



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

**“DISEÑO DE UN PLAN PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
RECREACIONAL Y DEPORTIVO EN LA PARROQUIA DE PINTAG”**

LIZETH SABRINA TRUJILLO MEZA

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. Victor Hugo Pachacama Msc.
DIRECTOR

Econ. Edilberto Meneses MGCP.
COORDIRECTOR

ABRIL 2013

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
DE COMERCIO

AUTORIZACIÓN

Yo, Lizeth Sabrina Trujillo Meza

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Diseño de un plan para la creación de un centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Abril de 2013

Lizeth Sabrina Trujillo Meza

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y DE
COMERCIO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Lizeth Sabrina Trujillo Meza

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado Diseño de un plan para la creación de un centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de terceros, conforme las normas APA y cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Abril de 2013

Lizeth Sabrina Trujillo Meza

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
DE COMERCIO

CERTIFICADO

Ing. Victor Hugo Pachacama Msc.

Econ. Edilberto Meneses Mgcp.

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado Diseño de un plan para la creación de un centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag, realizado por Lizeth Sabrina Trujillo Meza, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército. Debido a que según el estudio realiza, el proyecto es muy rentable se recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Lizeth Sabrina Trujillo Meza que lo entregue a Econ. Juan Carlos Erazo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Abril de 2013

Ing. Victor Hugo Pachacama Msc.

DIRECTOR

Econ. Edilberto Meneses Mgcp.

COORDIRECTOR

DEDICATORIA

A mi familia y de manera especial a mi madre que con su amor, comprensión y apoyo permanentes, han permitido que vaya cumpliendo mis aspiraciones personales y esta etapa dentro de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la oportunidad de disfrutar y compartir este logro con las personas que amo. A mi Director y Coodirector de tesis por guiarme con sus conocimientos y experiencias para la realización del presente proyecto, finalmente a todos mis maestros que de una u otra manera han dejado huellas imperecederas en mi formación personal y profesional durante esta etapa llena de experiencias valiosas en mi carrera universitaria.

A todos ellos infinitas gracias.

ÍNDICE

CAPITULO 1.....	1
1. GENERALIDADES	1
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA PARROQUIA	1
<i>1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA.....</i>	<i>1</i>
<i>1.1.2 CULTURA, EDUCACIÓN Y SALUD.....</i>	<i>2</i>
<i>1.1.3 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR INDUSTRIAL.....</i>	<i>12</i>
<i>1.1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ARTESANÍAS.....</i>	<i>12</i>
<i>1.1.5 DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA.....</i>	<i>13</i>
<i>1.1.6 DESCRIPCIÓN DE LA SEGURIDAD</i>	<i>13</i>
<i>1.1.7 POBLACIÓN</i>	<i>13</i>
<i>1.1.8 ESTRATOS</i>	<i>16</i>
1.2 PROBLEMÁTICA	18
1.3 OBJETIVOS DE ESTUDIO	21
<i>1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....</i>	<i>21</i>
<i>1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</i>	<i>21</i>
1.4 MARCO DE REFERENCIA	22
<i>1.4.1 MARCO TEÓRICO.....</i>	<i>22</i>
<i>1.4.2 MARCO CONCEPTUAL.....</i>	<i>40</i>
CAPÍTULO 2.	43
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	43
2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	43
2.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	43
2.3 CARACTERÍSTICAS DEL PLAN.....	43
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	44
<i>2.4.1 SEGMENTACIÓN</i>	<i>44</i>
<i>2.4.2 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN.....</i>	<i>44</i>
<i>2.4.3 TAMAÑO DEL UNIVERSO.....</i>	<i>47</i>
<i>2.4.4 CÁLCULO DE LA MUESTRA.....</i>	<i>49</i>
<i>2.4.5 ELABORACIÓN DEL ENCUESTA</i>	<i>51</i>
<i>2.4.6 RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....</i>	<i>51</i>
<i>2.4.7 CONCLUSIONES GENERALES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....</i>	<i>73</i>
2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	77
<i>2.5.1 CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA</i>	<i>78</i>
<i>2.5.2 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA</i>	<i>79</i>
<i>2.5.2.1 CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN</i>	<i>80</i>
<i>2.5.2.2. GUSTOS Y PREFERENCIAS</i>	<i>80</i>

2.5.2.3 NIVEL DE INGRESOS	81
2.5.2.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	81
2.5.3 DETERMINAR LA DEMANDA HISTÓRICA	82
2.5.4 DETERMINAR LA DEMANDA ACTUAL.....	84
2.5.5 DETERMINAR LA DEMANDA PROYECTADA	84
2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	85
2.6.1 CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA.....	85
2.6.2.1 ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO.....	86
2.6.2.2 PERSONAL CAPACITADO	88
2.8. ANÁLISIS DE PRECIOS	89
2.8.1 PRECIOS HISTÓRICOS Y ACTUALES.....	89
CAPÍTULO 3.....	90
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	90
3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	90
3.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	90
3.1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	91
3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	91
3.2.1 FACTORES QUE AFECTAN AL TAMAÑO	92
3.2.1.1 ESPACIO FÍSICO	92
3.2.1.2 RECURSOS FINANCIEROS	93
3.2.1.3 MERCADO.....	97
3.2.1.4 CAPACIDAD DEL SERVICIO.....	98
3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	102
3.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN.....	103
3.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN.....	104
3.3.3 FACTORES QUE AFECTAN A LA MICRO LOCALIZACIÓN.....	105
3.3.3.1 VÍAS DE ACCESO.....	105
3.3.3.2 COSTO DE LOS TERRENOS.....	106
3.3.3.3 CERCANÍA A LOS CLIENTES.....	107
3.3.3.4 REGULACIÓN.....	108
3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO	108
3.4.1 CADENA DE VALOR.....	108
3.4.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	110
3.4.3 DESARROLLO DEL SERVICIO.....	111
3.5 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	112
3.6 REQUERIMIENTOS FÍSICOS, TECNOLÓGICOS Y DE PERSONAL	113
3.6.1 REQUERIMIENTO DE CAPITAL HUMANO.....	113
3.6.2 REQUERIMIENTO DE CAPITAL	114

3.7 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	117
CAPÍTULO 4.	118
4. LA EMPRESA	118
4.1 DEFINICIÓN DE LA EMPRESA	118
4.1.1 <i>DEFINICIÓN DEL TIPO DE EMPRESA.</i>	118
4.1.2 <i>REQUISITOS LEGALES.</i>	120
4.1.3 <i>RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO, SLOGAN.</i>	121
4.2 ORGANIZACIÓN	122
4.2.1 <i>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL</i>	122
4.2.2 <i>ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....</i>	124
4.3 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA.....	129
4.3.1 <i>MISIÓN</i>	131
4.3.2 <i>VISIÓN</i>	133
4.3.3 <i>OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS</i>	135
4.3.3.1 <i>ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS.....</i>	136
4.3.3.2 <i>ESTRATEGIAS DE DESARROLLO Y CRECIMIENTO</i>	137
4.3.3.3 <i>ESTRATEGIAS DE CLIENTES Y MERCADO.....</i>	137
4.3.3.4 <i>ESTRATEGIAS DE PROCESOS INTERNOS</i>	138
4.3.4. <i>PRINCIPIOS Y VALORES.....</i>	140
4.3.4 <i>MAPA ESTRATÉGICO.....</i>	142
CAPÍTULO 5.	1423
5. ESTUDIO FINANCIERO	143
5.1 PRESUPUESTOS	143
5.1.1 <i>PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....</i>	143
5.1.1.1 <i>ACTIVOS FIJOS.....</i>	146
5.1.1.2 <i>ACTIVOS INTANGIBLES.....</i>	148
5.1.1.3 <i>CAPITAL DE TRABAJO.....</i>	149
5.1.2 <i>CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y REINVERSIONES.....</i>	150
5.1.3 <i>PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN.....</i>	139
5.1.3.1 <i>PRESUPUESTO DE INGRESOS.....</i>	152
5.1.3.2 <i>PRESUPUESTO DE EGRESOS.....</i>	154
5.1.3.3 <i>ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN RECURSOS.....</i>	156
5.1.3.4 <i>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</i>	157
5.1.4 <i>PUNTOS DE EQUILIBRIO.....</i>	158
5.2 <i>ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....</i>	160
5.2.1 <i>DEL PROYECTO.....</i>	161
5.2.1.1 <i>ESTADO DE RESULTADOS</i>	161
5.2.1.2 <i>FLUJO NETO DE FONDOS.....</i>	162
5.3 <i>EVALUACIÓN FINANCIERA</i>	163
5.3.1 <i>DETERMINACIÓN DE LAS TASAS DE DESCUENTO</i>	164
5.3.2 <i>EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....</i>	165

5.3.2.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN	165
5.3.2.1.1 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR%).....	165
5.3.2.1.2 VALOR ACTUAL NETO.....	167
5.3.2.1.3 RELACIÓN BENEFICIO / COSTO.....	168
5.3.2.1.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN (PRI).....	169
5.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	170
CAPÍTULO 6.	174
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	174
6.1 CONCLUSIONES	174
6.2 RECOMENDACIONES	176
BIBLIOGRAFÍA	178178

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. UNIDADES EDUCATIVAS EN PINTAG	5
TABLA 2. RAMA DE ACTIVIDAD EN PINTAG	10
TABLA 3. ACTIVIDADES Y PRODUCTOS AGRO PRODUCTIVOS	11
TABLA 4. TIPOS DE ARTESANÍAS EN PINTAG.....	12
TABLA 5. POBLACIÓN SEGÚN CENSOS	14
TABLA 6. POBLACIÓN TOTAL SEGÚN GÉNERO	14
TABLA 7. POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y SEXO	15
TABLA 8. INDICADORES DE EDUCACIÓN EN LA PARROQUIA DE PINTAG	16
TABLA 9. PEA, PEI Y PET	16
TABLA 10. INDICADORES DE POBREZA	17
TABLA 11. POBLACIÓN SEGÚN NIVEL DE POBREZA	17
TABLA 12. CLASIFICACIÓN DEL DEPORTE SEGÚN BOUET	29
TABLA 13. CLASIFICACIÓN DEL DEPORTE SEGÚN PARLÉBAS	30
TABLA 14. CLASIFICACIÓN DEL DEPORTE DE OPOSICIÓN	31
TABLA 15. CLASIFICACIÓN DE LOS DEPORTES DE COOPERACIÓN	31
TABLA 16. CLASIFICACIÓN DE LOS DEPORTES DE COOPERACIÓN - OPOSICIÓN	32
TABLA 17. CLASIFICACIÓN DEL DEPORTE SEGÚN LEN ALMOND	33
TABLA 18. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.....	44
TABLA 19. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	42
TABLA 20. POBLACIÓN AL 2010.....	46
TABLA 21. PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE PINTAG AL 2013.....	46
TABLA 22. PREGUNTAS FILTRO DE LA ENCUESTA PILOTO.....	48
TABLA 23. DEMANDA HISTÓRICA	83
TABLA 24. DEMANDA ACTUAL	84
TABLA 25. DEMANDA PROYECTADA	84
TABLA 26. TIPOS DE MICROEMPRESAS DE SERVICIOS EN PINTAG	86
TABLA 27. CAPACIDAD DE MICROEMPRESAS DE SERVICIOS EN PINTAG	87
TABLA 28. PRECIOS PROMEDIOS ANUALES DE CENTROS RECREACIONALES	89
TABLA 29. LÍNEA DE CRÉDITO MULTISECTORIAL PRODUCTIVO	94
TABLA 30. TASA DE INTERÉS DEL BANCO PICHINCHA	96
TABLA 31. TASA DE INTERÉS DEL BANCO INTERNACIONAL	96

TABLA 32. COMPARACIÓN DE TASA DE INTERÉS.....	97
TABLA 33. CAPACIDAD DE ESPACIOS FÍSICOS EN EL CENTRO RECREACIONAL.....	98
TABLA 34. CAPACIDAD DE CANCHAS DEPORTIVAS EN EL CENTRO RECREACIONAL.....	99
TABLA 35. CAPACIDAD DE PARQUEADERO EN EL CENTRO RECREACIONAL.....	99
TABLA 36. CAPACIDAD DE OTROS ESPACIOS	99
TABLA 37. CAPACIDAD INSTALADA PARA LOS USUARIOS.....	100
TABLA 38. CAPTACIÓN DE LA DEMANDA.....	101
TABLA 39. CAPACIDAD REAL DEL CENTRO RECREACIONAL Y DEPORTIVO	102
TABLA 40. ROL DE PAGOS MENSUAL	113
TABLA 41. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO ANUAL	114
TABLA 42. REQUERIMIENTO ANUAL DE MATERIALES, INSUMOS Y SERVICIOS	115
TABLA 43. INVERSIONES EN ACTIVOS	116
TABLA 44. ELEMENTOS DE LA MISIÓN	131
TABLA 45. MEDICIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA MISIÓN.....	132
TABLA 46. ELEMENTOS DE LA VISIÓN	133
TABLA 47. MEDICIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA MISIÓN.....	135
TABLA 48. PERSPECTIVA ADMINISTRATIVA - FINANCIERA	136
TABLA 49. PERSPECTIVA DESARROLLO Y CRECIMIENTO.....	137
TABLA 50. PERSPECTIVA CLIENTES Y MERCADO.....	138
TABLA 51. PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS.....	139
TABLA 52. INVERSIONES ACTIVOS FIJOS	144
TABLA 53. INVERSIONES ACTIVOS INTANGIBLES	145
TABLA 54. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.....	145
TABLA 55. CONSOLIDADO PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	146
TABLA 56. INVERSIONES FIJAS Y DEPRECIACIONES.....	148
TABLA 57. INVERSIONES ACTIVOS INTANGIBLES Y AMORTIZACIONES.....	149
TABLA 58. CAPITAL DE TRABAJO.....	150
TABLA 59. CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y REINVERSIONES.....	151
TABLA 60. PROYECCIÓN DE INGRESOS MENSUAL	153
TABLA 61. PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUAL.....	153
TABLA 62. PRESUPUESTO DE EGRESOS A NIVEL OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO.....	154
TABLA 63. PRESUPUESTO DE EGRESOS IDENTIFICANDO COSTOS VAR. Y FIJOS.....	155

