INSTITUTO TECNOLOGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

TEMA: APORTAR A LA SALUD Y AL DEPORTE MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CANCHA SINTÉTICA DE INDOR FUTBOL, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Esquema de investigación previo al logro de certificación de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera

Autor: Vicente Xavier Cushicagua Simbaña

Tutora: Ingeniera Ángela Pimbo

Quito - Ecuador

2015 – 2016

DECLARATORIA

Yo, Vicente Xavier Cushicagua Simbaña, estudiante de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, manifiesto que el presente esquema es totalmente legítimo y de mi propia autoría y que las citas utilizadas son de fuentes idóneas y la utilización de la misma acatan las disposiciones legales que protegen los derechos del autor. Proclamo que los derechos de propiedad intelectual pertenecen al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

C.I. 1712429131

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Vicente Xavier Cushicagua Simbaña** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No**1712429131**, de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: "La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato"; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **" Aportar a la Salud y al Deporte mediante un estudio de Factibilidad para la Implementación de una Cancha Sintética de Indor Fútbol, ubicada en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito"** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo trascrito.

FIRMA _____

NOMBRE _____

CEDULA _____

Quito, a los …….

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios con lo más profundo de mí ser, por haberme dado fuerzas suficientes para culminar un propósito más en mi vida, a mi esposa por su apoyo incondicional y su paciencia, a mi familia, compañeros y amigos por su aliento que me llenaron de confianza para seguir con esta aspiración.

A mi tutora Ángela Pimbo que con su paciencia y conocimiento me supo guiar para culminar con este proyecto, A mis estimados profesores quienes me impartieron su conocimiento con el único propósito de convertirme en un profesional. Al Instituto Superior Cordillera que me permitió alcanzar esta nueva meta profesional.

DEDICATORIA

El proyecto está dedicado a Dios quien es fuente de toda mi inspiración.

A mis queridos hijos y esposa que son mi fortaleza.

A mi padre por su vigor y confianza, a mi madre que me ilumina desde el cielo.

A todos mis hermanos por el entusiasmo y empuje.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR ii
AGRADECIMIENTO iii
DEDICATORIA iv
INDICE GENERAL v
INDICE DE TABLAS x
INDICE DE GRAFICOS xiv
INDICE DE FIGURAS xv
RESUMEN EJECUTIVO xvi
ABSTRACT xvii
CAPITULO I 1
1.01 Introducción 1
1.02 Justificación 2
1.03 Antecedentes 3
CAPÍTULO II 6
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 Producto Interno Bruto 8
2.01.01.02.01. PIB Sectorial 10
2.01.01.03 Riesgo País 12
2.01.01.04. Tasa de Interés 13
2.01.01.05. Tasa Interés Activa 13
2.01.02Factor Social 15
2.01.02.01. Crecimiento Poblacional 15

2.01.02.02. Tasa de Desempleo 16
2.01.02.03. Población Económicamente Activa 17
2.01.03Factor Legal 19
2.01.03.01 Requisitos para formar una empresa 19
2.01.04 Factor Tecnológico 22
2.02 Entorno Local 23
2.02.01 Clientes 23
2.02.01.01. Clientes Internos 23
2.02.01.02. Clientes Externos 23
2.02.01.03. Poder de Negociación 24
2.02.02 Proveedores 25
2.02.02.01. Poder de Negociación 26
2.02.03 Competidores 27
2.02.03.01 Ventajas Competitivas 28
2.03 Análisis Interno 29
2.03.01. Propuesta Estratégica 29
2.03.01.01. Misión 30
2.03.01.01.01. Formulación de la misión 31
Análisis 31
2.03.01.02 Visión 32
2.03.01.02.01 Formulación de la Visión 32
2.03.01.03. Objetivos 33
2.03.01.03.01. Objetivo General 33
2.03.01.03.02. Objetivos Específicos 34
2.03.01.04. Principios y Valores 34
2.03.02. Gestión Administrativa 36
2.03.02.01. Organigrama Estructural 37
2.03.03. Gestión Operativa 42
2.03.03.01. Flujo de Procesos 43
2.03.04. Gestión Comercial 44
2.03.04.01. Producto 44
2.03.04.02. Precio 44

2.03.04.03. Plaza 45
2.03.04.04. Promoción 45
2.03.04.04.01. Logotipo 46
2.03.04.04.02. Papelería Corporativa 47
2.03.04.04.03. Material POP 47
2.04. Análisis FODA 48
CAPÍTULO III 51
ESTUDIO DE MERCADO 51
3.01. Análisis del Consumidor 51
3.01.01. Determinación de la Población y Muestra 53
3.01.01.01 Población 53
3.01.01.02 Tamaño del Universo 53
3.01.01.03 Muestra 53
3.01.01.04 Fórmula de Cálculo de la Muestra 54
3.01.02. Técnicas de Obtención de la Información 55
3.01.02.01 Modelo de la Encuesta 56
3.02. La Oferta 68
3.02.01. Oferta Histórica 68
3.02.02. Oferta Actual 68
3.2.02.01. Cálculo de la Oferta Actual 69
3.02.03. Oferta Proyectada 69
3.03. Demanda 70
3.03.01. Demanda Histórica 70
3.03.02. Demanda Actual 71
3.03.03. Demanda Proyectada 72
3.04.01. Balance Actual 73
3.04.02. Balance Proyectado 74
CAPITULO IV 76
4. ESTUDIO TÉCNICO 76
4.01. Tamaño del Proyecto 76
4.01.01. Capacidad Instalada 77
4.01.02. Capacidad Óptima 78

4.02. Localización 78
4.02.01. Macro-localización 79
4.02.02. Micro-localización 80
4.02.03. Localización Óptima 80
4.03. Ingeniería del Producto 81
4.03.01. Definición del Servicio 82
4.03.02. Distribución de la Planta 82
4.03.02.01. Código de Cercanía 83
4.03.02.02. Razones de Cercanía 83
4.03.02.03. Matriz Triangular 84
4.03.03. Proceso Productivo 89
4.03.04. Maquinaria y Equipo 91
CAPITULO IV 94
5.01. Ingreso Operacional y No Operacional 94
5.01.01. Ingresos Operacionales 94
5.01.02. Ingresos No Operacionales 96
5.02. Costos 96
5.02.01. Costos Directos 96
5.02.02. Costos Indirectos 97
5.02.03. Gastos Administrativos 97
5.02.04. Costo de Ventas 99
5.02.05 Costos Financieros 100
5.02.06 Costos Fijos y Variables 101
5.03. Inversiones 101
5.03.01. Inversiones Fija 102
5.03.01.01 Activos Fijos 102
5.03.01.02 Activos Nominales (Diferidos) 103
5.03.02 Capital de Trabajo 103
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos 104
5.03.04 Amortización de Financiamiento 106
5.03.05 Depreciaciones 108
5.03.06 Estado de Situación Inicial 109

5.03.07 Estado de Resultados Proyectado 110
5.03.08 Flujo de Caja 111
5.04. Evaluación 112
5.04.01 Tasa de Descuento 112
5.04.02 Valor Actual Neto 113
5.04.03 Tasa Interna de Retorno 114
5.04.04 Periodo de Recuperación de la inversión 115
5.04.05 Relación Costo Beneficio 116
5.04.06 Punto de Equilibrio 117
5.04.07 Análisis de Índices Financieros 120
5.04.07.01 ROE 120
5.04.07.02 ROA 121
5.04.07.03 ROI 122
CAPÍTULO VI 123
Análisis de Impactos 123
6.01. Impacto Ambiental 123
6.02. Impacto Económico 124
6.03. Impacto Productivo 124
6.04. Impacto Social 125
CAPÍTULO VII 126
Conclusiones y Recomendaciones 126
7.01 Conclusiones 126
7.02. Recomendaciones 127
BIBLIOGRAFÍA 129
ANEXOS 134

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación desde Noviembre del 2010 a Noviembre del 2015.....7
Tabla 2 PIB 9
Tabla 3 PIB Sectorial 11
Tabla 4 Tasa de Interés Activa.....13
Tabla 5 Tasa de Interés Pasiva.....14
Tabla 6 Parroquias Urbanas del Sector Norte DMQ.....16
Tabla 7 Tasa de Desempleo 17
Tabla 8 Población Económicamente Activa 18
Tabla 9 Población por edad de la Parroquia La Concepción 18
Tabla 10 Proveedores.....25
Tabla 11 Competidores Directos.....27
Tabla 12 Competidores Indirectos 28
Tabla 13 Principios y Valores de la Misión.....31
Tabla 14 Elementos para definir la Misión.....31
Tabla 15 Principios y Valores de la Visión.....32
Tabla 16 Elementos para definir la Visión.....33
Tabla 17 Descripcion del Cargo Administrador 38
Tabla 18 Descripcion del Cargo Contador Externo 39
Tabla 19 Descripcion del Cargo Asistente Secretaria.....40
Tabla 20 Descripcion del Cargo Conserje 41
Tabla 21 Descripcion del Cargo Guardia.....42
Tabla 22 Análisis FODA.....48
Tabla 23 Matriz Externa del FODA.....49
Tabla 24 Matriz Interna del FODA.....50
Tabla 25 Segmentación de Mercado.....52
Tabla 26 Tamaño del Universo.....53

Tabla 27 Datos Generales 56
Tabla 28 Actividad Económica 56
Tabla 29 Pregunta 1 58
Tabla 30 Pregunta 2 59
Tabla 31 Pregunta 3 60
Tabla 32 Pregunta 4 61
Tabla 33 Pregunta 5 62
Tabla 34 Pregunta 6 63
Tabla 35 Pregunta 7 64
Tabla 36 Pregunta 8 65
Tabla 37 Pregunta 9 66
Tabla 38 Pregunta 10 67
Tabla 39 Oferta Actual 69
Tabla 40 Oferta Proyectada 70
Tabla 41 para determinar la Demanda Actual 71
Tabla 42 Demanda Actual 72
Tabla 43 Demanda Proyectada 72
Tabla 44 Balance Actual 73
Tabla 45 Balance Proyectado 74
Tabla 46 Capacidad Instalada 77
Tabla 47 Capacidad Óptima 78
Tabla 48 Macro Localización 79
Tabla 49 Localización Óptima 81
Tabla 50 Distribución de la Planta 82
Tabla 51 Código de Cercanía 83
Tabla 52 Razones de Cercanía 83
Tabla 53 Matriz Triangular 84
Tabla 54 Tabulación de la Matriz Triangular 86
Tabla 55 Cancha de Juego, (40x20) 800metros 86
Tabla 56 Área Administrativa, (6X4) 24 metros 87
Tabla 57 Recepción (4x4) 16 metros 87

Tabla 58 Camerino 1 (5x5) 25 metros 88
Tabla 59 Camerino (5x5), 25 metros 88
Tabla 60 Bar (6x8), 48 metros 89
Tabla 61 Descripción del proceso del Flujo Grama de Servicios 91
Tabla 62 Maquinaria Equipo 92
Tabla 63 Total Activos Fijos 93
Tabla 64 Ingresos Operacionales 95
Tabla 65 Datos 95
Tabla 66 Ingresos Operacionales Proyectados 95
Tabla 67 Costos Indirectos 97
Tabla 68 Gastos Administrativos 98
Tabla 69 Costo de Ventas 99
Tabla 70 Costo Financieros 100
Tabla 71 Costo Fijos y Variables 101
Tabla 72 Activos Fijos 102
Tabla 73 Activos Nominales 103
Tabla 74 Capital de Trabajo 104
Tabla 75 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos 105
Tabla 76 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos 107
Tabla 77 Depreciaciones 108
Tabla 78 Estado de Situación Inicial 109
Tabla 79 Estado de Resultados Proyectado 110
Tabla 80 Flujo de Caja 112
Tabla 81 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) 113
Tabla 82 Flujos Netos de Efectivo 113
Tabla 83 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) 114
Tabla 84 Tasa Interna de Retorno 115
Tabla 85 Tasa Interna de Retorno 116
Tabla 86 Relación Costo Beneficio 117
Tabla 87 Punto de Equilibrio 118
Tabla 88 Roe 120

Tabla 89 Roa 121
Tabla 90 Roa 122

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Inflación en Ecuador del 2010 a noviembre del 2015 7
Gráfico 2 PIB en Ecuador del 2010 al primer trimestre del 2015.....9
Gráfico 3 Riesgo País Ecuador 12
Gráfico 4 Género.....56
Gráfico 5 Actividad Económica.....57
Gráfico 6 Pregunta 1 58
Gráfico 7 Pregunta 2 59
Gráfico 8 Pregunta 3 60
Gráfico 9 Pregunta 4 61
Gráfico 10 Pregunta 5 62
Gráfico 11 Pregunta 6 63
Gráfico 12 Pregunta 7 64
Gráfico 13 Pregunta 8 65
Gráfico 14 Pregunta 9 66
Gráfico 15 Pregunta 10 67
Gráfico 16 Punto de Equilibrio 119

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama Estructural.....37
Figura 2 Flujo de Procesos.....43
Figura 3 Producto.....44
Figura 4 Logotipo.....46
Figura 5 Slogan.....46
Figura 6 Papelería Corporativa.....47
Figura 7 Material POP.....47
Figura 8 Macro Localización.....79
Figura 9 Micro Localización.....80
Figura 10 Distribución de la Planta.....85
Figura 11 Proceso Productivo.....90

RESUMEN EJECUTIVO

"Juega Futbol" es una empresa de servicios deportivos cuya funcionalidad principal es el alquiler de una cancha sintética de Indor Futbol que se encuentra ubicada en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, específicamente en el Barrio San Carlos. El presente proyecto se enlaza a la matriz productiva dando un aporte positivo a la economía del país, implementando trabajo a la ciudadanía del sector. La cancha sintética surge de la necesidad de los habitantes del sector por tener un espacio de recreación física fomentando una cultura hacia el deporte, aislando la delincuencia y la vida sedentaria en la ciudadanía.

Se determinó un estudio de mercado utilizando las técnicas respectivas para medir la frecuencia de aceptación y consumo, es decir la oferta y la demanda que son medidas principales para la vialidad de la empresa. El estudio técnico define el área y lugar que se ubicará la empresa decretando al barrio San Carlos para la implementación del proyecto.

Estudio financiero diagnostico que la empresa "Juega Futbol" es un proyecto rentable ya que su periodo de recuperación será en menos de un año, y sus estados financieros proyectados afirman que la empresa tendrá un crecimiento moderado, generará utilidades y aceptación en el mercado.

ABSTRACT

"Play Football" is a business of sports services whose main feature is renting a synthetic pitch Football Indor which is located in the Northern Sector of the Metropolitan District of Quito, specifically in the neighborhood Saint Charles. This project is linked to the productive matrix giving a positive contribution the country's economy, implementing citizens working in the sector. The synthetic field arises from the need of people in the sector have a space of physical recreation fostering a culture to sport, isolating crime and sedentary lifestyles among citizens.

A market study using techniques to measure the respective frequency acceptance and consumption, ie supply and demand are key measures for the viability of the company was determined.

The technical study defines the area and place that the company will be located decreeing the neighborhood Saint Charles for the implementation of the project.

Financial study diagnosis that the company "Play Football" is a profitable project because its payback period will be less than a year, and its projected financial statements claim that the company will have a moderate growth, generate profits and market acceptance.

CAPITULO I

1.01 Introducción

El deporte es una actividad física que el ser humano necesita desarrollar en forma recreativa o con el fin de ejercitar su organismo, permitiendo tener una vida activa, saludable, etc. en especial, permite relajar el cuerpo del estrés diario que se acumula por las extensas jornadas laborales. La actividad deportiva es un hábito que la sociedad en general necesita llevar a cabo, no solo como una disciplina deportiva sino como un conjunto de actividades de esparcimiento, distracción, de integración familiar, de sana competencia, de apartar la vida del sedentarismo que en muchas ocasiones llevan a causar enfermedades graves por la falta de fomentar un hábito hacia el deporte, especialmente en niños y jóvenes del país. El deporte no contempla edad ni sexo, tampoco se fija en la nacionalidad, raza o estado económico que uno proviene, sino que permite establecer una cultura libre de malos vicios, de no estar sometidos a la tecnología. En si el deporte liberara a la juventud de caer en la drogadicción, delincuencia que tanto daño hace a una sociedad. Es por eso que este proyecto de estudio de factibilidad para la implementación de una cancha

sintética de indor futbol, surge con el fin de cubrir una necesidad de la comunidad y con el objetivo de emprender un negocio de servicios en donde el cliente se constituye en un ente determinante para el desarrollo de este proyecto.

El implementar una cancha sintética de indor futbol en un sitio adecuado le da al ciudadano la satisfacción de practicar deporte, en un ambiente de calidez, tranquilidad, seguridad y una atención de calidad.

1.02 Justificación

El interés de la población por el alquiler de las canchas sintéticas de indor futbol ha tenido un gran auge en los últimos años, es por eso que el presente proyecto tiene como objetivo exponer la factibilidad de emprender un negocio de esparcimiento deportivo dedicado al servicio de prestación de la cancha sintética, en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2015-2016.

Con la implementación de esta cancha sintética se busca que los habitantes del sector cuenten con una fácil y oportuna accesibilidad en el alquiler de las instalaciones para la práctica deportiva, dejando de lado el tener que trasladarse a otros sectores de la ciudad, para compartir momentos de esparcimiento deportivos con sus familiares y amigos.

El estudio de factibilidad para la implementación de una cancha sintética de indor futbol para los moradores en el sector norte, se da con el fin de integrar a las familias y vecindad en general, ya que el deporte causa esos momentos gratos e inolvidables entre los asistentes a estas competencias sanas. Los resultados que se espera de este proyecto es motivar a que los ciudadanos del sector se interesen por el hábito hacia

el deporte, estableciendo una cultura de amistad, respeto y una sana competencia entre amigos, dejando de lado a que los niños y jóvenes estén expuestos a la delincuencia, pandillas y malas costumbres tecnológicas.

Un estudio de mercado permitirá conocer a fondo la situación económica, social y cultural del sector con el fin de determinar si el proyecto es viable de realizarse o no, ya que las técnicas de investigación que se utilicen, permitirá obtener información verídica de la demanda insatisfecha del sector. Determinando de esta manera la factibilidad del proyecto y dándole un valor agregado en lo que ha calidad de servicio se refiere.

El uso de las canchas sintéticas ha sido tomado con mucha aceptación por toda la ciudadanía de todas las regiones del país, por lo que el proyecto implica tomar decisiones de eficiencia, dándole un valor agregado en el servicio, presentación, cobros justos, identificando los impactos y riesgos relevantes que se pueden dar en el funcionamiento del negocio en el mercado.

Finalmente darle vialidad al proyecto, utilizando las estrategias necesarias de mercado para estar a un paso adelante de la competencia, produciendo rentabilidad para cubrir con todos los gastos, generando utilidades para todos sus empleados y propietario.

1.03 Antecedentes

El césped sintético apareció en los Estados Unidos de Norteamérica por los años de 1970, con el fin de facilitar los juegos deportivos sobre pisos de hierba en

estructuras cubiertas. La primera generación de césped artificial tuvieron algunos incidentes ya que sus fibras de polipropileno causaban inconvenientes en la superficie del terreno, llevando en algunos casos a quemaduras en los jugadores causados por los deslizamientos que realizaban al rato de disputar la pelota en juego. Tuvieron que pasar algunas generaciones hasta lograr desarrollar un césped sintético que se acople a los requerimientos exigidos para competencias de alto nivel, logrando en la actualidad un césped sintético resistente, seguro, de características similares a las de hierba natural. Cabe destacar que actualmente el césped sintético ofrece una mayor seguridad a sus potenciales clientes ya que sus monofilamentos de polipropileno dan una mayor amortiguación al deslizarse sobre su superficie, dando como resultado la reducción en el número de lesiones, disminución de cansancio o fatiga, contribuyendo de esta manera a que el juego sea divertido y contribuya a la salud de todos sus deportistas.

(Ecuagras, www.ecuagras.ec, 2015), Expreso que; "Actualmente la hierba sintética, ya introducida comúnmente en los terrenos deportivos, es también instalada de forma habitual como pavimento decorativo en áreas residenciales, educativas comerciales y paisajistas" (Ecuagras, 2015).

En nuestro país el practicar un deporte, en especial el futbol, se ha convertido en un estilo de vida, por el sano entretenimiento que brinda al disputar un encuentro deportivo entre compañeros o familiares. Según datos históricos obtenidos, se puede precisar que el indor futbol en canchas artificiales fue introducido al país en el año 2003, obteniendo una excelente acogida, siendo la pionera La Bombonerita en la ciudad de Quito. Este tipo de negocio gira en torno al futbol, pero con

características propias en lo que ha indor futbol se refiere, como por ejemplo se juega con menos jugadores, las dimensiones de la cancha son reducidas etc.

En la actualidad los Municipios de las principales ciudades del país, destinan pocos recursos para la implementación de estos sitios de sana recreación, pero se puede afirmar, que en cierta forma a la ciudadanía no le importa donde se juegue, lo que le interesa es disfrutar jugando este deporte y compartir con sus compañeros y familiares momentos agradables.

(Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil, 2015), Enuncio que; Una realidad que en otras partes del país se observa que es la poca inversión en sitios de esparcimientos y recreación, actualmente en el sector no existe alguno de esto tipo de esparcimiento por lo cual es conveniente la necesidad de implementar un centro recreativo para este sector y sus alrededores, (Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil, 2015).

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 Ambiente Externo

(Maldonado, 2014), Manifiesta que; "El entorno son los factores externos a la empresa (no controlables) que influyen en su estrategia. Se distingue entre el general y el específico (sector), y estos son: Factores Político, Legal; Económico; Sociocultural y Tecnológico." (pág. 17).

2.01.01 Factor Económico

(Rodriguez, 2014), Para ello manifiesta que; "Además de los factores sociales, demográficos y políticos los gerentes de las empresas deben comprender y reaccionar al entorno económico. Las tres áreas económicas de mayor preocupación para la mayoría de empresas son la distribución del ingreso del consumidor, la inflación y la recesión, que actualmente afecta a nivel global.(pág. 20).

