta.	Aumento de precios en los productos complementarios para la venta.
Necesidad del servicio.	Productos sustitutos.
Fácil acceso de productos complementarios para la venta.	
Cumplimiento con las normas y leyes de funcionamiento.	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

Para el presente proyecto se consideran oportunidades aquellos elementos mediante los cuales la organización o negocio puede crecer, tener éxito y de esta manera lograr con la rentabilidad deseada al inicio por el inversionista.

Estos son un mercado actualmente mal atendido es decir, que al existir empresas que se dedican a la prestación de servicios de alquiler de canchas sintéticas no prestan todos los servicios necesarios para la buena satisfacción de los clientes, otro factor es el fuerte poder adquisitivo del segmento meta esto es, que por medio de las encuestas se concluyó que existe una gran necesidad del servicio en dicho sector.

De la misma forma se consideran amenazas aquellos factores que enfrenta la organización como cambios en la legislación es decir, que el negocio se ve afectado por la decisiones tomadas por el gobierno, otro factor son los productos sustitutos ya que existe la probabilidad que hayan personas que no tengan dinero para este tipo de actividades y prefieran ir a otros lugar que ofrecen la misma satisfacción.

Es muy importante conocer los retos que la empresa va a afrontar ya que estos permitirán tomar buenas decisiones para el buen desenvolvimiento de la misma en el mercado.

2.04 PROPUESTA ESTRATÉGICA

Es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios. (Armijos, 2009)

2.04.01 Misión

Ofrecer a los habitantes de los distintos sectores de Quito, un servicio de alquiler de canchas de césped sintético para que practiquen el fútbol y bubble soccer de excelente calidad con modernas y seguras instalaciones.

2.04.02 Visión

Llegar a ser para el 2023 un complejo deportivo referente en el esparcimiento físico.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

Brindar servicios de alquiler de canchas sintéticas de calidad, cubriendo así las necesidades de los clientes para generar rentabilidad a mediano y largo plazo, manteniendo así equilibrio con la responsabilidad social.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar constantemente estudios de mercado que permitan conocer las tendencias de los clientes.
- Determinar la oferta y demanda del servicio.
- Mantener buenas relaciones con los proveedores de los servicios que ofrece la empresa.
- Implementar programas deportivos que motiven a la comunidad a practicar actividades sanas.

2.04.04 Principios y Valores

Principios

- **Mejoramiento Continuo:** Mejorar los procesos para de esta manera brindar una mejor atención a los clientes.
- **Cumplir con las normas y leyes vigentes:** Para la organización es primordial estar al día con las leyes o normativas impuestas por el gobierno de esta manera se brinda un servicio de transparencia con el correcto funcionamiento de la organización.
- **Trabajo en equipo:** La cooperación es indispensable para que aumente el rendimiento de cada uno de los empleados de la organización.

Valores

- **Honestidad:** Es importante ser honestos con los altos mandos y el personal operativo, esto fomenta un sano crecimiento de los trabajadores en la empresa y de las buenas relaciones laborales.
- **Igualdad:** Una de las acciones más importantes para llegar al cliente de manera recíproca sin distinción y ofreciendo un trato justo a las personas.
- **Solidaridad:** Se ofrecerá programas fidelización con el fin de brindar beneficios a los clientes.

2.04.05 Gestión Administrativa

La gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el

desempeño de ciertas labores esenciales como son planeación, organización, dirección y control. (Anzola, 2002)

La gestión administrativa es muy importante porque permite establecer la estructura básica de la empresa, de esta manera se determina las áreas de la organización y quienes van hacer la personas altamente calificadas y que cumplan con la expectativa de la empresa.

2.04.05.01 Organigrama Administrativo

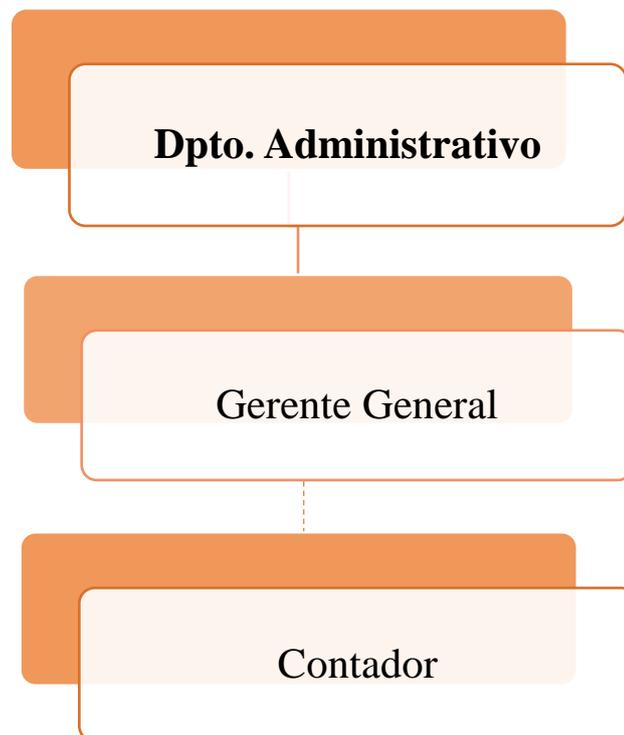


Figura 10 Organigrama Administrativo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.04.05.02 Manual de funciones del Gerente General

Tabla 17
Funciones del Gerente General

Cargo	Gerente General
Requisitos	-Título de Tecnología en Banca y Finanzas o a fines. -Género: Indistinto -Edad: 25 a 30 años
Competencias requeridas	-Liderazgo -Trabajo en equipo -Pensamiento estratégico -Comunicación
Funciones	-Manejo de presupuestos. -Contrato de personal. -Manejo de proveedores. -Supervisar a que las demás áreas del negocio cumplan con sus respectivas funciones.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Andrea Torres

2.04.05.03 Manual de funciones del contador

Tabla 18
Funciones del Contador

Cargo	Contador
Requisitos	-Ingeniero en Contabilidad y Auditoría. -Género: Indistinto -Edad: 25 a 30 años -Experiencia: 2 años en cargos similares
Competencias requeridas	-Honestidad -Ética profesional -Capacidad analítica -Organización
Funciones	-Llevar la contabilidad. -Declaración de impuestos. -Elaborar roles de pagos de trabajadores. -Presentar Estados Financieros.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Andrea Torres

2.04.06 Gestión Operativa

Es un cruce de funciones básicas y de apoyo mediante los cuales la empresa genera valor que el cliente está dispuesto a pagar. La diferencia entre valor que el cliente está dispuesto a pagar y los costos que la empresa implica producirlos representa el margen o ganancia que esta puede obtener de sus actividades. (Da Silva, 2002)

La gestión operativa es de suma importancia para la empresa ya que constituye el conjunto de actividades, recursos y procesos para el buen servicio de la cancha sintética, esta área está compuesta por el personal de mantenimiento y de seguridad.

2.04.06.01 Organigrama de Operación



Figura 1 Organigrama de Operación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.04.06.02 Manual de funciones del personal de mantenimiento

Tabla 19
Funciones Personal de Mantenimiento

Cargo	Personal de mantenimiento
Requisitos	-Bachiller -Género: Indistinto -Edad: 20 a 30 años -Experiencia: 6 meses
Competencias requeridas	-Responsable -Organización -Puntualidad -Honestidad
Funciones	-Limpieza. -Mantenimiento del césped artificial. -Mantenimiento de instalaciones.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.04.06.03 Manual de funciones del personal de seguridad

Tabla 20
Funciones personal de seguridad

Cargo	Personal de seguridad
Requisitos	-Bachiller -Género: Indistinto -Edad: 20 a 30 años -Experiencia: un año
Competencias requeridas	-Responsable -Puntualidad -Honestidad -Manejo de conflictos -Comunicación
Funciones	-Vigilar y proteger los bienes materiales tanto de la empresa como de los clientes. -Proteger a las personas. -Planificación y asesoramiento. -Colaborar con la administración.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.04.07 Gestión Comercial

La gestión comercial es un término relacionado a la mercadotecnia o marketing, es decir, te proporciona las técnicas de cómo promover un producto o servicio ofrecido por una pyme. Ofrece todas las herramientas necesarias para administrar y gestionar adecuadamente las principales actividades comerciales de la organización en mercados cada vez más competitivos. (Herrera, 2001)

La gestión comercial en la empresa es muy importante ya que por medio de mecanismos de marketing se dará a conocer el servicio de alquiler de canchas sintéticas a los clientes satisfaciendo así sus necesidades y de esta forma conseguir los propósitos de la organización.

2.04.07.01 Organigrama Comercial

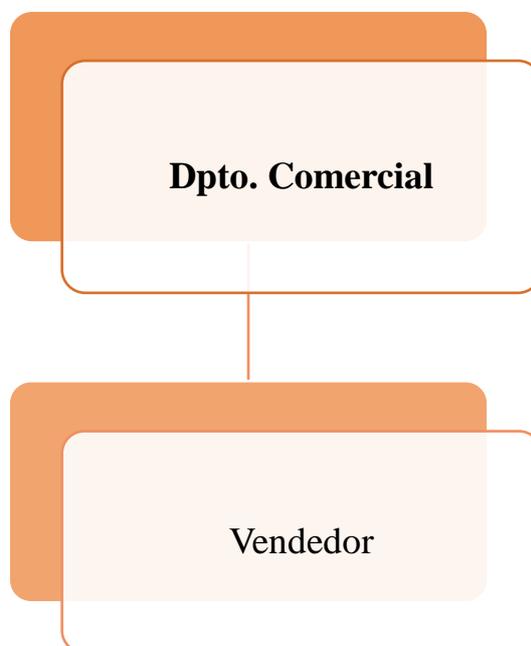


Figura 12 Organigrama Comercial

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.04.07.02 Manual de funciones del vendedor

Tabla 21
Funciones del vendedor

Cargo	Vendedor
Requisitos	-Bachiller -Género: Indistinto -Edad: 20 a 30 años -Experiencia: un año
Competencias requeridas	-Puntualidad -Buena presencia -Proactiva -Poseer empatía -Orientación al servicio -Habilidad de captar clientes
Funciones	-Reservación de cancha vía telefónica o presencial. -Entregar los implementos necesarios para los partidos de fútbol. -Cuadrar campeonatos. -Facturación

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

2.04.08 Marketing MIX

- **Producto**

“Es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.” (Philip & Keller, 2006)

Es un servicio que consiste en el alquiler de cachas sintéticas de fútbol y bubble soccer al sur de Quito en la Parroquia de Guamaní, también tendrá servicios de camerino para que los clientes no pierdan sus pertenencia u objetos de valor, bar para que los clientes puedan degustar de diferentes aperitivos y parqueadero para las personas que tengan vehículo y motocicleta.

Para el desarrollo eficiente y eficaz del servicio se trabajará con personal capacitado con el fin de ofrecer una buena atención al cliente y las instalaciones estarán equipadas con accesorios e implementos de excelente calidad pensando siempre en la satisfacción del cliente.

Además del servicio de alquiler de la cancha, se realizarán campeonatos de fútbol donde los clientes podrán realizarlos bajo previa inscripción dando un premio al ganador.

- **Nombre Comercial**

“SOUTH SOCCER”

El nombre comercial es el nombre o identificación que se le asigna a una empresa u organización para que se diferencie del resto.

- **Logo**

Es el diseño que sirve para identificar los productos o servicios de una empresa de esta manera se diferencian de su competencia.



Figura 13 Logo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

- **Slogan**

Vivir para jugar, jugar para ganar.

Figura 14 Slogan

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

El logo empresarial que se eligió para el futuro negocio son dos palabras en inglés que es “SOUTH SOCCER” en español significa Fútbol Sur, a esto se le añadió un diseño de un balón de fútbol que simboliza directamente el servicio que se va a ofrecer con cinco estrellas que significa es una cancha de élite y el reflejo de una ciudad.

Los expertos han demostrado que cada color tiene una identidad propia y que produce sensaciones en las personas que lo están observando, para esto se prefirió los siguientes colores que son el amarillo que significa energía, felicidad y diversión, el negro que es elegancia y poder, finalmente un toque de color rojo que representa la pasión, amor y fuerza. El slogan que irá junto con el logo es “Vivir para jugar, jugar para ganar” que significa el amor, sentimiento y pasión por parte de los clientes que van a practicar este deporte.

- **Precio**

“El precio corresponde al valor monetario (en Moneda) asignado a un bien o servicio que representa elementos como trabajo, Materia prima, esfuerzo, atención, tiempo, utilidad, etc.” (Hurtado, 2015)

Existen varias metodologías de precio con el que se va a manejar los principales prestación de servicios que ofrece el negocio los cuales son los siguientes:

El precio sombra es el precio que hace referencia a un bien o servicios con respecto a su competencia y de esta manera ubicar un precio que el mercado está dispuesto a pagar, en cambio el precio costeo es cuando se fija un precio donde representa lo que costó producir un producto o servicio añadiendo a este un porcentaje de ganancia o utilidad.

Para el presente proyecto se utilizará las dos metodologías ya que como proyecto nuevo se debe estudiar a la competencia y se pondrá precios sombra de acuerdo a esta, al igual que el precio costeo porque se debe analizar todos los costos que generaría al implementar un servicio de alquiler de canchas sintéticas y bubble soccer en dicho sector.

- **Promoción**

“Es uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información.” (Thompson, 2005)

Para que la empresa se dé a conocer se usarán diferentes métodos de comercialización tales como:

- **Volantes:** Se repartirá hojas volantes dando a conocer la empresa, los contactos y las diferentes promociones y descuentos.
- **Tarjetas de presentación:** La distribución de las tarjetas será con el fin de dar a conocer una información breve al cliente de los servicios que ofrece South Soccer como también su logo, dirección, contactos, correo electrónico.