TABLA 64. FINANCIAMIENTO DE RECURSOS	156
TABLA 65. TABLA DE AMORTIZACIÓN	157
TABLA 66. CONSOLIDADO DE COSTOS	159
TABLA 67. ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA CON FINANCIAMIENTO	162
TABLA 68. FLUJO NETO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA CON FINACIAMIENTO	163
TABLA 69. TMAR GLOBAL MÁXIMA	166
TABLA 70. TIR DEL INVERSIONISTA CON FINANCIAMIENTO	166
TABLA 71. VAN DEL INVERSIONISTA CON FINANCIAMIENTO	167
TABLA 72. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO DEL INVERSIONISTA.....	168
TABLA 73. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL INVERSIONISTA.....	170
TABLA 74. AUMENTO DE MANO DE OBRA.....	171
TABLA 75. DISMINUCIÓN DEL PRECIO.....	172
TABLA 76. DISMINUCIÓN EN EL NIVEL DE VENTAS.....	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. ¿QUÉ EDAD TIENE?	52
GRÁFICO 2. PREGUNTA 1	52
GRÁFICO 3. PREGUNTA 1.1	53
GRÁFICO 4. PREGUNTA 2	54
GRÁFICO 5. PREGUNTA 3	55
GRÁFICO 6. PREGUNTA 4	56
GRÁFICO 7. PREGUNTA 5	59
GRÁFICO 8. PREGUNTA 6	60
GRÁFICO 9. PREGUNTA 7	62
GRÁFICO 10. PREGUNTA 8	63
GRÁFICO 11. PREGUNTA 9	64
GRÁFICO 12. PREGUNTA 10	65
GRÁFICO 13. PREGUNTA 11	66
GRÁFICO 14. PREGUNTA 12	67
GRÁFICO 15. PREGUNTA 13	68
GRÁFICO 16. PREGUNTA 14	69
GRÁFICO 17. PREGUNTA 15	71
GRÁFICO 18. PREGUNTA 16	72
GRÁFICO 19. PREGUNTA 17	72
GRÁFICO 20. PREGUNTA 18	73
GRÁFICO 21. MAPA DE PINTAG	82
GRÁFICO 22. PARQUE CENTRAL DE PINTAG	82
GRÁFICO 23. MAPA DE PINTAG	103
GRÁFICO 24. PINTAG VISTA SUPERIOR	104
GRÁFICOS 25 Y 26. PINTAG CENTRAL	105
GRÁFICOS 27 Y 28. TERRENO EN PINTAG CENTRAL	107
GRÁFICO 29. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL CENTRO RECREATIVO Y DEPORTIVO	110
GRÁFICOS 30 Y 31. DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DEL CENTRO RECREACIONAL	112
GRÁFICO 32. CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	117
GRÁFICO 33. RAZÓN SOCIAL, SLOGAN Y LOGOTIPO DE LA COMPAÑÍA	121
GRÁFICO 34. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	123

GRÁFICO 35. PUNTO DE EQUILIBRIO	160
--	------------

ÍNDICE DE FÓRMULAS

FÓRMULA 1. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	50
FÓRMULA 2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	83
FÓRMULA 3. CUOTA DE PAGO.....	157
FÓRMULA 4. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS.....	158
FÓRMULA 5. CANTIDAD DE EQUILIBRIO.....	159
FÓRMULA 6. TASA MÁXIMA DE RETORNO (TMAR) DEL INVERSIONISTA.....	164
FÓRMULA 7. TASA INTERNA DE RETORNO.....	166
FÓRMULA 8. VALOR ACTUAL NETO.....	167
FÓRMULA 9. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.....	168
FÓRMULA 10. PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	169

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Estudio de Prefactibilidad tiene como finalidad llegar a determinar el impacto social, cultural y económico que tendrá la creación de un centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag.

Para cumplir con lo expuesto se llevó a cabo la investigación de mercados la cual permitió conocer la demanda insatisfecha para el servicio ofertado, además de evaluar quienes serán los clientes potenciales y las preferencias de los mismos y el nivel de aceptación del servicio ofertado.

Por medio del estudio técnico se analizó variables como: tamaño, localización y la ingeniería del proyecto, para la empresa “Pintag Sport Center” se determinó que la ubicación idónea es en Pintag Central, para lo cual se realizará la adquisición de un terreno con el objetivo de atender una demanda semanal de 682 usuarios en el primer año de operaciones.

En lo concerniente al estudio financiero se hizo la evaluación del proyecto con financiamiento de terceros, al analizar criterios financieros se determinó que la TIR del proyecto fue de 26% frente a una TMAR de 16%, siendo aceptable y viable el proyecto.

Por lo expuesto se determinó la viabilidad y factibilidad del presente proyecto, ya que se obtiene rentabilidad en todos los años que se planteó como horizonte del proyecto, además que se asegura el retorno de la inversión en seis años, por ello es recomendable la creación de la compañía “Pintag Sport Center”.

EXECUTIVE SUMMARY

This viability study aims to determine the social, cultural and economic impact, that will have the creation of a sports and recreation center in the parish of Pintag.

To accomplish the above it was made a market research to indicate unmet demand for the service offered, in addition to evaluate who will be potential customers and preferences of the same and the acceptance level of service provided.

Through technical study analyzed variables such as size, location and project engineering for the company "Pintag Sport Center" was determined that the ideal location is in Central Pintag, for this will buy a land with the object to satisfy weekly demand of 682 users in the first year of operations.

With regard to financial study was made the evaluation of the project with third-party financing, analyzing financial criteria was determined that project IRR was 26% against a TMAR of 16%, with acceptable and viable project.

For these reasons we investigated the feasibility and viability of this project, because has profitability all the years that was raised as horizon of the project, and ensuring return on investment in six years, so it is advisable to create the company "Pintag Sport Center".

CAPITULO 1.

1. GENERALIDADES

1.1 Descripción de la parroquia

1.1.1 Reseña Histórica. La parroquia de Pintag, llamada también Jerónimo de Pintag está ubicada en el sur oriente de la provincia de Pichincha, cantón Quito, su nombre es en remembranza al general Pintag que participó en la conquista de los Incas.

Un dato importante es que debido a las erupciones del volcán Antisana, se habrían convertido en uno de los principales factores para que la población se movilizara desde Paspana, al sitio que actualmente es la cabecera parroquial de Pintag.

Según datos históricos Pintag existe como asentamiento humano desde el periodo que comprende los años 1566-1583; para la época del 12 de Octubre de 1568 se realizó por parte de un Obispo de Quito una distribución por parroquias y de esta forma aparece formalmente Pintag. El 29 de mayo de 1861 se reconoce a Pintag como parroquia civil en el marco de la primera ley de División Territorial.

Un gran avance para la parroquia fue en 1964, puesto que se crea el Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización (IERAC), este organismo permitió a la parroquia que se den importantes cambios en aspectos sociales, políticos y económicos.

Actualmente se mantienen haciendas como: la de San Alfonso, Santo Domingo, Pinantura, Achupallas, la Clemencia, Valencia de la Escolta Presidencial, la

Victoria, San Agustín, San Francisco de Yurac, Patichubamba. Huagrahuasi, las cuales han generado al pasar de los años procesos productivos agrícolas y ganaderos bastantes exitosos.

1.1.2 Cultura, educación y salud

Cultura. La parroquia de Pintag se denomina también “cuna del cóndor”, además tiene una gran cantidad de recursos naturales que hacen de este lugar acogedor para los amantes de la naturaleza, la parroquia posee los mejores páramos de Quito, con los cuales abastece de agua a sus habitantes, en sus lagunas se practica la pesca deportiva, hay también aguas termales en los sectores Isco y Marco, hay también cascadas per la más representativa es la de Molinuco.

A los habitantes de Pintag se les llama “conejos” puesto que hay un gran número de este tipo de animales en los páramos. La chagrería es una de las tradiciones más representativas, los chagras son personas que se transportan a caballo ya que trabajan en ganadería, utilizan como vestimenta zamarro, poncho y en algunas ocasiones sombreros.

En lo que se refiere a las características de los habitantes de la parroquia de Pintag son muy trabajadores, sociables, amables, solidarios, y sobretodo hospitalarios y respetuosos. La parroquia posee 25 patrimonios tangibles, 5 son construcciones y monumentos históricos, culturales y sobretodo religiosos, posee también haciendas antiguamente de propiedad de los religiosos, además hay 10 formaciones biológicas,

físicas y geológicas, lo que define a esta parroquia con un valor extraordinario desde el punto de vista de la conservación y la ciencia.

Entre las fiestas de Pintag más representativas se encuentran los rodeos, desfiles de colchas y trofeos, desfiles de chagras, corridas de toros, botadas de naranjas, carrera de caballos, torneo de cintas, concurso de lazo, corrida de gallos, eventos culturales y deportivos, elección de la reina, chamiza, juegos pirotécnicos, homenaje al General Píntag, eventos artísticos, flores, ofrendas, serenata y misa campal, bailes populares entre otros.

Del 13 de Septiembre al 12 de Octubre se celebra la fiesta en honor a San Jerónimo y a la Virgen del Rosario patronos de la parroquia, en vista de que los habitantes en su mayoría son católicos al cual acude una gran cantidad de devotos en peregrinaciones y degustan de sus comidas típicas.

En lo que se refiere a arte y cultura Pintag posee 10 grupos musicales, 15 grupos de danza, escultores, pintores e historiadores que han aportado con su arte al desarrollo de esta parroquia. Los habitantes también realizan artesanías de la talabartería, monturas, zamarros, aderezos para la chagrería entre otros.

Los personajes que se destacan son las deportistas de básquet femenino de la parroquia ya que han ganado 14 veces en los campeonatos interparroquiales ellas son: Ana Lucía Ordóñez, Natalie Cuichán, Sonia Cajas, María Elena Villarreal, Alexandra Haro, Amanda Simba.

La comida típica de la parroquia es un plato compuesto de papas con zarza y conejo de monte acompañado de la tradicional chicha de jora, además que ofrecen las comidas tradicionales de la sierra ecuatoriana.

Entre los lugares turísticos de Pintag se destacan: la iglesia y parque central, Chorreras de Molinuco, Isla del Amor, Hostería La Ponderosa, Laguna de Secas, en páramos están Pullurima, Chaquishcacocha, Rayo Loma, Muertepungo, Tolontag, El Marco, Ubillus y cerros como Sincholagua, Antisana (Laguna La Mica), entre otros. A continuación se da una breve descripción de los lugares turísticos más representativos de la parroquia:

- **Yanasacha.** En esta zona hay animales como: cóndores, conejos, curianguinos, gaviñanes, gallinazos y otros, se realizan en esta zona cabalgatas para admirar lugares como el volcán Antisana, el valle de Los Chillos, el cerro Sincholagua, y el volcán dormido Pasochoa.
- **Lagunas de Muertepungo y La Mica.** En la laguna de Muertepungo se aprecia flora y fauna andinas variadas y un paisaje natural inigualable. La laguna Mica se encuentra ubicada en las faldas del Antisana además es el principal reservorio de agua que abastece al sur de la ciudad de Quito.
- **Cerro Sincholagua.** Este sitio posee varios tipos de plantas como: la chuquiragua, romerillo, pumamaqui, achicoria, entre otras. En fauna se destacan especies como: curianguinos, venados, conejos, lobos, pumas entre otros.

- **Iglesia y Parque Central.** Estas edificaciones tienen gran riqueza colonial la cual alberga pinturas y esculturas como la imagen de San Jerónimo, que es el patrono de la parroquia y santo de los terremotos, donde los devotos pueden expresar su fé.
- **Laguna de Secas.** Se encuentra ubicada a 3.425 metros sobre el nivel del mar, se ha formado con las erupciones del volcán Antisana.; el agua proviene de los deshielos provocados por dicha elevación.

Educación. Según el análisis realizado por el taller de diagnóstico de inspecciones del gobierno autónomo descentralizado de la parroquia de Pintag en el año 2010. En cuanto a nivel educativo la parroquia de Pintag cuenta con los siguientes centros educativos:

Tabla 1. Unidades educativas en Pintag

Nivel / Nombre		No. Alumnos	No. Prof.
1	Julio Hidalgo (Centro de Pintag)	40	3
2	San "Jerónimo de Pintag"	35	2
3	Escuela Fiscal "Cristóbal Colón"	400	15
4	Escuela Fiscal "Gabriel Noroña"	650	16
5	Escuela Fiscal "Luciano Coral"	450	32
6	Escuela Fiscal "Rafael Dávila"	10	1
7	Escuela Fiscal "Juan Montalvo"	57	2
8	Escuela Fiscal "Gaspar de Carvajal"	46	3
9	Escuela Fiscal "Rodrigo de Triana"	25	1
10	Escuela Fiscal "Quito"	45	1

11	Escuela Fiscal "Diego de Vaca"	52	2
12	Escuela Fiscal "Mariana Paredes"	42	2
13	Escuela Fiscal "Miguel Ángel León"	35	2
14	Escuela Fiscal "Pablo Muñoz Vega"	92	3
15	Escuela Fiscal "Manuel Córdova Galarza"	100	4
16	Escuela Fiscal "Cosme Renella"	14	1
17	Colegio Nacional General Pintag	350	39
18	Colegio " Nacional Ubillus"	34	6
19	Instituto de Corte y confección Pedro Transversari (Municipal)	70	9
20	Colegio Nacional "Antisana" Tolontag	110	10
21	Colegio " San Jerónimo de Pintag" (Particular)	470	30
Totales		3127	184

Fuente y Elaboración: Gobierno Autónomo Descentralizado

Salud. En lo que respecta a salud la parroquia Pintag cuenta con dos Sub centros de Salud que pertenece al Área de Salud No. 24, es importante recalcar que no cuentan con el personal e infraestructura necesaria para una atención de calidad.

El mencionado sub centro de salud cuenta con 7 personas que se distribuyen de la siguiente manera: un médico director, un médico rural, un odontólogo, una enfermera rural, una auxiliar de enfermería, una estadística, personal de limpieza, en este sub centro se atiende un promedio de 35 pacientes en medicina general y 17 pacientes en el servicio odontológico.

El subcentro de salud de la Cabecera Parroquial, para cumplir con sus actividades cuenta con los siguientes espacios: área de estadística y control sanitario, sala de enfermería, un consultorio pediatría, un consultorio odontológico y un consultorio para medicina general; control de prevención del niño sano, control familiar, control del embarazo, área para planes de personas diabéticas e hipertensas. Sin embargo es notorio la falta de médicos y equipamiento de punta para satisfacer las necesidades de los pobladores de Pintag.

La sala de enfermería dispone de los siguientes implementos: esterilizadores, balanza pediátrica, balanza de adultos, refrigeradora, equipos audiovisuales, medicamentos.

La enfermedad más frecuente es la diarrea aguda (EDAS) causada por las condiciones sanitarias de la población, sobre todo debido a la falta de acceso a agua segura, al saneamiento básico deficitario y a los malos hábitos de la población, especialmente de las madres en el cuidado de sus niños. Otra enfermedad que se presenta con frecuencia es la amigdalitis aguda.

En el cuanto a la tasa de fecundidad es del 2,61%; la población con discapacidad en Pintag no es muy elevada ya que solo es del 5,44%.

1.1.3 Descripción del sector industrial. Las actividades económicas predominantes en Pintag son la minería, agricultura y la ganadería especialmente de ganado bravo, las zonas donde existen cuerpos de agua naturales se dedican a la cría de truchas, estas

mismas zonas se explotan con fines turísticos. La población distingue en su Parroquia 3 zonas: alta, centro y baja.

- **Zona alta:** Las poblaciones como el Carmen, Ubillus, Pinantura, Antisana, Yurac Alto, Santa Rosa, Muertepungo, Salto, Mudadero, Niño Jesús, Puyurima, las canteras de Pimantura y Molinuco; han modificado sus cultivos, dejando la producción tradicional de avena, trigo, cebada entre otros cereales por la intensificación de papas y habas, en menor proporción chochos, zambos, zapallos, ocas, mellocos.
- **Zona centro:** La zona centro se encuentra conformada por las poblaciones de Valencia, la Comunidad 4 de octubre, Santa Teresa, Tolontag, San Agustín Yurac bajo, El Prado y otras; donde el riego es menor se cultiva aprovechando las épocas de invierno el maíz suave amarillo y el morocho blanco, los cuales se siembran asociados a cultivos como haba, fréjol, arveja o papa.
- **Zona baja:** Esta zona está conformada por las siguientes poblaciones: Santa Rosa, La Tola, La Victoria, Rosario, El Batán, San Elías, San Carlos, San Juanito, San Isidro; lo que se cultiva son: el tomate riñón, pimiento, babaco y algunas hortaliza, el tomate de árbol, aguacate, mora, cerezas, lechuga, entre otros.