2.01.01.01 Inflación

(Mankiw, Macroeconomía octava edición, 2014),Acerca de; La inflación mide la variación porcentual del nivel medio de precios registrada desde el año anterior. Cuando la tasa de inflación es superior a cero, los precios están subiendo. Cuando es inferior, están

bajando. Si desciende pero sigue siendo positiva, los precios están subiendo pero a un ritmo más lento. (pág. 49).

Tabla 1 Inflación desde Noviembre del 2010 a Noviembre del 2015

Año	Inflación
2010	3.33%
2011	5.41%
2012	4.16%
2013	2.70%
2014	3.67%
2015	3.40%

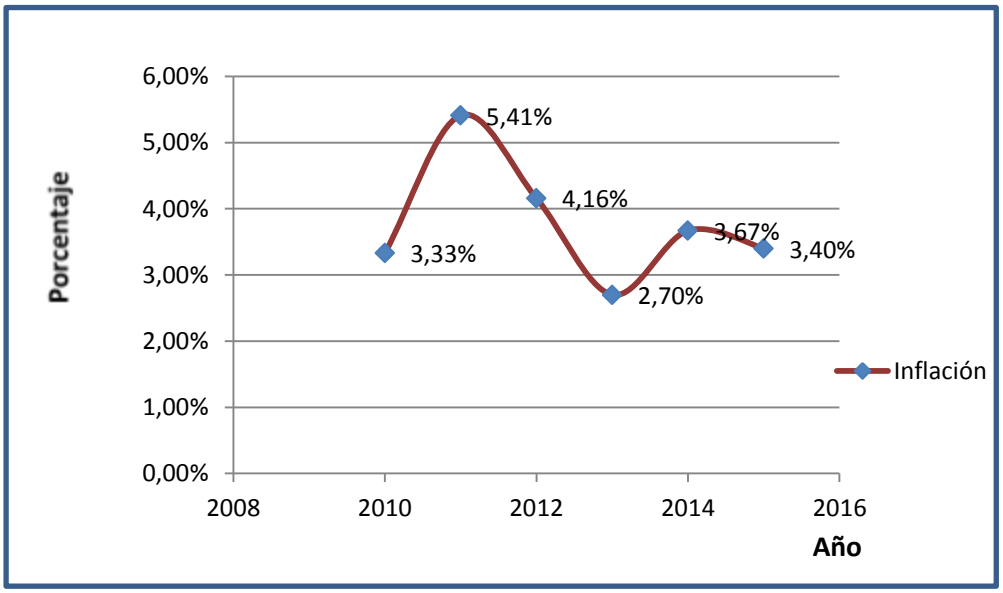


Gráfico 1 Inflación en Ecuador del 2010 a noviembre del 2015

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

La inflación, según datos del Banco Central del Ecuador, aduce que hubo un leve decremento del 3.67% de noviembre del 2014, al 3.40% de noviembre del 2015, esto indica que hubo una variación favorable del 0.27%, en comparación al año anterior. Se puede interpretar que puede haber oportunidad para empezar con el proyecto. El 3.40% de inflación que se tiene, representa una amenaza baja en la economía interna del país, ya que no se llega a cubrir en su totalidad la canasta básica familiar por la variación de precios en los productos primarios, por lo que se espera que en los próximos trimestres, esta inflación se reduzca, siendo de esta manera el mayor beneficiario, la ciudadanía y por ende exista mayor oportunidad de darle continuidad al negocio.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto

(Mankiw, Principios de Economia, 2012), Indica que; "PIB mide dos cosas a la vez: el ingreso total de todas las personas en la economía y el gasto total en los bienes y servicios producidos en la economía." (pág. 492).

Tabla 2 PIB

Año	Porcentaje
2010	3,20%
2011	7,80%
2012	4,80%
2013	4,50%
2014	3,40%
2015	3,00%

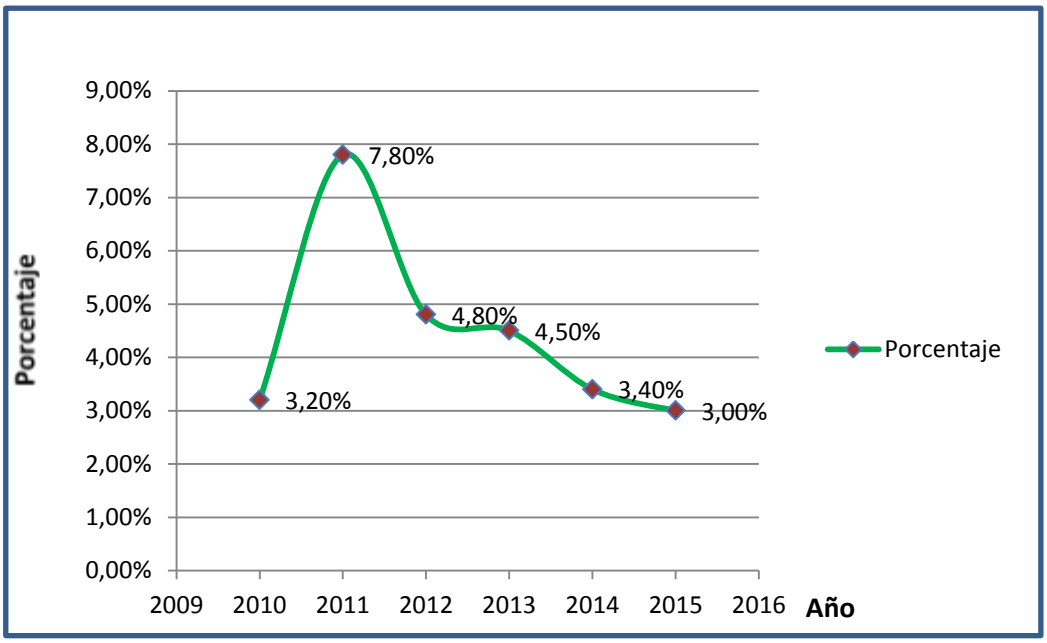


Gráfico 2 PIB en Ecuador del 2010 al primer trimestre del 2015

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

El PIB, indica el crecimiento económico que representa al país, ya que es el total de bienes y servicios producidos en un periodo determinado. Es por eso que haciendo un análisis de los 5 últimos años, el país ha tenido algunas variaciones, debido a la caída del precio del petróleo, las salvaguardias, factores externos, como las devaluaciones de las monedas en algunos países, recesiones económicas entre otras. Esto ha impedido que el Ecuador haya tenido un crecimiento permanente y estable. En el primer trimestre del 2015 el PIB tuvo un crecimiento del 3%, aduciendo que si hay una oportunidad media de emprender con el proyecto, aportando de esta manera a la matriz productiva del país.

2.01.01.02.01. PIB Sectorial

(EKOS, 2014); Indica; "El crecimiento del PIB, es el resultado en gran medida del aumento del consumo en el país, dinamizado por el incremento de bienes y servicios registrado al finalizar el año". (pág. 60)**.**

Tabla 3 PIB Sectorial

Año	Porcentaje
2010	4,88%
2011	6.12%
2012	5.16%
2013	3.95%
2014	4.50%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

El PIB, en el sector de Servicios, que es donde se aplica el proyecto, tiene un leve incremento del 0.55% en comparación con el año 2013, esto se debe a la variación de algunos factores tanto internos como externos que han dado como resultado una economía estable con un crecimiento que está dentro de los parámetros normales. En el 2014 el PIB en el sector de Servicios tuvo un desarrollo considerable en comparación con los otros sectores, esto muestra que hay oportunidad de emprender un negocio en este sector, dando un valor agregado en el servicio para diferenciarnos de la competencia y de esta manera posicionarnos en el mercado.

2.01.01.03 Riesgo País

El Riesgo país es un indicador que muestra la situación económica de un país y es utilizado por los inversores internacionales cuando toman sus decisiones para la toma de decisiones, cuando requieren invertir en un país.

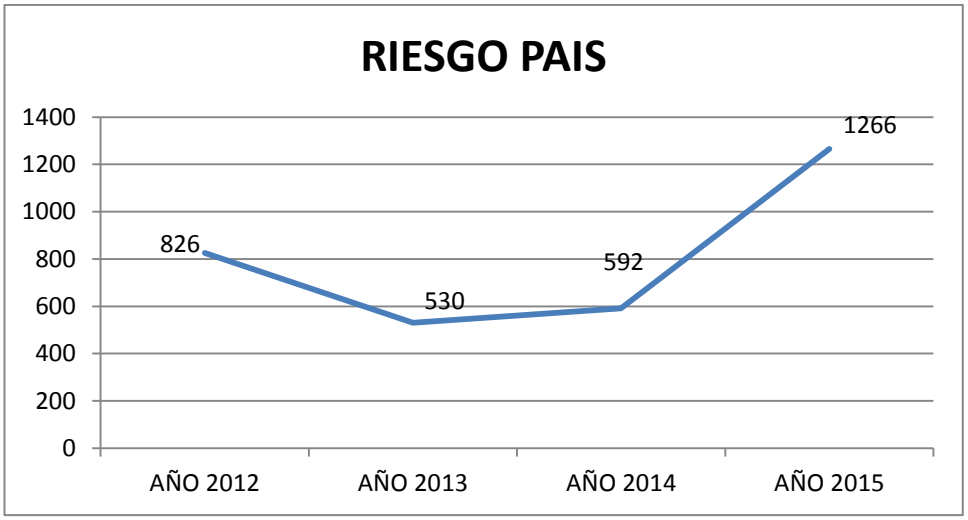


Gráfico 3 Riesgo País Ecuador

Fuente: JP Morgan

Análisis

Actualmente en el Ecuador el Riesgo País tiene variaciones desfavorables en la economía, como se puede ver en el grafico las variaciones van en una escala ascendente en comparación con años anteriores, en la que el Estado debe utilizar estrategias financieras para estabilizar dicho riesgo. Se puede considerar que no hay una amenaza notable que impida el desarrollo del proyecto, ya que el Riesgo País, sirve como un indicador externo, para medir el poder de endeudamiento de un país, es decir no mide la economía interna de la misma. Aduciendo que representa una

amenaza leve para la empresa, ya que dicho riesgo depende de las decisiones políticas que dicte el gobierno. En el año 2015 el riesgo país es 1266.

2.01.01.04. Tasa de Interés

(Axel, 2010), Dijo; La tasa de interés aumenta el servicio real de las deudas redactadas en moneda nacional con relación a los precios de los bienes no transables. Así, pues, este modo de ajuste se traduce por un riesgo de defecto de los compromisos de una parte de los agentes no financieros que debilita indirectamente al sistema bancario. (pág. 211).

2.01.01.05. Tasa Interés Activa

(Wheelen Thomas y Hunger David, 2007), Indican que; La tasa interés activa; es decir, la tasa de interés que los bancos cobran sobre sus préstamos de riesgo más bajo. Para mejores evaluaciones de las decisiones estratégicas. Puede ser útil observar el nivel que tenía la tasa de interés activa en la época del caso. (pág. 360).

Tabla 4 Tasa de Interés Activa

Tasas de Interés			
diciembre-2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.20	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	10.28	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.03	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.12	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.92	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.12	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.21	**Consumo Ordinario***	**17.30**
Consumo Prioritario	16.00	**Consumo Prioritario ****	**17.30**
Educativo	7.11	**Educativo ****	**9.50**
Inmobiliario	10.89	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	29.04	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

La tasa de interés activa de consumo actualmente se encuentra en 17.30% cuyo objetivo es financiar la compra de bienes y servicios con fines no empresariales, argumentado que es un interés que está dentro de los parámetros normales cobrado por las instituciones financieras. Mientras que para la Pymes que es donde se encuentra el proyecto, es del 11.83% anual, se deduce que es un interés manejable en las pretensiones de apalancamiento financiero que el proyecto necesita adquirir, la misma que representa una oportunidad baja para el propósito de la empresa.

Tasa Interés Pasiva

(Rankia, 2013), Indica; La tasa pasiva es la tasa a la que se remuneran a los depositantes de fondos por prestar su dinero a los bancos y al igual que en la tasa activa depende de varios factores: tipo de depósito, monto, plazo, etc. (pág. 01).

Tabla 5 Tasa de Interés Pasiva

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.14	Depósitos de Ahorro	0.87
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	1.25
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.54	Plazo 121-180	5.99
Plazo 61-90	4.63	Plazo 181-360	6.15
Plazo 91-120	5.12	Plazo 361 y más	6.89

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

Si se toma en cuenta el 4.54% de interés anual que paga una institución financiera por los depósitos realizados, esto no le conviene a la empresa, por lo que se recomienda buscar otro tipo de inversión, como por ejemplo mejorar y equipar su estructura, comprar acciones, bonos a largo plazo, será una manera positiva de incrementar su utilidad.

2.01.02Factor Social

(Vasquez Beatriz, Escudero Maria, De la Encarnación Maria, 2010), Indica que ; Se constituye la empresa con el propósito de ganar de dinero, sin ánimo de lucro en ellas lo más importante es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad, buscan el bienestar de los asociados y su familia. (pág. 29).

2.01.02.01. Crecimiento Poblacional

(Melo Moreno Vladimir, 2005), Expreso claramente; Uno de los principales problemas de los países es la tendencia a la sobrepoblación. Tal desajuste entre la capacidad productiva del país y el número de habitantes conlleva a una inadecuada redistribución de ingresos, haciendo más aguda la crisis. Cuando los recursos son escasos, el crecimiento de población genera una mayor vulnerabilidad en la población, especialmente en los grupos que no tienen acceso a los medios básicos de subsistencia. (pág. 13).

Tabla 6 Parroquias Urbanas del Sector Norte DMQ.

Parroquia	Población
El Condado	85.845
Carcelén	54.938
Comité Del Pueblo	46.646
Ponceano	53.892
Cotocollao	31.263
Cochapamba	57.679
Concepción	31.892
Kennedy	70.041
San isidro de El Inca	42.071
Jipijapa	34.677
Iñaquito	44.149
Rumipamba	31.300
Belisario Quevedo	45.370
Total	**629.763**

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas Censos 2010
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

La parroquia de la Concepción, pertenece a la zona norte de Quito, de acuerdo al censo de población del 2010 tiene 31.892 habitantes, de las cuales según el INEC, el 99.2% de la población tiene servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet), esto representa una oportunidad alta para la empresa, ya que los habitantes de esta parroquia poseen una economía estable, y por ende están en la capacidad de contratar los servicios que el proyecto ofrece.

2.01.02.02. Tasa de Desempleo

(Organización para la cooperación y el desarrollo ecónomico, 2010), Indica que; A su vez Organización, las tasas de desempleo son generalmente menores para los individuos con un mayor nivel educativo, normalmente porque esto los hace más atractivos en el

mercado de trabajo. Las tasas de desempleo indican tanto el deseo de los individuos de trabajar como su atractivo para los empleadores potenciales. (pág. 102).

Tabla 7 Tasa de Desempleo

Año	Porcentaje
2010	6.11%
2011	5.07%
2012	5.00%
2013	4.55%
2014	4.54%
2015	4.77%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

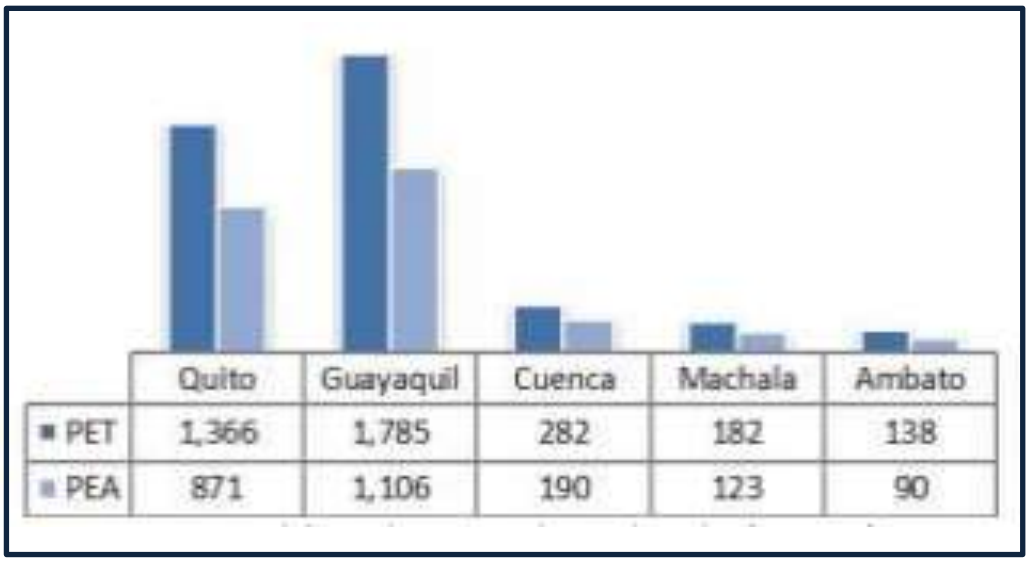
Según datos estadísticos, el desempleo en el Ecuador ha tenido variaciones. El 4.77%, que refleja la tabla comparativa, es de alguna manera aceptable para emprender un negocio. Cabe recalcar que se requieren tasas más elevadas de crecimiento económico que se mantengan por largo tiempo, para que ello se refleje en una real reducción de la pobreza, y desempleo. Asumiendo esta oportunidad, con responsabilidad para el fortalecimiento del proyecto y por ende, cumplir con las expectativas previstas de crecimiento.

2.01.02.03. Población Económicamente Activa

(Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador, 2013), Sostiene que; La PEA es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas económicamente activas son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar están

en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento. (Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador, 2013).

Tabla 8 Población Económicamente Activa



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
PET: Personas en edad para trabajar
PEA: Población económicamente activa

Tabla 9 Población por edad de la Parroquia La Concepción

Años	20 a 29 años	30 a 39 años	40 a 49 años	50 a 59 años	60 a 69 años	70 a 74 años
Población	5657	5018	4360	3488	2684	998
Total	22205					

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla 8 del PEA, se puede interpretar, que en la ciudad de Quito, la población en edad propicia para trabajar es de 1´366.000 personas, pero solo 871.000 personas, gozan de alguna actividad económicamente. Es decir el 63.76% de la población, tienen algún tipo de empleo estable. En la tabla 9, la parroquia La Concepción, la población total es de 31.892 habitantes de los cuales 22.205 son Población Activa, es decir el 69.63%. Esto refleja una oportunidad alta para que el proyecto tenga un posicionamiento estable y cumplir con los objetivos previstos.

2.01.03Factor Legal

(Sala Perres, 2015), Aclara que; "Al mismo tiempo Perres, "Son las leyes y reglamentos que estipula el Estado en apoyo o no, en la elaboración de una empresa," (pág. 17).

2.01.03.01 Requisitos para formar una empresa

R.U.C.

- Cédula.
- Papeleta de votación.
- Planilla de servicios básicos.

Patente Municipal.

- Copia de cedula.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del Ruc.

Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas.

- Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.
- Copia del Ruc.
- Copia de cédula y papeleta de votación actualizados.

Permiso de bomberos.

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del Ruc.
- Copia de la calificación artesanal.

Clave patronal

- Solicitud de entrega de clave (el formulario que llenaste en la web del IESS).
- Copia del RUC.
- Copias a color de las cédulas de identidad del representante legal de la empresa y de su delegado, en el caso de que el primero no pueda presentarse a retirar la clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones, tanto del representante legal como de su delegado.
- Copia de pago de una planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono)
- Original de la cédula de identidad

Legalización de contrato de trabajo.

- Contrato remitido vía sistema aprobado por el Inspector de Trabajo.
- Copia de cédula del trabajador.
- Contrato en documento físico.

Permiso Sanitario

- Copia de cedula de identidad.
- Copia del RUC.

- Copia de la papeleta de votación.

- Copia de la patente municipal.

- Exámenes médicos, odontológicos y de laboratorio de los empleados.

Todos estos documentos mencionados, son necesarios para la obtención del L.U.A.E., que es la licencia única de actividad económica. Cabe señalar que el Ministerio del Deporte no tiene jurisdicción en este proceso.

2.01.04 **Factor Tecnológico**

(Martinez Daniel, 2012), Enuncio que; Los factores tecnológicos, generan nuevos productos, servicios y mejoran la forma en la que se producen y se entregan al consumidor final. Las innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites en los sectores existentes, como por ejemplo, internet y comercio virtual. (pág. 35;36).

Las redes sociales es una herramienta que permite realizar un seguimiento personalizado de los clientes, que publicar los servicios que se oferta y sus diferentes promociones. El proyecto tiene que ofrecer calidad e innovación para seguir en el mercado, por lo que es necesaria la implementación de una página web, con toda la información referente a la empresa como eventos, competencias, precios, servicios, cursos y demás, de tal manera que se aproveche de una manera eficiente el uso de las instalaciones. En los tiempos actuales, el factor tecnológico juega un papel determinante, ya que exige a la empresa a estar en un constante cambio para mantenerse a un paso adelante de la competencia, siendo una oportunidad alta.

2.02 Entorno Local

(Peña Legazkue, 2013), Postula que; La escalabilidad de los nuevos negocios no solo depende de los emprendedores o de las características de la organización recién creada, sino también de las condiciones del entorno. Si el contexto local es propicio para propagar la creatividad, impulsar la innovación, inyectar financiación, la escalabilidad de las empresas creadas por los emprendedores puede ser más rápida y potente. (pág. 73).

2.02.01 Clientes

(Pantanetti, 2014), Expresa que; "Para triunfar hay que ser optimista, esto es fundamental para convencer a los clientes, inversores, colaboradores. Necesitas alinearlos a como ves la empresa a mediano y largo plazo. Y ser perseverante." (pág. Cap.10)

2.02.01.01. Clientes Internos

La empresa contará con personal altamente calificado, profesionales orientados al servicio del cliente, son de suma importancia para lograr el éxito propuesto, ya que la influencia que ejerce hacia el cliente externo, permite llevar a cabo con claridad el objetivo principal que tiene la empresa.