- **Redes sociales:** Se creará una página de Facebook, con el fin de invitar a las personas a conocer la empresa y los diferentes servicios que existe en ella, esto se realizará con publicidad pagada.
- **Gigantografías:** Por este medio se ofrecerá el servicio, este será colocado fuera del establecimiento y también será instalado en lugares estratégicos para captar y llamar la atención del cliente.
- **Eventos deportivos:** Se promocionará la marca asistiendo a la inauguración y clausura de campeonatos deportivos de ligas barriales con el fin de ofrecer descuentos a los deportistas campeones en sus diferentes categorías.
- **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. (Aguilar, 2013)

La plaza es el lugar en donde va a estar ubicado el nuevo proyecto que va hacer en la Parroquia de Guamaní al Sur de Quito, se ha escogido este lugar porque en aquel sector no existen servicios de alquiler de cancha sintética.

Los canales de distribución que la empresa utilizará para llegar a los clientes es de manera directa, es decir, no se utilizará intermediarios sino que la venta se realiza de vendedor a cliente, de esta forma no se tendrá que pagar valores adicionales a distribuidores o intermediarios dando así la rentabilidad deseada por el inversionista.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.01 Análisis del Consumidor

“Entender el proceso de toma de decisiones de compra del consumidor y aplicar las variables internas y externas relacionadas con el comportamiento de compra del consumidor, que le permita desarrollar las mejores acciones mercadológicas”.

(Chávez, 2004)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

3.01.01.01 Población

Es el conjunto de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en lugares en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionar la población bajo estudio. (Suárez, 2011)

Tabla 22
Población Guamaní

Segmento	Población
Ecuador	16776977
Sierra	7504942
Pichincha	3059971
Quito	2644145
Guamaní	68417
Segmentación	50115

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Según los datos que se obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en la parroquia de Guamaní actualmente existen 68.417 habitantes, se tomó como población segmentada a hombres y mujeres de 18 a 45 años de edad dando un valor de 50115 habitantes a quienes se aplicará la encuesta para de esta forma conocer los gustos y preferencias del servicio de los futuros clientes.

3.01.01.02 Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros elementos. La muestra es una parte representativa de la población. (Pineda, 1994)

El tamaño de la muestra obtenida es mayor a 30.000 habitantes por lo cual se procede a realizar la siguiente fórmula:

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

Donde:

N= población

n= tamaño de la muestra

p= probabilidad de éxito = 50% esto es, 0.5

q= probabilidad de fracaso= 50% esto es, 0.5

e= error en la proporción de la muestra= 5% esto es, 0.05

Z= nivel de confianza= 95% esto es, 1.96

Reemplazando:

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 50115}{(50115-1)0,05^2 + 0,5 * 0,5 * 1,96^2}$$

$$n = 365$$

El resultado de la muestra es de 365 encuestas que se realizarán a hombres y mujeres de 18 a 45 años de edad en la Parroquia de Guamaní.

3.01.02 Técnicas de obtención de la información

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada. (García, 2010).

El primer paso de una investigación de mercado es analizar con profundidad la situación de partida de la empresa o negocio que se desea implementar y del mercado al cual va a pertenecer, por tal razón es importante estudiar profundamente la necesidad de la población para de tal manera determinar la información necesaria.

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta es definida como una estrategia de investigación que recoge información sobre una muestra de la población estudiada mediante preguntas, cuyas respuestas constituyen los datos que serán analizados con el propósito de

producir estadísticos, esto es, descripciones cuantitativas de algunos aspectos de dicha población. (Arnau, 1990)

3.01.02.02 Entrevista

“Es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales.” (Tamayo, 2004)

3.01.02.03 Observación

Es la más común en las técnicas de investigación; la observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos, es decir, es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación. (Tamayo, 2004)

Al analizar, se puede decir que existe varias maneras para recolectar datos como son las encuestas, entrevista y fichas de observación, para el presente proyecto se procede a recolectar datos por medio de la encuesta, la misma que se muestra en el ANEXO 1.

3.01.03 Análisis de la información

Pregunta N°1. Género

Tabla 23
Género

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Masculino	198	54%
Femenino	167	46%
Total	365	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

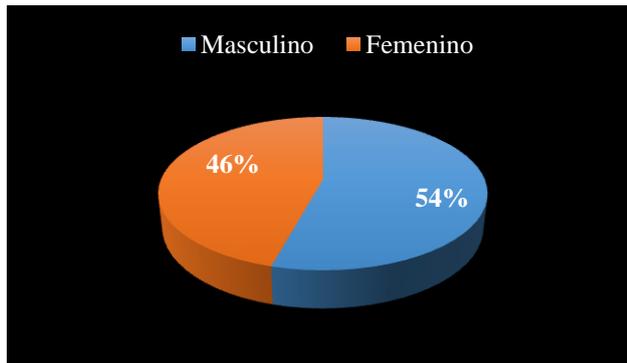


Figura 15 Género

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Como se observa en el gráfico, la encuesta se realiza a un total de 365 personas de la cuales, la mayoría pertenece al género masculino con un valor de 198 hombres, esto representa el 54% y el género femenino con un valor de 167 mujeres que representa el 46%, sumando estos dos porcentajes da el 100% del total de las encuestas realizadas.

Pregunta N° 2. ¿Practica fútbol?

Tabla 24
Practica Fútbol

ALTERNATIVA	RESPUESTA	FRECUENCIA
Si	318	87%
No	47	13%
Total	365	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

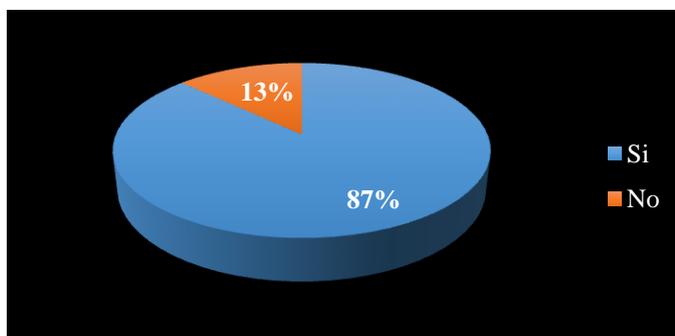


Figura 16 Práctica fútbol

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La segunda pregunta se realiza para conocer si las personas practican fútbol donde se obtienen como resultado positivo el 87% de personas encuestadas que si practican, en cambio el 13% no practican esta actividad deportiva.

Pregunta N° 3. ¿Con qué frecuencia usted practica fútbol?

Tabla 25
Frecuencia de consumo

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Diario	67	21%
Semanal	153	48%
Quincenal	82	26%
Mensual	16	5%
Total	318	100%
N/A	47	-
Total	365	-

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

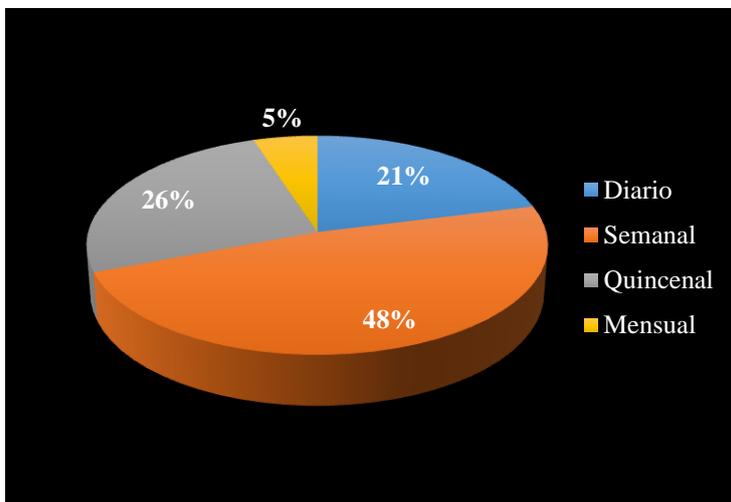


Figura 17 Frecuencia de consumo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La tercera pregunta es para conocer con qué frecuencia las personas encuestadas practican esta actividad deportiva, se obtiene como resultado que la mayoría esto representa el 48% de personas practican semanalmente este deporte, seguido con un

26% que practican de manera quincenal, después con el 21% de forma diaria y finalmente con el 5% que lo practica de forma mensual.

Pregunta N° 4. ¿En qué lugares practica usted este deporte?

Tabla 26
Frecuencia de lugar

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Cancha de cemento	23	7%
Cancha de césped natural	67	21%
Cancha de tierra	103	32%
Cancha de césped sintético	125	39%
Total	318	100%
N/A	47	-
Total	365	-

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

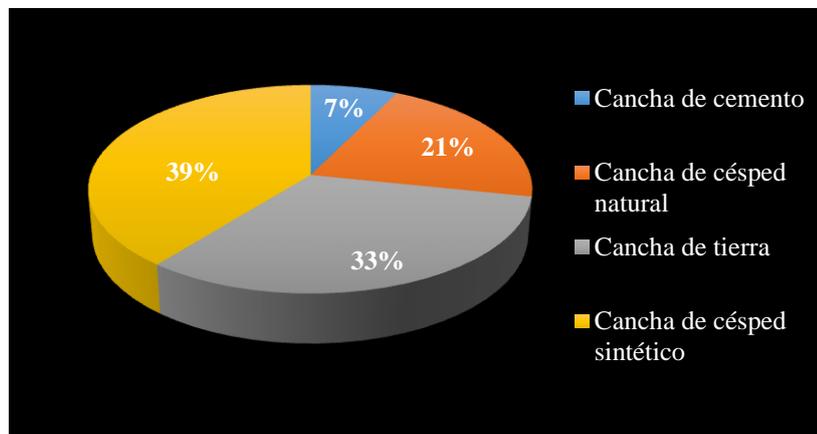


Figura 18 Frecuencia de lugar

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La pregunta cuatro se realiza con el fin de saber en qué lugares practican las personas encuestadas el fútbol donde se obtiene como resultado mayor el 39% que practican en cancha de césped sintético, seguido el 33% en canchas de tierra, el 21% en cancha de césped natural y finalmente el 7% que practican el fútbol en cancha de cemento.

Pregunta N° 5. ¿Cuánto dinero usted destina para practicar este deporte?

Tabla 27
Gasto promedio

ALTERNATIVA	RESPUESTA	FRECUENCIA
\$5,00 - \$15,00	93	29%
\$15,01 - \$25,00	157	49%
\$25,01 - \$35,00	43	14%
\$35 en adelante	25	8%
Total	318	100%
N/A	47	-
Total	365	-

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

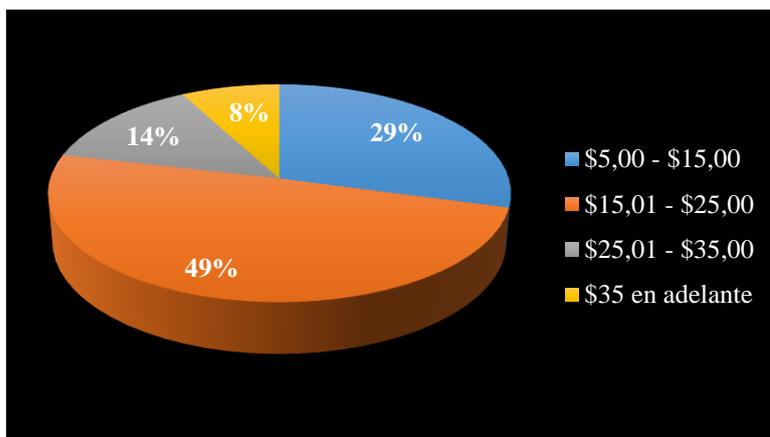


Figura 19 Gasto promedio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Esta pregunta de la aceptación del precio al igual que las otras es muy importante ya que aquí se determinará un gasto promedio para la prestación de servicios del nuevo proyecto, donde se obtiene como resultado que la mayoría destina de \$15,01 a \$25,00 dólares esto representa el 49% de personas encuestadas, seguido de un 29% con un valor entre \$5,00 a \$15,00 dólares, después con un gasto menos apreciado de \$25,01 a \$35,00 dólares esto es 14% de las personas y finalmente el 8% con un gasto de \$35,00 en adelante.

Pregunta N° 6. ¿Usted está satisfecho con los servicios prestados en otros establecimientos?

Tabla 28
Satisfacción del servicio

Alternativa	Respuesta	Frecuencia
Si	143	45%
No	175	55%
Total	318	100%
N/A	47	-
Total	365	-

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

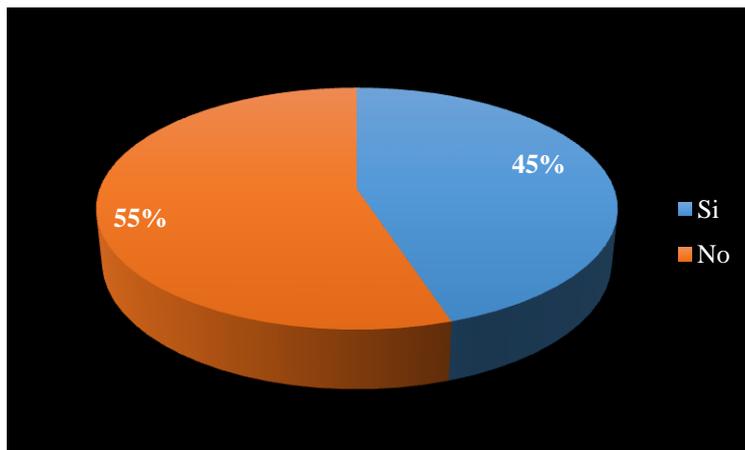


Figura 20 Satisfacción del servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La pregunta seis se realiza con el fin de saber cuál es el grado de satisfacción de los clientes por los servicios prestados en otros establecimientos, donde se da como resultado que la mayoría no está satisfecha con dichos servicios prestados en otros establecimientos esto es el 55% de personas encuestadas y el 45% que si está satisfecha con dichos servicios.

Pregunta N° 7. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una cancha sintética de fútbol con servicios complementarios donde también se practique otro deporte como el Bubble Soccer (fútbol burbuja)?