En la zona alta de la parroquia, al poseer una gran extensión de espacios verdes se dedican a la producción de ganado de leche y de engorde. La raza de bovinos de leche que predomina son cruces de Holsteín también, pero en menor cantidad, con Brown SWISS y Jersey; también hay ganado runa. Cabe recalcar que las zonas de

Ubillus, Santo Domingo, El Carmen, Patichubamba, San Agustín, Santa Teresita y Yurac bajo son las principales zonas lecheras con un promedio de 9000 a 10000 litros diarios esta leche se comercializa a diversas pasteurizadoras de Quito y Sangolquí.

Gran parte de las familias de la parroquia de Pintag se dedican a la crianza de animales como: cuyes, conejos, gallinas, pollos, patos, gansos, pavos, palomas, y en menor cantidad de ganado porcino y caballar, todo esto con fines de comercialización. La crianza de aves es una actividad más para el consumo de familias, sin embargo en la población de Santa Teresita existe una avícola de gallinas ponedoras. Es importante señalar que en varias haciendas del lugar producen ganado bravo.

En cuanto a la alimentación del ganado, Pintag posee laderas con una gran variedad de flora como la flor morada que es muy resistente a la sequía. Se cultiva también alfalfares, lotes de gramíneas nativas como el pasto avena y vicia. Además se alimentan de caña de choclo, rastrojo y maíz seco.

Otra de las actividades a la cual se dedican los habitantes de Pintag es a la deforestación, con el fin de ganar dinero para sustentar a la familia y también para incrementar las áreas urbanas. Con fines comerciales se siembra bosques de eucaliptos. La población económicamente activa de la parroquia Pintag se encuentra ocupada predominantemente en actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 18%, Construcción con 16% y Industrias manufactureras con el 13%.

Tabla 2. Rama de actividad en Pintag

RAMA DE ACTIVIDAD	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1377	18%
Explotación de minas y canteras	41	1%
Industrias manufactureras	975	13%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	68	1%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	45	1%
Construcción	1222	16%
Comercio al por mayor y menor	841	11%
Transporte y almacenamiento	486	6%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	187	2%
Información y comunicación	54	1%
Actividades financieras y de seguros	30	0%
Actividades inmobiliarias	13	0%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	113	1%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	180	2%
Administración pública y defensa	188	2%
Enseñanza	314	4%
Actividades de la atención de la salud humana	105	1%
Artes, entretenimiento y recreación	30	0%
Otras actividades de servicios	160	2%
Actividades de los hogares como empleadores	526	7%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	2	0%
No declarado	547	7%
Trabajador nuevo	230	3%
Total	7734	100%

Fuente y Elaboración: Gobierno Autónomo Descentralizado

El cambio climático ha alterado los meses de invierno y verano. Las personas en Pintag por lo expuesto no pueden planificar sus siembras para los diferentes tipos

de cultivo. El capital utilizado para la producción tanto para la agricultura como para la ganadería son financiados por fondos propios de las familias.

Los servicios veterinarios proporcionan docentes y profesionales del IASSA-ESPE por un costo aproximado de \$30 cada visita, razón por la que es fundamental para la parroquia que se cree un centro veterinario comunitario el cual funcione de forma permanente. Además los pobladores expresan que necesitan más terreno y también aprender conocer técnicas para cultivo de pasto apropiado de gran rendimiento considerando las condiciones del suelo del lugar. En el siguiente cuadro se detalla las actividades y productos agroproductivos que posee la parroquia de Pintag:

Tabla 3. Actividades y productos agro productivos

ACTIVIDADES Y PRODUCTOS AGRO PRODUCTIVOS			
Actividades productivas	Tipo de producción o cultivos	Rendimiento ha.	Principales mercados de comercialización
Producción Agrícola orgánica	Papa	200 quintales	Sangolquí Quito Ciudades del Norte del país Autoconsumo
	Haba	100 quintales	
	Chocho	200 quintales	
	Zambo	500 u	
	Zapallo	100 u	
	Oca	10 quintales	
	Melloco	20 quintales	
	Maíz suave amarillo	50 quintales	
	Morocho blanco	30 quintales	
	Fréjol	25 quintales	
	Arveja	15 quintales	
Ganado lechero	Leche	30000 litros	Nestlé Pasteurizadora Quito,

			Procesamiento local de lácteos
Ganado porcino			Sangolquí

Fuente y Elaboración: Gobierno Autónomo Descentralizado

1.1.4 Descripción de las artesanías

En lo que respecta a las artesanías en una de las parroquias de Pintag en Tolontag se dedican a la confección de Bombos, Tambores y Redoblantes. Además se destaca la talabartería: donde se realiza monturas de caballos y los zamarros. Otro aspecto que es importante mencionar es que poseen plantas pintoras, las cuales podrían ser aprovechadas si los pobladores conociesen técnicas para aprovechar este recurso natural, como también técnicas para trabajar objetos en barro, material que existe en muchos lugares de Pintag. La Asociación de la Comunidad 4 de octubre cuenta con una construcción sin acabados que está destinada para realizar artesanías en general pero falta recursos para terminarla y ofrecer el espacio para el fin con el cual se creó.

Tabla 4. Tipos de artesanías en Pintag

TIPO DE ARTESANÍA	MATERIA PRIMA UTILIZADA	MERCADOS
Bombos, Tambores y Redoblantes	Cueros y/o pieles de animales	Local
Talabartería: monturas de caballos y zamarros	Talabartería: monturas de caballos y zamarros	Local
Tejidos	Tejidos	Local

Fuente y Elaboración: Gobierno Autónomo Descentralizado

1.1.5 Descripción de la infraestructura deportiva

La parroquia de Pintag posee 13 canchas deportivas en Tolontag, San Juanito, San Agustín, Yurak, San Alfonso, Sta. Rosa, Sto. Domingo, La tola, Ubillus, Valencia, Sta. Teresa, San Elías, Pintag, sin embargo no se encuentran bien equipadas ni tampoco abastecen la necesidad de los pobladores.

También poseen dos canchas de usos múltiples en Marco y Ubillus, un estadio, un coliseo, un parque central, dos parques infantiles en Pintag y Santa Teresa. A pesar de ello estas infraestructuras nombradas anteriormente no abastecen las necesidades de la población ni son suficientes en cuanto a la infraestructura.

1.1.6 Descripción de la seguridad

La parroquia de Pintag posee una unidad de policía comunitaria en las calles Sincholagua y Antizana, aquí trabajan 5 policías, cuentan con un patrullero, armamento de dotación, 2 dormitorios y 2 baños.

Cuenta en Tolontag con otra policía comunitaria en la que laboran 4 policías, cuentan con: un patrullero, un radio, armamento de dotación, un dormitorio y baño. Es importante recalcar que la parroquia de Pintag es muy segura y tranquila.

1.1.7 Población

La población de Pintag al 2010 es de 17930 habitantes, distribuidos en una superficie de 490.14 Km².

Tabla 5. Población según censos

	POBLACIÓN SEGÚN CENSOS				
	1974	1982	1990	2001	2010
PICHINCHA	885.078	1.244.330	1.516.902	2.388.817	2.576.287
DMQ	768.885	1.083.600	1.371.729	1.839.853	2.239,191
ALANGASI	4.878	7.530	11.064	17.322	24.251
AMAGUAÑA	12.066	16.472	16.779	23.584	31.106
CONOCOTO	11.960	19.884	29.164	53.137	82.072
GUANGOPOLO	1.270	1.622	1.670	2.284	3.059
LA MERCED	2.470	3.431	3.733	5.744	8.394
PINTAG	7.483	9.335	11.484	14.487	17.930

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Gobierno Autónomo Descentralizado

Tabla 6. Población total según género

	POBLACIÓN TOTAL	HOMBRES	MUJERES
PICHINCHA	2.576.287	1.255.711	1.320.576
DMQ	2.239.191	1.088.811	1.150.380
ALANGASI	24.251	11851	12400
AMAGUAÑA	31.106	15395	15711
CONOCOTO	82.072	39691	42381
GUANGOPOLO	3.059	1528	1531
LA MERCED	8.394	4122	4272
PINTAG	17.930	8815	9115

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Gobierno Autónomo Descentralizado

Tabla 7. Población por grupo de edad y sexo

POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO			
Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	159	182	341
De 1 a 4 años	762	779	1541
De 5 a 9 años	947	942	1889
De 10 a 14 años	983	1001	1984
De 15 a 19 años	925	932	1857
De 20 a 24 años	802	837	1639
De 25 a 29 años	725	777	1502
De 30 a 34 años	636	646	1282
De 35 a 39 años	552	643	1195
De 40 a 44 años	491	461	952
De 45 a 49 años	450	436	886
De 50 a 54 años	336	304	640
De 55 a 59 años	256	285	541
De 60 a 64 años	224	218	442
De 65 a 69 años	189	214	403
De 70 a 74 años	146	161	307
De 75 a 79 años	109	133	242
De 80 a 84 años	66	87	153
De 85 a 89 años	43	55	98
De 90 a 94 años	11	15	26
De 95 a 99 años	3	5	8
De 100 años y más	-	2	2
Total	8815	9115	17930

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Gobierno Autónomo Descentralizado

Tabla 8. Indicadores de Educación en la parroquia de Pintag

INDICADORES DE EDUCACIÓN	
DESCRIPCIÓN	%
Analfabetismo (2010)	6,46
Tasa neta de escolarización primaria (2010)	39,64
Tasa neta de escolarización secundaria (2010)	22,61
Tasa neta de escolarización superior (2010)	8,11

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Gobierno Autónomo Descentralizado

1.1.8 Estratos

No hay estratos definidos en la parroquia de Pintag, sin embargo a continuación se muestra la distribución de la población en base a la Población económicamente activa, inactiva y la población en edad de trabajar.

Tabla 9. Población económicamente activa-PEA, inactiva-PEI y en edad de trabajar-PET

AÑO	PEA	PEI	PET
2001	5779	6529	12871
2010	7711	6448	14159

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Gobierno Autónomo Descentralizado

Tabla 10. Indicadores de pobreza

			PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
			PICHINCHA	DMQ	PINTAG
POBLACIÓN			2.388.817	1.839.853	17930
ÍNDICE NBI	POBREZA	HOGARES %	40.6	43,5	38.0
		POBLACIÓN	970.474	813.738	1399
	EXTREMA POBREZA	HOGARES %	14.6	8,2	20.4
		POBLACIÓN	348.654	205.242	897
BRECHA DE LA POBREZA (%)			8.5	6.0	32.33
SEVERIDAD DE LA POBREZA DE CONSUMO (%)			4.0	2.7	17.98
INCIDENCIA DE LA INDIGENCIA (%)			8.3	5.4	31.85
BRECHA DE LA INDIGENCIA (%)			2.2	1.3	10.20
SEVERIDAD DE LA INDIGENCIA (%)			0.8	0.5	4.77

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Gobierno Autónomo Descentralizado

Tabla 11. Población según nivel de pobreza NBI 2010

Población según nivel de pobreza NBI 2010				
Población no pobres	%	Población pobres	%	Población Total
5.453	31%	12.407	69%	17.860

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Gobierno Autónomo Descentralizado

1.2 Problemática

El deporte es una actividad que implica un esfuerzo físico, mental o ambos, en la cual las personas desde que nacemos sentimos la necesidad de desarrollar, de una forma natural las contingencias propias del cuerpo en relación con el medio en el que nos desenvolvemos, ocasionando que se busquen actividades físicas que permitan alcanzar dicho desarrollo, objetivo que se lo logra si se cuenta con los lugares propicios para practicar actividades deportivas.

Además es importante mencionar que en el Ecuador en el Plan Nacional del Buen Vivir se menciona: “En el país no se ha se ha generado una cultura de realizar actividades individuales y/o grupales en la que se aplican los movimientos aprendidos para: recuperar fuerzas perdidas, liberar energías estancadas y disfrutar de la actividad física, espontánea y voluntaria, es decir alcanzar un estado de bienestar y auto desarrollo, a través de la mejor utilización del tiempo libre, con el objeto de mejorar la calidad de vida”, otro factor que influye en esta situación es que no existen los lugares adecuados para que niños, jóvenes y adultos desarrollen actividades recreativas.

Esta situación se ve reflejada en muchos sectores de nuestro país, entre ellos la parroquia de Pintag, cuya población al no contar con espacios recreativos adecuados y diferentes alternativas para realizar actividades recreacionales, se centran a un solo tipo de deporte; además cabe recalcar que los espacios recreativos existentes no se abastecen; según el censo del año 2010 realizado por el INEC el número de habitantes fue de 17.930 y además aproximadamente un 41% de la población está integrada por

personas comprendidas entre la edad de 9 a 24 años, edad propicia para adquirir y practicar hábitos recreativos y para ese mismo año se contaba únicamente con 13 canchas deportivas, 2 canchas de uso múltiple, un parque central y dos parques infantiles, pero ningún centro recreacional y deportivo bien equipado que cumpla con las expectativas de los usuarios. (Tabla 5 y 7).

Por lo expuesto se concluye que hay un buen pronóstico para la creación de una empresa que brinde el servicio de un centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag que satisfaga las necesidades de sus habitantes y les permita desarrollarse de forma óptima la calidad de vida en los habitantes de Pintag, es decir, un lugar en el que niños, jóvenes y adultos tengan diferentes alternativas recreacionales y se le ofrezcan seguridad, recreación y diversión. Además, observaciones científicas han demostrado que el ejercicio físico controlado, mejora la calidad de vida, crea hábitos mucho más sanos y disminuye el riesgo de la muerte súbita y de las enfermedades coronarias, en definitiva ayuda a mantener un estado de salud y bienestar.

El deporte tiene la facultad de ayudar a desarrollar destrezas físicas, hacer ejercicios, socializar, divertirse, aprender a jugar formando parte de un equipo, aprender a jugar limpio y a mejorar el autoestima. El deporte ayuda a los niños en su desarrollo físico mejorando y fortaleciendo su capacidad física y mental.

Además se ha comprobado que el practicar una actividad deportiva de forma continua, mejora el estado físico, influye en el estado de ánimo motivándolo más en

sus actividades diarias, permite sociabilizar al ser humano al compartir, competir y relacionarse con otras personas al practicar las distintas disciplinas.

Otro aspecto importante es que en la actualidad vivimos en una sociedad donde los jóvenes tienden con facilidad a los hábitos insanos (fumar, beber alcohol, drogas etc), estos problemas se los ataca y es una solución eficaz, instaurando en niños y jóvenes hábitos saludables como la actividad física, además según el INEC en el año 2012, los ecuatorianos dedican 55,86 horas promedio a la semana a dormir, 12,75 para dormir, 8,24 para comer, 9,43 para descansar, 7,09 para compartir en familia, 5,63 para el cuidado personal, 5,03 para jugar en casa, y 4,24 para realizar deportes por lo que es necesario fomentar un cambio en los hábitos de los ecuatorianos.

Por lo expuesto, es imprescindible la creación de centros recreacionales y deportivos que motiven a las personas a realizar actividades saludables, participativas y de desarrollo en la calidad de vida y sobretodo que satisfagan sus necesidades.

Los beneficiarios directos del presente plan son los habitantes de la parroquia de Pintag, que se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha al sur oriente de Quito, cuyos habitantes en su mayoría se dedican a actividades agrícolas y ganaderas, los cuales gozarán de los beneficios de este nuevo espacio físico de recreación, este plan no solo busca promover la actividad deportiva sino también mejorar la calidad de vida de sus habitantes en otros aspectos como son: mejorar su relaciones sociales, elevar su nivel cultural, fomentar el trabajo en equipo aspectos que a futuro garanticen el desempeño activo de las futuras generaciones en su propia comunidad o fuera de ella.