2.02.01.02. Clientes Externos

Son aquellas personas que utilizan la empresa, pero no forman parte de ella, son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que generan ingresos a través de

la satisfacción de sus necesidades. Los clientes externos en el proyecto, serán considerados leales, aquellos que representen ingresos permanentes, como son las instituciones educativas, empresariales y público en general. Por lo que el objetivo principal será utilizar adecuadas estrategias de mercado y promociones, con un excelente don de servicio, para de esta manera cumplir con las exigencias que demandan todos los clientes.

Análisis

Los clientes internos y externos juegan un papel determinante en los objetivos de la empresa, ya que son los encargados de direccionar el rumbo de la misma, representan una oportunidad alta en las pretensiones que requiere el proyecto. Protagonizan los elementos principales que destinaran el crecimiento del negocio.

2.02.01.03. Poder de Negociación

Es realizar un análisis tanto interno como externo de la empresa, con el fin de dar un servicio de calidad a toda la clientela. Las estrategias utilizadas son las siguientes:

- La infraestructura está dotado de varios servicios acorde a las exigencias de los clientes, adicionalmente se tendrá un buzón de sugerencias, para conocer las inquietudes de los consumidores y de esta manera tomar decisiones.
- Promocionar a través de la persuasión y comunicación, hojas volantes en establecimientos educativos y empresariales a la salida de sus respectivas jornadas.

2.02.02 Proveedores

(Rey Pombo, 2014), Sostiene que; Se consideran proveedores a los suministradores de las mercancías y bienes, es decir, son aquellas personas que venden a la empresa mercadería, materias primas u otros aprovisionamientos. También se consideran proveedores a los suministradores de servicios utilizados en el proceso productivo. (pág. 184).

Tabla 10 Proveedores

Proveedores	Ubicación	Producto
Césped	Av. 10 de Agosto N4837 y Mañosca	Césped sintético
Sylvania	De Los Jazmines N53-147 y pasaje. San Carlos	Reflectores para iluminación de la cancha
Edesa	Av. 6 de Diciembre y Eloy Alfaro	Sanitarios, lavamanos, grifería.
Aceroscenter Cía. Ltda.	Av. Mariscal Sucre S27252 y Diego Céspedes	Materiales de construcción
Mega Sport	Asunción OE3-121 y América	Malla de protección y balones deportivos
Viacom Publicidad	Sector la Morita, Calle José Vinueza y pasaje. Verona	Vallas Publicitarias

Supermaxi	C.C. El Bosque	Bebidas, Productos de limpieza, Snacks, entre otros.

Fuente: Iva Propio
Elaboración: Vicente Cushicagua

2.02.02.01. Poder de Negociación

Los proveedores definen un punto relevante en la implementación de recursos para la empresa, por lo que es importante utilizar estrategias de negociación y llegar a un acuerdo factible entre las partes. Estos acuerdos pueden ser como, el solicitar créditos de pago de 30, 60,90, y hasta 120 días, de financiación gratuita, sin intereses. Analizando a cada uno de los proveedores, los descuentos que dan por el pago al contado para la toma de decisiones.

Análisis

Los proveedores establecen una oportunidad alta para el propósito de la empresa. Son los que abastecen la producción del proyecto, mediante financiamientos y promociones que otorgan, influyen de manera directa en la aspiración del negocio.

2.02.03 **Competidores**

(Ezquer, 2010), Dijo lo siguiente; “Proceso continuo de medir los productos, servicios, prácticas y compararlas con los competidores o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria.” (Ezquer, 2010).

Tabla 11 Competidores Directos

Establecimiento	Dirección
Canchas Sintéticas Peloteiros	Melchor de Valdez y Martin de Ochoa
Parque Ingles	Fernández Salvador y Machala
Liga Barrial San Carlos	Vaca de Castro y Martin de Ochoa
Liga Barrial La Pulida	Barrio La Pulida, Calle 9

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Es de suma importancia tener un estudio amplio acerca de la competencia, ya que permite conocer acerca de sus fortalezas y debilidades. El conocimiento previo de los rivales facilitará tomar decisiones estratégicas para el éxito del proyecto. Llevando a considerarle una amenaza baja para los intereses de la misma.

Tabla 12 Competidores Indirectos

Establecimiento	Dirección
Parque Bicentenario	Amazonas y Prensa
Parque La Carolina	Amazonas y Naciones Unidas
Canchas Sintéticas Macalayo	Homero Salas y Machala
Canchas Sintéticas del CCI	Japón y Naciones Unidas
Canchas Sintéticas La Bombonerita	De los Rosales y Rio Coca

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Lo conforman los negocios de igual características, pero que por su ubicación distante representa una oportunidad para el propósito del proyecto. Por lo que el objetivo de la empresa es dar un servicio diferenciado, eficiente, y de esta manera atraer la atención del cliente, para que no tenga que trasladarse a sitios de recreación lejanas.

2.02.03.01 Ventajas Competitivas

(Valenciano Jaime, 2015), Dijo lo siguiente; "Una ventaja competitiva se obtiene desempañando estas actividades estratégicamente de una forma más eficiente que sus competidores" (pág. 60).

Análisis

Una de las ventajas principales en el proyecto, es la innovación de los servicios que se ofertan, siendo el empleado el elemento principal para dicho propósito, por lo que su capacitación constante, dará como resultado un servicio eficiente y de alta calidad para con el cliente.

2.03 Análisis Interno

(Amat Oriol, 2010), Enuncio que; "El análisis interno de la compañía consiste en valorar todos los aspectos del funcionamiento interno de la empresa que puedan ayudar a determinar los objetivos del diagnóstico". (pág. 202).

2.03.01. Propuesta Estratégica

La finalidad del proyecto consiste en la implementación de un espacio deportivo, en la que todos los clientes disfruten de un momento de esparcimiento con sus amigos y familiares, brindando un servicio de calidad en las diferentes áreas que tiene el complejo deportivo. La cancha sintética que se dispone puede ser alquilada mediante reservación con un límite de 14 jugadores sin límite de edad, y con un tiempo de una hora para cada encuentro. Se realizara varios torneos empresariales en

horarios nocturnos, para que de esta manera no influya en su jornada laboral, concediendo premios al ganador del torneo por las marcas auspiciantes y patrocinadoras. Los torneos juveniles y familiares serán los fines de semana de igual manera, se les premiaran a los ganadores al finalizar el torneo. La infraestructura que otorga el proyecto ofrece brindar un valor agregado en el servicio, limpieza y seguridad. También se dotará de un bar con todas las exigencias requeridas, con el único objetivo, que el cliente salga satisfecho en todos sus requerimientos y expectativas, logrando un reconocimiento a nivel local con relación a su competencia.

2.03.01.01. Misión

(Lacalle , 2012), Expresó claramente; Es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente. La misión de la empresa debe ser conocida por todos los integrantes de la organización ya que representa la filosofía de la misma. (pág. 19).

2.03.01.01.01. Formulación de la misión

Tabla 13 Principios y Valores de la Misión

PRINCIPIOS	
Calidad del Producto	Cumplir las exigentes necesidades del cliente
Trabajo en equipo	Sinergia y principios es la clave de éxito para cada uno de los colaboradores.
VALORES	
Confiabilidad	El desempeño eficiente y eficaz de los miembros de la empresa hacia los diferentes clientes.
Respeto	Es uno de los valores más importantes dentro de la empresa. Ya que de ahí se derivan el fortalecimiento de la misma.
Responsabilidad	Normas estandarizadas para la correcta operación en todas las tareas designadas.
Lealtad	Compromiso hacia los objetivos planteados por la empresa.
Honestidad	Conducta correcta del personal al actuar en el desempeño de su labor diaria.
Compromiso	Facultad de ayudar a cumplir con las tareas establecidas por la empresa.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 14 Elementos para definir la Misión

Naturaleza del Negocio	**Cumplir las expectativas programadas, en la búsqueda de la calidad en el servicio a los clientes.**
Razón de Existir	Para motivar mediante el servicio deportivo a la comunidad a una sana diversión.
Mercado al que sirve	A la comunidad en general, sin restricción de edad, sexo, ni cultura.
Características del servicio	La característica principal del negocio es dar un servicio estandarizado diferenciado en los productos que se oferta.
Principios y Valores	Cultura de calidad, responsabilidad social, creatividad, respeto.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El proyecto está dirigido al bienestar de la comunidad, compartiendo las instalaciones para la práctica deportiva, a todas las personas que se identifiquen con esta actividad. De esta manera cubrir con las exigencias y expectativas que tienen los clientes, en un ambiente sano, seguro, sin distinción económica, social, cultural, de

edad y sexo. Motivar al deporte es la razón principal de la empresa, mediante principios éticos y morales se llegara a cumplir dicho objetivo.

2.03.01.02 Visión

(Daniel Campoy, 2010), Indica que; "La visión establece el rumbo, el camino, los objetivos y lo que se tiene que hacer para llegar a las metas con satisfacción y entusiasmo" (pág. 42).

2.03.01.02.01 Formulación de la Visión

Tabla 15 Principios y Valores de la Visión

PRINCIPIOS	
Calidad del Producto	Ser competitivo en los servicios que satisfagan a los clientes.
Trabajo en equipo	La gestión que se realice a los empleados es de utilidad para alcanzar un ambiente laboral eficiente.
VALORES	
Confiabilidad	Exigencia que la empresa ofrece a sus consumidores y operarios.
Respeto	Consideración en el interior y exterior de la empresa, tanto funcionarios como usuarios.
Responsabilidad	Sensatez con responsabilidad en la función de las tareas delegadas.
Lealtad	Cumplimiento en las normas y propósitos del negocio.
Honestidad	Integridad competente en todo momento
Compromiso	Acuerdo integro en la labor de la empresa

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 16 Elementos para definir la Visión

Posición deseada en el mercado	**Está a la cabeza de la competencia con un servicio destacado en el sistema deportivo.**
Tiempo	5 años.
Mercado de la empresa	Barrios aledaños del sector Norte de Quito.
Productos y servicios	Área deportiva, bar para la degustación de comida rápida y bebida, instalaciones limpias y ordenadas
Principios y Valores	Rectitud, eficacia y agilidad al servicio del cliente.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Juega Futbol tiene como finalidad de la empresa es generar una cultura deportiva en toda la ciudadanía del sector, para de esta manera en el año 2021, ser una empresa líder en el alquiler de canchas deportivas, brindando un servicio de calidad, eficiencia con responsabilidad, en la satisfacción del cliente esto le permitirá a la empresa fortalecer su crecimiento e innovar constantemente todas sus áreas, con el único propósito de generar complacencia a todos sus usuarios y funcionarios de la entidad.

2.03.01.03. Objetivos

2.03.01.03.01. Objetivo General

Establecer una distinción y un plan de negocios a través de la innovación en servicios de calidad para el alquiler de una cancha sintética de indor futbol.

2.03.01.03.02. Objetivos Específicos

- Considerar estrategias de servicios para sobresalir en el mercado de la competencia.
- Analizar propuestas de publicidad para promocionar todos los servicios concernientes al espacio deportivo.
- Promover eventos deportivos para motivar a los habitantes del sector al arrendamiento del escenario.
- Valorar al cliente, mediante un servicio de primera, examinando sus requerimientos para mejorar día a día.

2.03.01.04. Principios y Valores

Principios:

Calidad.- Determina la estabilidad de la empresa y la atracción de los clientes, otorgando un servicio sistematizado, en todas las áreas del complejo deportivo.

Innovación.- Desarrollar servicios originales en el trato con el cliente, familiarizándole en todos los eventos de competencia.

Fiabilidad.- Evolucionar en los clientes seguridad en el alquiler del terreno de juego generando una mayor atracción en los usuarios.

Trabajo en Equipo.- La fraternización desarrollará una sinergia en los colaboradores permitiendo alcanzar los objetivos previstos en la empresa.

Compromiso.- Ejecutar de manera congruente el rendimiento de prestación de servicios en toda la jornada pactada.

Valores:

Disciplina.- Es la armonización de las actitudes en las cuales se instruye para desarrollar sus actividades de una manera ordenada y ágil generando una mayor rapidez en sus funciones.

Cumplimiento.- Permite desarrollar sus actividades de una manera eficaz, otorgando a la empresa una buena imagen en todas sus áreas.

Respeto.- Tolerancia en la función que desempeña cada persona, con sus compañeros y por ende hacia el cliente, generando confianza para el bienestar de la empresa.

Puntualidad.- Permite formalizar cada obligación estipulada en un convenio, para cumplir con una tarea requerida, transmitiendo confianza a los clientes en todos sus servicios.

Honestidad.- Cumplir a cabalidad cada servicio encomendado, administrando correctamente los recursos otorgados por la empresa.

2.03.02. Gestión Administrativa

(Gregorio, 2005), Piensa que; La gestión administrativa, cuyo dominio es la productividad a ultranza del trabajo humano contemporáneo. Desarrollar punto de vista innovadores, derivados de la puesta en relación dela disciplina administrativa con los paradigmas de las ciencias humanas y sociales o con el pensamiento matemático y la ética. (pág. 37).

2.03.02.01. Organigrama Estructural

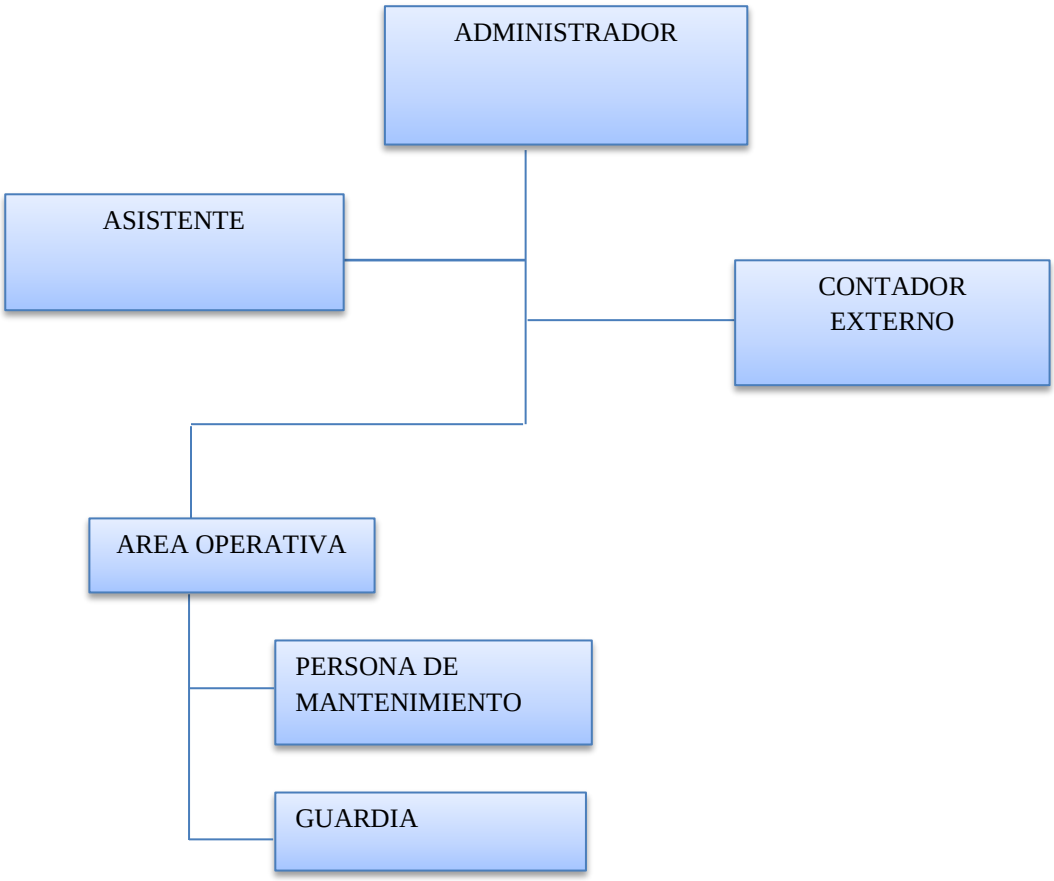


Figura 1 Organigrama Estructural
Elaborado: Vicente Cushicagua

Perfil del cargo o puesto de trabajador

Tabla 17 DESCRIPCION DEL CARGO ADMINISTRADOR

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Representante legal de la empresa, sus funciones principales es impulsar normas, medida, estrategias operativas, toma decisiones en bienestar de la empresa.	
Cargo:	Administrador
Número de personas a cargo:	4
Sueldo:	$ 600.00
	Funciones
Función principal	
• Planificar, coordinar, controlar y organizar las actividades de la organización	
Funciones secundaria	
• Organiza de forma eficiente las gestiones administrativas y financieras de la empresa. • Indaga estrategias de innovación para que se ajusten a los objetivos de la empresa. • Controla el cumplimiento de los diferentes procesos de la empresa.	
Responsabilidades	
➢ Inspecciona que se cumplan las normas y reglamentos que rigen a la empresa para su eficiente desenvolvimiento.	
Requisitos de Educación:	3er nivel en Administración de Empresa y afines.
Experiencia Laboral:	Tres (3) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua

Tabla 18 DESCRIPCION DEL CARGO CONTADOR EXTERNO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Verificar, conciliar, registrar las transacciones diarias, llevar un control del sistema financiero de la empresa.	
Cargo:	Contador Externo
Número de personas en el cargo:	1
Sueldo:	$ 80.00

Funciones

Función principal

- Controla y verifica las diferentes cuentas de la empresa, sustentándose con facturas. Realiza el pago de proveedores y personal interno de la empresa.

Funciones secundaria

- Registra contablemente todas las transacciones realizadas diariamente.
- Confirma los diferentes pagos y cobros realizados en la empresa.
- Elabora roles de pago de todo el personal interno de la empresa.
- Realiza las diferentes conciliaciones.

Responsabilidades

- Informa al Gerente general sobre los ingresos que la empresa presenta mensualmente.

Requisitos de Educación:	3er nivel en Auditoria y Contabilidad.
Experiencia Laboral:	Un (1) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua

Tabla 19 DESCRIPCION DEL CARGO ASISTENTE SECRETARIA

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Se encarga de la facturación de los clientes,	
Cargo:	Asistente(Secretaria)
Número de personas en el cargo:	0
Sueldo:	400.00

Funciones

Función principal

- Realiza la facturación a los clientes con las diferentes formas de pago.

Funciones secundaria

- Registra los cuadres de caja.
- Realiza los pagos a proveedores y los registros de las transacciones realizadas diariamente.
- Apoya la labor del Administrador en el servicio al cliente.

Responsabilidades

- Su labor primordial es facturar y recibir los ingresos monetarios que entran diariamente a la empresa.

Requisitos de Educación:	Bachiller en Contabilidad.
Experiencia Laboral:	Un (1) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua

Tabla 20 DESCRIPCION DEL CARGO CONSERJE

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Sus asignaciones es de servicios poli funcionales.

Cargo:	Persona de mantenimiento(Conserje)
Número de personas a cargo:	0
Sueldo:	$370.00

Funciones

Función principal

- La ocupación que se le asigna es apoyar en el área de limpieza.

Funciones secundaria

- A más de su labor de limpieza, su función es ayudar en la venta de los productos del bar.
- Su trabajo serán bajo las órdenes de la cajera y el administrador.
- Mantendrá el orden y la limpieza de las instalaciones de la superficie deportiva.

Responsabilidades

- Es poli funcional de servicios es decir su apoyo es determinante en las diferentes áreas que se le designe.

Requisitos de Educación:	Ciclo básico en adelante.
Experiencia Laboral:	Un (1) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua

Tabla 21 DESCRIPCION DEL CARGO GUARDIA

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Actúa como un agente responsable de la seguridad de la empresa.	
Cargo:	Guardia
Número de personas a cargo:	0
Sueldo:	$ 370.00
Funciones	

Función principal

- **Vigilar y controlar el correcto uso de las instalaciones.**

Funciones secundaria

- **Se encarga de velar por la seguridad del cliente.**
- **Lleva un control del ingreso y salida de los clientes.**
- **Monitorea constantemente los recursos de la empresa y de los clientes.**

Responsabilidades

- **Informar sobre las anomalías existentes en una empresa, sugerir soluciones factibles en lo que ha seguridad se refiere**

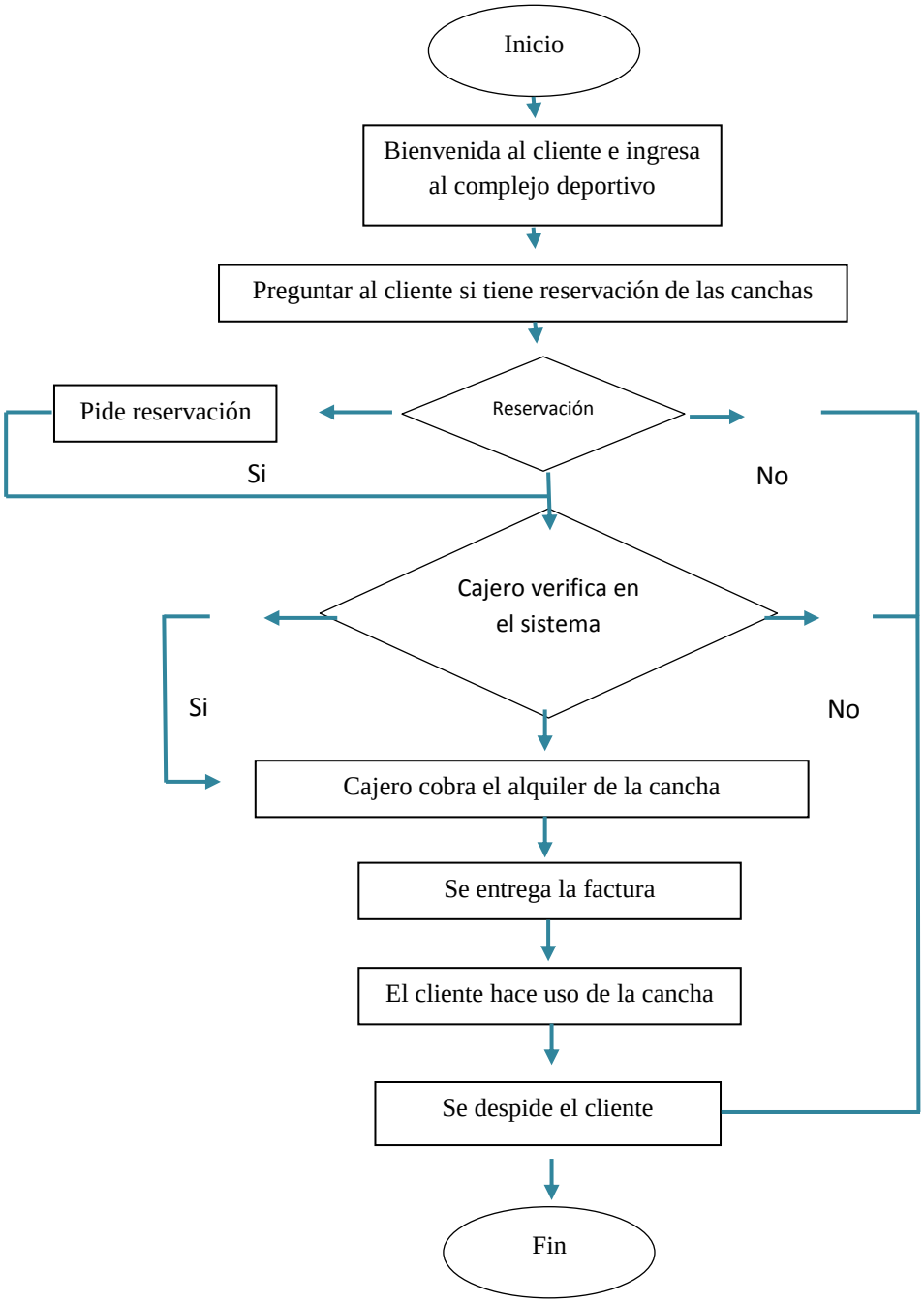
Requisitos de Educación:	Ciclo básico en adelante.
Experiencia Laboral:	Un (1) años de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua

2.03.03. Gestión Operativa

(Martín, 2014), Dijo lo siguiente; Se ocupa de la administración eficiente de los recursos necesarios para la producción y/o prestación del servicio, lo que convierte a esta función empresarial en el pilar básico para la consecución de la competitividad, ya que una gestión eficiente e integrada de todas las operaciones de la empresa tiene un reflejo inmediato en los resultados. (pág. 09).