Tabla 29
Aceptación del servicio

ALTERNATIVA	RESPUESTA	FRECUENCIA
Si	336	92%
No	29	8%
Total	365	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

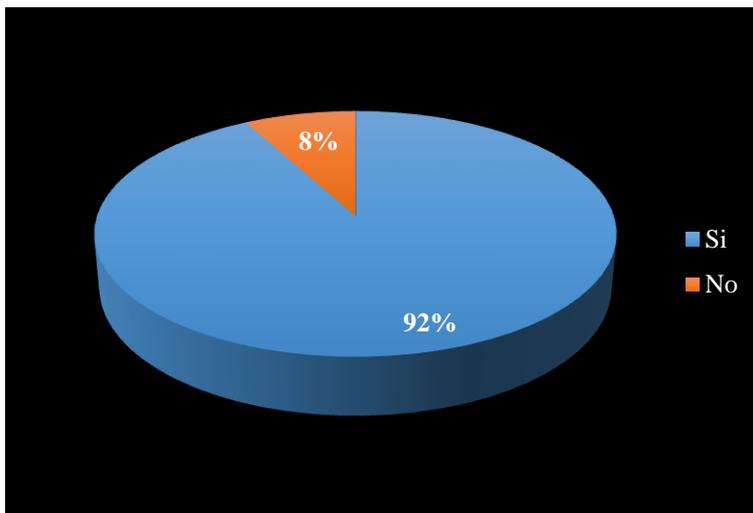


Figura 21 Aceptación del servicio

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

La pregunta número siete se realiza para saber si las personas que se encuestaron están de acuerdo con la implementación de una cancha sintética de fútbol y bubble soccer, aquí se mide el grado de aceptación del servicio donde da como resultado positivo el 92% de personas encuestadas y un valor negativo del 8%.

Pregunta N° 8. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría practicar?

Tabla 30
Preferencia del servicio

ALTERNATIVA	RESPUESTA	FRECUENCIA
Fútbol	195	58%
Bubble Soccer	141	42%
Total	336	100%
N/A	29	
Total	365	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

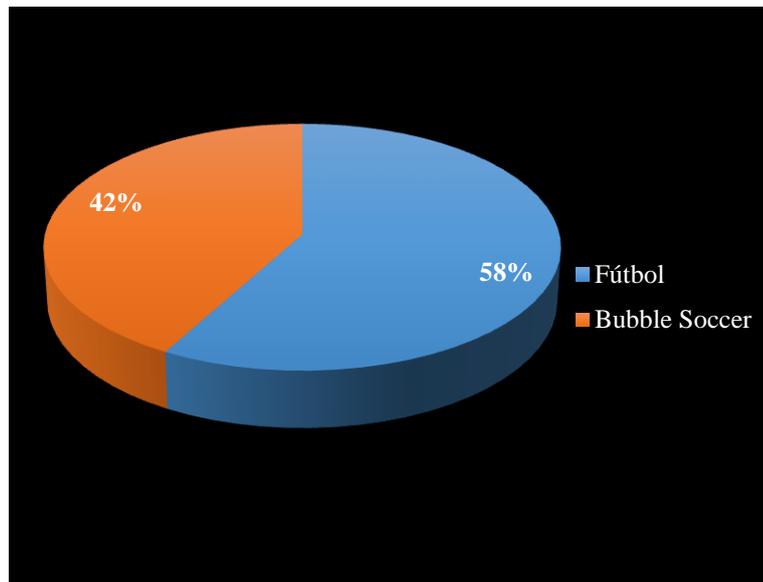


Figura 22 Preferencia del servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Esta pregunta se realiza con el fin de saber cuál de los servicios que va a ofrecer la empresa va hacer el deporte que más les gustaría a los clientes practicar en la cancha de césped sintético donde, se obtuvo como resultado que la mayoría con el 58% les gustaría jugar fútbol y el 42% en cambio les gustaría practicar el bubble soccer.

Pregunta N° 9. ¿Qué servicios le gustaría recibir en dicha implementación de cancha sintética?

Tabla 31
Servicios adicionales

ALTERNATIVA	RESPUESTA	FRECUENCIA
Servicios de bar	110	33%
Camerinos	102	30%
Parqueadero	124	37%
Total	336	100%
N/A	29	-
Total	365	-

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

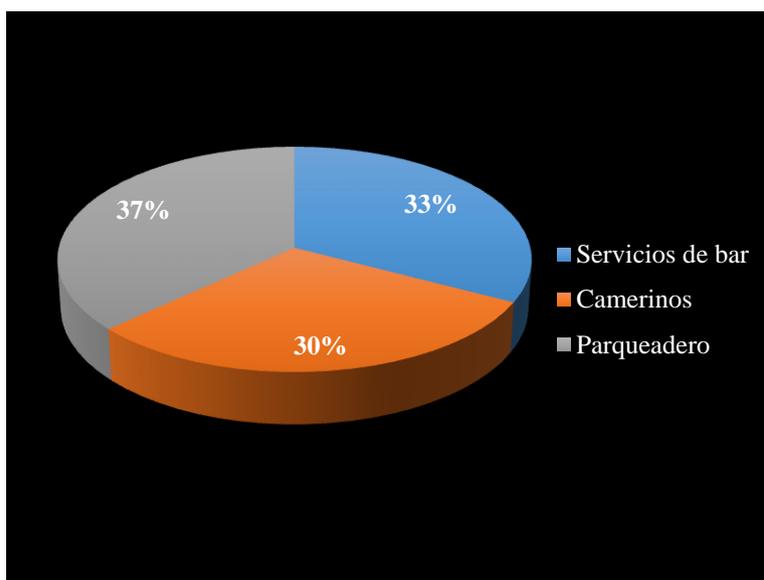


Figura 23 Servicios adicionales
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

Esta pregunta es realizada para saber qué servicios adicionales les gustaría a los futuros clientes dando como resultado que la mayoría desea servicio de parqueadero donde representa el 37%, seguido con un 30% que apetecen también servicios de bar y finalmente un 30% que desean servicios de camerinos.

Pregunta N° 10 ¿A través de qué medios le desearía recibir información?

Tabla 32
Medios publicitarios

ALTERNATIVA	RESPUESTA	FRECUENCIA
Redes sociales	126	38%
Volantes	83	25%
Tarjetas de presentación	98	29%
Periódico	29	9%
Total	336	100%
N/A	29	-
Total	365	-

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

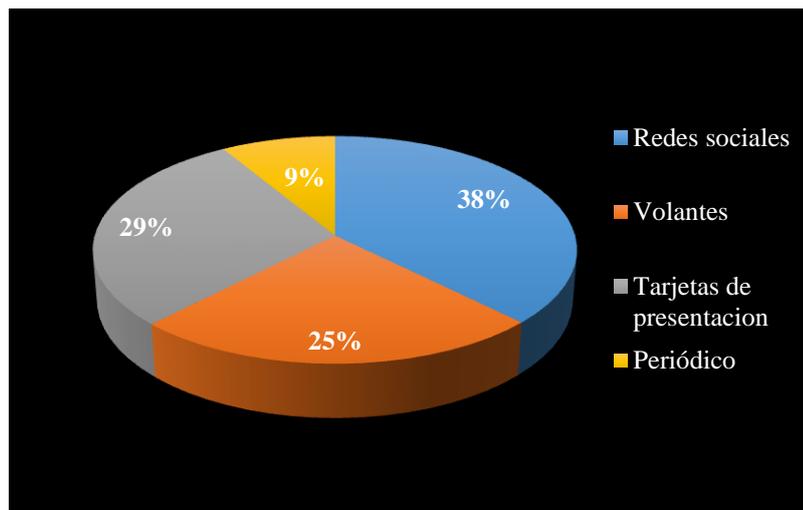


Figura 24 Medios publicitarios

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La última pregunta está designada para saber en qué medios les gustaría a los clientes recibir información acerca de los servicios que prestará el nuevo proyecto, donde se dio como resultado final que el 37% de las personas encuestadas desea mediante redes sociales, el 29% en tarjetas de presentación, el 25% en hojas volantes y el 9% mediante el periódico.

3.02 OFERTA

“Es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (Baca, 2010, pág. 41)

3.02.01 Oferta histórica

Se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto. (Orjuela, 2002)

Tabla 33
Oferta Histórica

Año	Demanda Histórica	Factor	Oferta Histórica
2017	1154202	45%	519028
2016	1084776	45%	487808
2015	1019527	45%	458466
2014	958202	45%	430889
2013	900565	45%	404971
2012	846396	45%	380612

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Lo que se pretende obtener con la oferta histórica, es ver los cambios que ha tenido la misma a través del tiempo pasado en el mercado, teniendo en cuenta varios factores relacionados directamente con el servicio.

3.02.02 Oferta Actual

“Analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta.” (Orjuela, 2002)

Tabla 34
Oferta Actual

Detalle	Valores
Demanda actual	1154202
Porcentaje de aceptación competencia	45%
Oferta actual	519028

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

La oferta actual muestra la cantidad de bienes y servicios que ofrecen los eferentes en tiempo real, aquí es necesario conocer varios factores como son cualitativos y cuantitativos que influyen en la oferta.

3.02.03 Oferta proyectada

“El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto.” (Orjuela, 2002)

Tabla 35
Oferta Proyectada

Año	Demanda Actual	Factor	Oferta Proyectada
2019	1228071	45%	552246
2020	1306667	45%	587589
2021	1390294	45%	625195
2022	1479273	45%	665208
2023	1573946	45%	707781

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

La oferta proyecta muestra el crecimiento de los bienes y servicios que estarán en el mercado en un futuro proyectado a cinco años con el factor del porcentaje de aceptación de la competencia en relación al alquiler de canchas sintéticas.

3.03 PRODUCTOS SUSTITUTOS

El producto sustituto según el diccionario de Marketing (1997) “Es el que hace que entre en competencia directa con el producto al que se le presenta como sustitutivo, ya que cumple la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad en el consumidor.”

Los productos sustitutos son aquellos que cumplen la misma función y necesidad dentro del mercado, para el siguiente proyecto se han detectado a continuación los siguientes productos sustitutos:

- Fútbol en cancha de tierra
- Fútbol en césped natural
- Fútbol en cancha de cemento
- Cancha de Básquet
- Cancha de Vóley

3.04 DEMANDA

“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca, 2010, pág. 15)

3.04.01 Demanda histórica

“La determinación del comportamiento histórico de la demanda, permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados.” (Orjuela, 2002)

Tabla 36
Demanda Histórica

Año	Crecimiento Poblacional	Demanda
2017	-	1154202
2016	1,064	1084776
2015	1,064	1019527
2014	1,064	958202
2013	1,064	900565
2012	1,064	846396

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Lo que se pretende obtener con la demanda histórica, es ver los cambios que ha tenido la misma a través del tiempo pasado en el mercado, teniendo en cuenta varios factores relacionados directamente con el servicio.

3.04.02 Demanda actual

Se realiza con el objetivo de determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Es decir, determinar la posibilidad de capturar una parte del mercado objetivo y ganar una participación en éste, que nos garantice el éxito de seguir adelante con el proyecto. (Orjuela, 2002)

Tabla 37
Demanda Actual

Detalle	Datos
<u>Aceptación Del Proyecto</u>	
Población Total	50115
Muestra Según Fórmula Apropriada	365
Porcentaje De Aceptación Servicio	92%
Aceptación Del Proyecto	46133
<u>Frecuencia De Compra</u>	
Aceptación Del Proyecto	46133
Porcentaje De Mayor Frecuencia	48%
Tiempo De Frecuencia	52
Frecuencia De Compra	1154202
<u>Promedio Gasto Por Servicio</u>	
Frecuencia De Compra	1154202
Gasto Promedio	20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La demanda actual muestra el consumo total del servicio por parte de los consumidores actuales o potenciales en un determinado momento o tiempo real que están dispuestos a adquirir los servicios de alquiler de canchas sintéticas.

3.04.03 Demanda proyectada

“Es el procedimiento más importante para tomar decisiones en todo tipo de proyecto, ya que, lo que se trata de predecir son las posibles cantidades que los consumidores estarán dispuestos a adquirir del bien o servicio proyectado.” (Orjuela, 2002)

Tabla 38
Demanda Proyectada

Año	Demanda Actual “Q”	Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada “Q”
2018	1154202	1,064	1228071
2019	1228071	1,064	1306667
2020	1306667	1,064	1390294
2021	1390294	1,064	1479273
2022	1479273	1,064	1573946
2023	1573946	1,064	1674679

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La demanda proyecta muestra el crecimiento del mercado con el transcurso de los años, donde se ha proyectado para cinco años en base al crecimiento poblacional, mismo que fue proporcionado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

3.05 BALANCE OFERTA Y DEMANDA

A partir de la Oferta y la demanda se puede establecer el déficit del servicio y así obtener metas que se proponen. Corresponde a la diferencia entre la demanda y la oferta proyectada ante el escenario optimista que implica una mejora a través de la Oferta optimizada. (Ramos, 2003)

3.05.01 Balance actual

El balance actual de la oferta y demanda indica la demanda insatisfecha, ya que la demanda es mayor a la oferta, esto quiere decir, que aquella demanda no ha sido cubierta por los actuales oferentes.

Tabla 39
Balance Actual

Periodo	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha Actual
2018	1154202	519028	635174

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

3.05.02 Balance proyectado

El balance proyectado se obtuvo a través de las proyecciones de la oferta y demanda anteriores, donde se realizó una operación de resta es decir, se restó la demanda menos la oferta proyectada dando como resultado la demanda insatisfecha proyecta a cinco años.