Con respecto a la factibilidad el proyecto es viable en vista de que si se necesita acudir a una entidad gubernamental para solicitar financiamiento si habrá aporte, a más del capital propio, en lo que respecta a recursos humanos, económicos y técnicos y de tiempo en las actividades necesarias para el cumplimiento del objetivo principal.

1.3 Objetivos de estudio

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de inversión para la creación de un centro recreacional y deportivo adecuado en la parroquia de Pintag para satisfacer las necesidades recreativas de la población.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Investigar los aspectos socioeconómicos, culturales, ambientales, tecnológicos, nivel educacional de los habitantes de la parroquia de Pintag para la identificación de variables de interés aplicables al plan de acción.
- ✓ Realizar una investigación de mercado que arroje datos estadísticos que determinen el índice humano que se beneficiaría con la creación de este proyecto el cual cumpliría con las necesidades que la comunidad requiere.
- ✓ Determinar los recursos económicos, humanos y técnicos necesarios para llevar a cabo la realización de este proyecto; a la vez establecer el sitio adecuado donde se llevaría a cabo su ubicación, el mismo que debe estar acorde a las necesidades de

los futuros usuarios tomando en cuenta que sea de fácil acceso para todos quienes hagan uso del mismo.

- ✓ Determinar las bases legales y jurídicas necesarias para la implementación de la empresa, tomando en cuenta los aspectos organizacionales y administrativos.
- ✓ Desarrollar estrategias financieras y el presupuesto para el plan, con la ayuda de herramientas financieras para determinar la factibilidad de la creación del centro deportivo recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag.

1.4 Marco de Referencia

1.4.1 Marco teórico

Proyecto de factibilidad. El estudio de factibilidad del proyecto es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a esto se toma la decisión más acertada y si se procede su estudio, desarrollo o implementación.

Componentes del estudio de factibilidad. Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de 4 análisis, y estos son la base en los cuales los inversionistas basan su decisión, los componentes son:

- Análisis de mercado
- Estudio técnico
- Análisis administrativo
- Análisis financiero

Análisis de mercado. En el estudio de mercado y comercialización de un proyecto o el análisis de oferta y demanda de un bien o servicio, constituye el eje de un proyecto, por lo que es primordial realizar un esfuerzo para obtener información confiable y lo más actualizada posible, en aspectos que van afectar al proyecto como: identificación de la demanda actual y potencial, características de los usuarios, perfil de caracterización de la competencia, canales de comercialización, programa de venta o de oferta del bien o servicio, precios, estrategias de publicidad y análisis de los proveedores.

En definitiva, el análisis de mercado lo que pretende es determinar si hay o no demanda en un mercado y que sea suficiente y justifique la puesta en marcha de un programa de producción.

Los resultados que arroja este estudio sirve para realizar proyecciones y con ello se puede tomar las siguientes decisiones, se selecciona procesos, planta y equipos, además efectuar estimaciones económicas y también asegura al inversionista puesto que saca datos de importancia y basándose en un mercado potencial que hace factible la venta para recuperar el capital y tener flujo. Los aspectos que se deben analizar en el estudio de mercado son:

Estudio técnico. El componente técnico de un proyecto de inversión hace referencia a tres aspectos: el tamaño, la localización y el proceso tecnológico que utilizará el proyecto o la ingeniería del proyecto.

Es importante recalcar que lo que se busca con el estudio técnico es proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

- **Tamaño.** Este aspecto tienen que ver con la magnitud del proyecto puede expresarse de forma diferente, por ejemplo: en función de la producción de un periodo determinado, según el monto de inversión, según el número de empleados generados, según la cobertura geográfica del mercado ya sea local, departamental, nacional o internacional.
- **Localización:** Este punto hace referencia al lugar donde se ubicará el proyecto y hay que evaluarlo de forma lógica para que este sea el más adecuado y satisfaga las necesidades de los consumidores o usuarios.
- **Ingeniería del proyecto:** Este aspecto se relaciona a la parte técnica del proyecto, por lo tanto es fundamental que en esta parte del estudio se cuente con la opinión y asesoría de personas con experiencia comprobada en el proyecto.

Estudio financiero. El objetivo de este estudio es analizar la viabilidad financiera de un proyecto. Se sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes y se analiza su financiamiento con lo cual se está en condiciones de efectuar su evaluación.

Los componentes del estudio financiero son:

- Construcción de flujo de fondos
- Financiamiento
- Evaluación

Estructura administrativa. Representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezar por la elaboración de un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, este estudio también debe tener una descripción detallada de los costos administrativos acompañados de cifras.

El aspecto legal de la empresa también debe ser considerado es decir, la razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

Administración. Es importante conocer el concepto de administración, se considera como el proceso administrativo de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales. Además es importante acotar que la administración se relaciona con otras ciencias y se compone de los siguientes aspectos:

Proceso administrativo. Según Fayol, la administración el cual se compone por funciones básicas: planificación, organización, dirección, coordinación y control. A continuación se detalla cada una de estas funciones:

- **Planificación:** En este procedimiento se establecen objetivos y un curso de acción para el proyecto.
- **Organización:** En este proceso se compromete a dos o más personas para que trabajen juntas para alcanzar metas específicas.

- **Dirección:** Consiste en dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea.
- **Coordinación:** Aquí se integra las actividades de partes independientes de una empresa para de esta manera alcanzar las metas establecidas.
- **Control:** En la etapa de control se asegura de que las actividades que se realizan se ajusten a las planificadas a las iniciales.

Deporte. Según Parlebás, el deporte se define el juego deportivo como “el conjunto finito y enumerable de las situaciones motrices, codificadas bajo la forma de competición, e institucionalizada”. Del mismo modo define el juego deportivo como “toda situación motriz de enfrentamiento codificado, llamado juego o deporte por las instancias sociales”.

Historia del deporte. Los deportes son actividades físicas, conjuntos de movimientos o pensamientos en la que se sigue un conjunto de reglas y entrenamiento con una frecuencia; con un afán competitivo. Además en el deporte hay factores como la agudeza mental o el equipamiento del deportista que son fundamentales, además es importante mencionar que el deporte no solo sirve como una actividad de esparcimiento sino también como diversión y como una carrera.

Según la página Dieta – Salud, la historia del deporte nace en Gran Bretaña y en los países de Europa septentrional durante la “Revolución Industrial”. Durante el siglo XIX apareció la “Regata Oxford-Cambridge” (combate entre ambas

universidades desde 1829), el rugby (inventado por estudiantes de la “Rugby School”) y la primera Copa América de vela (1851).

Con el tiempo, ya no se trataba sólo de competir frente a un rival, sino de batir al propio tiempo o a dificultades y obstáculos naturales (la ciencia ayudó proporcionando la posibilidad de medir con exactitud el tiempo y el espacio). A medida que paso el tiempo aparecieron otros deportes como: el fútbol, el waterpolo, el tenis de mesa y otros muchos deportes populares hoy en día.

El deporte y la salud. El deporte tiene una repercusión muy favorable en la salud de las personas puesto que si se realiza algún deporte de forma continua sin exageraciones se aporta al correcto funcionamiento del cuerpo humano. Se conoce que cada órgano o sistema tiene una reacción determinada cuando se hace ejercicio, por lo tanto de esta forma no solo se le da al cuerpo un cuidado físico sino también mental.

Según la información que brindan Betty Milatich y Alejandro Bianco indican lo siguiente:

Que en base a estudios realizados el deporte beneficia al sistema cardiovascular, reduciendo el riesgo de arterioesclerosis y la posibilidad de un accidente coronario, baja la presión sanguínea, ayuda a adelgazar y facilita el trabajo del corazón. Provoca una dilatación de los vasos periféricos, haciendo que llegue a ellos mayor cantidad de sangre, la que carga oxígeno. El corazón, como cualquier músculo, se desarrolla más cuanto más trabaja, se vuelve más eficiente moviendo mayor cantidad de sangre, disminuyendo el número de contracciones que necesita.

Entre otras de las ventajas del deporte es que también beneficia el sistema respiratorio, aumenta la capacidad de ventilación del pulmón y del consumo máximo de oxígeno, retrasa la pérdida de masa ósea; nos ayuda a evitar o a mejorar la artrosis, la osteoporosis y la artritis reumatoide. Aumenta el grosor de los huesos haciéndose resistente a golpes y lesiones. Los músculos se vuelven más resistentes y elásticos, aumenta la masa muscular y su resistencia. Al hacer actividad física, ponemos en movimiento el cuerpo y a los órganos internos también, el intestino aumenta su motilidad, reduciendo el estreñimiento y disminuyendo la incidencia de cáncer de colon.

Gracias al deporte, los riñones reciben mayor irrigación sanguínea, mejorando su funcionamiento a largo plazo, se reduce de peso ya que el cuerpo utiliza los azúcares para obtener energía, llegando el momento en que empieza a utilizar las grasas y reduce el estrés. El sistema nervioso entero recibe beneficios, y por último recibe un beneficio social ayudando la integración social y nos hace más felices, disminuyendo también el riesgo de enfermedades como la depresión y la ansiedad.

Clasificaciones del Deporte. Varios autores han dado sus puntos de vista con respecto a las clasificaciones del deporte se detalla a continuación desde las clasificaciones más simples hasta las más complejas y tradicionales:

Para el Sr. Bouet (1968) propone una clasificación en que adopta un punto de vista más general, que denomina experiencia vivida, en referencia al tipo de vivencia que el deporte practicado proporciona al individuo, distinguiendo de este modo cinco grupo de disciplinas.

Tabla 12. Clasificación del deporte según Bouet

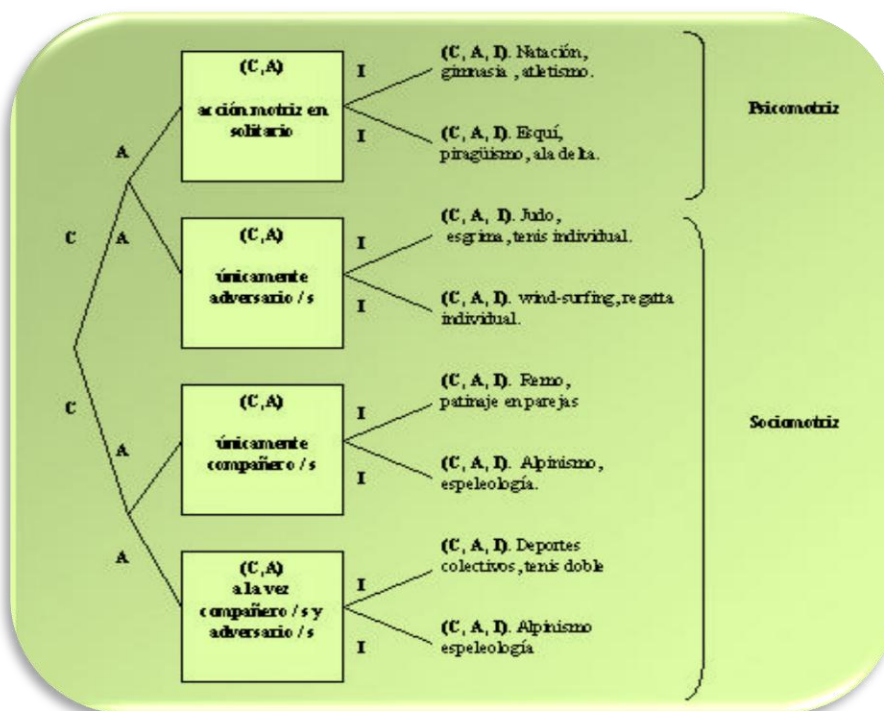
BOUET (1968)	Deporte de combate	Con implemento	Existe contacto físico, el cuerpo como referencia.
		Sin implemento	
	Deportes de balón o pelota	Colectivos	El balón constituye el factor relacional del deporte.
		Individuales	
	Deportes atléticos y gimnásticos	Atlético de medición objetiva	Referencia posibilidades del ser humano, gesto técnico importante.
		Gimnásticos de medición subjetiva	
	Deportes en la naturaleza	La referencia común es que se realizan en el medio natural, y conllevan un gran riesgo.	
	Deportes mecánicos	Se caracterizan por el empleo de máquinas, que es la que genera la energía, y el hombre quien la controla y la dirige.-	

Fuente y Elaboración: Bouet.

Durand (1968:14), establece una clasificación con una orientación exclusivamente pedagógica y clasificando los deportes en cuatro grupos: individuales, de equipo, de combate y en la naturaleza.

Parlebás (1988: 74), presenta una clasificación según los criterios de acción motriz, considerando esta como un sistema de interacción global entre el sujeto actuante, el entorno físico y los participantes eventuales. Para ello utiliza tres criterios: interacción con compañeros (C), interacción con adversario/s, e incertidumbre de la información procedente del medio (I). Para saber si el criterio correspondiente no está presente lo marca una raya debajo. De manera que Parlebás presenta un árbol dicotómico, con ocho ramas en las que se distinguen las categorías esenciales de la práctica motriz.

Tabla 13. Clasificación del deporte según Parlebás



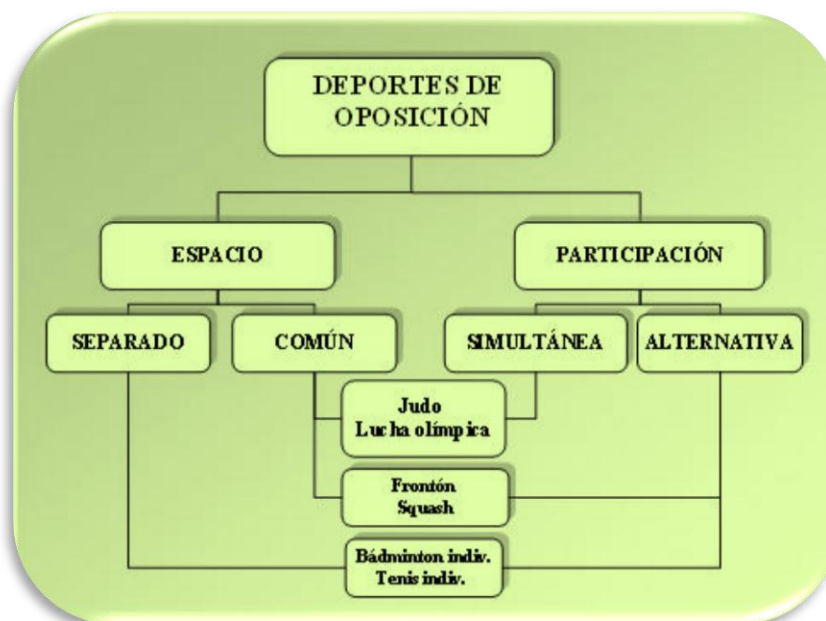
Fuente y Elaboración: Parlebás (1988)

Blázquez y Hernández (1984), propone otra clasificación pero toma como base la de por Parlebás, exponen una clasificación en la cual se toma en cuenta la forma de utilizar el espacio y el otro a la participación de los jugadores, con la finalidad de desarrollar el grupo correspondiente a los deportes de equipo que se juegan en un espacio estandarizado. Los autores dan la siguiente clasificación:

- ✓ **Deportes psicomotrices o individuales.** Deportes en los que se participa individualmente sin la presencia de compañeros ni adversarios que pueden influenciar en la ejecución del gesto.

- ✓ **Deportes de oposición:** Deportes en los que nos enfrentamos a otro oponente. Aquí podemos diferenciar tres grupos, como se muestran en el siguiente gráfico.