2.03.03.01. Flujo de Procesos



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua
Figura 2 Flujo de Procesos

2.03.04. Gestión Comercial

(Muñiz , 2013), Proclamo que; En el caso de Muñiz, "El Marketing y las acciones comerciales, permite hacer el seguimiento de los temas relacionados con las relaciones y acciones comerciales previas o de fidelización con los clientes." (pág. 13).

2.03.04.01. Producto

La cancha sintética de Indor futbol se caracteriza por ofrecer instalaciones de primera en todas sus áreas de servicio, cabe señalar que la eficiencia en la atención al cliente es la principal carta de presentación.

Figura 3 Producto
Fuente: Investigación propia
Elaboración: Vicente Cushicagua

2.03.04.02. Precio

El precio estará sujeto de acuerdo a los gastos de mantenimiento y de administración de la cancha:

- Niños y jóvenes de escuelas y colegios se pactara una tarifa especial.

- Adulto y ciudadanía en general. Precios acorde al mercado.
- Los precios en los días hábiles por la noche tendrá un valor adicional por el coste de energía.

2.03.04.03. Plaza

- La cancha deportiva estará ubicada en el sector norte del DMQ, parroquia Chaupicruz en el Barrio San Carlos
- Se escogió el lugar por la escases de este tipo de canchas en el sector.
- Por la cuantiosa demanda hacia la práctica deportiva en dicha zona.

2.03.04.04. Promoción

- Cobro especial a niños, jóvenes y clientes fieles.
- Sus eventos, promociones y descuentos se publicaran en la página web de la empresa, así como sugerencias para su mejor funcionamiento.
- El alquiler de las canchas se hará mediante reservaciones por teléfono y por vía correo electrónico, siendo el usuario el que elige hora y fecha.
- Se cuenta con un instructor deportivo dispuesto a ayudar en los requerimientos del cliente esto le da un valor agregado a la imagen de la empresa.

2.03.04.04.01. Logotipo

Figura 4 Logotipo
Fuente: Investigación propia
Elaboración: Vicente Cushicagua

Significado de los colores

- **Verde:** Es el color del crecimiento asociado con la salud, la frescura y la solución de problemas ambientales, representa el césped sintético.
- **Negro:** Evoca emociones fuertes está asociado con el poder y la elegancia y también representa el color del balón
- **Blanco:** Implica un nuevo comienzo nos ayuda en momentos de estrés a seguir adelante, significa unidad, representa el valor del balón.

Slogan

Figura 5 Slogan
Elaboración: Vicente Cushicagua

2.03.04.04.02. Papelería Corporativa

Figura 6 Papelería Corporativa
Elaboración: Vicente Cushicagua

2.03.04.04.03. Material POP

Figura 7 Material POP
Elaboración: Vicente Cushicagua

2.04. Análisis FODA

(Ferrell, 2012), Indica sobre qué; "Abarca los entornos interno y externo de la empresa, de manera interna el marco de referencia aborda sus fortalezas y debilidades en dimensiones clave como el desempeño financiero y los recursos." (pág. 120).

Tabla 22 Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas	**Debilidades**
➢ **Personal comprometido y diestro en el área.** ➢ **Precios accesibles acorde al mercado.** ➢ **Innovación constante.** ➢ **Estabilidad y un excelente clima laboral.**	➢ Falta de experiencia en el medio deportivo. ➢ Carencia de tiempo para cubrir la demanda por la noche. ➢ Estacionamientos insuficientes para las personas que vienen con autos. ➢ Falta de auspicio para realizar eventos deportivos.

FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
➢ **Sector con alta demanda.** ➢ **Promoción constante en eventos deportivos.** ➢ **Poca competencia.** ➢ **Propaganda a través de redes sociales.**	➢ La inestabilidad económica actualmente. ➢ Cambios en las normativas municipales. ➢ Incremento en el consumo eléctrico en el horario nocturno. ➢ Falta de publicidad.

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Vicente Cushicagua

Tabla 23 Matriz Externa del FODA

	Oportunidades			Amenazas		
Indicadores	**Alta**	**Media**	**Baja**	**Alta**	**Media**	**Baja**
Inflación	X					
PIB		X				
Tasa Activa			X			
Entorno Tecnológico	X					
Entorno Legal				X		
Competidores						X
Clientes	X					
Proveedores	X					
Total	**4**	**1**	**1**	**1**	**0**	**1**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

Como indica la tabla externa del FODA, entre las oportunidades y amenazas, se aduce que el proyecto es favorable debido a que las oportunidades tienen una

mayor puntuación frente a las amenazas. Lo que significa que los factores externos representan puntos clave para el éxito de la cancha sintética “JUEGA FUTBOL”.

Tabla 24 Matriz Interna del FODA

	Fortalezas			Debilidades		
Indicadores	**Alta**	**Media**	**Baja**	**Alta**	**Media**	**Baja**
Propuesta Estratégica	X					
Gestión Administrativa		X				
Gestión Comercial						X
Total	**1**	**1**	**0**	**0**	**0**	**1**

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

La tabla correspondiente al factor interno entre las fortalezas y debilidades, indica que las fortalezas superan a las debilidades donde la propuesta estratégica es considerada el indicador destacado, ya que al ser una empresa de servicios los puntos relevantes son las promociones que se ofrezcan al cliente.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.01. Análisis del Consumidor

(López Martín, Cuadernos de Marketing y Comunicación Empresarial Volumen 3, 2014), declara que; Hoy en día el consumidor se informa con mayor interés, busca referencias y compara. Además cada vez más se compra online. Se adquieren productos a través de la red principalmente por comodidad, precio, accesibilidad o frente a la posibilidad de obtener ofertas exclusivas. (pág. 25).

Objetivo del Estudio de Mercado

Permite y facilita, tener una percepción clara, del número de usuarios que arrendarán los servicios que la empresa ofrece, a través de un correcto estudio de mercado se determina las maneras más eficientes de posicionamiento ante la competencia.

Objetivos Específicos del Estudio del Mercado

- Tener una visión clara del servicio que se va a ofertar dentro de un sector definido.
- Definir los requerimientos que exigen los consumidores, con respecto al servicio que se oferta.
- Desarrollar estrategias requeridas para estar por delante de la competencia.
- Investigar la demanda insatisfecha que existe en el sector.
- Determinar la proyección de la empresa en un tiempo determinado.

Segmentación del Mercado

(Montoro, Economía de la Empresa, 2014), enunció que; "Con la segmentación, las empresas pueden conocer mejor a sus clientes y adaptarse a las necesidades que cada grupo tiene" (pág. 223).

Tabla 25 Segmentación de Mercado

Características Geográficas	Características Demográficas	Características Conductuales
Provincia: Pichincha **Cantón: Quito** **Localidad: Melchor de Valdez y Virgilio Corral.**	Género: Indistinto Población Económicamente Activa (P.E.A.) Nacionalidad: Indistinta Nivel Socio Económico Media alta; Madia baja.	• Creativo en el servicio a las personas. • Posee aptitudes profesionales en la atención del negocio.

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Vicente Cushicagua

En el siguiente cuadro, la segmentación de mercado se refiere a un proceso o grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que determinan un

mercado, por lo que es necesario detallar las características, geográfica, demográfica, y actitudes que tienen los clientes. Por lo que el análisis que se realicen a dichas características, diagnosticarán las posibles soluciones para que la empresa pueda estar al alcance de todos.

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01 Población

(Garfias, La Epidemiología Aplicada a la Medicina del Trabajo, 2012), expresó claramente; "El concepto de población es siempre relativo, no puede desligarse de la condiciones del ambiente en que la población vive y de la productividad, así como de las condiciones generales del ambiente". (pág. 71).

3.01.01.02 Tamaño del Universo

Tabla 26 Tamaño del Universo

Universo	No.
Población de Quito Proyección 2015	2.551.721
Población de la Parroquia	31.892
Población PEA de 20 - 74 años	22.205

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos
Elaboración: Vicente Cushicagua

3.01.01.03 Muestra

(Ortega, Estadistica Elemental, 2012), declara que; "La muestra depende principalmente de tres factores: El nivel de confianza deseado; el margen de error

que el investigador está dispuesto a tolerar; y la variabilidad de la población que se estudia" (pág. 102).

3.01.01.04 Fórmula de Cálculo de la Muestra

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

Nomenclatura de la fórmula

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo

P = Posibilidad de éxito (50%) = 0.5

Q = Posibilidad de fracaso (50%) = 0.5

E = Margen de error (5%) = 0.05

Z^2 = Nivel de confianza $(1.96)^2$

Desarrollo de la muestra

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

$$n = \frac{31892 * 0.5 * .05 * 1.96^2}{(31892-1)0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

n = 380 encuestas

3.01.02. Técnicas de Obtención de la Información

Las técnicas de información utilizadas con mayor frecuencia son:

- **La Entrevista**.- El objetivo principal de la entrevista es proporcionar datos que sirve para solucionar algunos inconvenientes en un proyecto
- **El Cuestionario**.- Es una herramienta que sirve para recopilar información proveniente de personas entrevistadas.
- **La Observación**.- Es una técnica donde se puede recopilar datos de forma discreta, aspectos relevantes en favor del proyecto.
- **La Encuesta**.- Permite obtener información acerca de la oferta y demanda del servicio que se va a ofrecer.
- **El Focus Group**.- Determina un grupo de personas seleccionadas, para debatir asuntos de interés relacionados al proyecto.

Encuesta

Según; (Alvira Martin, 2011) "La investigación mediante encuesta requiere una fase de programación y planteamiento de la misma y luego un desarrollo o aplicación de dicha aplicación de dicha programación siguiendo una serie de pasos". (pág. 16).

Para el actual proyecto, se utiliza el método de la Encuesta ya que este sistema permite obtener información esencial, con el fin de conocer las diferentes opiniones de los ciudadanos del sector, para una acertada toma de decisiones.

3.01.02.01 Modelo de la Encuesta

Ver en Anexo

3.1.3. Análisis de la Información

Datos Generales

Tabla27 Datos Generales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	266	65%
Femenino	144	35%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

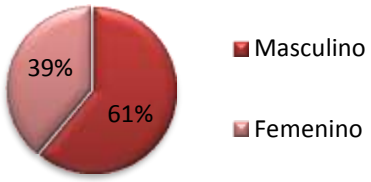


Gráfico: 4 Género
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

La información que presenta el gráfico 4, indica que el, 65% del total de la encuesta realizada son de género masculino y el 35% son de género femenino, determinando que tanto hombres como mujeres les interesa el hábito deportivo, en este caso jugar fútbol.

Tabla28 Actividad Económica

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	338	89%
No	42	11%
TOTAL	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

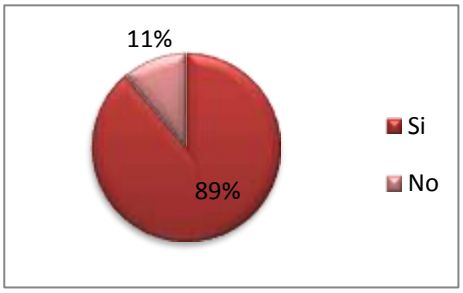


Gráfico: 5 Actividad Económica
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

En el gráfico 5, el 89% de las personas encuestadas si cuentan con una actividad económica, en comparación con el 11% que no lo tienen. Esto indica que el proyecto es viable ya que la mayoría de personas cuentan con ingresos económicos y de esta manera están en capacidad de alquilar los servicios que la empresa ofrece.

Desarrollo de las preguntas del proyecto.

1. Conoce usted canchas sintéticas en el sector

Tabla 29 Pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	223	59%
No	157	41%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

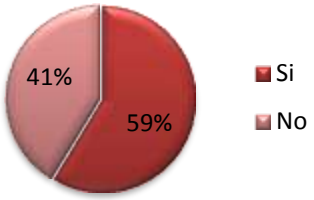


Gráfico: 6 Pregunta 1

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

En el gráfico 6, el 59% de las personas encuestadas si conocen de la existencia de canchas sintéticas en el sector, y el restante 41% de personas encuestadas la desconocen, es decir la diferencia no es notoria. Se considera que se puede emprender el proyecto.

2. Le gustaría a usted que se implemente una cancha sintética en su sector

Tabla 30 Pregunta 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	347	91%
No	33	9%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

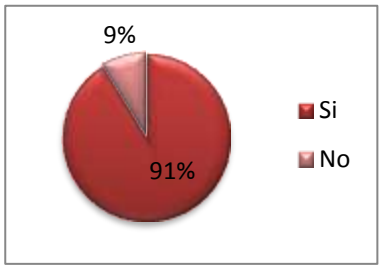


Gráfico: 7 Pregunta 2
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

El gráfico 5, la información obtenida por la encuesta realizada indica que el 91% de las personas indagadas si le gustaría que se implemente una cancha sintética en el sector y el 9% no está de acuerdo que se instaure el servicio, por lo que el proyecto es viable ya que la mayoría de personas está de acuerdo en tal implementación.

3. Practica usted el fútbol

Tabla 31 Pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	359	94%
No	21	6%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

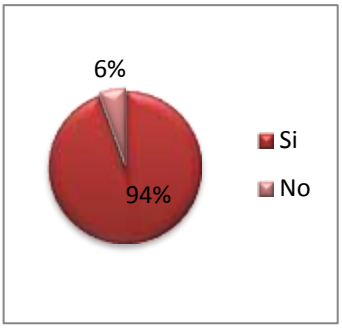


Gráfico: 8 Pregunta 3
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

La información que presenta el gráfico 8, el 94% del total de las personas encuestadas si les gusta jugar futbol, en comparación con el 6% que no práctica dicho deporte. La mayoría de personas encuestadas considera a este deporte como el favorito del sector.

4. Con que frecuencia usted alquila la cancha sintética para jugar fútbol en la semana

Tabla 32 Pregunta 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Una Vez	209	55%
Dos veces	122	32%
Tres o mas	49	13%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

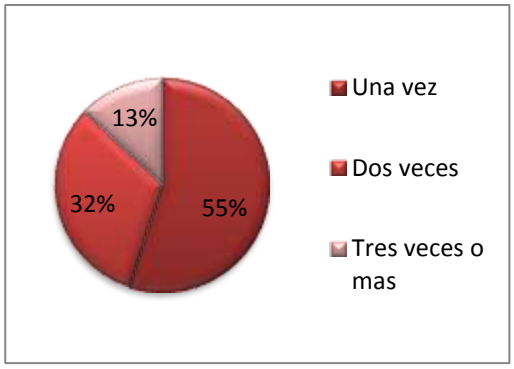


Gráfico: 9 Pregunta 4
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

En el gráfico 9, la información obtenida del total de personas encuestadas, indica que el 55% de personas alquilan la cancha de indor fútbol a la semana; el 32% alquilan las canchas de indor fútbol dos veces por semana y el 13% restante de personas encuestadas alquilan tres veces en la semana, los resultados son positivos para las pretensiones que el proyecto va a emprender.

5. En qué sitio practica usted fútbol

Tabla 33 Pregunta 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ligas barriales	143	37%
Canchas sintéticas	105	28%
Parques	132	35%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

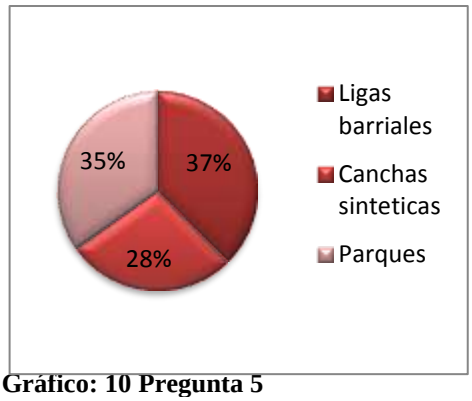


Gráfico: 10 Pregunta 5
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

En el gráfico 10, los datos obtenidos en la encuesta realizada acerca del sitio donde se practica fútbol indican que 37% de las personas encuestadas juegan fútbol en Ligas Barriales; el 35% practica futbol en los Parques y el 28% de personas juegan futbol en Cancha Sintéticas. La diferencia entre los tres sitios para la práctica de fútbol es de similares gustos y preferencias.

6. Ha alquilado usted alguna vez una cancha sintética

Tabla 34 Pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	297	78%
No	83	22%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

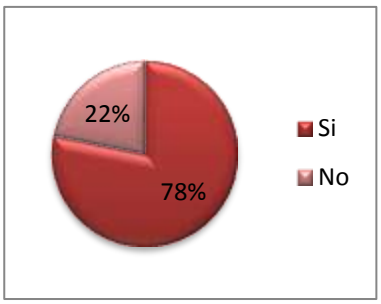


Gráfico: 11 Pregunta 4
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

En el gráfico 11, la información recopilada en la pregunta seis indica que el 78% del total de las personas encuestadas si ha alquilado una cancha sintética de indor fútbol y el restante 22% de personas no ha alquilado. La diferencia es notoria por lo que jugar en una cancha sintética si está al alcance para la mayoría de personas del sector.

7. Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por este servicio de la cancha sintética (por hora)

Tabla 35 Pregunta 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
35	220	58%
40	95	25%
45	65	17%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

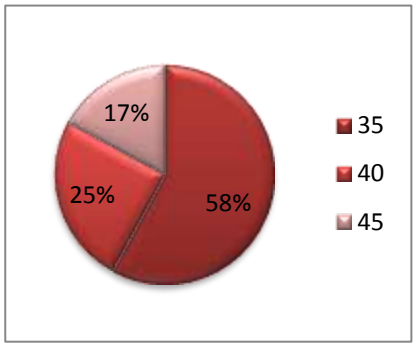


Gráfico: 12 Pregunta 7
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

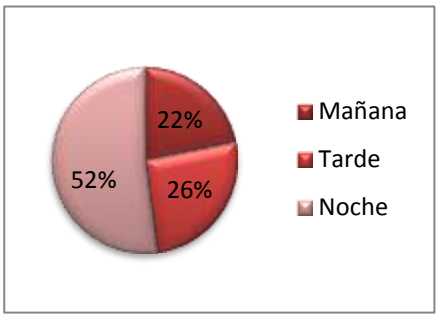
La información que presenta el gráfico 12, indica que el 58% del total de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar $ 35.00 por la hora de alquiler de la cancha sintética; el 25% de los encuestados pagarían $ 40.00 y solo un 17 % estarían dispuestos a pagar $ 45.00 por el alquiler de las canchas sintéticas, por lo que las personas estarían dispuestos a pagar el valor menor de la encuesta realizada por una hora de juego.

8. En qué horario a usted se le hace factible jugar fútbol

Tabla 36 Pregunta 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	83	22%
Tarde	99	26%
Noche	198	52%

Gráfico: 13 Pregunta 8
Elaboración: Vicente Cushicagua



Fuente: Estudio de Mercado

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

La información que presenta el gráfico 13, da a entender que el 52% del total de las personas encuestadas les gusta jugar fútbol en horario nocturno, mientras el 26% de los encuestados le gustaría jugar por las tardes y el 22% en las mañanas.

Interpretando que el alquiler de las canchas sintéticas tienen mayor demanda en horario nocturno.

9. Está usted satisfecho con los servicios que prestan otras canchas sintéticas

Tabla 37 Pregunta 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	126	33%
No	254	67%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

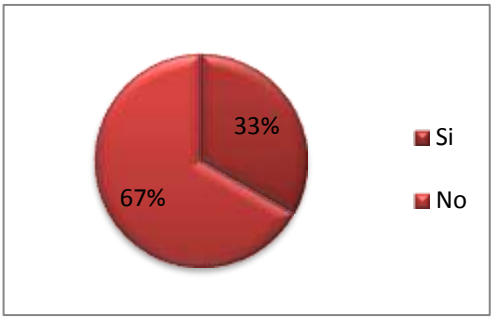


Gráfico: 14 Pregunta 9
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

En el gráfico 14, la información obtenida del total de personas encuestadas, indica que el 67% de personas están satisfechas con los servicios que prestan otras canchas sintéticas, y el 33% de encuestados no están satisfechos con los servicios que prestan las canchas. Por lo que los servicios que se va a ofrecer tienen que ser innovadores y de alta calidad.