Tabla 40
Balance Proyectado

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2019	1228071	552246	675825
2020	1306667	587589	719078
2021	1390294	625195	765099
2022	1479273	665208	814065
2023	1573946	707781	866165

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

Para el presente proyecto al calcular la demanda insatisfecha proyectada, muestra que este negocio es una oportunidad ya que esto ayudará a que como empresa se siga innovando en cada servicio que se ofrezca para de esta manera cubrir la mayor porción de la demanda insatisfecha que se muestra en el mercado proyectado.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

“Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.” (Baca, 2010. Pág. 75)

4.01.01 Capacidad instalada

“La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección puede lograr durante un periodo de tiempo determinado.” (Núñez, 2012)

Tabla 41
Capacidad Instalada

Descripción	Fútbol	Bubble Soccer
Capacidad diaria	14	10
Capacidad semanal	70	50
Capacidad mensual	280	200
Capacidad anual	3360	2400

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

4.01.02 Capacidad óptima

La capacidad óptima es el espacio físico que es indispensable para la producción de un bien o un servicio de acuerdo con la naturaleza del negocio, por tanto, se

puede considerar como un estudio que genera conciencia de las limitaciones en cuanto al espacio físico. (Carmona, 1999)

Tabla 42
Capacidad Optima

Descripción	Fútbol	Bubble Soccer	Total
Capacidad diaria	5	3	8
Capacidad semanal	23	17	40
Capacidad mensual	93	67	160
Capacidad anual	1114	806	1920

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

4.02 LOCALIZACIÓN

4.02.01 Macro – Localización

Es la localización general del proyecto, es decir, la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Escorza, 2014)

La Macro – localización del presente proyecto se describe de la siguiente manera:

Tabla 43
Macro – localización

Lugar	Macro-Localización
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Parroquia	Guamaní

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

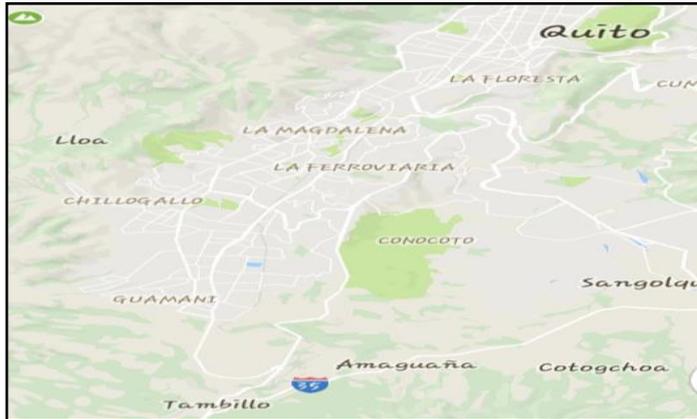


Figura 25 Macro- localización
Fuente: Google maps
Elaborado por: Andrea Torres

4.02.02 Micro – Localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va a elegir el punto preciso dentro la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

(Sánchez, 2014)

El negocio estará ubicado en la Parroquia Guamaní, en la ciudadela Nueva Aurora en las calles Quitumbe Ñan y Jorge Toledo.



Figura 26 Micro- localización
Fuente: Google maps
Elaborado por: Andrea Torres

4.02.03 Localización Óptima

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).” (Baca, 2010, Pág. 86)

Para el análisis de la localización óptima es necesario mencionar que al tener una infraestructura propia automáticamente se convierte en la localización óptima. Por lo tanto no es necesario realizar el análisis de ponderación de factores.

4.03 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

4.03.01 Definición de Bien y Servicio

Bien

“Bienes, por su parte, serían las cosas materiales o inmateriales susceptibles de prestar utilidad al hombre y ser objeto de derecho, o en otros términos, susceptibles de apropiación efectiva o virtual por los sujetos de derecho.” (Martínez, 1980, pág. 20)

Servicio

“Son actividades independientes, desarrolladas con un fin comercial, no teniendo por objeto ni la fabricación ni la puesta en circulación de productos destinados al comercio” (Martínez, 1980, pág. 18)

Bubble Soccer es un proyecto destinado a la prestación de servicios de alquiler de cachas sintéticas para fútbol y bubble soccer a damas y caballeros, también ofrece

Tabla 44
Código de cercanía

Código	Significado
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente Importante
I	Importante
O	Ordinario / Normal
U	Sin importancia
X	Indeseable
XX	Muy indeseable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Tabla 45
Código de razones

Código	Significado
1	Por Información
2	Por proceso
3	Por higiene
4	Por control
5	Por seguridad
6	Por conveniencia

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Una vez terminada la Matriz SLP, se puede establecer el plano del negocio que es el siguiente:



Figura 28 Distribución de la planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Las medidas exactas de la distribución de la planta responden a la siguiente tabla:

Tabla 46
Distribución de la planta

Detalle de planta	Área
Cancha	600m ²
Administración	80m ²
Mantenimiento	24m ²
Comercialización	24m ²
Seguridad	6m ²
Break	40m ²
Tribuna	57,5m ²
Camerino	57,5m ²
Baño	42m ²
Parqueadero	90m ²
Total	1021m²

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

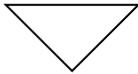
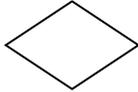
4.03.03 Proceso Productivo

“Procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo” (Baca, 2010, pág. 89)

El proceso productivo se puede considerar como una descripción de actividades o pasos que la empresa va realizar, esto a fin de siempre tener un análisis lógico y coherente para evitar problemas y de esta manera satisfacer la necesidad del cliente.

Para la elaboración del Flujograma del servicio se utilizará la simbología de normas ANSI (American National Standards Institute), la cual esta detallada a continuación:

Tabla 47
Simbología ANSI

Símbolo	Significado	¿Para Que Se Utiliza?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativa a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en el que son posibles varios cambios alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de la página y representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página, representa una conexión o enlace con otra hoja diferente.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

4.03.03.01 Flujograma del servicio

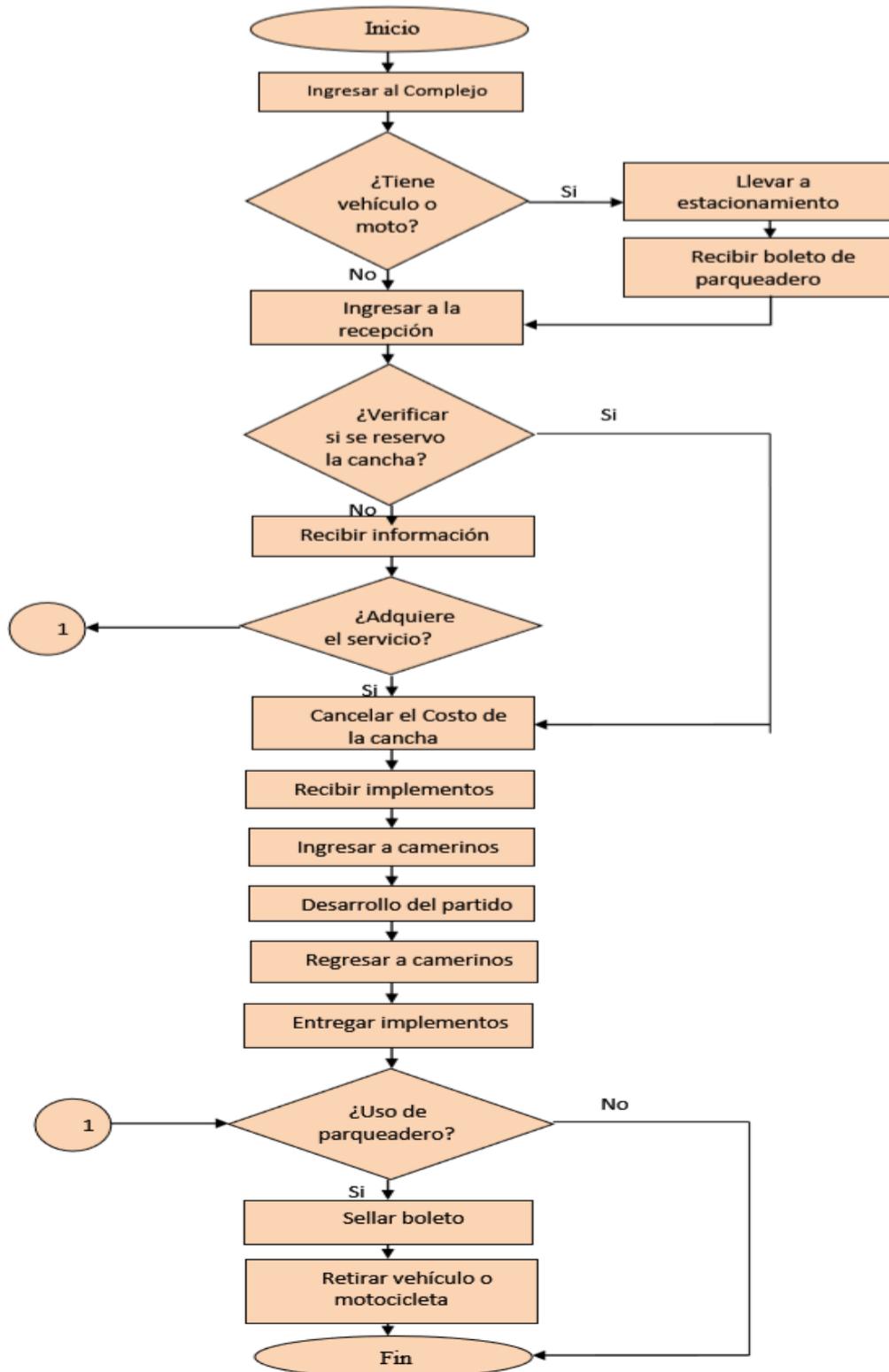


Figura 29 Flujograma del Servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Para mejorar la calidad en los procesos del servicio de alquiler de cancha sintética y bubble soccer se ha diseñado fichas y lineamientos de control los mismos que se encuentran en el ANEXO 2.

4.03.04 Maquinaria y Equipos

La maquinaria son todos recursos necesarios para la transformación de la materia prima a un producto terminado y los equipos permiten la ejecución de alguna actividad además de facilitar el trabajo de algún proceso.

Tabla 48
Maquinaria y Equipo

Ítem	Descripción	CANTIDAD
Mueble de oficina	Equipo	1
Silla giratoria	Equipo	1
Computador de escritorio	Equipo	1
Impresora - fotocopidora	Equipo	1
Teléfono	Equipo	1
Sillas de oficina	Equipo	2
Sillas para espera	Equipo	4
Laptop	Equipo	1
Archivador de oficina	Equipo	2
Césped sintético	Infraestructura	1
Infraestructura metálica	Infraestructura	1
Arcos y mallas	Infraestructura	2
Malla Nylon para arcos	Infraestructura	4
Barredora de pasto sintético	Infraestructura	1
Descompactadora	Infraestructura	1
Bomba de aire electrónica	Infraestructura	1
Reflectores	Infraestructura	4
Lockers metálico 8 servicios	Infraestructura	4
Banca para vestidor (2metros)	Infraestructura	8
Canastos plásticos	Infraestructura	4
Esferas	Infraestructura	15
Impresora de facturación	Equipo	1
Enseres de recepción	Equipo	1
Juego de mesas para bar	Equipo	6
Estantería metálica	Equipo	2
Paraguas para picnic	Equipo	4
Televisor	Equipo	1
Equipo de sonido	Equipo	1
Equipo de seguridad electrónico	Equipo	1
Escritorio	Equipo	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.01.01 Ingresos Operacionales

“Son consideradas las utilidades obtenidas por la venta de mercaderías, es decir, es la diferencia establecida entre el precio de costo y el precio de venta.” (Sarmiento, 2000, pág. 30)

5.01.02 Ingresos no operacionales

Estos son comprendidos por los ingresos financieros (intereses cobrados por ventas a crédito, intereses ganados por inversiones realizadas, por diferencial cambiario) y otros ingresos que se refiere a las utilidades que no integran dentro de los grupos anteriores (ingresos operacionales) provenientes de arriendos cobrados, comisiones y utilidad en venta de activos fijos. (Sarmiento, 2000, pág. 30)

5.02 COSTOS

“Representa un decremento de recursos, pero a diferencia de los gastos, estos recursos se consumen para fabricación de un producto. El costo se convertirá en gasto cuando ocurra la venta del producto terminado.” (Torres, 2010, pág. 5)

5.02.01 Costo Directo

Los costos variables o directos se pueden considerar como costos del producto los que varían directamente en el volumen, considerando todos los demás como costos de período. Puesto que los materiales y la mano de obra directos tienen normalmente carácter variable, la estimación de costo variable los trata.

(Lindegard, 2001, pág. 501)

Los costos directos son la materia prima y la mano de obra directa que se va a utilizar para la producción y elaboración de un bien.

5.02.01.01 Materia Prima

Es considerado el primer elemento de producción estos son los materiales físicos que ofrece la naturaleza que no han sufrido algún proceso de transformación.

En este caso para el siguiente proyecto no se contará con materia prima ya que es proyecto destinado a la prestación de servicios.

5.02.01.02 Mano de Obra

Es el esfuerzo humano que se necesita para la transformación de la materia prima en un producto terminado.

Tabla 49
Rol de Pagos Personal Operativo

Sueldo Anual	13ro	14to	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total	Empleados Operativos	Mano de Obra Total
4777,2	398	398	0	199,05	532,66	6305,11	2	12610,22

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

Tabla 50
Costo Mano de Obra

Costo Unitario
6,5678

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

La mano de obra que se va a utilizar para el presente proyecto es el personal de operaciones que son el de mantenimiento y el de seguridad.

5.02.02 Costo Indirecto

El costo indirecto, no se puede cuantificar en forma individual en relación con el costo de los productos, pues incluye todos los gastos que se realizan para mantener en operación una planta productiva. En otras palabras, incluye todos los costos de manufactura que no son la materia prima (directa) y la mano de obra (directa). Algunos ejemplos de costos indirectos incluyen la mano de obra indirecta, los materiales indirectos, las depreciaciones de equipo en la producción, entre otros. (Torres, 2010, pág. 29)

Tabla 51
Costos Indirectos - Fútbol

Ítem	Unidad Medida	Costo Unitario
Luz	Kilovatios	0,28
Agua	Cm cúbicos	0,22
Teléfono	-	0,09
Internet	Paquete	0,10
Material De Limpieza	Unidades	0,25
Balón	Unidades	5,00
Chaleco	Unidades	15,00
TOTAL CIF		20,94

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

Tabla 52
Costos Indirectos - Bubble Soccer

Ítem	Unidad Medida	Costo Unitario
Luz	Kilovatios	0,28
Agua	Cm cúbicos	0,22
Teléfono	-	0,09
Internet	Paquete	0,10
Material De Limpieza	Unidades	0,25
Reflectores	Unidades	18
Balón	Unidades	6
TOTAL CIF		24,94

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

A continuación se detalla el resumen de los costos utilizados para la prestación de los servicios:

Tabla 53
Resumen General de Costos

Elemento	Fútbol	Bubble Soccer
Materia Prima	-	-
Mano De Obra Directa	6,57	6,57
CIF	20,94	24,94
TOTAL	27,51	31,51

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Una vez fijados los costos se procede a establecer los precios unitarios por cada servicio que ofrece el establecimiento y su respectiva utilidad bruta unitaria.