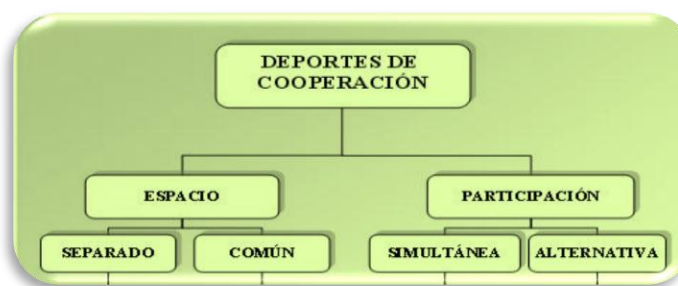
Tabla 14. Clasificación del deporte de oposición según Blázquez y Hernández



Fuente y Elaboración: Blázquez y Hernández, 1984

- ✓ **Deportes de cooperación.** Son aquellos deportes en los que hay dos o más compañeros sin la presencia de adversarios. Aquí podemos diferenciar dos grupos, como se representan a continuación.

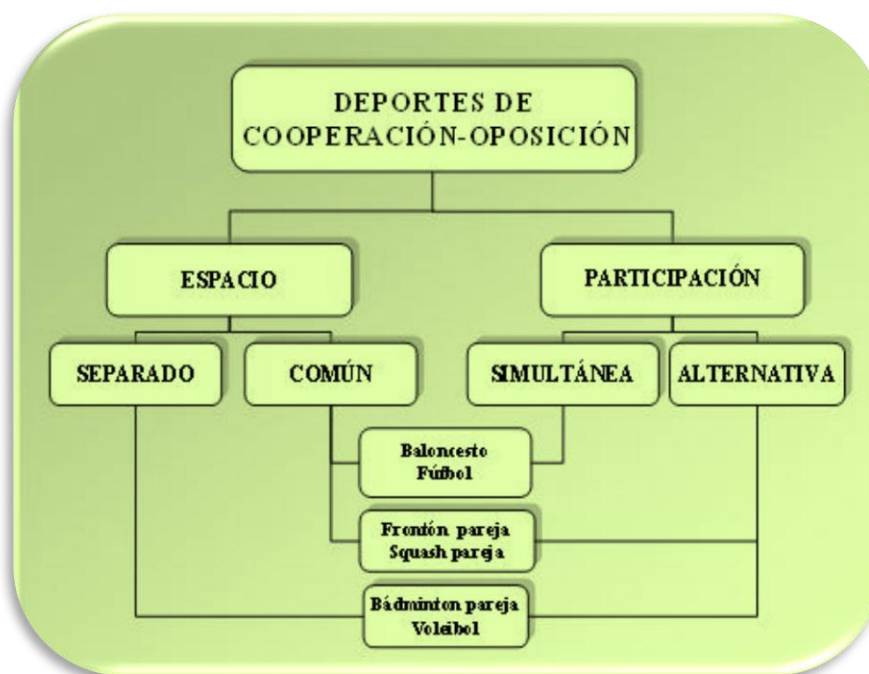
Tabla 15. Clasificación de los deportes de cooperación Blázquez y Hernández



Fuente y Elaboración: Blázquez y Hernández, 1984.

- ✓ **Deportes de cooperación-oposición.** Son aquellos deportes en los que un equipo de dos o más jugadores se enfrentan a otro de similares características.

Tabla 16. Clasificación de los deportes de cooperación - oposición



Fuente y Elaboración: Blázquez y Hernández, 1984.

García Ferrando (1990: 35) considera que en función del mayor o menor carácter utilitario que tenga el juego se pueden distinguir tres categorías: deportes formales, informales y semiformales.

Devís y Peiró (1992, 162) propone una serie de orientaciones que conecten directamente con la práctica, se pretende con esta clasificación es facilitar la enseñanza de los juegos deportivos en el marco escolar, para ello se tiene en cuenta la variedad de contextos lúdicos y el análisis estructural de los juegos, lo que llevará a agrupar los juegos según una lógica interna similar, permitiendo de este modo su enseñanza integrada. Para ello presentan una clasificación que agrupan los juegos deportivos en cinco grupos distintos. Devís y Peiró (1992) se basan en la clasificación planteada por Almond (1986), y que a su vez es una variación de otra propuesta por Ellis (1983).

Tabla 17. Clasificación del deporte según Len Almond

Juegos deportivos de blanco o diana	Consisten en que el móvil alcance con precisión y menor número de intentos que el resto de jugadores, la diana o dianas del juego.	Golf, bolos, croquet...
Juegos deportivos de campo y bate	Consiste en que un equipo laza el móvil dentro del espacio de juego con la intención de retrasar al máximo su devolución o recogida, mientras ellos realizan ciertos desplazamientos.	Basaball, cricket, softball...
Juegos deportivos de cancha dividida	Consiste en que el móvil toque el espacio de juegos del equipo contrario sin que pueda ser devuelto .	Tenis, voleibol, bádminton
Juegos deportivos muro o pared	Consiste en lanzar el móvil contra la pared de modo que el contrario / os no puedan devolverlo a la misma.	Frontón, squash. Pelota vasca.
Juegos deportivos invasión	Consiste en que cada equipo trata de alcanzar su respectiva meta con el móvil de juego tanta veces como les sea posible, sin que el otro equipo le sobrepase.	Fútbol, waterpolo, hockey...

Fuente y Elaboración: Len Almond (1986), basada en Ellis (1983)

Recreación. Según Harry OverstruT, la recreación es “el desenvolvimiento placentero y espontáneo del hombre en el tiempo libre, con tendencia a satisfacer ansias psico - espirituales de descanso, entretenimiento, expresión, aventura y socialización”.

Es importante conocer que el que una actividad en particular sea o no creativa, va a depender de la actitud de las personas. Un amplio margen de actividades de tiempo libre posibles, contribuyen a la naturaleza y calidad del buen uso de ese tiempo; ese margen satisfará las necesidades e inclinaciones de cada persona y, debido a las diferencias individuales, no podemos establecer cuál es la mejor actividad.

El ser humano feliz es aquel que une las satisfacciones diarias de su trabajo con, las formas gustosas del desarrollo individual, compartido o colectivo, que le permitan disfrutar con plenitud de su convivencia en la comunidad, la recreación debidamente practicada, sistematizada y regulada, construye una salud y alegría para un mundo mejor.

Historia de la recreación. El desarrollo histórico de la sociedad se ha centrado en las necesidades del ser humano y dentro de ellas aparece la recreación que es y ha sido una necesidad básica del mismo que a través del tiempo se ha manifestado en diversas formas desde las celebraciones rituales de nuestros ancestros, hasta el espectáculo musical de nuestro tiempo, que en cierto modo son la misma cosa.

A medida que con el paso de los siglos y el avance de la civilización, el hombre necesitó menos tiempo para sobrevivir a sus necesidades primarias de alimentarse y

defenderse del medio o de otros hombres; con el avance de las herramientas, las máquinas, la mecanización y la automatización, dispuso de más tiempo libre.

En este sentido, la sociedad durante todas las épocas de su historia, ha buscado mejorar y vincular la recreación para hacer más agradable este tiempo libre y llevar a las personas a identificarse con ellas mismas, con la sociedad a la que pertenecen y finalmente a que contribuya al desenvolvimiento y la participación, integración y cooperación social.

En efecto, Ortegón (1991: 54) refiriéndose a la recreación como una manifestación del ser, en el transcurso histórico del mismo, sin la cual se ve afectado el equilibrio de las personas dice: “Es factible así conseguir solución a muchos problemas que hoy tiene la sociedad”.

Objetivos de la recreación.

- Propender por el desarrollo integral del ser humano.
- Fomentar el bienestar personal y social.
- Estimular el desarrollo de actitudes positivas.
- Fortalecer sentimientos de fe, solidaridad, confianza, optimismo, deseo de superación y auto-realización.
- Rescatar y fortalecer valores culturales de nuestra nación.
- Inducir nuevos hábitos de utilización del tiempo.
- Estimular el desarrollo de la expresión de los sentimientos y las emociones.

Características de la recreación.

- Se lleva a cabo durante el tiempo libre o desocupado.
- Involucrar actividades que son generalmente auto-motivadas y voluntarias.
- Es por naturaleza seria y requiere concentración del participante.
- Requiere actividad.
- Contempla infinidad de actividades y formas de expresión ilimitadas
- Es un estado de expresión creativa.
- Es constructiva y benéfica para el individuo y la sociedad.
- Algunas veces pueden proporcionar beneficios económicos.

Importancia de la recreación.

- Mantiene el equilibrio durante la rutina diaria y actividades placenteras, para evitar la muerte prematura de la juventud.
- Enriquece la vida de la gente.
- Contribuye a la dicha humana.
- Contribuye al desarrollo y bienestar físico.
- Es disciplina, es identidad y expresión.
- Como valor grupal, subordina intereses egoístas.
- Previene la delincuencia.
- Es cooperación, lealtad y compañerismo.
- Educa a la sociedad para el buen uso del tiempo libre.

Valor educativo de la recreación.

- Establece conjunto de valores que contribuyen a la formación del individuo.
- Pone sus recursos en favor del educando, para la correlación de las áreas intelectuales.
- Permite el desarrollo integral de la persona.
- Permite la transmisión de la herencia cultural.
- Fomenta el uso constructivo del tiempo libre.
- Despierta la sensibilidad social.

Tipos de recreación. Según el portal Educativo “Tipos de recreación” clasifica a los tipos de Recreación de la siguiente forma:

La actitud del individuo:

- **Sujeto activo:** El sujeto participa de la actividad realizada, disfrutando de la misma.
- **Sujeto pasivo:** La persona no es parte de la recreación, sólo actúa como un expectante, no participa directamente.

La orientación a la que esté destinada la actividad recreativa:

- **Recreación Motriz:** Está relacionada con la actividad física, algunos ejemplos podrían ser la realización de cualquier deporte, caminatas, juegos, bailes y danzas.

- **Recreación Cultural:** Se vincula con la actividad cultural. Algunos ejemplos podrían ser la realización de actividades como teatro, pintura, lectura, asistir a espectáculos, museos, entre otros.
- **Recreación Social:** Se relaciona al contacto con otras personas, pueden ser realizadas muchas cosas como asistir a debates, charlas, salidas, encuentros, etc.
- **Recreación al aire libre:** Son aquellas actividades en las que se entra en relación con el medio ambiente. Este tipo de recreación estimulan la integración el medio. Algunos ejemplos podrían ser visita a parques y reservas naturales, campamentos, excursiones, etc.

Las actividades recreativas pueden ser clasificadas según los beneficios que otorgan:

- **En relación a la psiquis:** Permite estimular la mente (puede bajar los niveles de ansiedad, de estrés, depresión), un progreso personal (pueden ser generadores de confianza en uno mismo, abandonar la dependencia, resaltar dotes de líder, mejorar capacidades físicas y estéticas), bienestar personal (pueden servir de estimulantes, como fuente de desafíos, permite la expresión de la creatividad, apreciar nuevos aspectos o elementos).
- **Beneficios en cuanto a la salud:** Algunos ejemplos son mejoras cardíacas, en diabetes, hipertensión, colesterol, problemas dorsales, control de sobrepeso, etc.

- **Beneficios culturales y sociales:** Surgimiento de un sentimiento de pertenecía, compromisos en cuanto a la cultura y la vida política, adquisición de nuevos conocimientos históricos y culturales, vinculación con individuos nuevos que generen cierta armonía o coordinación y a su vez el dialogo que permitan comprender y colaborar con los demás, integración dentro de la comunidad, nueva cosmovisión.
- **Económicos:** Se reducen los gastos por salud, descienden los niveles de ausencia y accidentes laborales, aumenta la productividad, aumento de ingresos por turismo que permiten el progreso en economías nacionales, regionales y locales.
- **Beneficios en el medioambiente:** Genera cierta ética respecto al medio que habitamos y el compromiso público por la protección y conservación.

Recreación a la comunidad. La recreación, como un aspecto del sistema integral de la comunidad puede servir como un nivel de progreso tanto para la persona como para la comunidad. Las necesidades sociales y las demandas que impone la sociedad a sus miembros afectan los objetivos de la comunidad. Los sistemas u organizaciones comunales deben ayudar a las personas a integrarse en la sociedad.

La recreación debe llenar las necesidades del individuo por medio de la asociación grupal en busca de la satisfacción que manifiesta para cada uno de los individuos, el poder compartir las actividades recreativas con otras personas. De aquí nace la responsabilidad que asume la comunidad por el bienestar posterior de sus

miembros. Cada comunidad tiene que encontrar su propio camino para la recreación de sus miembros.

Las actividades recreativas más importantes son aquellas que la persona domina de modo más completo, en forma tal que pueda perderse en ellas, dándoles todo lo que tiene y todo lo que es. Las formas de recreación del adulto deben permitir el empleo de las capacidades que no se usan corrientemente en la vida.

Los juegos felices de la niñez son muy importantes para un crecimiento normal.

Participar como ciudadano en la realización de una mejor forma de vivir que todos podamos compartir, es una forma de permanente satisfacción de la recreación.

1.4.2 Marco conceptual

Conceptualización de un proyecto de factibilidad para la creación de un centro recreacional y deportivo.

Actividad: Es una tarea que consume tiempo y se representa por una línea o flecha al elaborar redes de programación de actividades relacionadas con la elaboración o ejecución de un proyecto.

Calidad de Vida: Según Palomba, representa un “término multidimensional de las políticas sociales que significa tener buenas condiciones de vida ‘objetivas’ y un alto grado de bienestar ‘subjetivo’, y también incluye la satisfacción colectiva de necesidades a través de políticas sociales en adición a la satisfacción individual de

necesidades”. “*Calidad de vida, conceptos y medidas*”. (2012, 24 de julio).

Recuperado el 16 de enero de 2013, de:

http://www.eclac.org/celade/agenda/2/10592/envejecimientoRP1_ppt.pdf.

Centro Recreativo: Según Hidalgo, X. “Es el espacio donde las personas desarrollan actividades recreativas, que les permita desenvolverse individualmente en cualquier contexto, en condiciones de salud física y mental, favorables para lograr un mayor rendimiento y satisfacción de sus actividades, así como también permiten mejorar la calidad social y laboral del individuo, dando lugar a un estado de salud integral que conduzca al país a mejores condiciones de vida”.

Bienestar: Se considera como la “calidad de obtener satisfacción a través del disfrute de los recursos disponibles, y no sólo de su mera posesión”. “*Calidad de vida*”. Recuperado el 16 de enero de 2013, de <http://dificultplay.wordpress.com/significado/>.

Proyecto: La Agencia Colombiana de Cooperación Internacional define proyecto como un conjunto coherente e integral de actividades tendientes a alcanzar objetivos específicos que contribuyan al logro de un objetivo general o de desarrollo, en un período de tiempo determinado, con insumos y costo definidos.

Proyecto de factibilidad: Es un análisis de carácter técnico y científico, que estudia una idea previamente identificada desde las perspectivas de mercados, técnicas, financiera, organizativa, de rendimiento financiero y de impacto social, para aportar elementos de juicio relacionados con la toma de decisiones sobre la conveniencia o no de invertir en un proyecto sea de interés público, privado o mixto.

Recreación: Es “la actividad orientada a la distracción y al relajamiento; al desborde de energía física y mental, naturales del cuerpo humano y/o participación del grupo familiar en actividades lúdicas; y puede clasificarse dependiendo de la forma en que se realiza: informal y organizada, en las cuales participan Adultos, Jóvenes y Niños, y se desarrolla individualmente o en grupos”. “*Centros Recreativos*” (2012). Recuperado el 17 de enero de 2013 en <http://www.milenium3.com/recreativos-costarica.html>.