10. Con quién asiste usted a jugar fútbol

Tabla 38 Pregunta 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	183	48%
Colegas trabajo	75	20%
Familiares	101	27%
Compañeros estudio	21	6%
Total	380	100%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

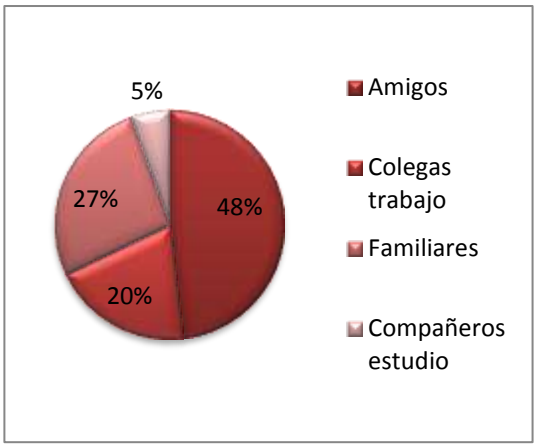


Gráfico: 15 Pregunta 10
Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Vicente Cushicagua

Análisis

La información que presenta el gráfico 15, presenta que el 48% del total de las personas encuestadas asiste a jugar fútbol con amigos, el 27% de los encuestados asiste a jugar fútbol con familiares, el 20 % con colegas del trabajo y el 6% de los encuestados asisten a jugar fútbol con los compañeros de estudio. Lo importante para el negocio es que exista concurrencia de clientes.

3.02. La Oferta

(Escudero Serrano, 2011)¸ dijo que; La oferta en el mercado puede estar representada por un número de empresas que van desde una a muchas, en igual medida. Están en función del número de vendedores y compradores en el mercado. (pág. 112).

3.02.01. Oferta Histórica

Según datos históricos obtenidos, se puede precisar que el indor futbol en canchas artificiales fue introducido al país en el año 2003, obteniendo una excelente acogida, siendo la pionera La Bombonerita en la ciudad de Quito. Este tipo de negocio gira en torno al futbol, pero con características propias en lo que ha indor futbol se refiere. Existen alrededor de 15 canchas sintéticas en el sector norte de Quito. Por estudios de mercado se indica que es un negocio rentable y su inversión se recupera a corto plazo.

3.02.02. Oferta Actual

La oferta actual es la cantidad de bien o servicio que se pone a la venta, y de esta manera se toma en cuenta el porcentaje de aceptación de la competencia conjuntamente con la demanda proyectada para el 2015 y de esa manera se determina la oferta actual.

3.2.02.01. Cálculo de la Oferta Actual

Tabla 38 Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2016	$ 95226.72	0,33	$ 31424.82

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Para el cálculo de la oferta actual se tomó datos de la encuesta realizada, es decir la cifra de la aceptación del servicio, se multiplicó por el precio para obtener la demanda proyectada, que a su vez se multiplica por la aceptación del servicio (competencia). La oferta se origina de la competencia.

3.02.03. Oferta Proyectada

La oferta proyectada es la visión futura del proyecto, en un periodo de 5 años, es decir cuál va a ser el crecimiento venidero del negocio, y en base a esos resultados tomar decisiones y establecer planes de acción.

Tabla 39 Oferta Proyectada

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	$ 96.540,85	0,33	31.858,48
2018	$ 97.873,11	0,33	32.298,13
2019	$ 99.223,76	0,33	32.743,84
2020	$ 100.593,05	0,33	33.195,71
2021	$ 101.981,23	0,33	33.653,81

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Para determinar la oferta proyectada se tomó del cálculo total de la demanda actual y esto se multiplicó por la aceptación de la competencia, dando como resultado un crecimiento moderado del negocio en los posteriores años.

3.03. Demanda

(Flores, 2011), Dice brevemente que; "La demanda da información sobre la variación porcentual de la cantidad demandada de cierto producto cuando el precio de este aumenta", (pág. 45).

3.03.01. Demanda Histórica

Permite saber sobre los datos y el comportamiento histórico de la demanda del proyecto, esto se obtiene de los resultados estadísticos, de la investigación e

información que se realice, y de esta manera analizar la demanda del sector, y tomar decisiones eficientes para el futuro del negocio.

3.03.02. Demanda Actual

La demanda actual determina el volumen de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir, es decir examina la situación actual de la población del sector y poder hacer proyecciones a futuro.

Tabla 40 para determinar la Demanda Actual

Población (PEA) Parroquia			**31.892**
Porcentaje de Aceptación			78,00%
31.892	*	78,00%	24.876
Población que acepta el servicio			24.876
Frecuencia anual de consumo (% más alto)			55,00%
24.876	*	55,00%	13.682
Compras del servicio			13.682
Porcentaje más alto			58,00%
Pago por servicio $ 35			
13,682*58% =		7.935,56	Vtas, mensual
9,258,02*12=		**95.226,72**	**Vtas. Anual**
95.226,72/52		1.831,28	Vtas. Semanales

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 41 Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2016	$ 95.226,72	1	$ 95.226,72

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Para calcular la demanda actual se procede a tomar como referencia los datos obtenidos en la encuesta realizada a la muestra del proyecto multiplicada por la tasa de crecimiento poblacional del sector.

3.03.03. Demanda Proyectada

Tabla 42 Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	$ 95.226,72	1,38%	$ 96.540,85
2018	$ 96.540,85	1,38%	$ 97.873,11
2019	$ 97.873,11	1,38%	$ 99.223,76
2020	$ 99.223,76	1,38%	$ 100.593,05
2021	$ 100.593,05	1,38%	$ 101.981,23

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Para realizar el cálculo de la demanda proyecta se utilizará la tasa de crecimiento poblacional, que actualmente es de 1.38%. Mediante la proyección de la demanda permite evaluar el desarrollo del proyecto en un tiempo determinado.

3.4. Balance Oferta – Demanda

Mediante la conciliación de la oferta y la demanda se pretende equiparar el rendimiento del proyecto que se desea implementar, estableciendo medidas para resolver que la demanda sea superior a la oferta y así cubrir a cabalidad con el servicio que se pretende dar a los clientes.

3.04.01. Balance Actual

Tabla 43 Balance Actual

Cálculo Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2016	$ 95.226,72	$ 31.424,82	$ 63.801,90

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El Balance Actual hace referencia a la demanda insatisfecha en el sector, y de esta manera hacer proyecciones que determinen el crecimiento del negocio, en comparación con la competencia, buscando un posicionamiento en el mercado.

Es decir el balance actual manifiesta a la población insatisfecha, en el servicio que la empresa va a ofrecer. Realizado el cálculo se aprecia una demanda insatisfecha de $ 63801.90 por lo que se puede determinar que el proyecto puede lograr posicionarse en el mercado, dependiendo de la atención y del servicio que se le ofrezca al cliente.

3.04.02. Balance Proyectado

Tabla 44 Balance Proyectado

Cálculo Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	96.540,85	31.858,48	64.682,37
2018	97.873,11	32.298,13	65.574,99
2019	99.223,76	32.743,84	66.479,92
2020	100.593,05	33.195,71	67.397,34
2021	101.981,23	33.653,81	68.327,43

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Los datos obtenidos mediante los cálculos realizados en la tabla 47, determina que el proyecto es viable ya que existe una considerable demanda insatisfecha en el sector, teniendo la oportunidad de constituirse, en un negocio próspero en el mercado.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

(ILPES, 2006), dijo lo siguiente: "Lo sustantivo en la formulación en proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio", (pág. 91).

4.01. Tamaño del Proyecto

Hace referencia a la capacidad de la infraestructura del proyecto para satisfacer las necesidades de los clientes, por lo que el campo deportivo tiene que estar correctamente distribuido para generar un eficiente rendimiento y de esta manera optimizar los procesos y recursos. El presente proyecto dispone de 1.050m^2.

4.01.01. Capacidad Instalada

La capacidad instalada del proyecto se refiere a la característica principal del servicio instaurado, la instalación deportiva se encuentra dividida en diferentes áreas, distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 45 Capacidad Instalada

Áreas	Dimensiones	Total M2
Cancha de Juego	40*20m2	800m2
Área Administrativa	4*4m2	16m2
Recepción	3*3m2	9m2
Camerino 1	4*2m2	8m2
Camerino 2	4*2m2	8m2
Bar	4*5m2	20m2
Tribuna	7*5m2	35m2
Baño Administrativo	1.5*1.5m2	2.25m2
Baño General	1.5*1.5m2	2.25m2
Bodega	2.75*2m2	5.5m2
Parqueadero	24*6 m2	144m2
TOTAL M2	**1.050m2**	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla 48, se detalla la distribución total del área deportiva del proyecto, distribuida técnicamente para dar un servicio de comodidad y eficiencia, con el único objetivo la satisfacción del cliente. El campo deportivo cuenta con un área total de 1.050 m2.

4.01.02. Capacidad Óptima

Tabla 46 Capacidad Óptima

Áreas	Dimensiones	Total M2
Cancha de Juego	40*20m2	800m2
Área Administrativa	4*4m2	16m2
Recepción	3*3m2	9m2
Camerino 1	4*2m2	8m2
Camerino 2	4*2m2	8m2
Bar	4*5m2	20m2
Baño General	1.5*1.5m2	2.25m2
TOTAL M2	**863.25 m2**	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La capacidad óptima del proyecto, precisa los elementos necesarios, con la que el campo deportivo operará inicialmente. Se empezará con una área preliminar de 863.25 m2, espacio que es fundamental para empezar con el proyecto.

4.02. Localización

Tiene como objetivo especificar la ubicación donde se desarrolla el proyecto, es decir, que el espacio físico sea accesible para comodidad de los clientes, y a su vez cuente con los servicios básicos y permisos municipales del sector, para su correcto funcionamiento.

4.02.01. Macro-localización

Se refiere a la ubicación física del proyecto, es decir permite conocer de manera general el sector donde se situará la empresa como es el país, provincia, cantón y parroquia al que pertenece.

Tabla 47 Macro Localización

Macro Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	La Concepción
Sector	Norte
Dirección	Melchor de Valdez y Virgilio Corral

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Figura 8 Macro Localización

Fuente: Google Maps

4.02.02. Micro-localización

El presente proyecto se situará en la parroquia de La Concepción, en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, tomando en cuenta que es un sitio estratégico, debido a que la gran mayoría de personas les gusta practicar futbol y cuenta con una estabilidad económica.

Figura 9 Micro Localización

Fuente: Google Maps

4.02.03. Localización Óptima

La actual figura tiene como objetivo especificar la localización exacta del proyecto, y de esta manera se puede determinar una coyuntura o una inconsistencia para la implantación de la empresa en el sector. La localización óptima contribuye en mayor medida a que se logre un importante rendimiento, mediante la localización estratégica de la empresa.

Tabla 48 Localización Óptima

Factores	Ponderación	Melchor de Valdez y Virgilio Corral		Jorge Piedra y Calle 9, La Pulida		César Villacreses y Eusebio Conde	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Costo de Arriendo	0.10	9	0.90	8	0.80	7	0.70
Seguridad	0.15	10	1.50	7	1.05	7	1.05
Parqueaderos	0.20	8	1.60	8	1.60	8	1.60
Servicios Básicos	0.15	8	1.20	8	1.20	8	1.20
Vías de Acceso	0.15	10	1.50	9	1.35	6	0.90
Servicio de Transporte	0.15	7	1.05	7	1.05	6	0.90
Competencia	0.10	8	0.80	8	0.80	9	0.90
Total	**1.00**		**8.55**		**7.85**		**7.25**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La localización óptima, se determina mediante la elección de tres zonas diferentes, para realizar un estudio comparativo y de esta manera determinar el sitio con la mayor ventaja en los factores detallados en la tabla 51. En la tabla mencionada los resultados con mejor atributo para emprender el proyecto, indica que el sector de San Carlos, en la avenida Melchor de Valdez y Virgilio Corral, es propicio para promover el negocio.

4.03. Ingeniería del Producto

Según (Arbos, 2012); "La ingeniaría de producto concentra su atención en el diseño del producto, que debe ser tal que cubra ante todo una función que le sea encomendada, a lo que llamaremos valor del producto." (pág. 31).

4.03.01. Definición del Servicio

El practicar algún deporte en especial jugar fútbol es de suma importancia para una recreación sana de la ciudadanía, ya que mediante el hábito deportivo se combate el sedentarismo, estrés, delincuencia, tecnología como las redes sociales, videojuegos etc. Por todo esto, el proyecto surge para dar un servicio de alquiler de canchas sintéticas, con el único afán de que los usuarios puedan disfrutar con sus amigos y familiares momentos de sana diversión.

4.03.02. Distribución de la Planta

Tabla 49 Distribución de la Planta

Áreas	Dimensiones	Total M2
Cancha de Juego	40*20m2	800m2
Área Administrativa	4*4m2	16m2
Recepción	3*3m2	9m2
Camerino 1	4*2m2	8m2
Camerino 2	4*2m2	8m2
Bar	4*5m2	20m2
Tribuna	7*5m2	35m2
Baño Administrativo	1.5*1.5m2	2.25m2
Baño General	1.5*1.5m2	2.25m2
Bodega	2.75*2m2	5.5m2
Parqueadero	24*6 m2	144m2
TOTAL M2	**1.050m2**	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

4.03.02.01. Código de Cercanía

Tabla 50 Código de Cercanía

Código de Cercanía	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Los códigos de cercanía norman la relación conjunta que establecen las diferentes áreas, para de esta manera agilitar los procesos que intervienen dentro de las instalaciones del proyecto.

4.03.02.02. Razones de Cercanía

Tabla 51 Razones de Cercanía

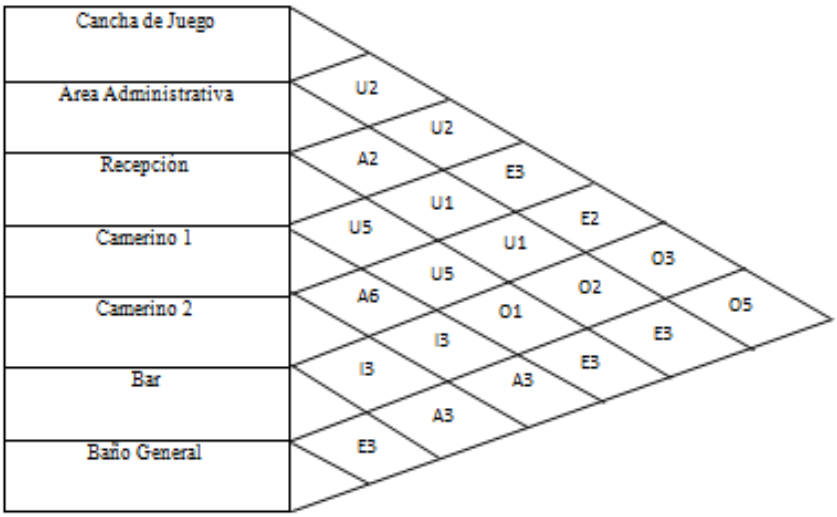
Razones de cercanía	
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	No importante
X	Cercanía indeseable

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Posibilita de manera objetiva fijar razones de cercanía congruentes entre las diferentes áreas, para de esta manera facilitar la relación entre los departamentos existentes en la empresa.

4.03.02.03. Matriz Triangular

Tabla 52 Matriz Triangular



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La matriz triangular determina el enlace positivo entre las diferentes áreas que conforma la estructura del proyecto y de esta manera facilitar una relación eficiente, alcanzando una reducción en costos.

Distribución de la Planta

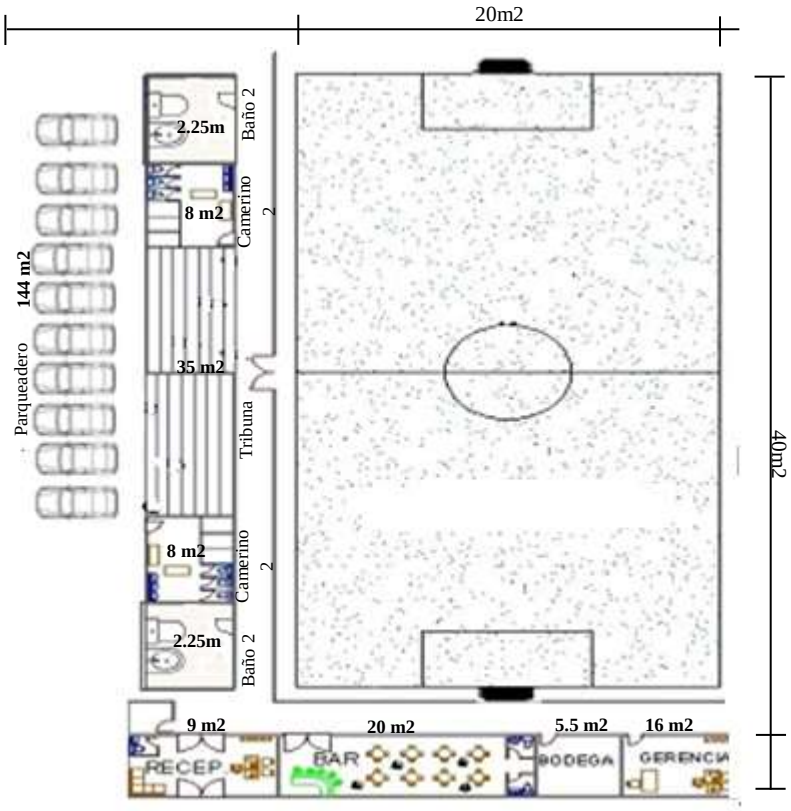


Figura 10 Distribución de la Planta

Fuente: http://dspace.ups.edu.ec/, Ítalo Mauricio Marcalla Chacha
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La estructura de la empresa se encuentra distribuida de manera segura, y el espacio, dividido de forma eficiente para de esa manera desarrollar un servicio óptimo en todas sus instalaciones.

Tabulación de la Matriz Triangular

Tabla 53 Tabulación de la Matriz Triangular

A		E
	I	
O	U	X

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 54 Cancha de Juego, (40x20) 800metros

		E3, 2
O3, 5	U2, 2	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 55 Área Administrativa, (6X4) 24 metros

A2		E3
O2	U1, 1	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 56 Recepción (4x4) 16 metros

		E3
O1	U5, 5	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 57 Camerino 1 (5x5) 25 metros

A6, 3		I3

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 58 Camerino (5x5), 25 metros

A 3		I3

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 59 Bar (6x8), 48 metros

	E3

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

4.03.03. Proceso Productivo

(Fernandez, 2012), sostiene que; "En esta rueda de funcionamiento tiene un papel primordial los trabajadores que, junto con la maquinaria, desarrollan el proceso productivo de unos productos que una vez fabricados requieren una fijación de precios, promoción y distribución física" (pág. 9)**.**

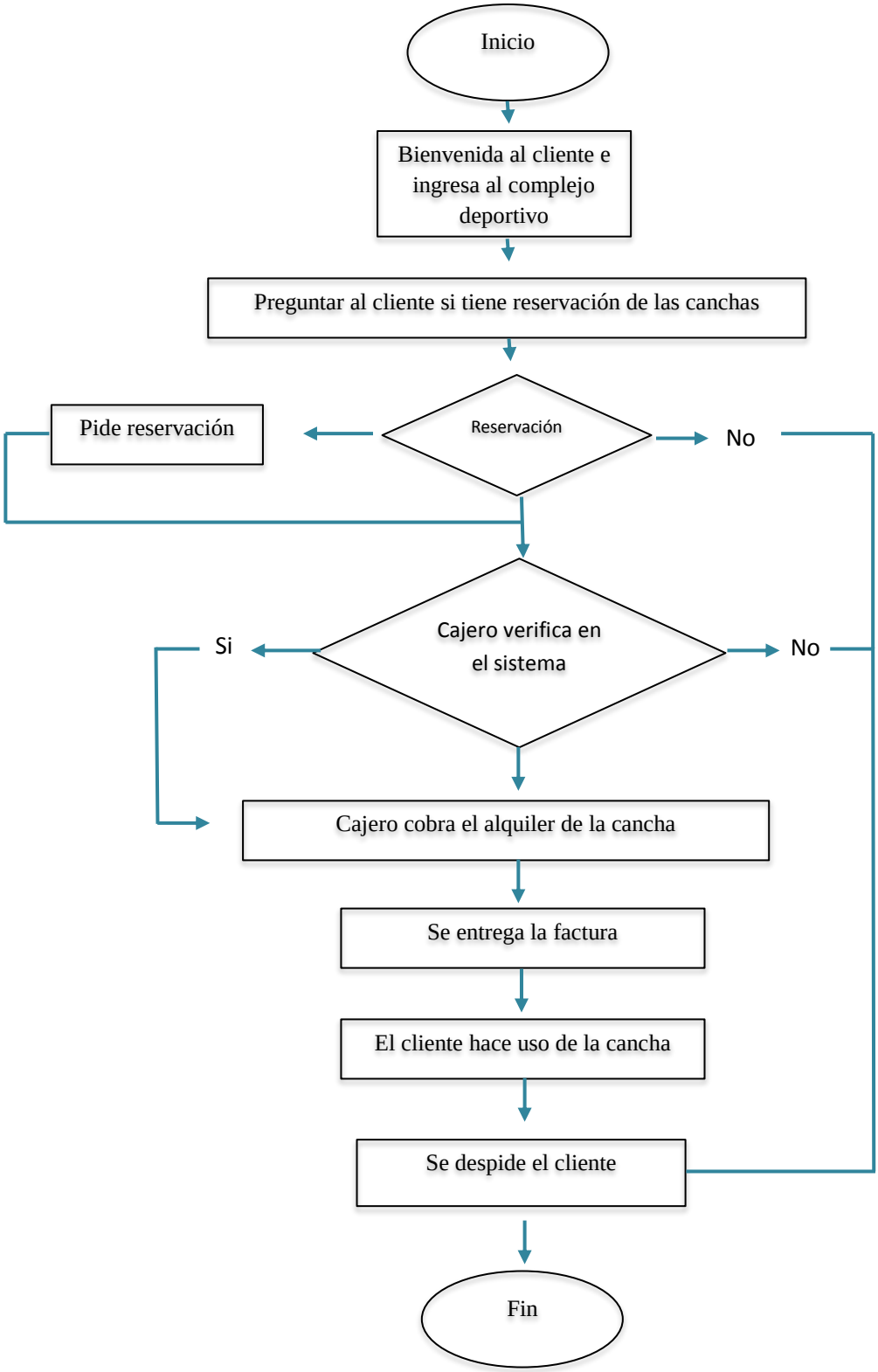


Figura 11 Proceso Productivo
Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 60 Descripción del proceso del Flujo Grama de Servicios

Área	Descripción de las Actividades	Tiempo
Recepción	Bienvenida al cliente al complejo deportivo, se pregunta al cliente si tiene reservación de las canchas.	5 minutos
Caja, Cobranza	El cajero verifica en el sistema la reservación del cliente, procede a cobrar por el alquiler de la cancha y procede a entregar la factura.	5minutos
Campo Deportivo	El cliente hace uso de la cancha deportiva, cumple con la hora de alquiler, hace uso del bar si lo desea, y se despide.	60minutos

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

4.03.04. Maquinaria y Equipo

Según, (Arbos, 2012);"La ingeniería del producto concentra su atención en el diseño del producto, que debe ser tal que cubra ante todo una función que le sea encomendada, y ello dará lugar, como veremos seguidamente, a lo que llamaremos valor del producto" (pág. 32).