Tabla 54
Precio y Utilidad Bruta Unitaria de Fútbol

Descripción	Valores	Porcentaje
Precio Unitario	40,00	100%
Costo Unitario	27,51	69%
Utilidad Bruta Unitaria	12,49	31%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Tabla 55
Precio y Utilidad Bruta Unitaria de Bubble Soccer

Descripción	Valores	Porcentaje
Precio Unitario	50,00	100%
Costo Unitario	31,51	63%
Utilidad Bruta Unitaria	18,49	37%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

5.02.03 Gasto Administrativo

Son los egresos incurridos que se aplican en la empresa en función del control y dirección, asesoría y planificación de una organización.

Tabla 56
Gastos Administrativos

Período	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto Administrativo	11004,60	11809,88	12071,75	12340,16	12615,29

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

Para el cálculo de los gastos administrativos para el presente proyecto se tomó los siguientes aspectos que son:

- Gasto sueldos del gerente más beneficios sociales.
- Gasto sueldo del contador.
- Gasto suministros de oficina.
- Gasto servicios básicos.

5.02.04 Gasto de Ventas

Son los desembolsos que se realizan para la comercialización y distribución de un producto o servicio.

Tabla 57
Gastos de Ventas

Período	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto De Ventas	6711,11	7239,31	7429,58	7619,84	7810,11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Para el cálculo del total de gasto de ventas y su proyección se tomó los siguientes puntos:

- Gasto sueldo del vendedor
- Gasto publicidad

5.02.05 Gastos financieros

“Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento.” (García, 2001)

Se procede a realizar una investigación en diferentes entidades financieras donde se plasma una tabla comparativa que se presenta a continuación:

Tabla 58
Tabla comparativa de Instituciones Financieras

Instituciones	Tasa De Interés
Banco Guayaquil	25,05%
Banco Internacional	26,70%
Banco Pichincha	26,91%
Coop. Textil 14 De Marzo	21%
Coop. Alianza De Valle	22,50%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Para poder cubrir la inversión total del proyecto se va a proceder a la adquisición de un préstamo en una institución financiera donde se realizó una investigación en

tres bancos y 2 cooperativas de ahorro y crédito en las mismas se observa cual es la menor tasa de interés que nos ofrecen por el monto solicitado, en este caso la que menor tasa de interés ofrece la Cooperativa Textil “14 de Marzo”, con el 21% de interés.

5.02.06 Costo Fijo

“Son aquellos que si se cuantifican de manera global, no cambian a pesar de haber cambios en un rango de volumen de producción en un período determinado.”

(Torres, 2010, pág. 8)

Tabla 59
Costos Fijos

Detalle	Valor
Gasto Administrativo	11004,60
Gasto De Ventas (parte fija)	6305,11
TOTAL COSTOS FIJOS	17309,71

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

5.02.07 Costo Variable

“Representa una correlación directa a cambios en el volumen de producción.

Entre otros costos variables se puede mencionar la materia prima directa y algunos costos indirectos, como los combustibles o energéticos utilizados para que opere la planta productiva.” (Torres, 2010, pág. 8)

Tabla 60
Costos Variable

Detalle	Valor
Fútbol	27,51
Bubble Soccer	31,51

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

5.03 INVERSIONES

“Es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.” (Peumans, 1976)

Tabla 61
Inversiones

Detalle	Valor
Activos Fijos	19209,00
Activos Nominales	1200,00
Capital De Trabajo	6146,96
TOTAL INVERSION	26555,96

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

5.03.01 Inversión fija

Es la asignación de recursos reales y Financieros para obras físicas o servicios básicos del Proyecto. Estos recursos una vez adquiridos son reconocidos como patrimonio del Proyecto, siendo incorporados a la nueva unidad de producción hasta su extinción por agotamiento, obsolescencia o liquidación final. (Peumans, 1976)

5.03.02 Activos Fijos

Son todos los bienes y derechos de propiedad de una empresa para producir o llevar a cabo sus actividades los cuales se deprecian con el transcurso del tiempo.

Tabla 62
 Activos Fijos

Activos	Costo Total
Otros Activos Fijos	15090
Equipos Oficina	3019
Equipos Computación	1100
TOTAL	19209

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Los activos fijos para el presente proyecto tiene un valor total de \$19.209,00, estos al ser bienes muebles de la empresa son utilizados para prestación del servicio que ofrece el establecimientos donde su característica principal es que estos se deprecian conforme a su vida útil con el paso del tiempo.

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. (Naranjo & Naranjo, 1998, pág. 54)

 Tabla 63
 Activos Nominales

Activo	Valor
Gastos Constitución	1200
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	1200

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La tabla muestra el valor que se necesita para la constitución del negocio lo cual indica da un valor de \$1.200,00, la principal característica de los trámites para la constitución es que estos se amortizan, en este caso se amortizan para cinco años.

Ese valor se ocupara para lo siguiente:

- Registro Único de Contribuyentes

- Patente Municipal
- LUAE
- Cuerpo de Bomberos
- Habilitación de establecimientos nuevos
- Planos arquitectónicos

5.03.04 Capital de Trabajo

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). (Naranjo & Naranjo, 1998, pág. 58)

Tabla 64
Capital de Trabajo

Detalle	Valor
Costo De Producción	56047,82
Gasto Administrativos	11004,60
Gasto De Ventas	6711,11
CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	73763,52
Días Del Año	360,00
Capital Trabajo Diario	204,90
Días De Desfase	30,00
CAPITAL DE TRABAJO REAL	6146,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Para calcular el capital de trabajo se utilizó el método de días de desfase que consiste en calcular el tiempo en que el negocio va a empezar a generar ingresos suficientes para cubrir sus gastos operacionales para el presente proyecto va hacer en un tiempo de 30 días. El capital de trabajo real se calculó mediante inversion en

capital de trabajo anual esto es los costos de producción con los gastos administrativos y de ventas.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento se pueden dividir en fuentes de financiamiento con recursos propios y fuentes de financiamiento de deuda que se adquieren con un préstamo en una institución financiera.

Las fuentes de financiamiento se muestran a continuación:

Tabla 65
Fuentes de Financiamiento

Fuentes	Aporte	Participación
Recursos Propios	14555,96	55%
Deuda	12000,00	45%
TOTAL	26555,96	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

La inversión total del presente proyecto es de \$26.555,96, donde será financiado con recursos propios el 55% y el 45% que representa el préstamo a la institución financiera, es decir, que el mayor porcentaje de participación proviene de los recursos propios del inversionista lo que implica que el mayor control lo tendrá el propietario.

5.03.06 Amortización de Financiamiento

La amortización financiera es el reintegro de un capital propio o ajeno, habitualmente distribuyendo pagos en el tiempo. Suele ser el producto de una prestación única, que genera una contraprestación múltiple con vencimiento de

desembolso escalonados en el tiempo, aunque también se puede acordar un solo pago al final del periodo. (Martínez, 2016).

Para amortizar la deuda que se va adquirir en la cooperativa es necesario que se conozcan los métodos de amortización los cuales son el método alemán que se caracteriza por tener una cuota variable y el método francés que caracteriza por tener cuota fija.

Para amortizar el préstamo que se va a adquirir es necesario que primero se conozcan las condiciones del mismo, estas son:

Tabla 66
Condiciones del Préstamo

Detalle	Valor
Capital	12000,00
Plazo	60
Tasa	21%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Andrea Torres

Una vez que se conoce las condiciones del préstamo se escoge la metodología para amortizar el capital donde procede a utilizar el método alemán que se observa en la siguiente tabla:

Tabla 67
Amortización método Alemán

Período	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final
0	-	-	-	-	12000,00
1	12000,00	205,00	405,00	200,00	11800,00
2	11800,00	201,58	401,58	200,00	11600,00
3	11600,00	198,17	398,17	200,00	11400,00
4	11400,00	194,75	394,75	200,00	11200,00
5	11200,00	191,33	391,33	200,00	11000,00

6	11000,00	187,92	387,92	200,00	10800,00
7	10800,00	184,50	384,50	200,00	10600,00
8	10600,00	181,08	381,08	200,00	10400,00
9	10400,00	177,67	377,67	200,00	10200,00
10	10200,00	174,25	374,25	200,00	10000,00
11	10000,00	170,83	370,83	200,00	9800,00
12	9800,00	167,42	367,42	200,00	9600,00
13	9600,00	164,00	364,00	200,00	9400,00
14	9400,00	160,58	360,58	200,00	9200,00
15	9200,00	157,17	357,17	200,00	9000,00
16	9000,00	153,75	353,75	200,00	8800,00
17	8800,00	150,33	350,33	200,00	8600,00
18	8600,00	146,92	346,92	200,00	8400,00
19	8400,00	143,50	343,50	200,00	8200,00
20	8200,00	140,08	340,08	200,00	8000,00
21	8000,00	136,67	336,67	200,00	7800,00
22	7800,00	133,25	333,25	200,00	7600,00
23	7600,00	129,83	329,83	200,00	7400,00
24	7400,00	126,42	326,42	200,00	7200,00
25	7200,00	123,00	323,00	200,00	7000,00
26	7000,00	119,58	319,58	200,00	6800,00
27	6800,00	116,17	316,17	200,00	6600,00
28	6600,00	112,75	312,75	200,00	6400,00
29	6400,00	109,33	309,33	200,00	6200,00
30	6200,00	105,92	305,92	200,00	6000,00
31	6000,00	102,50	302,50	200,00	5800,00
32	5800,00	99,08	299,08	200,00	5600,00
33	5600,00	95,67	295,67	200,00	5400,00
34	5400,00	92,25	292,25	200,00	5200,00
35	5200,00	88,83	288,83	200,00	5000,00
36	5000,00	85,42	285,42	200,00	4800,00
37	4800,00	82,00	282,00	200,00	4600,00
38	4600,00	78,58	278,58	200,00	4400,00
39	4400,00	75,17	275,17	200,00	4200,00
40	4200,00	71,75	271,75	200,00	4000,00
41	4000,00	68,33	268,33	200,00	3800,00
42	3800,00	64,92	264,92	200,00	3600,00
43	3600,00	61,50	261,50	200,00	3400,00
44	3400,00	58,08	258,08	200,00	3200,00
45	3200,00	54,67	254,67	200,00	3000,00

46	3000,00	51,25	251,25	200,00	2800,00
47	2800,00	47,83	247,83	200,00	2600,00
48	2600,00	44,42	244,42	200,00	2400,00
49	2400,00	41,00	241,00	200,00	2200,00
50	2200,00	37,58	237,58	200,00	2000,00
51	2000,00	34,17	234,17	200,00	1800,00
52	1800,00	30,75	230,75	200,00	1600,00
53	1600,00	27,33	227,33	200,00	1400,00
54	1400,00	23,92	223,92	200,00	1200,00
55	1200,00	20,50	220,50	200,00	1000,00
56	1000,00	17,08	217,08	200,00	800,00
57	800,00	13,67	213,67	200,00	600,00
58	600,00	10,25	210,25	200,00	400,00
59	400,00	6,83	206,83	200,00	200,00
60	200,00	3,42	203,42	200,00	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Para realizar una comparación entre estos dos métodos de amortización se presenta una tabla con el Método francés en el ANEXO 3.

5.03.07 Depreciaciones

Es el desgaste físico que sufren los activos fijos por el uso y transcurso del tiempo.

Tabla 68
Depreciaciones

Activos	Costo Total	Vida Útil	2019	2020	2021	2022	2023	Valor Libros
Otros Activos Fijos	15090	10	1509,00	1509,00	1509,00	1509,00	1509,00	7545,00
Equipos Oficina	3019	10	301,90	301,90	301,90	301,90	301,90	1509,50
Equipos Computación	1100	3	366,67	366,67	366,67	0,00	0,00	0,00
TOTAL	19209		2177,57	2177,57	2177,57	1810,90	1810,90	9054,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Para realizar las depreciaciones de los activos fijos, equipos de oficina y equipos de computación se procede a utilizar el método de línea recta la cual consiste en que la depreciación disminuirá su valor en libros del activo con el transcurso del tiempo, donde su fórmula es valor total del equipo dividido para la vida útil de mismo.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

También conocido como Balance Inicial, es decir este estado financiero se realiza al iniciar las actividades económicas de una empresa donde está compuesto por las cuentas de activo, pasivo y patrimonio.

El estado de Situación Inicial queda de la siguiente manera:

Tabla 69
Estado de Situación Inicial

SOUTH SOCCER	
Estado de Situación Inicial	
Cuentas	2018
<u>ACTIVOS</u>	
Caja	6146,96
Total Activos Corrientes	6146,96
Maquinaria	15090
Equipos De Oficina	3019
Equipos De Computo	1100
Total Activos Fijos	19209
Activos Nominales	1200
Total Activos Nominales	1200
TOTAL ACTIVOS	26555,96
<u>PASIVOS</u>	
Deuda Bancaria	12000
TOTAL PASIVO	12000
<u>PATRIMONIO</u>	
Capital	14555,96
TOTAL PATRIMONIO	14555,96
TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	26555,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

El Estado de Situación Inicial que se puede apreciar en la tabla anterior muestra cada una de las cuentas y sus respectivos valores con los que va a iniciar operaciones el presente proyecto.

5.03.09 Estado de Resultados proyectado

Es un estado financiero en donde aparecen las cuentas de ingresos y gastos de la empresa en este documento se da a conocer la ganancia o pérdida neta de la organización durante un período contable.