CAPÍTULO 2.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 Objetivo del estudio de mercado

Establecer la demanda insatisfecha de los habitantes de Pintag que tienen la necesidad de crear un centro recreacional y deportivo en la parroquia y determinar las características principales de los pobladores para determinar estrategias de marketing adecuadas.

2.2 Definición del problema

Las personas de la parroquia de Pintag no poseen lugares recreacionales y deportivos adecuados que les permitan desarrollarse, que cumplan con sus expectativas y sobretodo que abastezcan a la población.

2.3 Características del plan

El centro recreacional y deportivo estará disponible para los habitantes de la parroquia de Pintag que deseen pasar un momento ameno en familia o amigos, contará con amplios espacios recreativos donde se pueda disfrutar de la naturaleza. A continuación se detallan algunos de los servicios que se ofertarán en el centro recreacional:

- Parqueaderos
- Juegos infantiles
- Canchas deportivas

- Servicio de restaurante
- Espacios verdes
- Piscina

2.4 Investigación de Mercado

2.4.1 Segmentación

Según Philip Kotler, “la segmentación del mercado consiste en dividir un mercado en grupos más pequeños con distintas necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing distintas”, todo esto con la finalidad de identificar cuáles son las necesidades de los potenciales usuarios que demandarán los servicios del centro recreacional y deportivo.

2.4.2 Variables de Segmentación. Las variables de segmentación que se utilizarán para el presente proyecto son las siguientes:

- ✓ **Variables geográficas:** Son aquellas que permiten dividir el mercado en base a unidades demográficas como países, regiones, parroquias, ciudades, barrios etc.

Para el presente caso se segmentaría de la siguiente forma:

Tabla 18. Segmentación geográfica

Indicador	Segmento
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia rural	Pintag

Fuente y Elaboración: Autora

- ✓ **Variables demográficas:** Este tipo de variables dividen al mercado en base a variables como la edad, familia, género, nivel de ingresos, ocupación, religión, raza entre otros. En cuanto a las variables demográficas:

Tabla 19. Segmentación demográfica

Indicador	Segmento
Tamaño familiar	Personas
Edad	Todas las edades
Ocupación	Población económicamente activa

Fuente y elaboración: Autora.

- ✓ **Variables psicográficas:** Son aquellas que divide al mercado en base a la clase social, estilo de vida, otros. Para el presente proyecto se tomará en cuenta la población económicamente activa que gusten de realizar actividades deportivas y al aire libre.
- ✓ **Variables conductuales:** Aquí se divide al mercado en base a actitudes, conocimientos, usos entre otros, además en base al comportamiento el consumidor con relación al servicio ofertado. Por lo tanto, se buscarán personas que busquen calidad de servicio, precios cómodos y factibilidad de acceso al lugar.

Segmentación del mercado:

Tabla 20. Población al 2010

<i>Segmento</i>	<i>Lugar</i>	<i>Población 2010</i>
Provincia	Pichincha	2.576.287
Cantón	Quito	2.239.191
Parroquia	Pintag	17.930
Población económicamente activa	Pintag	7711
% de personas que gustan de actividades deportivas (70% según encuesta piloto)	Pintag	5398

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Autora.

- **Proyección 2013**

La proyección se ha realizado con la tasa de crecimiento de la Provincia de Pichincha que es de 2,24%. (<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>).

Tabla 21. Proyección de la población de Pintag al 2013

<i>Segmento</i>	<i>Lugar</i>	<i>Población 2013</i>
Provincia	Pichincha	2.753.320
Cantón	Quito	2.393.060
Parroquia	Pintag	19.162

Población económicamente activa	Pintag	8241
% de personas que gustan de actividades deportivas (70% según encuesta piloto)	Pintag	5769

Fuente y Elaboración: Censo INEC, 2010. Autora.

2.4.3 Tamaño del Universo

Existen diversas técnicas para determinar el tamaño del universo, para este proyecto se utilizará una prueba piloto y en base a ello se llegará a la determinación del tamaño de la muestra:

Prueba Piloto. Es un estudio que debe ser considerado, para probar si las preguntas están bien planteadas, y que puedan ser parte de la encuesta definitiva que será aplicada para obtener información del mercado con relación a la empresa.

En la encuesta piloto se modificaron algunas preguntas para que la encuesta definitiva sea clara y precisa para de esta manera facilitar su análisis. Además la prueba piloto ayuda a determinar la probabilidad de aceptación y de rechazo que hay por parte de la población objetivo de este estudio. Se formuló una encuesta de cuatro preguntas que fueron aplicadas a 20 personas que concordaban con las características del segmento de mercado que se definió anteriormente.

También en el encuesta se incluyeron dos preguntas filtro, la primera y cuarta, las cuales me van a permitir establecer de forma adecuada el tamaño de la muestra para el estudio y la probabilidad de rechazo y aceptación. La prueba piloto se

encuentra detallada en el Anexo I. Los resultados que arroja la encuesta piloto se encuentran detallados en el Anexo II y son los siguientes:

Tabla 22. Preguntas filtro de la encuesta piloto

Preguntas Filtro	SI	NO
¿Le agrada realizar actividades recreacionales y deportivas?	14	6
¿Los centros recreacionales y deportivos actuales abastecen la necesidad de la comunidad?	3	17
Probabilidad de aceptación	85%	
Probabilidad de rechazo	15%	

Fuente y Elaboración: Autora.

Segmento objetivo. Entre todos los segmentos en que una empresa puede operar, es importante definir el foco del negocio, con frecuencia, los segmentos que constituyen el objetivo se definen con base en diversas variables.

Por ejemplo unos grandes almacenes en una ciudad específica se podrían fijar como objetivo a los residentes del área metropolitana (segmentación geográfica) que tiene ingresos dentro de cierta gama (segmentación demográfica) que valoran el servicio personal de unos empleados bien enterados y que no son muy sensibles al precio (ambos aspectos reflejan una segmentación conforma a las actitudes y las intenciones conductuales expresadas).

El segmento de mercado para el proyecto son la población económicamente activa de la parroquia de Pintag que pertenece al cantón Quito y que gustan de realizar actividades recreacionales y deportivas.

2.4.4 Cálculo de la Muestra

Tamaño del Universo. El universo al ser un conjunto finito o infinito de seres o cosas que tienen características comunes entre sí, en el presente proyecto el universo es la población económicamente activa de la parroquia de Pintag proyectada para el año 2013 y que les agrada realizar actividades recreativas, por lo expuesto el tamaño del universo es de 5769 habitantes.

Tamaño de la Muestra. El método que se aplicará para determinar el tamaño de la muestra es el método probabilístico mediante la muestra aleatoria simple (cada individuo o elemento de una población tiene la misma oportunidad de ser elegido). Además, cada muestra de un tamaño fijo tiene la misma probabilidad de ser elegida que cualquier otra muestra del mismo tamaño.

Para calcular el tamaño de la muestra se debe definir los siguientes aspectos:

- Determinar el máximo error que está dispuesto a aceptar en la estimación que se realice con la muestra. El valor que se va a utilizar es el 5%.
- Fijar el nivel de confianza deseado, cuidando que el máximo error no exceda el establecido. En este caso sería de 95%.

- Determinar la probabilidad de ocurrencia y de no ocurrencia, para el efecto se utilizan los resultados de la prueba piloto aplicada a 20 personas de la parroquia de Pintag.

Determinación del Tamaño de la Muestra.

La fórmula que se utilizó para determinar la muestra es aquella que se emplea si el número de elementos es menor que 100.000 es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q} \quad [1]$$

Donde:

- **N** = Total de la población (5.769)
- **Z_α²** = 1.96² (si la seguridad es del 95%)
- **p** = proporción esperada (0,85)
- **q** = 1 – p (en este caso 1-0,85 = 0,15)
- **e** = precisión (en este caso se desea un 5%).

$$n = \frac{5769 * 1,96^2 * 0,85 * 0,15}{0,05^2 * (8241 - 1) + 1,96^2 * 0,85 * 0,15}$$

$$n = 190$$

El tamaño de la muestra según la fórmula es de 190 personas a las cuales se les puede aplicar la respectiva encuesta para encontrar la información necesaria para desarrollar el proyecto, sin embargo la encuesta se aplicó a una muestra de 194 personas, 4 personas más ya que la fórmula es teórica y mientras más personas se encueste se tendrá información más verídica.

2.4.5 Elaboración del encuesta

Según el autor Richard L. Sandhusen las encuestas sirven para obtener información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas ya sea personales, telefónicas o por correo. Al tener ya estructurada de forma adecuada la encuesta definitiva, se aplicó a la muestra de 194 personas en la parroquia de Pintag, el modelo de la encuesta se encuentra en el Anexo II.

2.4.6 Resultados de la encuesta

En base a la encuesta aplicada en la parroquia de Pintag a una muestra de 194 personas se pudo determinar los siguientes resultados:

- ✓ En cuanto a la edad de las personas encuestadas un 87,7% se encuentran entre los 14 a 40 años de edad, edad propicia para realizar actividades deportivas, sin embargo es importante recalcar que el centro recreacional y deportivo se enfoca para personas de todas las edades.

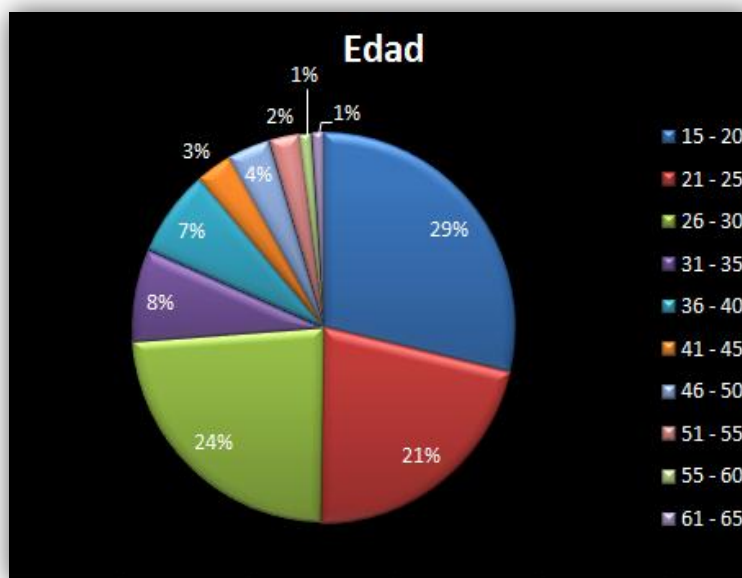


Gráfico 1. ¿Qué edad tiene?

Fuente y Elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 1.** ¿Le agrada realizar actividades recreacionales y deportivas?

El 98,5% de los encuestados expresaron que les agrada realizar actividades recreacionales y deportivas, y solo el 1,5% expresaron lo contrario.

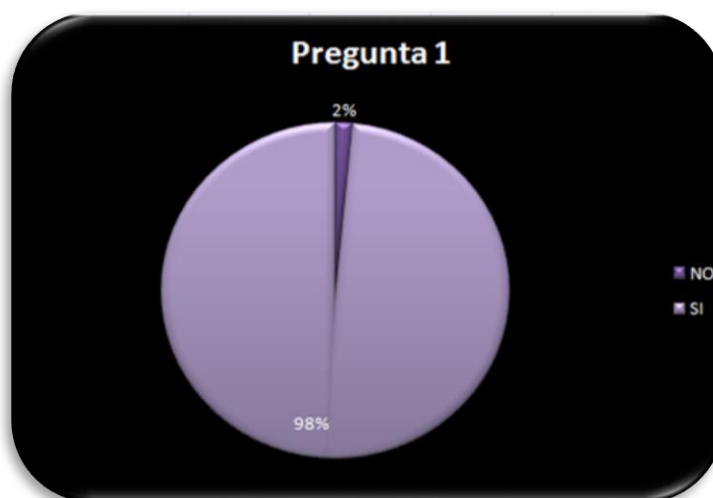


Gráfico 2. Pregunta 1

Fuente y Elaboración: Autora.

¿Por qué? Al consultar la razón por la cual les agrada realizar actividades recreacionales y deportivas un 62,4% manifestó que por mejorar su salud, el 27,8% por entretenimiento, un 6,7% por mantener y mejorar su físico, el 1% por deporte, el 0,5% por hacer nuevos amigos, el 0,5% por falta de tiempo y solo el 1% le desagrada y por eso no efectúa este tipo de actividades.

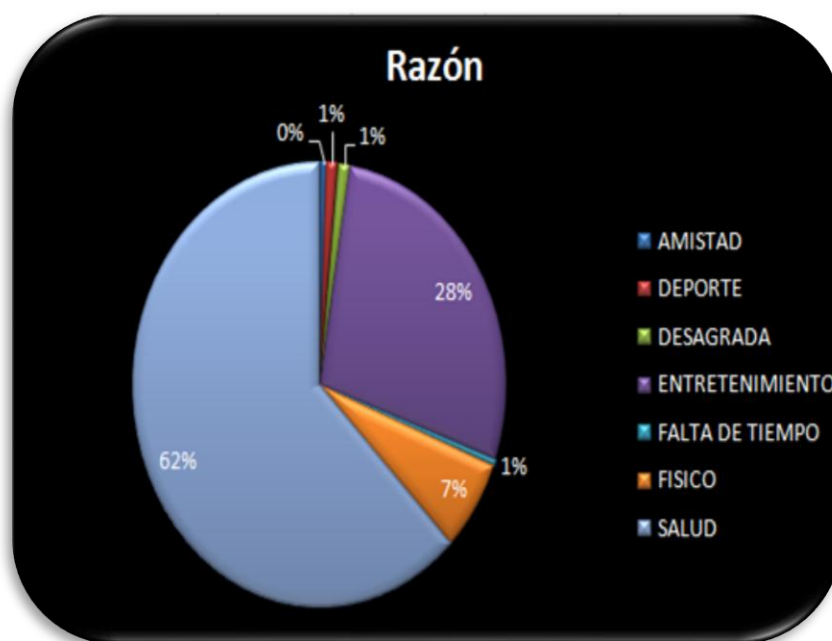


Gráfico 3. Pregunta 1.1

Fuente y Elaboración: Autora.

- **Pregunta 2. ¿Considera que al realizar actividades recreacionales y deportivas mejorará su calidad de vida?**

En esta pregunta el 99% expresó que si el realizar actividades recreacionales y deportivas mejorarán su calidad de vida y únicamente el 1% piensa lo contrario.

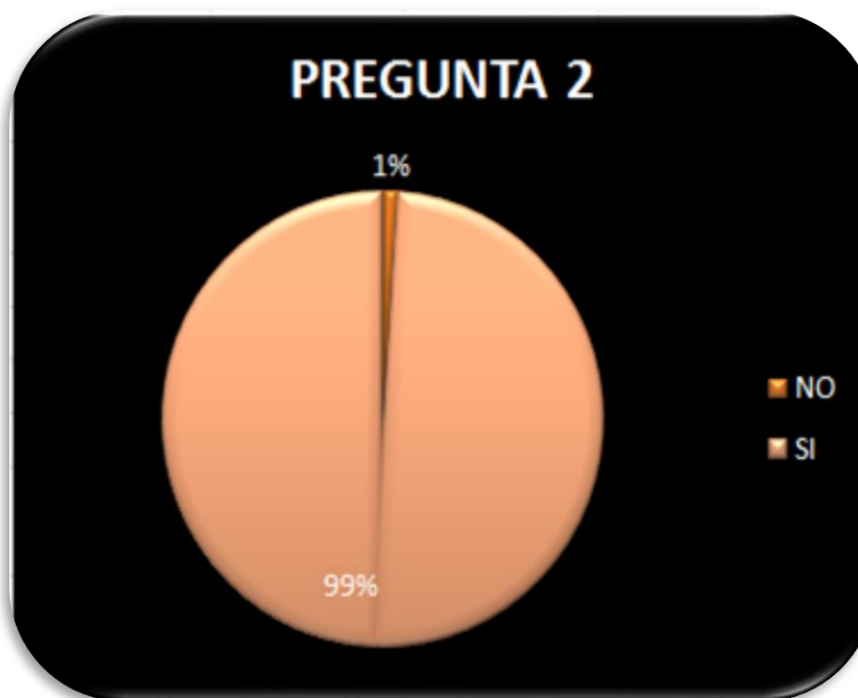


Gráfico 4. Pregunta 2

Fuente y Elaboración: Autora.