Para un correcto desempeño de la empresa de servicios como es la cancha de fútbol, es importante dotarle de maquinaria y equipos relacionados con el negocio, para que su funcionamiento sea adecuado a las necesidades del cliente. Y se describen en la siguiente tabla.

Tabla 61 Maquinaria Equipo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de Cómputo		**Total**	**1214.00**
Computadora I5 3.0 3ra G.	1	519.00	519.00
Laptop Dell 14plg	1	530.00	530.00
Impresora Epson TMB 220	1	165.00	165.00
Equipos de Oficina		**Total**	**212.80**
Teléfono	1	55.00	55.00
Cámara de Vigilancia	2	78.90	157.80
Muebles y Enseres		**Total**	**490.00**
Escritorio	2	110.00	220.00
Sillas	4	30.00	120.00
Archivador	1	150.00	150.00
TOTAL			**1916.80**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 62 Total Activos Fijos

Descripción	Valor Total
Edificio	36132.50
Equipo de Computo	1214.00
Equipos de Oficina	212.80
Muebles y Enseres	490.00
Total Activos Fijos	**38049.30**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La tabla 64, muestra el total de activos fijos que necesita la empresa para darle un correcto funcionamiento, distribuidos por departamentos y de acuerdo a las necesidades de cada área. Con el propósito que el cliente salga satisfecho por el servicio de calidad que se ofrece.

CAPITULO IV

Estudio Financiero

(Jose Sepulveda, David Juarez, 2014), Sostuvo lo siguiente; En todo proyecto que se precie, debe haber un análisis económico financiero, donde se evalué la vialidad del proyecto. En primer lugar vamos a llevar a cabo la estimación de los flujos de caja, en función de la corriente de cobros y pagos generados por la empresa, (pág. 192).

5.01. Ingreso Operacional y No Operacional

(Fierro, 2011)Dijo lo siguiente; "Los ingresos son valores recibidos por el ente económico que bien pueden ser en desarrollo del objeto social que explota, o por actividades que no corresponden a su objeto social, pero que mejoran la utilidad." (pág. 205).

5.01.01. Ingresos Operacionales

(Fierro, 2011) Declara que; "Son ingresos operacionales los valores que están íntimamente relacionados con las actividades principales del negocio, expuestas en su objeto social." (pág. 205).

Tabla 63 Ingresos Operacionales

Detalle	Horas Semanales	Número de Semanas	Horas Anuales	Precio por Hora	Ingresos Semanal	Ingreso Anual
Lunes a Viernes	35	52	1820	30	1050	54600
Fines de Semana	18	52	936	30	540	28080
Total Partidos	**53**	**52**	**2756**	**30**	**1590**	**82680**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La tabla de los ingresos operacionales indica la cantidad posible de partidos de fútbol que se jugarán diaria, semanal y anualmente. Los partidos de fútbol que se efectúan al año son de 2756, que multiplicados a un precio de $30 por hora, arrojan un ingreso anual de 82.680 dólares americanos. Interpretando de positiva la inversión para este proyecto.

Tabla 64 Datos

Crecimiento Sectorial	**1,38%**
Inflación	3,80%

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 65 Ingresos Operacionales Proyectados

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Alquiler de cancha	Q	V/Hora	Ingreso	Q	V/Hora	Ingreso	Q	V/Hora	Ingreso	Q	V/Hora	Ingreso	Q	V/Hora	Ingreso
Lunes a viernes	34,98	30	1049,4	35,46	31,14	1104,31	35,95	32,32	1162,09	36,45	33,55	1222,90	36,95	34,83	1286,88
Fines de Semana	18,02	30	540,6	18,70	31,14	582,47	18,96	32,32	612,94	19,22	33,55	645,02	19,49	34,83	678,77
TOTALES	53	60	1590	54,17	62,28	1686,78	54,91	64,65	1775,03	55,67	67,10	1867,91	56,44	69,65	1965,65

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

5.01.02. Ingresos No Operacionales

(Alexander Guzman, 2005), Escribe que; Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Provienen de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma, las ganancias ocasionales hacen parte de este grupo de ingresos. (pág. 112).

5.02. Costos

(Alfredo Rocafort, 2010), enuncio que; "Se entiende por costo la medida y la valoración del consumo realizado o previsto por la aplicación racional de los factores para la obtención de un producto, trabajo o servicio." (pág. 16).

5.02.01. Costos Directos

(IGAE, 2012), partía de que; "Aquel que se vincula a la actividad del proceso de transformación de los productos, a través de las relaciones factor-proceso o proceso-producto." (pág. 59).

Análisis

Al ser una empresa de servicios se encuentra exento de la utilización de los costos directos, ya que su principal razón es el alquiler de un campo deportivo.

5.02.02. Costos Indirectos

(IGAE, 2012), declara que; "Coste que no puede relacionarse inmediatamente con un objeto de coste (centro, actividad) concreto y, como consecuencia, debe imputarse mediante un criterio clave de reparto." (pág. 59).

Tabla 66 Costos Indirectos

Descripcion	Costo Mensual	Costo Anual	Porcentaje Consumo en Servicio	Consumo en dólares	Porcentaje Consumo Administrativo	Consumo en dólares
Agua Potable	60,00	720	80%	576	20%	144
Luz Electrica	150,00	1800	80%	1440	20%	360
Teléfono	20,00	240	10%	24	90%	216
Internet	22,00	264	10%	26,4	90%	237,6
TOTAL	**252,00**	**3024,00**		**2066,40**		**957,60**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla de costos indirectos indica el costo total de los servicios básicos que se utilizan en el proyecto distribuido de la siguiente manera, el 80% de agua y luz eléctrica para el consumo en el servicio de la cancha y el 20% en el área administrativa. El teléfono e internet, el 10% se consume en el servicio de la cancha y el restante 90% en el área administrativa. Con un costo total anual de $ 3024.00.

5.02.03. Gastos Administrativos

(Tonshon, Contabilidad, 2007), Dijo lo siguiente; Los gastos administrativos son los costos incurridos por un pequeño negocio en una base general y que no están

asociados con un departamento específico. Estos gastos que se agrupan con los individuos que realizan las actividades de apoyo no técnicas para una pequeña empresa, incluyendo las secretarias y recepcionista. (págs. 121-123).

Tabla 67 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldo Personal Administración			2.290,91	27.490,92
Suministros de Oficina	1	25,00	25,00	300,00
Arriendos	1	1.000,00	1.000,00	12.000,00
Suministros de Limpieza	1	12,00	12,00	144,00
Agua Potable	1	60,00	60,00	720,00
Luz Eléctrica	1	150,00	150,00	1.800,00
Teléfono	1	20,00	20,00	240,00
Internet	1	22,00	22,00	264,00
Honorarios Profesionales (Contador)	1	80,00	80,00	960,00
TOTAL		**1.369,00**	**3.659,91**	**43.918,92**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla 68 los gastos administrativos determinan lo referente a los sueldos del personal y los gastos de los diferentes insumos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, obteniendo como resultado un gasto anual de 43.918,92 dólares americanos.

5.02.04. Costo de Ventas

(Greciet, 2012), Declara que, "En la partida Costo de ventas se incluye todos los gastos necesarios e irrenunciables para realizar las ventas, como compras de materias primas, mercaderías, suministros como energía, agua combustible, u otros gastos de personal" (pág. 291).

Tabla 68 Costo de Ventas

Costo de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Página web	1	200,00	200,00	200,00
Impresos - Flyers	500	0,13	65,00	780,00
Artículos Promocionales (esferos)	500	0,19	95,00	380,00
TOTAL			**360,00**	**1.360,00**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla de costos de ventas hace referencia al gasto que se invertirá para promocionar los servicios que se van a ofrecer, concibiendo un gasto anual de $ 1360.00

5.02.05 Costos Financieros

(Salvador, 2009), Señala; "Son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía" (pág. 290).

Tabla 69 Costo Financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Descripción	**Valor**
Entidad	Banco Pichincha
Tipo de Crédito	Consumo
Monto de Financiamiento	23860.21
Tasa de Interés Anual	16.05
Tiempo	2 años
Intereses a corto plazo	$1499.60
Intereses a largo plazo	$ 545.90
TOTAL	$ 2045.50

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La tabla del costo financiero determina el interés que se tendrá que pagar a corto plazo la cantidad de $ 1499.60, y el largo plazo un interés de $ 545.90, con un interés total de $2045.50.

5.02.06 Costos Fijos y Variables

Según, (Lopez, 2009); "Costes variables que varían proporcionalmente a la evolución de las ventas, y costes fijos que son los mismos con independencia de la cifra de ventas". (pág. 225).

Tabla 70 Costo Fijos y Variables

Descripcion	Año Actual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Personal Administración	27490,92	28535,57	29619,93	30745,48	31913,81
Suministros de Oficina	300,00	311,40	323,23	335,52	348,27
Arriendos	12000,00	12456,00	12929,33	13420,64	13930,63
Suministros de Limpieza	144,00	149,47	155,15	161,05	167,17
Agua Potable	720,00	747,36	775,76	805,24	835,84
Luz Electrica	1800,00	1868,40	1939,40	2013,10	2089,59
Teléfono	240,00	249,12	258,59	268,41	278,61
Internet	264,00	274,03	284,45	295,25	306,47
Honorarios Profesionales (Contador)	960,00	996,48	1034,35	1073,65	1114,45
TOTAL	**43.918,92**	**45.587,84**	**47.320,18**	**49118,34**	**50984,84**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla 72, determina la proyección de costos fijos y variables a utilizarse en el funcionamiento del complejo deportivo en un lapso de 5 años, con un valor proyectado de $ 50984.84 para el quinto año.

5.03. Inversiones

(Sapag, 2007),Indica que; Es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias, ya que un nuevo emprendimiento suele sustentarse a partir del capital recibido para su gestión. (págs. 13-18).

5.03.01. Inversiones Fija

La inversión fija es todo tipo de activos que la empresa adquiere para el correcto funcionamiento de sus actividades en lo que ha servicios se refiere, y su vida útil tiene que ser mayor a un año.

5.03.01.01 Activos Fijos

(Sapag, 2007) Expresó que; Es el conjunto de bienes tangibles que no son objeto de transacciones y que en la mayoría de los casos no cambian de forma física a lo largo del ciclo productivo. Por lo tanto son bienes duraderos indispensables por las empresas para producir bienes y servicios. (págs. 13-18)

Tabla 71 Activos Fijos

Concepto	Valor
Inversiones en Activos Fijos	
Edificio	28932,50
Equipo de Computación	1214,00
Equipo de Oficina	212,80
Muebles y Enseres	1214,00
Total	**31573,30**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Los activos fijos son todos los bienes que la empresa de servicios "Juega Futbol" necesita adquirir para su funcionamiento, la inversión que se fijara es de $ 31573.30, donde el 65% está financiado por una entidad financiera y el 35$ es de capital propio.

5.03.01.02 Activos Nominales (Diferidos)

(Wualter, 2009), Piensa que; "Son todos los gastos que se necesita para la constitución del centro de acopio de panela dentro de los cuales tenemos: Gastos de constitución y Gastos de organización." (pág. 290).

Tabla 72 Activos Nominales

Activos Diferidos	Valor
Gasto de Constitución	120
Estudio de Factibilidad	350
Total de Activos Diferidos	**470**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla 73 los activos nominales se refieren a la inversión que se necesita para constituir la empresa, e iniciar su actividad de servicios que luego deberá ser devengada como gasto en su respectivo tiempo.

5.03.02 Capital de Trabajo

(David, 2003), piensa que; "Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal de proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaños determinados" (pág. 368).

Tabla 73 Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	Total
Gastos Administración	3659,91	3659,91	3659,91	10979,73
Gasto Ventas	360,00	360,00	360,00	1080,00
Gasto Interés	159,57	153,41	147,22	460,20
Total	**4179,48**	**4173,32**	**4167,13**	**12519,93**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La empresa "Juega Futbol" deberá poseer recursos monetarios para solventar sus gastos financieros y administrativos durante los tres primeros meses, mientras empieza a generar recursos propios y cubrir sus obligaciones. En este caso el capital de trabajo a reservarse es de $ 12519.93

5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

(Montalvo, 2009), Declara que; Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial. Es necesario que se recurra al crédito en la medida ideal, es decir que sea el estrictamente necesario, porque un exceso en el monto puede generar dinero ocioso, y si es escaso, no alcanzará para lograr el objetivo de rentabilidad del proyecto. En el mundo empresarial, hay varios tipos de capital financiero al que pueden acceder acudir una empresa: la deuda, al aporte de los socios o a los recursos que la empresa genera. (Montalvo, 2009).

Tabla 74 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

Concepto	Uso de Fondos	Recursos Propios	Recursos Financieros
Inversiones en Activos Fijos			
Edificio	28.932,50	10.000,00	18.932,50
Equipo de Computación	1.214,00	519,00	695,00
Equipo de Oficina	212,80		212,80
Muebles y Enseres	1.214,00	1.214,00	
Total de Activos Fijos	**31.573,30**	**11.733,00**	**19.840,30**
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	120,00	120,00	
Estudio de Factibilidad	350,00	350,00	
Total de Activos Diferidos	**470,00**	**470,00**	**0,00**
Capital de Trabajo			
Gastos de Administración	3.659,91		3.659,91
Gastos de Ventas	360,00		360,00
Gastos Financieros	544,13	544,13	
Total Capital de Trabajo	**4.564,04**	**544,13**	**4.019,91**
Total de Inversión	**36.607,34**	**12.747,13**	**23.860,21**
Participación	**100%**	**35%**	**65%**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla 75, las fuentes de financiamiento, hacen referencia al total de recursos que la empresa "Juega Futbol" invertirá para consolidar su correcto desempeño en bienestar de los usuarios, y a su vez generar rentabilidad para cubrir con sus demandas u obligaciones. En lo que respecta al cuadro de financiamiento el 35% es decir $ 12747.13 es de capital propio, y el 65% o sea $ 23860.21 por préstamo financiero al Banco Pichincha.

5.03.04 Amortización de Financiamiento

(Sapag, 2007), anuncio que; Es el método por el cual se va liquidando una deuda en pagos parciales. El importe de cada pago sirve para solventar los intereses. La amortización es una de las aplicaciones más importantes de las anualidades. Las deudas se amortizan con pagos periódicos iguales. Se hacen depósitos periódicos iguales en un fondo de amortización que genera intereses para amortizar una deuda futura. (págs. 13-18).

Tabla 75 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	Inversion :	100%	36.607,34		
	Cap. Propio :	35%	12.747,13		
	Financiamiento :	65%	23.860,21		
	Plazo :		24	MESES	
	Interes :		16,05%	0,67%	
	Pagos :		MENSUAL		

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	23.860,21	0,00	0,00	0,00	23.860,21
1	23.860,21	159,57	1.079,40	919,84	22.940,37
2	22.940,37	153,41	1.079,40	925,99	22.014,38
3	22.014,38	147,22	1.079,40	932,18	21.082,20
4	21.082,20	140,99	1.079,40	938,42	20.143,78
5	20.143,78	134,71	1.079,40	944,69	19.199,09
6	19.199,09	128,39	1.079,40	951,01	18.248,07
7	18.248,07	122,03	1.079,40	957,37	17.290,70
8	17.290,70	115,63	1.079,40	963,77	16.326,93
9	16.326,93	109,19	1.079,40	970,22	15.356,71
10	15.356,71	102,70	1.079,40	976,71	14.380,01
11	14.380,01	96,17	1.079,40	983,24	13.396,77
12	13.396,77	89,59	1.079,40	989,81	12.406,95
13	12.406,95	82,97	1.079,40	996,43	11.410,52
14	11.410,52	76,31	1.079,40	1.003,10	10.407,42
15	10.407,42	69,60	1.079,40	1.009,81	9.397,62
16	9.397,62	62,85	1.079,40	1.016,56	8.381,06
17	8.381,06	56,05	1.079,40	1.023,36	7.357,70
18	7.357,70	49,20	1.079,40	1.030,20	6.327,50
19	6.327,50	42,32	1.079,40	1.037,09	5.290,41
20	5.290,41	35,38	1.079,40	1.044,03	4.246,39
21	4.246,39	28,40	1.079,40	1.051,01	3.195,38
22	3.195,38	21,37	1.079,40	1.058,04	2.137,35
23	2.137,35	14,29	1.079,40	1.065,11	1.072,23
24	1.072,23	7,17	1.079,40	1.072,23	0,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

En la tabla de amortización financiera la empresa "Juega Futbol" realizara un crédito financiero al Banco Pichincha CA. Con un monto total de $ 23860.21 con una tasa de interés del 16.05% anual a un tiempo de 2 años.

5.03.05 Depreciaciones

(Tonshon, Contabilidad, 2007), Piensa que; La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil. (págs. 121-123).

Tabla 76 Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	28.932,50	20	1.446,63	1.446,63	1.446,63	1.446,63	1.446,63
Equipos de Oficina	212,80	10	21,28	21,28	21,28	21,28	21,28
Equipos de Computación	1.214,00	3	404,67	404,67	404,67	0,00	0,00
Muebles y Enseres	490,00	10	49,00	49,00	49,00	49,00	49,00
TOTAL			**1.921,57**	**1.921,57**	**1.921,57**	**1.516,91**	**1.516,91**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

De acuerdo a la tabla 77 la depreciación es el deterioro progresivo de los activos que posee la empresa por el uso continuo que se da a través del tiempo, tales valores varían de acuerdo a la vida útil de cada activo. En el primer año su depreciación es de $ 1921.57, devaluándole a cinco años, excepto los equipos de computación que se desprecia a tres años.

5.03.06 Estado de Situación Inicial

(Villegas, 2001), Postula que; Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite Es una disminución en el valor de la propiedad debido al uso, al deterioro y la caída en desuso. Efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable. (págs. 12-30).

Tabla 77 Estado de Situación Inicial

Empresa "Juega Futbol" Estado de Situacion Inicial al 31 de diciembre del 2016		
Activos		
Activo Corriente		**4.564,04**
Bancos	4.564,04	
Activo no Corriente		**31.923,30**
Edificio	28.932,50	
Equipo de Computación	1.214,00	
Equipo de Oficina	212,80	
Muebles y Enseres	1.214,00	
Estudio de Factibilidad	350,00	
Otros Activos		**120,00**
Gasto de Constitución	120,00	
Total Activos		**36.607,34**
Pasivos		
Pasivos no Corrientes		**23.860,21**
Prestamo Bancario por pagar	23.860,21	
Patrimonio		**12.747,13**
Capital	**12.747,13**	
Total Pasivo mas Patrimonio		**36.607,34**
Firma GERENTE	**Firma CONTADOR**	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El estado de situación inicial describe los valores que posee la empresa para dar inicio a las actividades de prestación de servicios, actualmente cuenta con patrimonio de $ 36607.34.

5.03.07 Estado de Resultados Proyectado

(Villegas, 2001), dijo lo siguiente; El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio. (págs. 12-30).

Tabla 78 Estado de Resultados Proyectado

Empresa "Juega Futbol" Estado de Resultados al 31 de diciembre del 2016							
	Estado de Resultados Proformado						
	PIB Sectorial de Otros Servicios		6,60%				
	Porcentaje de Inflación		3,80%				
	Descripción	**Año Base**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
	Servicios Prestados		96.454,09	102.820,06	109.606,19	116.840,20	124.551,65
(-)	**Gastos Operacionales**		**46.778,52**	**48.556,10**	**48.785,50**	**50.639,35**	**52.563,64**
	Gastos Administrativos		43.918,92	45.587,84	47.320,18	49.118,34	50.984,84
	Gastos de Ventas		1.360,00	1.411,68	1.465,32	1.521,01	1.578,80
	Gastos Financieras		1.499,60	1.556,58	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Operacional**		**49.675,57**	**54.263,96**	**60.820,69**	**66.200,85**	**71.988,01**
(+)	Otros Ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Antes de Participacion Empleados**		**49.675,57**	**54.263,96**	**60.820,69**	**66.200,85**	**71.988,01**
(-)	15 % Participacion Laboral		7.451,34	8.139,59	9.123,10	9.930,13	10.798,20
(=)	**Utilidad Antes de Impuesto Renta**		**42.224,24**	**46.124,37**	**51.697,59**	**56.270,72**	**61.189,80**
(-)	Impuesto a la Renta PNOC		4.066,14	4.220,65	4.381,03	4.547,51	4.720,32
(=)	**Utilidad Neta**		**38.158,10**	**41.903,72**	**47.316,55**	**51.723,21**	**56.469,49**
	Firma GERENTE			**Firma CONTADOR**			

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El Estado de resultados determina si hay ganancias o pérdidas en la empresa en un tiempo establecido. El proyecto "Juega Fútbol", indica que es un negocio rentable ya que su utilidad neta de $ 38.158,10 en el primer año de funcionamiento, y en el proyectado a cinco años su utilidad neta será de $56.469,49.