Tabla 70
Estado de Resultados

SOUTH SOCCER					
Estado de Resultados					
Detalles	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	84865,31	87951,1	91149,09	94463,36	97898,15
(-)Costo De Producción	56047,82	58085,77	60197,83	62386,68	64655,12
(=)UTILIDAD BRUTA	28817,5	29865,33	30951,27	32076,68	33243,02
(-)Gasto Administrativo	11004,6	11809,88	12071,75	12340,16	12615,29
(-)Gasto De Ventas	6711,11	7239,31	7429,58	7619,84	7810,11
(-)Depreciación	2177,57	2177,57	2177,57	1810,9	1810,9
(-)Amortización	240	240	240	240	240
(=)UTILIDAD OPERATIVA	8684,22	8398,57	9032,37	10065,78	10766,73
(-)Gasto Interés	2234,5	1742,5	1250,5	758,5	266,5
(=)UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	6449,72	6656,07	7781,87	9307,28	10500,23
(-)Impuestos	967,46	998,41	1167,28	1396,09	1575,03
(=)UTILIDAD NETA	5482,27	5657,66	6614,59	7911,19	8925,2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Como se observa en la tabla anterior el Estado de Resultados proyectado a cinco años, donde se obtiene una ganancia o utilidad neta deseada desde un principio por el inversionista.

5.03.10 Flujo de Caja

Es un documento de uso interno de una empresa en el cual se conoce las entradas y salidas del dinero en función de su liquidez presente y futura donde presenta actividades de operación, inversión y financiamiento.

Tabla 71
Flujo de Caja

SOUTH SOCCER						
Flujo de Caja						
Detalle	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Operativa	0	8684,22	8398,57	9032,37	10065,78	10766,73
+ Depreciaciones	0	2177,57	2177,57	2177,57	1810,9	1810,9
+ Amortizaciones	0	240	240	240	240	240
- Impuestos	0	967,46	998,41	1167,28	1396,09	1575,03
= Flujo de Efectivo Operacional	0	10134,33	9817,73	10282,66	10720,59	11242,6
- Inversión Activos Fijos	-19209	0	0	0	0	0
+ Recuperación Activos Fijos	0	0	0	0	0	14958,18
= Total Gastos De Capital	-19209	0	0	0	0	14958,18
- Capital De Trabajo	-6146,96	0	0	0	0	0
+ Recuperación De Capital De Trabajo	0	0	0	0	0	6146,96
= Total Capital De Trabajo	-6146,96	0	0	0	0	6146,96
= Flujo De Caja Del Proyecto	-26555,96	10134,33	9817,73	10282,66	10720,59	32347,73
+ Préstamo	12000	0	0	0	0	0
- Gasto Interés	0	2234,5	1742,5	1250,5	758,5	266,5
- Devolución De Capital	0	2400	2400	2400	2400	2400
= Flujo De Caja Del Inversionista	-14555,96	5499,83	5675,23	6632,16	7562,09	29681,23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

En el tabla 71 se aprecia El Flujo de Caja en donde se muestra la proyección a cinco años y el cual indica la fluctuación de dinero que se va a obtener en el transcurso de los años, también se visualiza el Flujo de Caja del proyecto sin

endeudamiento y el Flujo de Caja con la deuda el cual son montos menores ya que se pagan intereses y la devolución de capital.

5.03.11 Balance General Proyectado

“El balance general o Estado de situación financiera, es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico.” (Sarmiento, 2000, pág. 286)

A continuación se presenta El Balance General Proyectado a cinco años, donde se presenta los activos, pasivos y patrimonio estimados al final de un período contable.

Tabla 72
Balance General Proyectado

SOUTH SOCCER Balance General						
Cuentas	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<u>ACTIVOS</u>						
Caja	6146,96	11646,79	17322,02	23954,18	31516,26	61197,49
Total Activos Corrientes	6146,96	11646,79	17322,02	23954,18	31516,26	61197,49
Maquinaria	15090	15090	15090	15090	15090	15090
Depreciación Acumulada Maquina	0	1509	3018	4527	6036	7545
Equipos De Oficina	3019	3019	3019	3019	3019	3019
Depreciación Acumulada Equipos Oficina	0	301,9	603,8	905,7	1207,6	1509,5
Equipos De Computo	1100	1100	1100	1100	0	0
Depreciación Acumulada Equipos Computación	0	366,67	733,33	1100	0	0
Total Activos Fijos	19209	17031,43	14853,87	12676,3	10865,4	9054,5
Activos Nominales	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Amortización Acumulada Activos Nominales	0	240	480	720	960	1200
Total Activos Nominales	1200,00	960,00	720,00	480,00	240,00	0,00
TOTAL ACTIVOS	26555,96	29638,23	32895,89	37110,48	42621,66	70251,99

<u>PASIVOS</u>						
Deuda Bancaria	12000,00	9600,00	7200,00	4800,00	2400,00	0,00
TOTAL PASIVO	12000,00	9600,00	7200,00	4800,00	2400,00	0,00
<u>PATRIMONIO</u>						
Capital	14555,96	14555,96	14555,96	14555,96	14555,96	35661,10
Utilidad Retenida	0	5482,27	11139,93	17754,52	25665,70	34590,90
TOTAL PATRIMONIO	14555,96	20038,23	25695,89	32310,48	40221,66	70251,99
TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	26555,96	29638,23	32895,89	37110,48	42621,66	70251,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

5.04 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación se trata de determinar la factibilidad del proyecto, mediante el análisis de la tasa de descuento que permita calcular el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Periodo de Recuperación de la Inversión, la Relación Beneficio Costo y el Punto de Equilibrio.

5.04.01 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es el coste de capital para determinar el valor actual de una pago futuro, es decir se utiliza para descontar los flujos futuros de efectivo esta tasa es muy utilizada a la hora de evaluar proyectos de inversión. (Anzil, 2012)

- **Tasa Mínima Aceptable De Retorno (T-MAR)**

Es también llamada costo de capital o tasa de descuento. Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: de inversionistas, de éstos con empresas, de inversionistas y bancos o de una mezcla de inversionistas, empresas y bancos.

(Pozo, 2016)

- **Weighted Average Cost Of Capital (WACC)**

También conocida como Costo Promedio Ponderado de Capital “Es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión.” (Pozo, 2016)

Para calcular la tasa de descuento se utilizará el método de la T-MAR mediante la siguiente fórmula:

$$TMAR = \text{Inflación promedio} + \text{Tasa de Riesgo País} + \text{Prima de Riesgo}$$

Tabla 73
Tasa de Descuento

Indicador	Porcentaje
Inflación Promedio	2,61%
Tasa De Riesgo País	5,52%
Prima De Riesgo	10%
TOTAL	18,13%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)

“El valor actual neto también se lo conoce como valor actualizado neto o valor presente neto que permite calcular los cobros o pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder por dicha inversión.” (Anzil, 2012)

$$VAN = \frac{Fc1}{(1+i)^1} + \frac{Fc2}{(1+i)^2} + \frac{Fc3}{(1+i)^3} + \frac{Fc4}{(1+i)^4} + \frac{Fc5}{(1+i)^5} + (-Inv. inicial)$$

$$VAN = \frac{10134,33}{(1+0,1813)^1} + \frac{9817,73}{(1+0,1813)^2} + \frac{10282,66}{(1+0,1813)^3} + \frac{10720,59}{(1+0,1813)^4} + \frac{32347,73}{(1+0,1813)^5} + (-26.555,96)$$

$$VAN = 14.863,26$$

El Valor Actual Neto que se obtiene es \$14.863,26 esto significa que se ganará por una inversión de \$26.555,96 con una T-MAR que representa el 18,13%. Todo esto implica que el VAN es mayor que cero por tal razón el proyecto es viable.

5.04.03 Tasa Interna De Retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno o de rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.” (Anzil, 2012)

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = \frac{fc}{(1 + TIR)^1} + \frac{fc2}{(1 + TIR)^2} + \frac{fc3}{(1 + TIR)^3} + \frac{fc4}{(1 + TIR)^4} + \frac{fc5}{(1 + TIR)^5} + (-Inv. Inicial)$$

$$0 = \frac{10134,33}{(1 + 0,1813)^1} + \frac{9817,73}{(1 + 0,1813)^2} + \frac{10282,66}{(1 + 0,1813)^3} + \frac{10720,59}{(1 + 0,1813)^4} + \frac{32347,73}{(1 + 0,1813)^5} + (-26.555,96)$$

$$TIR = 36,67\%$$

Para el siguiente proyecto se obtuvo una Tasa Interna de Retorno de 36,67%, este valor es mayor que la T-MAR con un valor de 18,13%, este porcentaje significa que el presente proyecto es rentable para el inversionista.

5.04.04 Período De Recuperación De La Inversión (PRI)

“El período de recuperación de inversión es un método que permite medir en un plazo el tiempo que se requiere para que los flujos netos de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.” (Anzil, 2012)

Tabla 74
Período de Recuperación de la Inversión

Periodo	Flujos	Flujos Descontados	Flujos Acumulados
2018	-26555,96	-26555,96	-26555,96
2019	10134,33	8578,97	-17976,99
2020	9817,73	7035,43	-10941,56
2021	10282,66	6237,70	-4703,86
2022	10720,59	5505,26	801,40
2023	32347,73	14061,86	14863,26

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

$$PRI = \text{Año del último flujo acumulado} + \frac{\text{último flujo acumulado (-)}}{\text{siguiente flujo de caja descontado}}$$

$$PRI = 3 + \frac{4.703,86}{5.505,26}$$

$$PRI = 3,85$$

El período de recuperación de la inversión al presente proyecto se dará en un tiempo de 3 años, 10 meses y 8 días. Al ser menor que la duración del proyecto se entiende que es recuperable y debe llevarse a cabo.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RCB)

“La relación costo beneficio representa los ingresos y egresos presentes del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto.” (Anzil, 2012)

$$RBC = \frac{Fc1}{(1 + Tmar)^1} + \frac{Fc2}{(1 + Tmar)^2} + \frac{Fc3}{(1 + Tmar)^3} + \frac{Fc4}{(1 + Tmar)^4} + \frac{Fc5}{(1 + Tmar)^5} / Inv. inicial$$

$$RCB = \frac{10134,33}{(1 + 0,1813)^1} + \frac{9817,73}{(1 + 0,1813)^2} + \frac{10282,66}{(1 + 0,1813)^3} + \frac{10720,59}{(1 + 0,1813)^4} + \frac{32347,73}{(1 + 0,1813)^5} / (-26.555,96)$$

$$RBC = 1,56$$

La Relación Costo Beneficio para la implementación de la cancha sintética es de 1,56 lo que indica que este valor es mayor que 1, esto quiere decir que, por cada dólar invertido se obtendrá una rentabilidad de \$0,56 centavos de dólar para el proyectista.

5.04.06 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual el precio total (monto de ventas) absorbe todos los costos (fijos y variables) y no se gana ni se pierde.

Dicho de otro modo, es el punto en el cual la contribución marginal iguala al costo fijo. (Faga, 2006, pág. 16).

Tabla 75
Punto de Equilibrio con Margen de Contribución

Detalle	Fútbol	Bubble Soccer	Total
Cantidades A Vender	1114	806	1920
Porcentaje	0,58	0,42	1
Precio De Venta	40,00	50,00	
Costo Unitario	27,51	31,51	
Margen De Contribución	12,49	18,49	
Costos Fijos		17309,71	
Margen De Contribución Porcentual	7,24	7,77	15,01
Punto De Equilibrio Global		1153	
Punto De Equilibrio Especifico	669	484	1153

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

Tabla 76
Comprobación Punto de Equilibrio

Cantidad	Ingreso Total	Costo Variable Total	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidad
100	4420,07	2919,16	17309,71	20228,86	-15808,80
300	13260,21	8757,47	17309,71	26067,18	-12806,97
500	22100,34	14595,79	17309,71	31905,49	-9805,15
700	30940,48	20434,10	17309,71	37743,81	-6803,33
1000	44200,68	29191,57	17309,71	46501,28	-2300,59
1153	50975,76	33666,05	17309,71	50975,76	0,00
2000	88401,37	58383,14	17309,71	75692,85	12708,52
2300	101661,57	67140,61	17309,71	84450,32	17211,25
2700	119341,85	78817,24	17309,71	96126,95	23214,90
3000	132602,05	87574,71	17309,71	104884,42	27717,63
3100	137022,12	90493,87	17309,71	107803,58	29218,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

El Punto de Equilibrio obtenido del presente proyecto se va a dar cuando se produzcan 1153 servicios tanto de fútbol y de bubble soccer, donde el negocio no perderá ni ganará utilidad, pero sí se produce 2000 la empresa tendrá utilidad de \$12.708,52 pero si produce 1000 por lo tanto habrá pérdidas de \$2.300,59 para el inversionista.