- **Pregunta 3. ¿Existen centros recreacionales y deportivos adecuados en su parroquia?**

De las personas encuestadas un 80,9% indicó que no existen centros recreacionales y deportivos adecuados en la parroquia y solo un 19,1% expresó que si existen centros recreacionales adecuados.

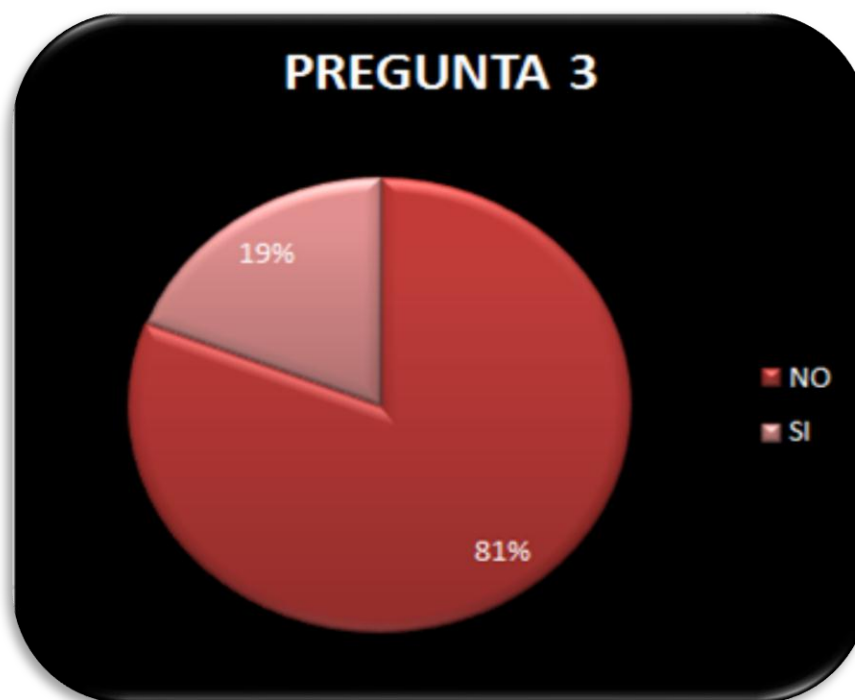


Gráfico 5. Pregunta 3

Fuente y Elaboración: Autora.

- **Pregunta 4. ¿Los centros recreacionales y deportivos actuales abastecen la necesidad de la comunidad?**

En la comunidad de Pintag un 86,6% de los encuestados manifestaron que los centros recreacionales y deportivos actuales no abastecen la necesidad de la comunidad y únicamente un 13,4% expresaron que sí.



Gráfico 6. Pregunta 4

Fuente y Elaboración: Autora.

- **Pregunta 5.** Señale en orden de prioridad del 1 al 4, el tipo de actividades que le gustaría que tenga el centro recreacional y deportivo, siendo 1 el de mayor preferencia.

Para efectuar el análisis a esta pregunta se realizó la siguiente codificación de la pregunta:

Donde:

Seguridad y guardianía	Juegos infantiles	Servicio de restaurante	Espacios verdes
1	2	3	4

Código	A	B	C	D
1	1	2	3	4
2	1	3	2	4
3	1	4	3	2
4	1	4	2	3
5	1	2	4	3
6	1	3	4	2
7	2	1	3	4
8	2	3	1	4
9	2	4	3	1
10	2	4	1	3
11	2	1	4	3
12	2	3	4	1
13	3	1	2	4
14	3	2	1	4
15	3	4	2	1
16	3	4	1	2
17	3	1	4	2
18	3	2	4	1
19	4	3	2	1
20	4	2	3	1
21	4	3	1	2
22	4	1	3	2
23	4	2	1	3
24	4	1	2	3

Código	%	A	B	C	D
1	2,60	Seguridad y guardianía	Juegos infantiles	Servicio de restaurante	Espacios verdes
2	3,10	Seguridad y guardianía	Servicio de restaurante	Juegos infantiles	Espacios verdes
3	2,60	Seguridad y guardianía	Espacios verdes	Servicio de restaurante	Juegos infantiles
4	3,10	Seguridad y guardianía	Espacios verdes	Juegos infantiles	Servicio de restaurante
5	7,20	Seguridad y guardianía	Juegos infantiles	Espacios verdes	Servicio de restaurante
6	7,70	Seguridad y	Servicio de	Espacios	Juegos

		guardianía	restaurante	verdes	infantiles
7	2,60	Juegos infantiles	Seguridad y guardianía	Servicio de restaurant	Espacios verdes
8	3,10	Juegos infantiles	Servicio de restaurante	Seguridad y guardianía	Espacios verdes
9	2,10	Juegos infantiles	Espacios verdes	Servicio de restaurant	Seguridad y guardianía
10	1,50	Juegos infantiles	Espacios verdes	Seguridad y guardianía	Servicio de restaurante
11	3,60	Juegos infantiles	Seguridad y guardianía	Espacios verdes	Servicio de restaurante
12	6,70	Juegos infantiles	Servicio de restaurante	Espacios verdes	Seguridad y guardianía
13	2,10	Servicio de restaurante	Seguridad y guardianía	Juegos infantiles	Espacios verdes
14	2,10	Servicio de restaurante	Juegos infantiles	Seguridad y guardianía	Espacios verdes
15	3,10	Servicio de restaurante	Espacios verdes	Juegos infantiles	Seguridad y guardianía
16	0,00	Servicio de restaurante	Espacios verdes	Seguridad y guardianía	Juegos infantiles
17	11,30	Servicio de restaurante	Seguridad y guardianía	Espacios verdes	Juegos infantiles
18	17,50	Servicio de restaurante	Juegos infantiles	Espacios verdes	Seguridad y guardianía
19	2,60	Espacios verdes	Servicio de restaurante	Juegos infantiles	Seguridad y guardianía
20	8,20	Espacios verdes	Juegos infantiles	Servicio de restaurant	Seguridad y guardianía
21	2,10	Espacios verdes	Servicio de restaurante	Seguridad y guardianía	Juegos infantiles
22	2,60	Espacios verdes	Seguridad y guardianía	Servicio de restaurant	Juegos infantiles
23	2,60	Espacios verdes	Juegos infantiles	Seguridad y guardianía	Servicio de restaurante
24	0,00	Espacios verdes	Seguridad y guardianía	Juegos infantiles	Servicio de restaurante

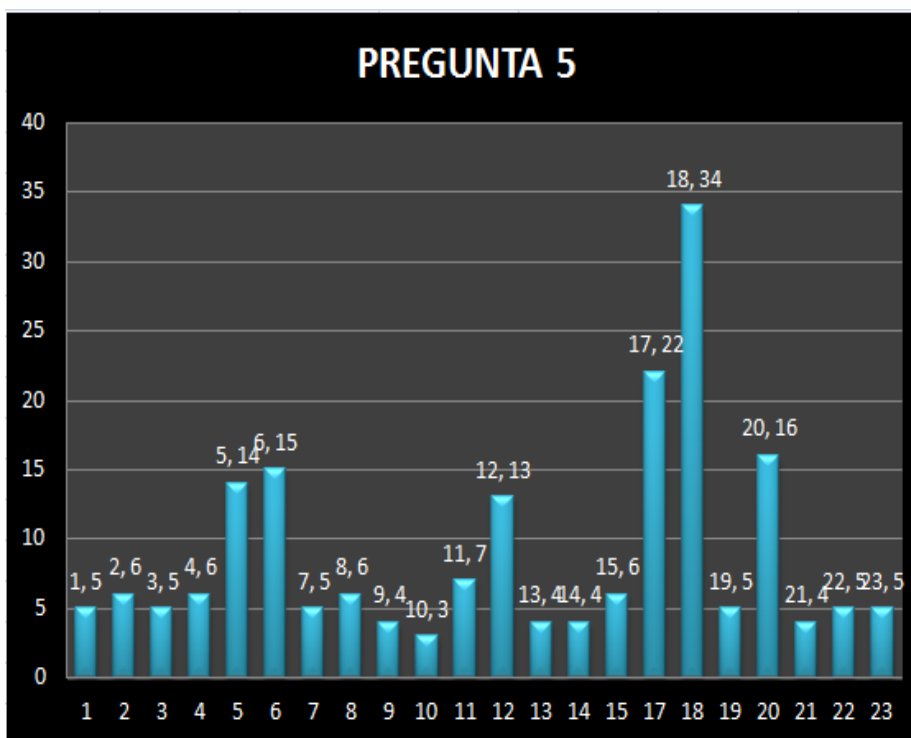


Gráfico 7. Pregunta 5.

Fuente y Elaboración: Autora.

Donde el mayor porcentaje según el orden de preferencia se encuentran marcados con color verde, las personas eligieron por orden de preferencia que el centro recreacional debe tener las siguientes actividades: Servicio de restaurantes, espacios verdes, juegos infantiles y seguridad y guardianía.

- **Pregunta 6. ¿Cuál es el deporte que practica? Coloque en orden de prioridad del 1 al 4, siendo 1 el de mayor preferencia.**

Para esta pregunta también se utilizó la tabla de codificación de la pregunta 5, sin embargo la interpretación de los números es la siguiente:

Fútbol	Ecuabóley	Básquet	Natación
1	2	3	4

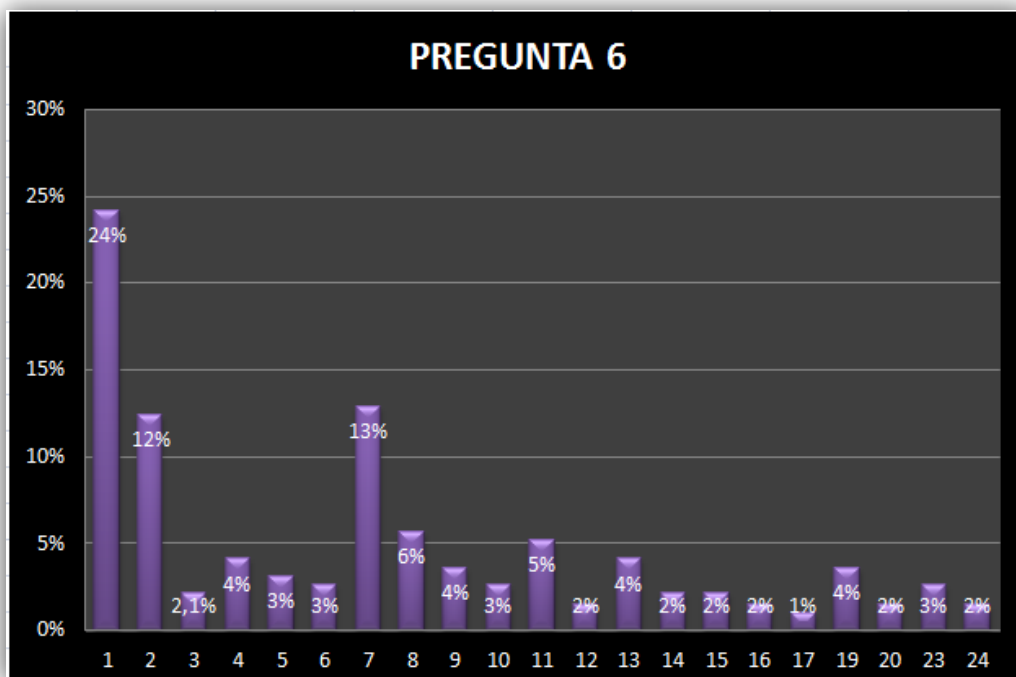


Gráfico 8. Pregunta 6

Fuente y elaboración: Autora.

Código	Porcentaje	A	B	C	D
1	24,20	Fútbol	Ecuabóley	Básquet	Natación
2	12,40	Fútbol	Básquet	Ecuabóley	Natación
3	2,10	Fútbol	Natación	Básquet	Ecuabóley
4	4,10	Fútbol	Natación	Ecuabóley	Básquet
5	3,10	Fútbol	Ecuabóley	Natación	Básquet

6	2,60	Fútbol	Básquet	Natación	Ecuabóley
7	12,90	Ecuabóley	Fútbol	Básquet	Natación
8	5,70	Ecuabóley	Básquet	Fútbol	Natación
9	3,60	Ecuabóley	Natación	Básquet	Fútbol
10	2,60	Ecuabóley	Natación	Fútbol	Básquet
11	5,20	Ecuabóley	Fútbol	Natación	Básquet
12	1,50	Ecuabóley	Básquet	Natación	Fútbol
13	4,10	Básquet	Fútbol	Ecuabóley	Natación
14	2,10	Básquet	Ecuabóley	Fútbol	Natación
15	2,10	Básquet	Natación	Ecuabóley	Fútbol
16	1,50	Básquet	Natación	Fútbol	Ecuabóley
17	1,00	Básquet	Fútbol	Natación	Ecuabóley
18	0,00	Básquet	Ecuabóley	Natación	Fútbol
19	3,60	Natación	Básquet	Ecuabóley	Fútbol
20	1,50	Natación	Ecuabóley	Básquet	Fútbol
21	0,00	Natación	Básquet	Fútbol	Ecuabóley
22	0,00	Natación	Fútbol	Básquet	Ecuabóley
23	2,60	Natación	Ecuabóley	Fútbol	Básquet
24	1,50	Natación	Fútbol	Ecuabóley	Básquet

En base a los resultados las personas practican en orden de importancia los siguientes deportes: fútbol, Ecuabóley, básquet, natación.

➤ **Pregunta 7. ¿Posee auto?**

Con respecto a esta pregunta el 76,8% indicó que no posee auto y el 23,8% si tiene auto.