5.03.08 Flujo de Caja

(Wualter, 2009), Tenía la idea que; El flujo neto de caja es el resultado de sumar al flujo de caja operativo las necesidades netas de inversión. Mientras que el flujo de caja operativo se obtiene de la suma del flujo de caja bruto más la variación del fondo de maniobra (o necesidades operativas de fondos (NOF)), y el flujo de caja bruto es el que procede del beneficio después de impuestos al que se le suman las cuentas correctoras tales como las amortizaciones (y las provisiones si las hubiera) (págs. 890-900).

Análisis

El estado de Flujo de Caja permite comprender los movimientos de los ingresos por los servicios u otros conceptos. Considera el Estado de Resultados agregando las depreciaciones y amortizaciones del crédito financiero, los cuales pasan a ser recursos del capital de trabajo para la funcionalidad de la empresa de servicios.

Tabla 79 Flujo de Caja

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Servicios Prestados	96.454,09	102.820,06	109.606,19	116.840,20	124.551,65
(-)	**Gastos Operacionales**	**46.778,52**	**48.556,10**	**48.785,50**	**50.639,35**	**52.563,64**
	Gastos Administrativos	43.918,92	45.587,84	47.320,18	49.118,34	50.984,84
	Gastos de Ventas	1.360,00	1.411,68	1.465,32	1.521,01	1.578,80
	Gastos Financieras	1.499,60	1.556,58	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Operacional**	**49.675,57**	**54.263,96**	**60.820,69**	**66.200,85**	**71.988,01**
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Utilidad Antes de Participacion Emple.**	**49.675,57**	**54.263,96**	**60.820,69**	**66.200,85**	**71.988,01**
(-)	15 % Participacion Laboral	7.451,34	8.139,59	9.123,10	9.930,13	10.798,20
(=)	**Utilidad Antes de Impuesto Renta**	**42.224,24**	**46.124,37**	**51.697,59**	**56.270,72**	**61.189,80**
(-)	Impuesto a la Renta PNOC	4.066,14	4.220,65	4.381,03	4.547,51	4.720,32
(=)	**Utilidad Neta**	**38.158,10**	**41.903,72**	**47.316,55**	**51.723,21**	**56.469,49**
(+)	Depreciaciones	1.921,57	1.921,57	1.921,57	1.516,91	1.516,91
(+)	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**Exedente Operacional**	**40.079,67**	**43.825,29**	**49.238,12**	**53.240,11**	**57.986,39**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

5.04. Evaluación

(Montalvo, 2009), Dijo lo siguiente; La evaluación permite valorar y medir desde la perspectiva cualitativa y cuantitativa los procesos de intervención social. Es posible de manera gradual y sistemática identificar los alcances, logros, obstáculos y limitaciones que se presentan, así también; proponer acciones correctivas para modificar, reestructurar y/o reorientar los rumbos del propio proceso. (Montalvo, 2009).

5.04.01 Tasa de Descuento

(Raquel, 2011), Expresó que; "Tipo de interés que se utiliza para descontar al momento actual flujos de caja futuros" (pág. 181).

Tabla 80 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

TMAR o Tasa de Descuento	
Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	8,54%
(+) Tasa Pasiva	5,54%
TMAR	**14,08%**
TMAR	**0,1408%**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Para realizar el cálculo de la tasa de descuento (TMAR), se obtiene de las dos tasas del sistema financiero actual, es decir que la tasa activa es de 8.54%, y la tasa Pasiva es de 5.54%, con un resultado total de 14.08%, que me servirá para deducir los indicadores financieros.

5.04.02 Valor Actual Neto

(Monteserrin, 2010), Escribe que; Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Monteserrin, 2010).

Tabla 81 Flujos Netos de Efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-36.607,34			-1.214,00		756,07
Excedente Operacional		40.079,67	43.825,29	49.238,12	53.240,11	57.986,39
FLUJOS DE EFECTIVO	**-36.607,34**	**40.079,67**	**43.825,29**	**48.024,12**	**53.240,11**	**58.742,46**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Tabla 82 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			(1 + i)^1		(1 + i)^2		(1 + i)^3		(1 + i)^4		(1 + i)^5
VAN =	-36.607,34	+	40.079,67	+	43.825,29	+	48.024,12	+	53.240,11	+	58.742,46
			1,1408		1,30142464		1,484665229		1,693706094		1,932179912
VAN =	-36.607,34	+	35.132,95	+	33.674,86	+	32.346,77	+	31.434,09	+	30.402,17
VAN =	-36.607,34	+	162.990,84								
VAN =	126.383,50										

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El cálculo del valor actual neto del proyecto de la cancha sintética "Juega Futbol" es de 126383.50, en una inversión de 37607.34 por lo que se puede interpretar que el negocio esa aceptable y a su rentable.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno

(Jiménez, 2007)Enuncio que; **"**La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficio sea igual al valor actual de los flujos de inversión". (pág. 82)

Tabla 83 Tasa Interna de Retorno

TMAR	0,1408
VAFE	162.990,84
VAN	126.383,50
TIR	115,37%
Inversión	**-36.607,34**
AÑO 2016	40.079,67
AÑO 2017	43.825,29
AÑO 2018	48.024,12
AÑO 2019	53.240,11
AÑO 2020	58.742,46
TIR	**115,37%**

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La tasa interna de retorno permite evaluar la rentabilidad del proyecto buscando la tasa de interés de descuento, de esta manera se conseguirá que el valor actual neto sea igual a cero en este caso la tasa de interés es de 115.37%.

5.04.04 Periodo de Recuperación de la inversión

(Alberto Sols, 2013), Concluyo que; "Se define el periodo de recuperación del capital como el tiempo que será necesario para recuperar el importe inicial desembolsado en una inversión" (pág. 151).

Tabla 84 Tasa Interna de Retorno

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-36.607,34	-36.607,34	1,00	-36.607,34	-36.607,34
1	40.079,67	3.472,33	0,87	34.987,85	-1.619,49
2	43.825,29	47.297,62	0,76	33.397,27	31.777,78
3	48.024,12	95.321,75	0,67	31.947,64	63.725,42
4	53.240,11	148.561,86	0,58	30.918,00	94.643,41
5	58.742,46	207.304,32	0,51	29.779,51	124.422,93

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

Después de haber realizado los cálculos de los flujos de efectivo, se determina que la empresa deportiva "Juega Futbol", tendrá un periodo de recuperación de la inversión en 10 meses y 27 días, esto indica que el negocio es rentable ya que su recuperación será en menos de un año.

5.04.05 Relación Costo Beneficio

(Ginnes, 2008), Dijo lo siguiente; "En el análisis coste-beneficio la aproximadamente es diferente. No se comparan ingresos con costes, sino beneficios sociales con costes sociales. El resultado de restar los costes sociales de los beneficios sociales es el beneficio social neto del proyecto" (pág. 20).

Tabla 85 Relación Costo Beneficio

RBC=	INGRESOS ACTUALIZADOS / COSTOS ACTUALIZADOS			
Periodos	**Ingresos**	**Ingresos Actualizados**	**Costos**	**Costos Actualizados**
1	96.454,09	96.454,09	46.778,52	46.778,52
2	102.820,06	102.820,06	48.556,10	48.556,10
3	109.606,19	109.606,19	48.785,50	48.785,50
4	116.840,20	116.840,20	50.639,35	50.639,35
5	124.551,65	124.551,65	52.563,64	52.563,64
		550.272,20		**247.323,12**
RBC	**2,22**			

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El proyecto "Juega Futbol", determina un costo beneficio de 2.22, lo que se puede interpretar de la siguiente manera, por cada dólar invertido se recupera 1.22 dólares. Claramente se puede apreciar que el proyecto es realizable, ya que la rentabilidad es óptima.

5.04.06 Punto de Equilibrio

(Escudero, 2013), Piensa Que; "El umbral de rentabilidad es el punto de equilibrio o punto muerto que para un volumen de producción o ventas el ingreso total es igual al coste total" (pág. 20).

Tabla 86 Punto de Equilibrio

P.E. =	CF / p - Cvu

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	43.918,92
Gastos de Ventas	1.360,00
Gasto Financiero	1.499,60
TOTAL COSTO FIJO	**46.778,52**
Precio de Venta	**35**
Costo Variable Unitario	**0,00**

P.E. = CF / p - Cvu = 46.778,52 / 35 = **1.337** **Horas**

P.E. = 1.337 **X** 35,00 = **46.778,52** **Ventas**

Comprobación

VENTAS	**46.778,52**
Costo Variable	-
Margen de Contribución	46.778,52
Costos Fijos	46.778,52
Utilidad / Pérdida	-

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

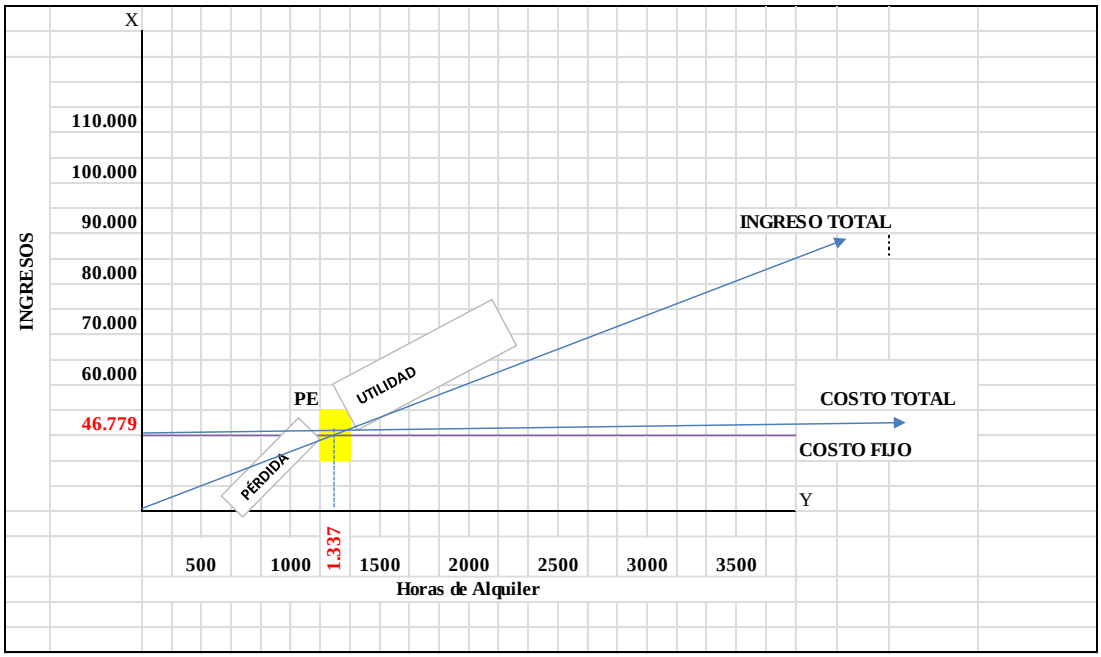


Gráfico 16 Punto de Equilibrio
Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La empresa deportiva "Juega Futbol" necesitara de 1337 horas de alquiler para tener un ingreso de $ 46.779,00 y de esta manera tener un punto de equilibrio en sus ingresos.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

(Accid, 2011), Expreso claramente; "El análisis de los índices financieros, es, en el ámbito empresarial, un potente instrumento que se utiliza para evaluar la solvencia y la situación financiera de la empresa" (pág. 43).

5.04.07.01 ROE

(Josep, 2015), Piensa que; "Rentabilidad financiera que cuantifica la rentabilidad sobre el capital propio. La rentabilidad financiera se suele comparar con los intereses que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo" (pág. 170).

Tabla 87 Roe

R.O.E	=	Utilidad Neta / Patrimonio
R.O.E	=	38.158,10 / 12.747,13
R.O.E	=	2,99

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

La empresa de servicios "Juega Futbol", con el cálculo del ROE se obtendrá $ 1.99 de rentabilidad por cada dólar invertido sobre el patrimonio.

5.04.07.02 ROA

(Josep, 2015), Expreso que; "Indica la capacidad para generar valor de los activos de la empresa, con independencia de cómo estos han sido financiados, lo que permite comparar la rentabilidad económica entre empresas con distintas estructuras financieras" (pág. 170).

Tabla 88 Roa

R.O.A	=	Utilidad Neta / Activos
R.O.A	=	38.158,10 / 1.916,80
R.O.A	=	19,91

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El cálculo del ROA mide el rendimiento que se ha generado de la utilidad neta sobre el total de Activos dando un valor de 19.91, interpretando que la empresa tendrá un crecimiento favorable.

5.04.07.03 ROI

(Ruiz, 2013), Enunció que; "Lo que nos proporciona este ratio es la relación entre el beneficio y la inversión realizada, es decir, el ROI es un valor que mide la rentabilidad de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo" (Ruiz, 2013).

Tabla 89 Roa

R.O.A	=	Utilidad Neta / Inversión
R.O.A	=	38.158,10 / 36.607,34
R.O.A	=	1,04
R.O.A	=	104,24

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado: Vicente Cushicagua

Análisis

El ROI mide cual es el rendimiento de la inversión que se realizó, en este proyecto su resultado es 104.24%. Se determina que la empresa es viable ya que su crecimiento es demasiado aceptable.

CAPÍTULO VI

Análisis de Impactos

El objetivo general del análisis de impactos, es detallar las consecuencias positivas y negativas que el proyecto causara en los habitantes del sector. Es decir evalúa los impactos de producción, socioeconómicos, y los posibles impactos ambientales que se debe tomar en cuenta para no incidir negativamente con la naturaleza y la población, y de esta manera tomar decisiones estratégicas para que el negocio garantice su permanencia en el mercado de manera eficiente y cumpliendo con los parámetros de responsabilidad social.

6.01. Impacto Ambiental

El impacto ambiental en la empresa de servicios deportivos "juega Fútbol" no tiene mayor relevancia, ya que el complejo, se fundamenta en incentivar al deporte a la ciudadanía del sector. El material que ese utiliza para la cancha deportiva es de césped sintético, por lo que se minimiza el uso de agua para regarla y tratarla, se utilizara las redes sociales para la publicidad de la empresa así como también para la facturación electrónica, reduciendo de alguna manera el consumo de

papel. Se tomara medidas de consulta con la empresa eléctrica de Quito para un correcto funcionamiento de los reflectores eléctricos y verificación constante de todas sus instalaciones, ayudando de esta manera a reducir el impacto ambiental. El césped sintético después de haber cumplido su vida útil, tal material se puede reciclar y reutilizar reduciendo de esta manera el impacto ambiental.

6.02. Impacto Económico

Mediante el alquiler de una cancha deportiva, su impacto económico es positivo ya que según análisis realizados el 90% de las personas disfruta jugar fútbol y compartir momentos de esparcimiento con amigos y familiares, resultando un negocio factible para las pretensiones de su dueño, y generando oportunidades de trabajo para la ciudadanía del sector.

6.03. Impacto Productivo

Mediante la implementación de una cancha sintética de indor fútbol, se espera mejorar la calidad y salud de vida de la ciudadanía del sector y barrios aledaños, ya que el deporte es necesario para combatir el sedentarismo en la población. De esta manera se fortalecerá el Plan Nacional del Buen Vivir y se aportara de manera positiva a la Matriz Productiva siendo emprendedores, y generando fuentes de empleo en el sector.

6.04. Impacto Social

La empresa de servicios “Juega Fútbol”, el objetivo principal es promover hacia una cultura deportiva a la ciudadanía. La implementación de un campo deportivo, garantiza el tener una buena salud e integra a la ciudadanía del sector, a través del deporte se promueve una vida en armonía en todas las clases sociales, por lo que el impacto social es positivo ya que minimiza el sedentarismo, el riesgo de que los jóvenes se dediquen a la delincuencia y estar sometidos a las redes sociales etc.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

El aportar a la salud y al deporte mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una cancha sintética de indor fútbol, ubicada en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, se determinó las siguientes conclusiones:

- El análisis situacional permite analizar a cada uno de los indicadores financieros tanto positivos y negativos, dando a conocer si son una amenaza o una oportunidad para el proyecto, como el PIB, Tasas de interés, inflación, riesgo país ,tasa de desempleo y población económicamente activa.

- El Estudio de Mercado ~~es~~ una investigación donde ser determinó los diferentes gustos, preferencias y frecuencia en lo que a practicar deporte se refiere, de la encuesta y los datos que se obtuvieron se interpretó, que la población acepta el servicio en un 91%, con la existencia de una demanda insatisfecha de 68.327,43 en el primer año.

- En el estudio técnico se ha determinado el tamaño del proyecto, donde se detalla la distribución total del área deportiva, distribuida técnicamente para dar un servicio eficiente a los clientes por lo que cuenta con un área total de 1.050m2.

- Al concluir el estudio financiero se demostró que el proyecto generará una buena rentabilidad, y que la inversión será recuperada en un lapso de 10 meses y 27 días, demostrando que el proyecto es viable.

- La empresa "Juega Fútbol", para iniciar su labor necesita una inversión de $ 36.607,34 generando un flujo de efectivo para el periodo de cinco años en los cuales se mejora el proyecto, la viabilidad financiera es favorable ya que se determinó valores del VAN de $ 12.6383.50 y con una TIR de 115.37% y se ha definido un PRI de 10 meses y 27 días, considerando una buena recuperación del capital ya que se tendrá una utilidad suficiente, y consolidarse en el mercado.

7.02. Recomendaciones

Al término del proyecto de factibilidad se sugiere las siguientes recomendaciones para un mejor desempeño de la misma:

- Incrementar un sistema o blog en internet para de esta manera dar a conocer las actividades del proyecto, mejorando sus estrategias de marketing, mediante la innovación constante de los servicios que se ofrece.

- Trabajar con proveedores adecuados al proyecto, ya que sus comentarios serán en pro mejora de la empresa.

- Cumplir con todos los permisos establecidos por el Municipio y normativas legales que tiene que poseer la empresa para un correcto funcionamiento.

- Valorar anualmente los índices económicos de la empresa, para de esta manera verificar su liquidez y crecimiento,

BIBLIOGRAFÍA

Accid. (2011). *Nuevas Tendencias en Gestion Publica.* España: Bresca.

Alberto Sols. (2013). *La Gestion Integral de Proyectos.* Madrid: Kadmos SCL.

Alexander Guzman. (2005). *Contabilidad Financiera.* Bogota: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.

Alfredo Rocafort. (2010). *COntabilidad.* Barcelona: Profit Editorial.

Alvaro, B. (2008). *Costo de Ventas.*

Alvira Martin, F. (2011). *La Encuesta una perspectiva general metodológica.* Madrid: CASLON, S.L.

Amat Oriol. (2010). *El Plan de Viabilidad.* Barcelona: Profit Editorial.

Arbos, L. C. (2012). *Organizacion de la Produccion y Direccion de Operaciones.* Madrid: Diaz de Santos SA.

Axel, G. (2010). *El camino hacia la dolarizacion en Ecuador.* Quito: RisperGraf CA.

BCE. (12 de 2014). *contenido.bce.fin.ec*. Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201412.pdf

Daniel Campoy. (2010). *Como gestionar y planificar un proyecto un proyecto en la empresa.* España: Ideaspropias Editorial.

David, F. R. (2003). *Concepto de Administracion Estrategica.* Sinaloa, Mexico: Pearson Educacion.

Diaz de Santos. (1997). *La Ventaja Competitiva.* España: Ediciones Diaz de Santos.

Ecuagras. (2015). *www.ecuagras.ec*. Obtenido de Historia del Cesped: http://www.ecuagrass.ec/index.php#2

Ecuagras. (2015). *www.ecuagras.ec*. Obtenido de http://www.ecuagrass.ec/index.php#2

EKOS. (2014). Principales Sectores Economicos. *EKOS*, 60.

Escudero Serrano, M. J. (2011). *Gestión Comercial y servicio de atención al Cliente.* Madrid, España: Paraninfo, S.A.

Escudero, M. J. (2013). *Comercio Internacional, ALmacenaje de Productos.* España: Paraninfo.

Ezquer, F. (2010). *Serie Finanzas y Empresa.* España: Gesbiblo S.L.

Fernandez, M. J. (2012). *Empresa y Administración.* Editex.

Ferrell, O. (2012). *Estrategia de Marketing.* Mexico: Cengace Learning Editores SA.

Fierro, A. M. (2011). *Contabilidad General.* Bogota: Ecoe Ediciones.

Flores, M. U. (2011). *Fundamentos Matematicos para la Economia.* Alicante: Club Universitario.

García, J. A. (2008). Estadistica Administrativa . En J. A. García, *Estadistica Administrativa* (pág. 341). Universidad de Cadíz .

Garfias, R. O. (2012). *La Epidemiología Aplicada a la Medicina del Trabajo.* México: Palibrio.

Garfias, R. O. (2012). *La Epidemiología Aplicada a la Medicina del Trabajo.* México: Palibrio.

Ginnes, R. (2008). *Analisis Coste-Beneficio.* España: Ariel SA.

Greciet, P. (2012). *Contabilidad Basica.* España: Educacion.es.

Gregorio, C. (2005). *Investigacion en Administracion en America Latina: Evolucion y Resultados.* Manizales: Universidad Nacional de Colombia.

IGAE. (2012). *Diccionario Terminológico de la IGAE.* España: Fareso SA.