A continuación se observa el gráfico del Punto de Equilibrio:

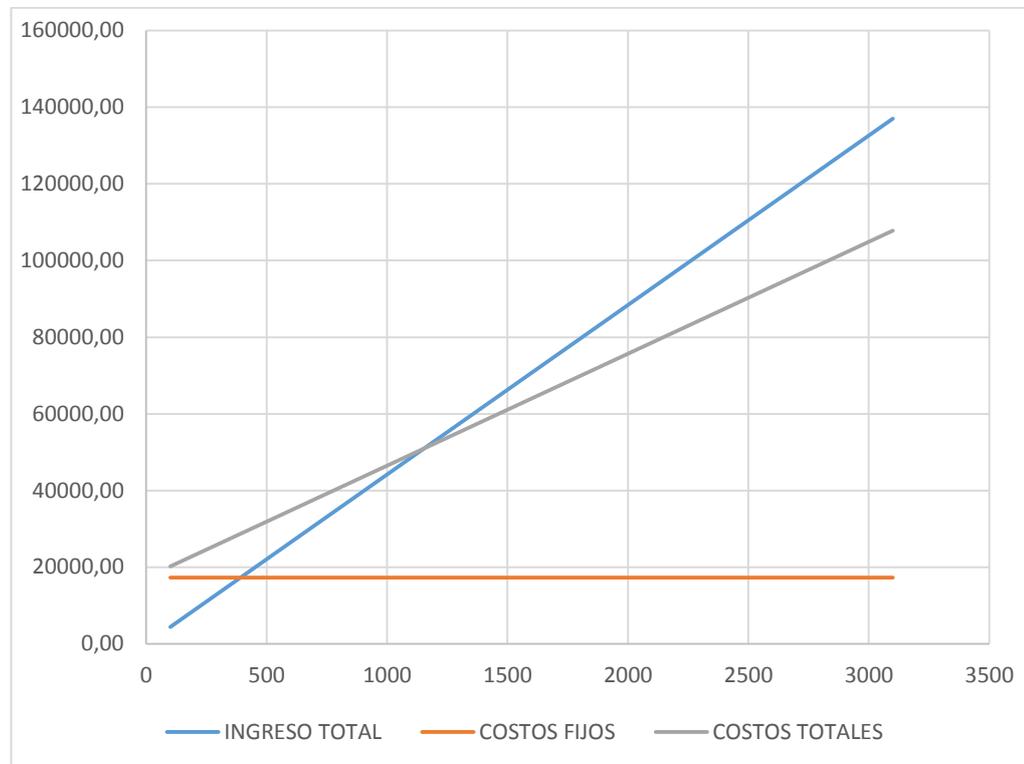


Figura 30 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Andrea Torres

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

“Los Indicadores Financieros o Ratios Financieros son ratios o medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado.” (Anzil, 2012)

Relación Pasivo Activo

“Mide el nivel del activo total de la empresa, financiado con recursos aportados a corto y largo plazo por los acreedores.” (Ayala, 2005)

$$\text{Relación Pasivo Activo} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$$

Relación Patrimonio Activo

“Mide el nivel del activo total de la empresa financiado con recursos propios”.

(Ayala, 2005)

$$\text{Relación Patrimonio Activo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}}$$

Margen Bruto

“Este ratio relaciona las ventas menos el costo de ventas con las ventas.

Indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada venta, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce y/o vende.” (Guzmán, 2005)

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Margen Operativo

“Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después que se dedujeron todos los costos y gastos excluyendo los intereses e impuestos.” (Guzmán, 2005)

$$\text{Margen Operativo} = \frac{\text{Utilidad antes de Intereses de Impuestos}}{\text{Ventas}}$$

Margen Neto

“Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después que se dedujeron todos los costos y gastos, intereses e impuestos.” (Guzmán, 2005)

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

Return On Equity (ROE)

“Es el indicador financiero más preciso para valorar la rentabilidad del capital de inversión, es decir mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en el proyecto.” (Anzil, 2012)

$$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio}$$

Returns On Assets (ROA)

“Es la relación entre el beneficio obtenido en un determinado tiempo y los activos totales de una empresa, su importancia es que permite medir el grado de eficiencia de dichos activos.” (Anzil, 2012)

$$ROA = \frac{Utilidad\ Neta}{Total\ Activos}$$

Tabla 77
Análisis Financieros

Índices Financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Relación Pasivo Activo	45,19%	32,39%	21,89%	12,93%	5,63%	0,00%
Relación Patrimonio Activo	54,81%	67,61%	78,11%	87,07%	94,37%	100,00%
Margen Bruto	-	33,96%	33,96%	33,96%	33,96%	33,96%
Margen Operativo	-	9,55%	9,91%	10,66%	11,00%	11,00%
Margen Neto	-	6,43%	7,26%	8,37%	9,12%	9,12%
ROE	-	37,66%	38,87%	45,44%	54,35%	25,03%
ROA	-	18,50%	17,20%	17,82%	18,56%	12,70%

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Andrea Torres

La tabla muestra los porcentajes finales de los índices financieros donde:

- La interpretación de la relación Pasivo Activo indica que para alcanzar el 100% de los activos se requiere del 45% de financiamiento proveniente de terceros.
- La interpretación de la Relación Patrimonio Activo indica que para alcanzar el 100% de los activos se requiere del 55% de financiamiento proveniente de recursos propios, es decir, recursos que entregan los dueños del negocio.
- El Margen Bruto indica que, por cada dólar que la empresa vende se generan aproximadamente 0,34 centavos de Utilidad Bruta para cubrir los gastos operacionales del negocio.
- El Margen Operativo indica que, por cada dólar que la empresa vende se generan aproximadamente 0,09 centavos de Utilidad Operativa para cubrir los gastos financieros del proyecto.
- El Margen Neto indica que, por cada dólar que la empresa vende se generan aproximadamente 0,06 centavos de Utilidad Neta para distribuir a los propietarios del negocio.
- La Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE) indica el 37,66% este valor al compararse con la tasa pasiva (7,05%) se muestra mayor por lo que la rentabilidad que otorga el proyecto es aceptable
- La Rentabilidad sobre el Activo (ROA) indica el 18,5% eso es que, por cada dólar que se invierten en la compra de activos se genera un rendimiento de 0,18 centavos.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

“Trata de determinar si hubo cambios, la magnitud que tuvieron, a qué segmentos de la población objetivo afectaron, en qué medida y qué contribución realizaron los distintos componentes del proyecto al logro de sus objetivos.” (Cohen, 2002)

El presente estudio de factibilidad, se sustenta en un análisis profundo para identificar los efectos de los impactos o componentes, en las diferentes áreas o ámbitos que genera el proyecto a mediano y largo plazo.

Los impactos que se analizarán en el siguiente proyecto son:

- Impacto Ambiental
- Impacto Económico
- Impacto Productivo
- Impacto Social

Para medir los impactos se utilizará matrices con los siguientes niveles de calificación.

Tabla 78
Calificación de impactos

CALIFICACIÓN	SIGNIFICADO
-3	Impacto alto (-)
-2	Impacto medio (-)
-1	Impacto bajo (-)
0	Nulo
1	Impacto bajo (+)
2	Impacto medio (+)
3	Impacto alto (+)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

6.01 Impacto Ambiental

“Se define como la alteración que se produce en el medio natural donde el hombre desarrolla su vida, ocasionada por un proyecto o actividad que se lleva a cabo.” (Sanz, 1991)

Tabla 79
Impacto Ambiental

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación visual			x					-1
Contaminación por ruido			x					-1
Contaminación por emisión de gases							x	3
Generación de residuos			x					-1
Manejo de residuos							x	3
Disminución de la erosión del suelo			x					-1
Aprovechamiento de recursos naturales			x					-1
TOTAL	0	0	-5	0	0	0	6	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{1}{7}$$

$$\text{Promedio} = 0,14$$

$$\text{Promedio} = 0$$

Al analizar cada uno de los factores que afectan al medio ambiente, se logró obtener una calificación de cero o nulo esto significa que, con un impacto bajo negativo la empresa va a generar contaminación visual por la publicidad, contaminación por ruido ya que esto se va a dar por el sonido de los parlantes, va a generar residuos, va a disminuir la erosión del suelo y el uso de los recursos naturales todos estos se equilibran con un impacto alto positivo, ya que la organización no va a emitir gases y va a dar un buen uso de manejo de residuos.

6.02 Impacto Económico

“Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios.” (Peláez, 2012)

Tabla 80
Impacto Económico

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Utilidades del propietario						x		2
Rentabilidad del proyectista						x		2
Utilidades de los trabajadores						x		2
Utilidades de los distribuidores					x			1
Perspectivas de crecimiento						x		2
Alianzas estratégicas						x		2
Recuperación de la inversión						x		2
TOTAL	0	0	0	0	1	12	0	13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{13}{7}$$

$$\text{Promedio} = 1,86$$

$$\text{Promedio} = 2$$

Al realizar un estudio en el ámbito económico, se logra obtener una calificación de dos que es un impacto medio positivo para la empresa, esto se logra porque el negocio va a generar utilidades a los distribuidores, utilidades a sus propietarios y trabajadores, rentabilidad al proyectista, tiene perspectivas de crecimiento, alianzas estratégicas y va a recuperar su inversión generada al comienzo del proyecto.

6.03 Impacto Productivo

“Son los recursos o insumos que utilizan las empresas para llevar a cabo la actividad económica. Hay 4 factores de producción, agrupados en dos tipos: factores originarios (tierra y trabajo) y derivados (capital y tecnología).” (Sanz, 1991)

Tabla 81
Impacto Productivo

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Uso de insumos locales							x	3
Aporte al PIB sectorial					x			1
Uso de la tecnología					x			1
Influencia en la Matriz Productiva				x				0
Uso de insumos extranjeros			x					-1
Dinamización de la economía					x			1
TOTAL	0	0	-1	0	3	0	3	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{6}$$

$$\text{Promedio} = 0,83$$

$$\text{Promedio} = 1$$

El impacto productivo da una calificación de uno, es decir, bajo positivo, ya que la empresa va a usar insumos extranjeros, no va a generar impacto en la matriz productiva, pero el proyecto como tal va a aportar al PIB sectorial, va a utilizar tecnología, va a dinamizar la economía y va a usar insumos locales.

6.04 Impacto Social

“El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones”. (Fernández, 2000)

Tabla 82
Impacto Social

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de empleo						x		2
Responsabilidad social						x		2
Aporte al pago de impuestos						x		2
Bienestar a la comunidad						x		2
Equidad de género							x	3
TOTAL	0	0	0	0	0	8	3	11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{11}{5}$$

$$\text{Promedio} = 2,20$$

$$\text{Promedio} = 2$$

La empresa va a generar un impacto social con una calificación de dos, es decir, medio positivo, esto se va a formar ya que el proyecto va a generar fuentes de empleo, va a tener responsabilidad social con la comunidad y al medio al que lo rodea además la beneficiará por la nueva modalidad de practicar deporte de una manera sana y divertida, va a aportar al pago de impuestos al estado y con una calificación de tres impacto alto es la equidad de género que tiene este deporte entre hombres y mujeres al momento de practicarlo.

6.05 Impacto General

Una vez que se han estudiado y analizado cada uno de los impactos se procede a realizar una tabla general de los mismos que se ven detallados a continuación:

Tabla 83
Impacto General

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental				x				0
Impacto Económico						x		2
Impacto Productivo					x			1
Impacto Social						x		2
TOTAL	0	0	0	0	1	4	0	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Andrea Torres

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Numero De Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{4}$$

$$\text{Promedio} = 1,25$$

$$\text{Promedio} = 1$$

La tabla anterior muestra que con una calificación general de todos los impactos se obtiene una calificación de uno bajo positivo, es decir, que la empresa no va a afectar al medio ambiente por cada una de las metodologías y cuidado del mismo, en el impacto productivo tiene una calificación de uno bajo positivo, esto por los diferentes factores que en este afectan, y por último en los impactos económico y social se obtiene una calificación de dos medio positivos, esto es porque el proyecto va generar un buen uso y manejo de sus recursos. Con esto se puede aseverar que el análisis de impactos, apoya la decisión de llevar a cabo el proyecto en complemento con el estudio financiero del capítulo cinco.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- Previa a la implementación de un negocio es importante realizar un estudio situacional de los factores Económicos, Sociales, Legales y Tecnológicos para dar a conocer cuál de estos elementos afectaría de manera positiva o negativa para el desenvolvimiento de la empresa al medio al que lo rodea.
- Es necesario realizar un estudio de mercado para determinar por medio de las diferentes técnicas de obtención de la información que es la encuesta, observación y entrevista los gustos y preferencias de los clientes, ya que esto no solo permite calcular la oferta y demanda, sino que a su vez dependiendo del tipo de proyecto que se va a ejecutar, se desea poder llegar a cubrir la demanda insatisfecha existente en el mercado meta.
- Se concluye que es necesario calcular la capacidad óptima del proyecto, ya que por medio de este se establece cual es la cantidad de servicio que se va a ofrecer de manera diaria, semanal, mensual y anual.
- Para saber si el proyecto a implementar puede ser conveniente, es importante realizar un estudio y evaluación financiera para conocer la factibilidad y viabilidad del proyecto donde es necesario saber que, el Valor Actual Neto (VAN) sea

mayor que cero, Tasa Interna de Retorno (TIR) sea mayor que la T-MAR, Período de Recuperación de la Inversión (PRI) debe ser en un tiempo menor a la proyección estipulada por el inversionista, Relación Costo Beneficio (RCB) tiene que ser mayor a uno y el Punto de Equilibrio se debe generar cuando no exista ni pérdidas ni ganancias para el inversionista.

- Se concluye que, se debe realizar un análisis y estudio de cada uno de los impactos en el Ámbito Ambiental, Económico, Productivo y Social para establecer cuál de estos factores afectaría de manera positiva al negocio, logrando así cumplir con la responsabilidad social.

7.02 Recomendaciones

- Capacitar constantemente a los trabajadores para que cumplan eficientemente con sus responsabilidades y atención a los clientes.
- Implementar nuevas estrategias publicitarias que permitan dar a conocer a la empresa y ganar prestigio ante los clientes.
- Manejar adecuadamente los procesos del servicio para que este sea de la mejor calidad.
- Cumplir con cada norma y reglamento legal para el buen funcionamiento del establecimiento con el fin de no tener problemas con entidades reguladoras.
- Mantenerse actualizado en leyes contables y financieras para la correcta toma de decisiones entorno a la empresa.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA

Encuesta

Objetivo: Recopilar la información necesaria para conocer los gustos y preferencias de los clientes al momento de practicar fútbol.

1. Género:

Masculino Femenino

2. ¿Practica fútbol?

Si No

**** Si su respuesta es No continúe con la pregunta N°7**

3. ¿Con que frecuencia usted practica fútbol?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

4. ¿En qué lugares practica usted este deporte?

Cancha de cemento

Cancha de césped natural

Cancha de tierra

Cancha de césped sintético

5. ¿Cuánto dinero usted destina para practicar este deporte?

\$5,00 - \$15,00

\$15,01 - \$25,00

\$25,01 - \$35,00

\$35,00 en adelante

6. ¿Usted está satisfecho con los servicios prestados en otros establecimientos?