ILPES, I. L. (2006). *Guía para la presentación de Proyectos, Vigesimoséptima edición.* México: Siglo XXI Editores S.A.de C.V.

Indexmundi. (2015). *idexmundi.com*. Obtenido de indexmundi.com: www.indexmundi.com/es/ecuador/producto_interno_bruto_(pib).html

Jiménez, F. J. (2007). Ingeniería Económica . En F. J. Jiménez, *Ingeniería Económica .*

Jose Sepulveda, David Juarez. (2014). *Cuadernos de Marketing y Comunicacion Empresarial.* Alicante: UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA.

Josep, G. (2015). *Iniciacion a la Produccion.* España: Servei de PUblicacions.

Lacalle , G. (2012). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa.* Editex.

López Martín, S. (2014). *Cuadernos de Marketing y Comunicación Empresarial Volumen 3.* Valencia España.: Área de Innovacion y Desarrollo, S.L.

López Martín, S. (2014). *Cuadernos de Marketing y Comunicación Empresarial Volumen 3.* Valencia España.: Área de Innovacion y Desarrollo, S.L.

Lopez, F. (2009). *La Cuenta de Resultados.* España: Talleres Graficos Vigor SA.

Maldonado, J. A. (2014). La Estrategia Empresarial. En J. A. Maldonado, *La Estrategia Empresarial, Su Formulación, Planeación e Implementación* (pág. 17). Tegucigalpa: UNAH.

Mankiw, G. (2012). *Principios de Economia.* México: Sout Western.

Mankiw, G. (2014). *Macroeconomía octava edición.* España: Antoni Bosch editor, S.A.

Martín, G. S. (2014). *Práctica de la Gestión Operativa de la Empresa.* Madrid: Paraninfo S.A.

Martinez Daniel, M. A. (2012). *Analisis del Entorno.* Madrid: Ediciones Diaz Santos.

Melo Moreno Vladimir. (2005). *Indentidades.* Colombia: Editorial Norma.

Montalvo, G. (12 de 6 de 2009). *Contabilidad.* Obtenido de http://www.am2.es/arqcc/es/documentacion/02_guia_usuario/ch02s06/ch02s06s04

Montenegro, A. S. (19 de 5 de 2009). *Estudio Economico*. Obtenido de http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6685/6/629.248%202-M534e-Capitulo%20V.pdf

Monteserrin, S. (10 de 8 de 2010). *Cuentas de Ingresos.* Obtenido de http://fccea.unicauca.edu.co/old/fcf/fcfse31.html

Montoro, S. M. (2014). *Economía de la Empresa.* Madrid: Paraninfo S.A.

Montoro, S. M. (2014). *Economía de la Empresa.* Madrid: Paraninfo S.A.

Muñiz , L. (2013). *Gestion Comercial y de Marketing.* España: Profit.

Organización para la cooperación y el desarrollo ecónomico. (2010). *Panorama de la Educación 2010.* España: Santillana.

Ortega, G. D. (2012). *Estadistica Elemental.* Mexico: Instituto de Agua del Estado de Nuevo Leon.

Ortega, G. D. (2012). *Estadistica Elemental.* Mexico: Instituto de Agua del Estado de Nuevo Leon.

Pantanetti, M. (2014). *Como Invierten los que ganan.* Argentina: Argentina.

Peña Legazkue, I. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor.* España: Universidad de Cantabria.

Rankia, F. (2013). Tasa Interes Pasiva. *Rankia*, 1. Obtenido de http://www.rankia.com.ar/: http://www.rankia.com.ar/

Raquel, A. (2011). *Fundamentos de inversion y financiacion.* Madrid: Universidad Nacional de Educacion a Distancia.

Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil. (18 de 09 de 2015). Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7994

Rey Pombo, J. (2014). *Administracion y Gestion.* España: Paraninfo.

Rodriguez, A. R. (2014). *Fundamentos de Mercadotecnia.* España: Fuindación Universitaria Andaluza.

Ruiz, I. S. (20 de 01 de 2013). *Startups & negocios.* Obtenido de http://ivanruizsevilla.com/definicion-de-roi-return-on-investment/

Sala Perres, G. (2015). *Gestion de un Pequeño Comercio.* Madrid: Editex S.A.

Salvador, W. (2009). *Costos Financieros.* Bogota.

Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversion* (Vol. I). (M. Castillo, Ed.) Naucapal de juarez, Mexico: Perason eduaccion.

Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador. (2013). *http://www.siise.gob.ec/*. Obtenido de http://www.siise.gob.ec/: http://www.siise.gob.ec/

Sotelo, J. (17 de 7 de 2006). *Catedra de Costos*. Obtenido de http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/profesores/costos_tipos.pdf

Tonshon, G. (2007). *Contabilidad.* Santiago: Ansi S.A.

Tonshon, G. (2007). *Contabilidad.* Santiago, Chile: Ansi S.A.

Universidad de Guayaquil. (18 de 09 de 2015). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7994

Valenciano Jaime. (2015). *Mapas de Competividad Internacional del Limon.* Almeria: Editorial Universidad de Almeria.

Vasquez Beatriz, Escudero Maria, De la Encarnación Maria. (2010). *Empresa y Administración.* España: Paraninfo SA.

Villegas, C. C. (2001). *Contabilidad de costos* (Vol. II). Bogota, Colombia: Pearson educacion.

Wheelen Thomas y Hunger David. (2007). *Administración Estrategica y Política de Negocios.* Mexico: Pearson Education Inc.

Wualter, S. (2009). *Costos Financiero.* Bogota, Colombia.

www.desarrollosocial.gob.ec. (2012). *desarrollosocial.gob.ec*. Obtenido de desarrollosocial.gob.ec.

www.indexmundi.com. (2013). *http://www.indexmundi.com/*. Obtenido de http://www.indexmundi.com/: http://www.indexmundi.com/

www.inec.gob.ec. (2010). *www.inec.gob.ec.* Obtenido de www.inec.gob.ec: www.inec.gob.ec

www.sbs.gob.ec. (2015). *http://www.sbs.gob.ec/*. Obtenido de http://www.sbs.gob.ec/: http://www.sbs.gob.ec/

ANEXOS

NOTARIA VIGESIMA SEPTIMA
DEL CANTON QUITO

DR. FERNANDO POLO ELMIR

Copia: [illegible]

De: [illegible]

Otorgado po.. [illegible]

A favor de: [illegible] CUERICAGUA Y [illegible]

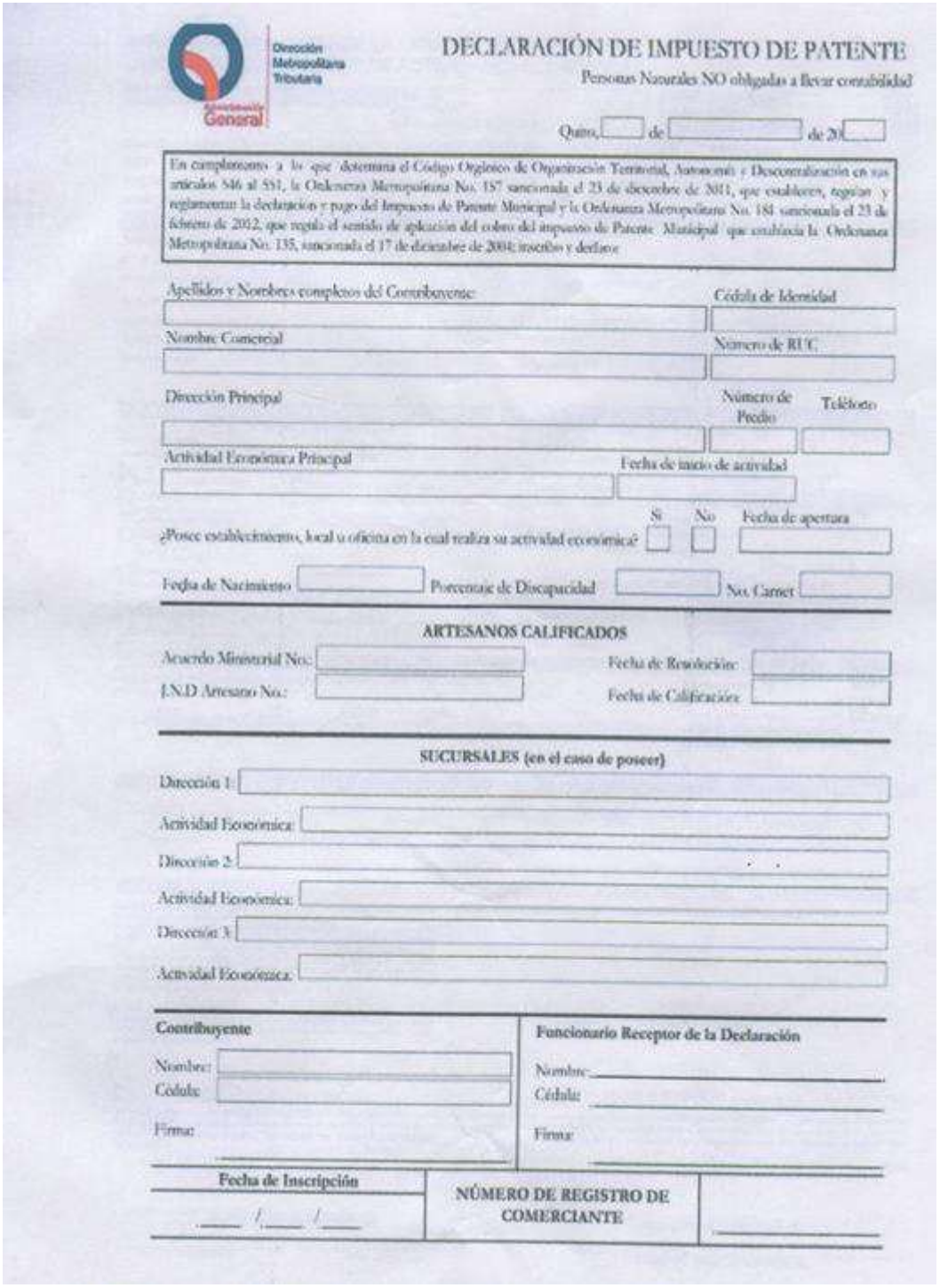
El: 8 DE NOVIEMBRE DEL 2000

Parroquia: [illegible]

Cuantía: USD 44

Quito, a 8 DE NOVIEMBRE DEL 2000

- **Anexo B Formulario para la patente municipal.**



Dirección Metropolitana Tributaria
Administración General

DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

Quito, ____ de _____ de 20__

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre de 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero de 2012, que regula el sentido de aplicación del cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

Apellidos y Nombres completos del Contribuyente: _____ Cédula de Identidad: _____

Nombre Comercial: _____ Número de RUC: _____

Dirección Principal: _____ Número de Predio: _____ Teléfono: _____

Actividad Económica Principal: _____ Fecha de inicio de actividad: _____

¿Posee establecimiento, local u oficina en la cual realiza su actividad económica? Si ☐ No ☐ Fecha de apertura: _____

Fecha de Nacimiento: _____ Porcentaje de Discapacidad: _____ No. Carnet: _____

ARTESANOS CALIFICADOS

Acuerdo Ministerial No.: _____ Fecha de Resolución: _____

J.N.D Artesano No.: _____ Fecha de Calificación: _____

SUCURSALES (en el caso de poseer)

Dirección 1: _____

Actividad Económica: _____

Dirección 2: _____

Actividad Económica: _____

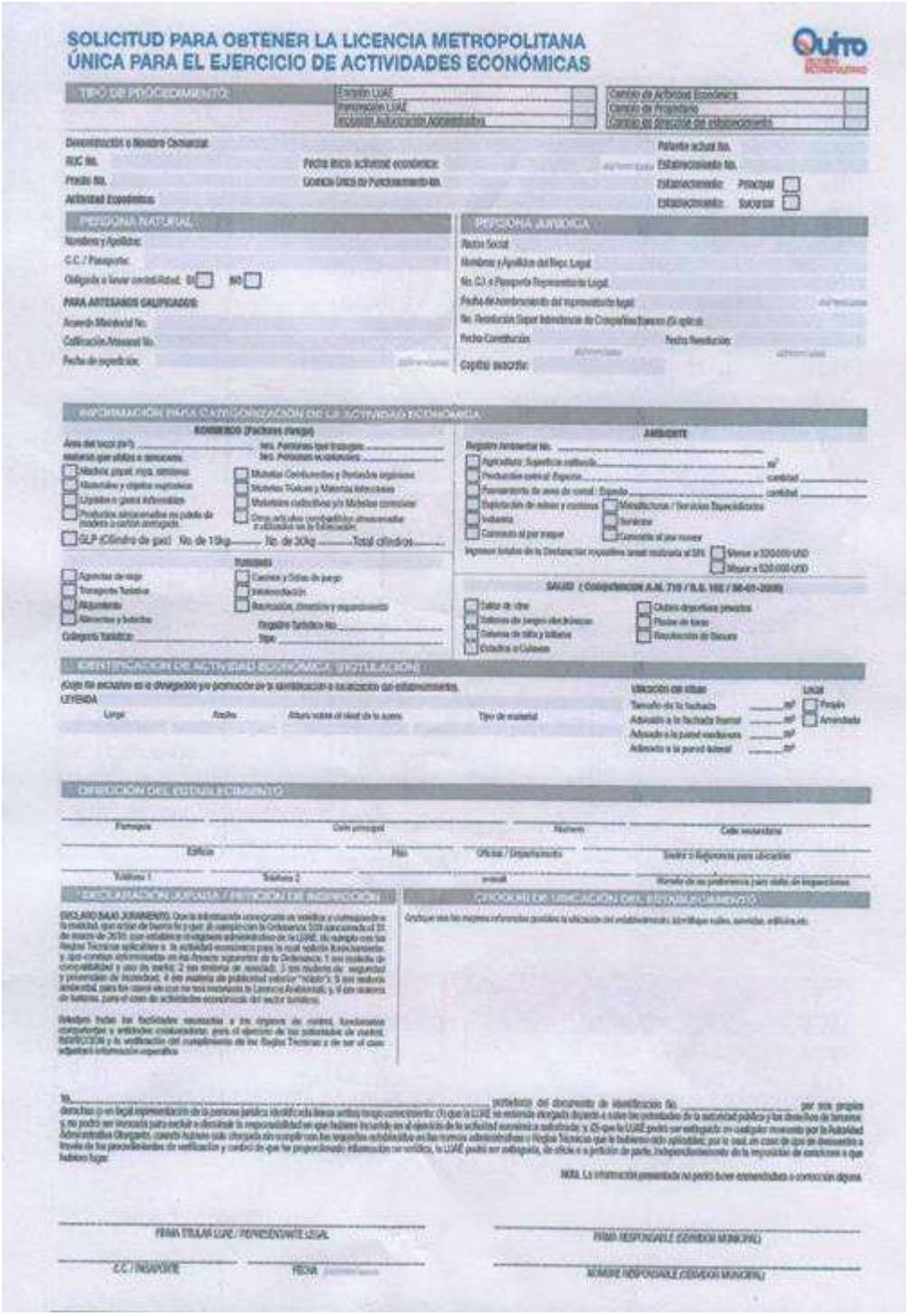
Dirección 3: _____

Actividad Económica: _____

Contribuyente	**Funcionario Receptor de la Declaración**
Nombre: _____	Nombre: _____
Cédula: _____	Cédula: _____
Firma: _____	Firma: _____

Fecha de Inscripción	**NÚMERO DE REGISTRO DE COMERCIANTE**	
____ / ____ / ____		_____

- **Anexo C Formulario para el LUAE.**



SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Quito

TIPO DE PROCEDIMIENTO

Emisión LUAE
Renovación LUAE
Inclusión Autorización Administrativa

Cambio de Actividad Económica
Cambio de Propietario
Cambio de dirección del establecimiento

Denominación o Nombre Comercial:
RUC No.
Predio No.
Actividad Económica:
Fecha inicio actividad económica:
Código Único de Funcionamiento No.
Patente actual No.
Establecimiento No.
Establecimiento: Principal
Establecimiento: Sucursal

PERSONA NATURAL

Nombres y Apellidos:
C.C. / Pasaporte:
Obligado a llevar contabilidad: SI NO
PARA ARTESANOS CALIFICADOS:
Acuerdo Ministerial No.
Calificación Artesanal No.
Fecha de expedición:

PERSONA JURÍDICA

Razón Social:
Nombres y Apellidos del Rep. Legal:
No. C.I. o Pasaporte Representante Legal:
Fecha de nombramiento del representante legal:
No. Resolución Super Intendencia de Compañías/Bancos (Si aplica):
Fecha Constitución:
Fecha Resolución:
Capital suscrito:

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

HOMBRES (Factores riesgo)

Área del local (m²):
Núm. Personas que trabajan:
Núm. Personas no calificadas:
Materias que utiliza o comercializa:
Madera, papel, tela, cemento
Materiales y objetos explosivos
Líquidos o gases inflamables
Productos almacenados en pallet de madera o cartón corrugado
Materiales Cortantes y Materiales punzantes
Materiales radioactivos y/o Materiales corrosivos
Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación.
GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg ____ No. de 30kg ____ Total cilindros ____

TURISMO

Agencias de viaje
Transporte Turístico
Alojamiento
Alimentos y bebidas
Casinos y Salas de juego
Intermediación
Recreación, diversión y esparcimiento
Registro Turístico No.
Categoría Turística:
Tipo:

AMBIENTE

Registro Ambiental No.
Agricultura: Superficie cultivada: m²
Producción animal: Especie: cantidad
Aprovechamiento de aves de corral: Especie: cantidad
Explotación de aceites y esencias
Industrias
Comercio al por mayor
Manufacturas / Servicios Especializados
Turísticos
Comercio al por menor
Ingresos brutos de la Declaración impositiva anual reportada al SRI: Menor a $20.000 USD / Mayor a $20.000 USD

SALUD (ORDENANZA M.M. 310 / R.O. 102 / 06-01-2009)

Salas de cine
Salones de juegos electrónicos
Galerías de tiro y boliche
Estadios o Coliseos
Clubes deportivos privados
Piscinas de baile
Recolección de Basura

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (EDIFICACIÓN)

¿Cuál de estas es la designación y/o promoción de la identificación o la ubicación del establecimiento?
LEYENDA
Largo | Ancho | Altura sobre el nivel de la acera | Tipo de material

UBICACIÓN DEL LOCAL: Tamaño de la fachada ___m² | Adosado a la fachada frontal ___m² | Adosado a la pared medianera ___m² | Adosado a la pared lateral ___m²
LOCAL: Propio / Arrendado

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Parroquia | Calle principal | Número | Calle secundaria
Edificio | Piso | Oficina / Departamento | Sector o Referencia para ubicación
Teléfono 1 | Teléfono 2 | e-mail | Nombre de su preferencia para visita de inspectores

DECLARACIÓN JURADA / RESPONSABILIDAD

DECLARO BAJO JURAMENTO. Que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que: de cumplir con la Ordenanza 309 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE, de cumplir con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito funcionamiento y que conozco enteramente en sus fines siguientes de la Ordenanza: 1 son nocivos de contabilidad y uso de suelo; 2 son molestos de seguridad; 3 son nocivos de seguridad y prevención de incendios; 4 son materia de publicidad exterior "rótulo"; 5 son nocivos ambiental, para los cuales en caso no sea necesario la Licencia Ambiental; y, 6 son nocivos de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico.

Entiendo todas las facultades inherentes a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades involucradas, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso, agotaría información respectiva.

CONDICIONES DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Describir aquí las mejores referencias posibles de la ubicación del establecimiento: sin bloque nuevo, semáforo, edificio, etc.

Yo _____ portador/a del documento de identificación No. _____ por mis propios derechos o en legal representación de la persona jurídica identificada bajo número único tengo conocimiento: (1) que la LUAE no reconoce derecho alguno a favor de particulares y no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en que hubiere incurrido en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y, (2) que la LUAE podrá ser ejecutada en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la LUAE podrá ser ejecutada, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.

NOTA: La información presentada no podrá tener enmendaduras o corrección alguna.

FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL
C.C. / PASAPORTE
FECHA
FIRMA RESPONSABLE (CERVICIO MUNICIPAL)
NOMBRE RESPONSABLE (CERVICIO MUNICIPAL)

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

Escuela de Administración en Banca y Finanzas

ENCUESTA

Estimados,

Soy estudiante del ISTCO y me encuentro desarrollando un proyecto para la Implementación de una cancha sintética de Indor Futbol, en el sector norte del DMQ. Por lo que, el presente cuestionario tiene como objetivo conocer las diferentes perspectivas que tienen ciudadanos del sector en el área deportiva.

Instrucciones

- Lea detenidamente todas las preguntas, y conteste con seriedad.

Datos Generales:

Nombres y apellido……Género: M…F…Edad: ……

Actividad económica si…. No….. Sueldo…….

Preguntas:

1. ¿Conoce usted canchas sintéticas en el sector?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Le gustaría a usted que se implemente una cacha sintética en su sector?

SI ☐ NO ☐

3. ¿Usted practica el fútbol?

SI ☐ NO ☐

4. Con qué frecuencia usted alquila la cancha sintética para jugar fútbol en la semana?

Una vez ☐ Dos veces ☐ Tres o más veces ☐

5. ¿En qué sitio practica usted fútbol?

Ligas barriales ☐ Canchas Sintéticas ☐ Parques ☐ Otros (donde)……

6. ¿Ha alquilado usted alguna vez una cancha sintética?

Sí ☐ No ☐

7. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por este servicio de la cancha sintética (por hora)?

$ 35 ☐ $ 40 ☐ $ 45 ☐ Más ☐

8. ¿En qué horario le sería factible jugar fútbol?

Mañana ☐ Tarde ☐ Noche ☐

9. ¿Está usted satisfecho con los servicios que prestan otras canchas sintéticas?

SI ☐ NO ☐

10. ¿Con quién asiste usted a jugar fútbol?

Amigos ☐ Colegas de trabajo ☐ Familiares ☐ Compañeros de estudio ☐

Gracias por su colaboración.