Si No

7. **¿Estaría de acuerdo con la implementación de una cancha sintética de fútbol donde también se practique otro deporte como el Bubble soccer (fútbol en burbuja)?**

Sí No

** Si su respuesta es No se da por finalizada la encuesta.

8. **¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría practicar?**

Fútbol

Bubble soccer

9. **¿Qué servicios le gustaría recibir en dicha implementación de cancha sintética?**

Servicios de bar

Camerinos

Parqueadero

10. **¿A través de qué medios le desearía recibir información?**

Redes sociales

Volantes

Tarjeta de presentación

Periódico

Gracias por su atención

ANEXO 2. LINEAMIENTOS Y FICHAS DE CONTROL

HOJA DE CONTROL TRABAJADORES

		SOUTH SOCCER					
		HOJA DE CONTROL PERSONAL					
FECHA	APELLIDOS Y NOMBRES	HORA DE ENTRADA	FIRMA	HORA DE SALIDA	FIRMA	HORAS TOTALES	OBSERVACIÓN

INGRESOS

		SOUTH SOCCER	
		INGRESOS	
FECHA			
HORA DE ENTRADA			
# DE PLACA			
HORA DE SALIDA			

ANEXO 3. TABLA DE AMORTIZACIÓN MÉTODO FRANCÉS

Inversión	26.555,96		
Capital propio	14.555,96		
Financiamiento	12.000,00		
Plazo	60		
Tasa	21,00%	1,71%	

Tabla I
Amortización Método Francés

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SALDO FINAL
0					12000,00
1	12000,00	205,00	321,27	116,27	11883,73
2	11883,73	203,01	321,27	118,26	11765,47
3	11765,47	200,99	321,27	120,28	11645,18
4	11645,18	198,94	321,27	122,34	11522,85
5	11522,85	196,85	321,27	124,43	11398,42
6	11398,42	194,72	321,27	126,55	11271,87
7	11271,87	192,56	321,27	128,71	11143,16
8	11143,16	190,36	321,27	130,91	11012,25
9	11012,25	188,13	321,27	133,15	10879,10
10	10879,10	185,85	321,27	135,42	10743,67
11	10743,67	183,54	321,27	137,74	10605,94
12	10605,94	181,18	321,27	140,09	10465,85
13	10465,85	178,79	321,27	142,48	10323,37
14	10323,37	176,36	321,27	144,92	10178,45
15	10178,45	173,88	321,27	147,39	10031,06
16	10031,06	171,36	321,27	149,91	9881,15
17	9881,15	168,80	321,27	152,47	9728,68
18	9728,68	166,20	321,27	155,08	9573,60
19	9573,60	163,55	321,27	157,73	9415,87
20	9415,87	160,85	321,27	160,42	9255,45
21	9255,45	158,11	321,27	163,16	9092,29
22	9092,29	155,33	321,27	165,95	8926,35
23	8926,35	152,49	321,27	168,78	8757,56
24	8757,56	149,61	321,27	171,67	8585,90
25	8585,90	146,68	321,27	174,60	8411,30
26	8411,30	143,69	321,27	177,58	8233,72
27	8233,72	140,66	321,27	180,61	8053,10
28	8053,10	137,57	321,27	183,70	7869,40
29	7869,40	134,44	321,27	186,84	7682,56
30	7682,56	131,24	321,27	190,03	7492,53
31	7492,53	128,00	321,27	193,28	7299,26
32	7299,26	124,70	321,27	196,58	7102,68
33	7102,68	121,34	321,27	199,94	6902,74
34	6902,74	117,92	321,27	203,35	6699,39

35	6699,39	114,45	321,27	206,83	6492,56
36	6492,56	110,91	321,27	210,36	6282,20
37	6282,20	107,32	321,27	213,95	6068,25
38	6068,25	103,67	321,27	217,61	5850,64
39	5850,64	99,95	321,27	221,33	5629,31
40	5629,31	96,17	321,27	225,11	5404,21
41	5404,21	92,32	321,27	228,95	5175,26
42	5175,26	88,41	321,27	232,86	4942,39
43	4942,39	84,43	321,27	236,84	4705,55
44	4705,55	80,39	321,27	240,89	4464,66
45	4464,66	76,27	321,27	245,00	4219,66
46	4219,66	72,09	321,27	249,19	3970,47
47	3970,47	67,83	321,27	253,45	3717,03
48	3717,03	63,50	321,27	257,78	3459,25
49	3459,25	59,10	321,27	262,18	3197,07
50	3197,07	54,62	321,27	266,66	2930,41
51	2930,41	50,06	321,27	271,21	2659,20
52	2659,20	45,43	321,27	275,85	2383,35
53	2383,35	40,72	321,27	280,56	2102,80
54	2102,80	35,92	321,27	285,35	1817,44
55	1817,44	31,05	321,27	290,23	1527,22
56	1527,22	26,09	321,27	295,18	1232,03
57	1232,03	21,05	321,27	300,23	931,81
58	931,81	15,92	321,27	305,36	626,45
59	626,45	10,70	321,27	310,57	315,88
60	315,88	5,40	321,27	315,88	0,00

BIBLIOGRAFÍA

Aching, C. (2003, pág. 145). *Matemática Financiera para la toma de decisiones empresariales*. (2da. Edición) Bogotá: McGraw-Hill.

Aguilar, F. (2013). *Estrategias de distribución – Plaza en el marketing Mix*. Recuperado el 23 de noviembre del 2017, de MERCANTILIZATE: <http://mercantilizate.blogspot.com/2013/07/estrategias-de-distribucion-plaza-en-el-marketing-mix.html>

Alvarado, V. (2011). *Sección del aprendizaje*. Recuperado el 22 de noviembre del 2017, de BLOGSPOT: <http://vilmaalvarado.blogspot.com>

Anzil, F. (2012). *Estudio Financiero*. Recuperado el 18 de febrero del 2018, de ZONAECONOMICA: <http://zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Anzola, S. (2002, pág. 60). *Administración de pequeñas empresas*. (2da. Edición). México D.F.: McGraw-Hill

Arias, J. (2010). *Mercadotecnia*. Recuperado el 22 de noviembre del 2017, de BLOGSPOT: <http://jennyarias03.blogspot.com-lacompetencia.html>

Armijos, O. (2009, pág. 34). *Organización Empresarial*. (1era. Edición). Bogotá: Lecat Ltda.

Arnau, J. (1990, pág. 242). *Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento*. (1era. Edición). Murcia: Editoriales Murcia.

Ayala, S. (2005). *Evaluación Financiera y Estados Financieros Básicos*. Recuperado el 22 de febrero del 2018, de GEOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-estados-financieros-basicos/html>

Baca, G. (2010, pág. 15). *Evaluación de proyectos*. (6ta Edición). México D.F.: McGraw-Hill

Baca, G. (2010, pág. 41). *Evaluación de proyectos*. (6ta Edición). México D.F.: McGraw-Hill

Carmona, L. (1999, pág. 11). *Proyectos para Pymes*. (1era. Edición). Almería: Escobar impresiones

Chávez, V. (2004, pág. 55). *Fundamentos Teóricos para el proceso del diseño de un protocolo es una investigación*. Barcelona: Plaza y Valdez de S.A. Y C.V

Da Silva, R. (2002, pág. 45). *Teoría de la Administración*. (1era. Edición). Lima: Sin Editorial

Federación Ecuatoriana de Fútbol. (2017) *Historia de la Federación Ecuatoriana de Fútbol*. Recuperado el 20 de noviembre del 2017; de FEF:

<http://www.ecuafutbol.org/web/historia.php>

Fernández, E. (2000). *La medición del impacto social de la ciencia y la tecnología*.

Recuperado el 27 de febrero del 2018, de REVISTASEDU:

http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm

García, D. (2010). *Técnicas de la Información*. Recuperado el 21 de noviembre del 2017, de EUMED: [http://www.eumed.net/libros-](http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm)

[gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm)

García, J. (2001, pág. 97). *Contabilidad de Costos*. (2da. Edición). Lima: Moshera SRI

Gregory, M. (1997, pág. 33). *Macroeconomía*. (3era. Edición). Londres: Prentice Hall.

Guzmán, C. (2005). *Ratios Financieros: para el análisis de los estados financieros*.

Recuperado el 22 de febrero del 2018, de GEOPOLIS:

<https://www.gestiopolis.com/ratios-financieros-para-el-analisis-de-estados-financieros/html>

Hall, R. (2003, pág. 52). *Organización, estructura y procesos*. (1era. Edición). Madrid: Sin Editorial.

Hernández, P. (2008). *Los factores legales*. Recuperado el 21 de noviembre del 2017, de FACTORESLEGALES: <http://factoreslegales.blogspot.com>

Herrera, P. (2001, pág. 81). *Administración, Gestión y Comercio*. (2da. Edición). Panamá: Paraninfo.

Hurtado, J. (2015). *El Precio*. Recuperado el 22 de noviembre del 2017, de GERENCIE: <http://www.gerencie.com/precio.html>

Leider, C. (2011). *Definición de empleo, desempleo y subempleo*. Recuperado el 21 de noviembre del 2017, de BOGD POT:

<http://yotambience.blogspot.com/2011/09/definicion-de-empleo-desempleo.html>

Lindgaard, E. (2001, pág. 501). *Contabilidad de Gestión Presupuestaria y de Costos*. (2da. Edición). Madrid: McGraw-Hill

Melgar, G. (2011). *El entorno del marketing: Macroentorno*. Recuperado el 21 de noviembre del 2017, de WORDPRESS:

<https://gloriacalderon.wordpress.com/tag/entorno-tecnologico/>

Naranjo, M. & Naranjo, J. (1998, pág. 54). *Contabilidad Comercial y de Servicios*. (4ta. Edición). Quito: Trama ediciones.

Orjuela, S. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación del proyectos*. Recuperado el 19 de diciembre del 2017, de EMPRENDEUN:
<http://emprendeunefa.files.wordpress.com/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.html>

Paningo, D. (2014). *Actividad, empleo y desempleo*. Recuperado el 21 de noviembre del 2017, de RESEARCHGATE:
http://www.researchgate.net/publication/3028830208_Actividad_empleo_y_desempleo_concepto_y_definiciones

Philip, K. & Keller, K. (2006, pág. 67). *Dirección de marketing*. (1era. Edición). Interamericana: McGraw-Hill.

Peláez, J (2012, pág. 3). *Estudio de impacto económico: Cómo valorar la repercusión y el retorno de iniciativas e inversiones públicas*. (1era Edición). Barcelona: Sin Editorial.

Peumans, H. (1976, pág. 105). *Valoración de Proyectos de Inversión*. (1era. Edición). Madrid: Sin Editorial.

Pineda, B. (1994, pág. 77) *Metodología de la investigación*. (2da. Edición). Washington: McGraw-Hill.

Pozo, A. (2014, pág. 80) *Economía*: (1era. Edición). Bogotá: McGraw-Hill.

Ramos, D. (2003). *Formulación, Elaboración Y Evaluación De Proyectos*. Recuperado el 20 de diciembre del 2017, de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/document/242475592/OFERTA-DEMANDA-docx>

Sánchez, L. (2014). *Organización, estructura y proceso*. Recuperado el 17 de enero del 2018, de EMPRENDEDOR: <http://www.emprededor.com/ensayos/Factores-Tecnol%C3%B3gicos-De-Una-Empresa/5512395.html>

Sanz, A. (1991). *Impacto Ambiental*. Recuperado el 27 de febrero del 2018, de AVESYTURISMO: <http://www.avesyturismo.com/concepto-de-impacto-ambiental.html>

Sarmiento, R. (2000, pág. 30). *Contabilidad General, aplicado a planes y programas de enseñanza secundaria y superior*. (5ta. Edición). Quito: PublinGraf.

Sebreli, J. (2012) *Las canchas sintéticas*. Recuperado el 16 de noviembre del 2017, de Futbolérisimos: <https://futbolérisimos.wordpress.com/2012/05/09/las-canchas-sinteticas/>

Suen, A. (2003, pág. 10). *La historia del fútbol*. (1era. Edición). New York: Buenas Letras.

Suen, A. (2003, pág. 25). *La historia del fútbol*. (1era. Edición). New York: Buenas Letras.

Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2009). *Glosario de términos financieros*. Recuperado de: SUPERBANCOS:
http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index7vp_art_id=70&vp_tip=2

Tamayo, M. (2004, pág. 183) *El proceso de la investigación científica, incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. (4ta Edición). México D.F.: Limusa

Tamayo, M. (2004, pág. 184). *El proceso de la investigación científica, incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. (4ta Edición). México D.F.: Limusa

Tejera, J. (2010). *El Producto Interno Bruto*. Recuperado el 20 de noviembre del 2017, de APORREA: <http://www.aporrea.org/actualidad/a103977.html>

Thompson, I. (2005). *Definición de promoción*. Recuperado el 22 de noviembre del 2017, de PROMONEGOCIOS:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnica/promocion-definicion-concepto.html>

Torres, A. (2010, pág. 30). *Contabilidad de Costos: Análisis para la toma de decisiones*. (3ra. Edición). México D.F.: McGraw-Hill.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

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) **TORRES VACACELA ANDREA MARISOL**, portador de la cédula de identidad N° 1721417309, previa validación por parte de los departamentos facultados.

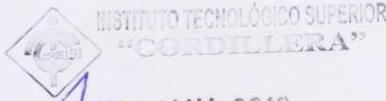
Quito, 07 de mayo del 2018



07 MAY 2018

10 ABS

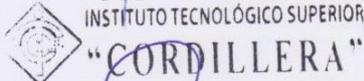
COORDINACIÓN PRÁCTICAS



07 MAY 2018

Sra. Mariela Balseca

CAJA VISTO FINANCIERO



CONSEJO DE CARRERA

Ing. Angélica Alzate

DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin

DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui

SECRETARIA ACADÉMICA



Ing. William Parra

BIBLIOTECA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: FORMATO PARA URK... ANDREA TORRES.pdf (D37021914)
Submitted: 3/27/2018 11:36:00 PM
Submitted By: andyto_sol92@hotmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

ADRIANA ELIZABETH MOPOSITA ROJANO.pdf (D30301134)
Proyecto Joffre Perez.pdf (D30286716)
Guido Efraín Pilco Buñay.pdf (D30298396)
<http://www.ecp.ec/tramites/>

Instances where selected sources appear:

11



ING. ARMANDO ANALUISA

Tutor del Proyecto