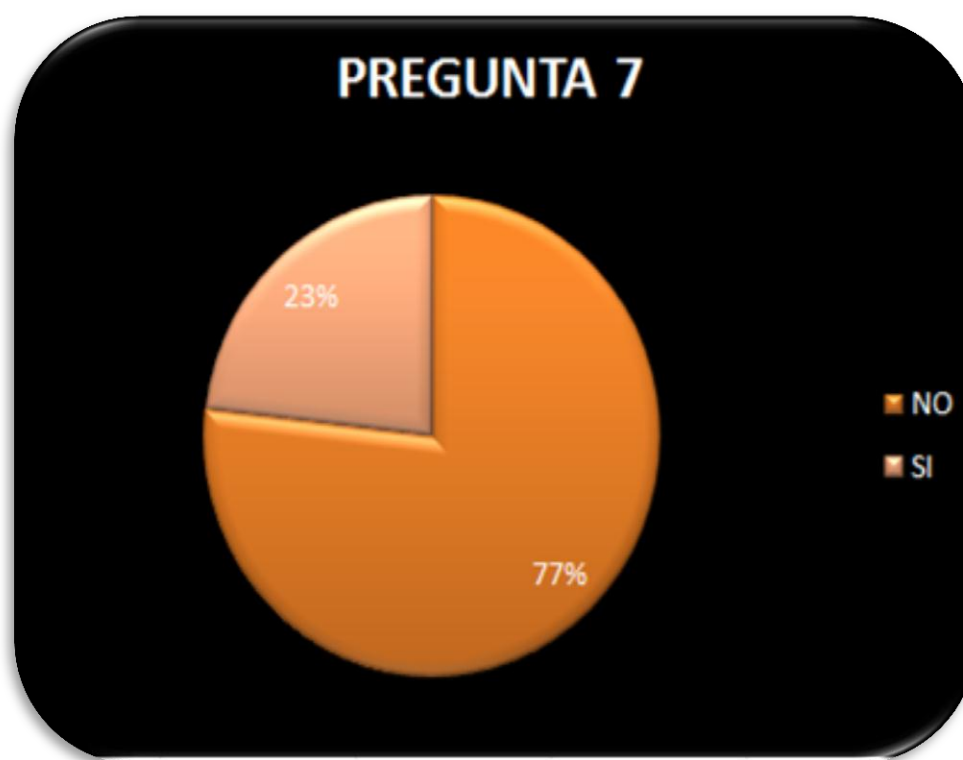


Gráfico 9. Pregunta 7

Fuente y elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 8. ¿Cuánto percibe mensualmente?**

El 67,5% indicó que gana menos de \$318 dólares mensualmente, el 26,3% gana de \$318 a \$500 dólares y solo el 6,2% percibe \$501 en adelante.



Gráfico 10. Pregunta 8

Fuente y elaboración: Autora.

- **Pregunta 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el ingreso al centro recreacional y deportivo?**

Al 83,51% estaría dispuesto a pagar de \$1 a \$2 dólares por el ingreso al centro recreacional y deportivo, el 15,46% pagaría de \$2,01 a \$5, 00 dólares, y solo el 1,03% pagaría de \$5,00 en adelante.

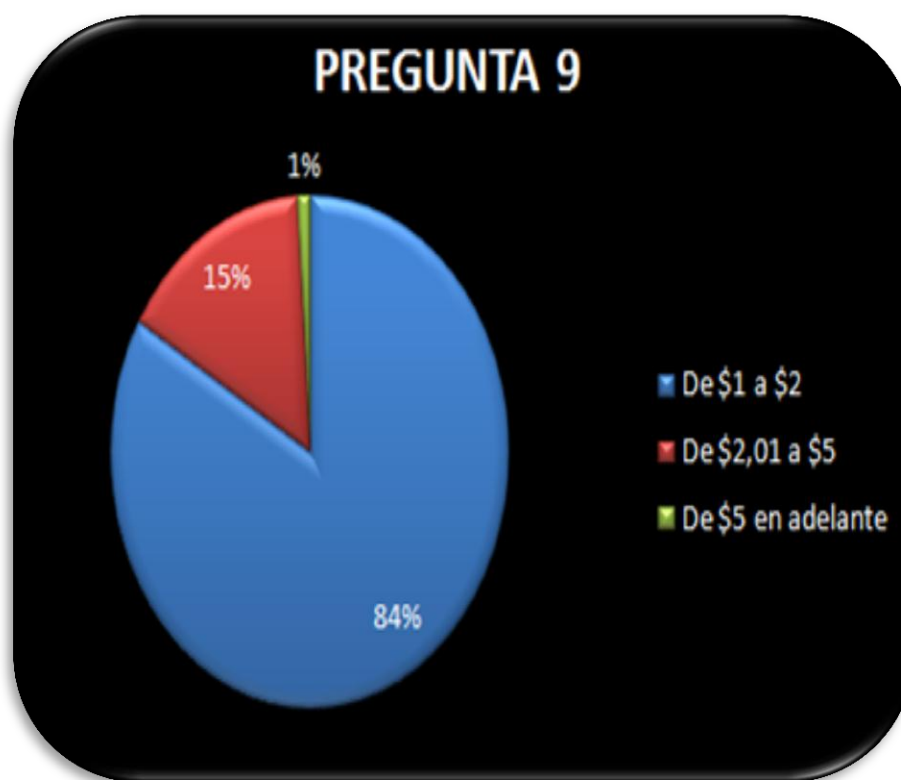


Gráfico 11. Pregunta 9

Fuente y elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 10. ¿Dónde se ubicaría el centro recreacional?**

Entre los lugares mencionados por la comunidad encuestada mencionaron, el centro, Chorro, entrada del pueblo, Clemencia, Comuna, San Agustín, San Alfonso, San Isidro, San Jacinto, Santo Domingo, Tolontag, Ubillus, Valencia, Verdepamba, Villaflora y Yurag.

El 46,4% de la población sugirió que el centro recreacional se debería ubicar en el Centro de Pintag.

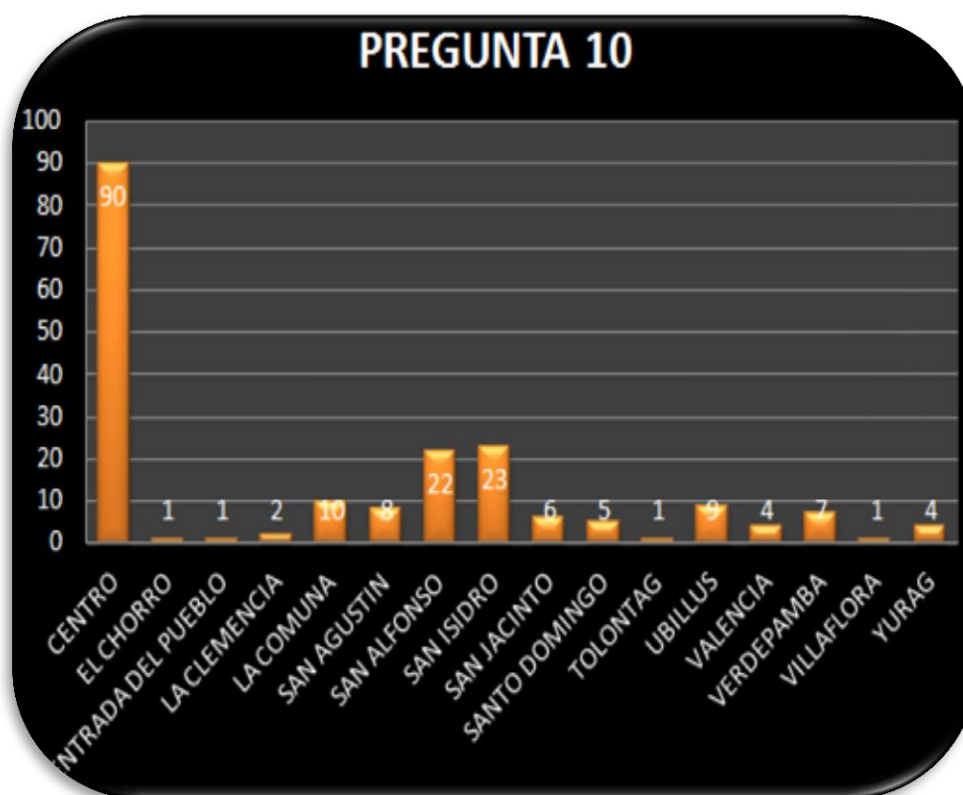


Gráfico 12. Pregunta 10

Fuente y elaboración: Autora.

- **Pregunta 11. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse del centro recreacional y deportivo?**

La mayor parte de las personas encuestadas con un 34,5% prefiere enterarse del centro recreacional y deportivo por medio de la internet, luego con un 24,2% por hojas volantes, el 22,7% por televisión, el 12,4% por radio y solo un 6,2 por periódico.



Gráfico 13. Pregunta 11

Fuente y elaboración: Autora.

- **Pregunta 12.** ¿Le gustaría tener instructores para las disciplinas deportivas?

De la muestra encuestada el 98,5% si le gustaría tener instructores para las disciplinas deportivas y el 1,5 manifestó que no.



Gráfico 14. Pregunta 12

Fuente y elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 13. ¿Estaría dispuesto a pagar los servicios de los instructores?**

De los encuestados el 79,4% si estaría dispuesto a pagar los servicios de los instructores y los 20,6% no estarían dispuestos a pagar.



Gráfico 15. Pregunta 13

Fuente y elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 14. ¿Cuáles centro recreacionales y deportivos ha visitado?**

El 38,1% de la población encuestada ha visitado otros centro recreacionales dentro de los que mencionaron parques como: Parque Infantil y el coliseo; el 35,1% dijo que ha visitado Fundeportes, el 20,6% el Parque Metropolitano, el 4,6% Parque de las Cuadras, y solo el 1,5% Parque Lineal.

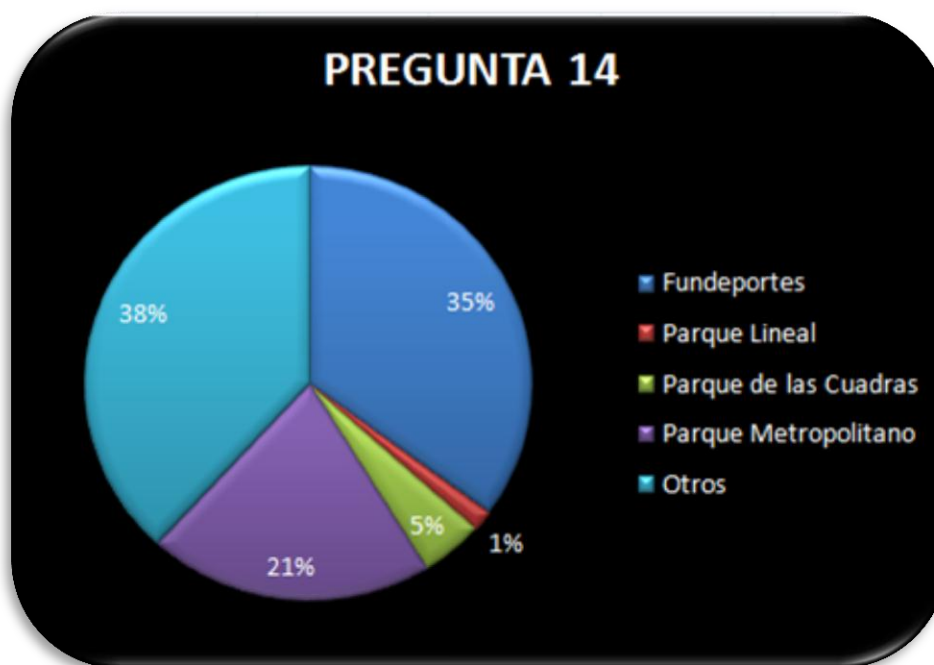


Gráfico 16. Pregunta 14

Fuente y elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 15. ¿Qué le ha gustado de los otros centros recreacionales y deportivos visitados? Indique por favor en orden de importancia, del 1 al 4, siendo 1 la opción de mayor preferencia.** Para el análisis de esta pregunta se toma como base la codificación de la pregunta 5 donde:

Servicio	Paisaje	Costo	Infraestructura
1	2	3	4

Cód.	%	A	B	C	D
1	5,70	Servicio	Paisaje	Costo	Infraestructura
2	3,60	Servicio	Costo	Paisaje	Infraestructura
3	1,50	Servicio	Infraestructura	Costo	Paisaje
4	2,60	Servicio	Infraestructura	Paisaje	Costo
5	5,70	Servicio	Paisaje	Infraestructura	Costo
6	0,00	Servicio	Costo	Infraestructura	Paisaje
7	5,70	Paisaje	Servicio	Costo	Infraestructura
8	3,10	Paisaje	Costo	Servicio	Infraestructura
9	5,70	Paisaje	Infraestructura	Costo	Servicio
10	1,00	Paisaje	Infraestructura	Servicio	Costo
11	4,60	Paisaje	Servicio	Infraestructura	Costo
12	8,80	Paisaje	Costo	Infraestructura	Servicio
13	2,10	Costo	Servicio	Paisaje	Infraestructura
14	8,20	Costo	Paisaje	Servicio	Infraestructura
15	3,60	Costo	Infraestructura	Paisaje	Servicio
16	1,00	Costo	Infraestructura	Servicio	Paisaje
17	8,80	Costo	Servicio	Infraestructura	Paisaje
18	18,00	Costo	Paisaje	Infraestructura	Servicio
19	0,50	Infraestructura	Costo	Paisaje	Servicio
20	3,60	Infraestructura	Paisaje	Costo	Servicio
21	1,50	Infraestructura	Costo	Servicio	Paisaje
22	1,50	Infraestructura	Servicio	Costo	Paisaje
23	1,50	Infraestructura	Paisaje	Servicio	Costo
24	1,50	Infraestructura	Servicio	Paisaje	Costo

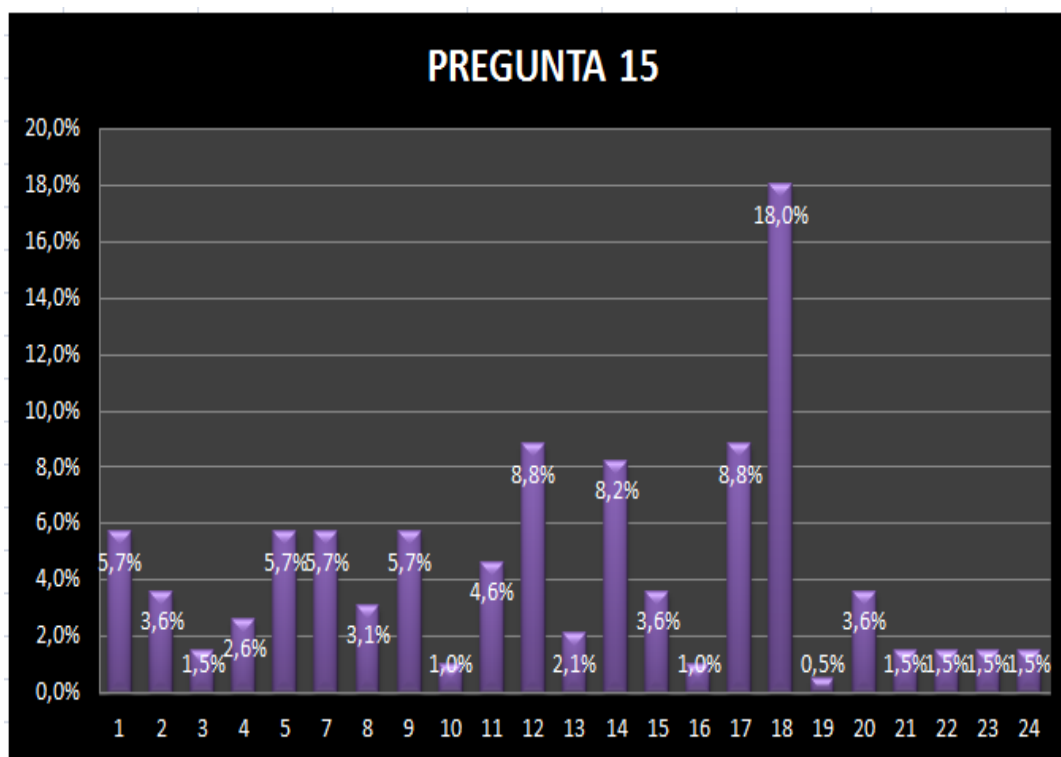


Gráfico 17. Pregunta 15

Fuente y elaboración: Autora.

Lo que más les ha gustado de los otros centros recreacionales y deportivos que han visitado en orden de preferencia es el costo, paisaje, infraestructura y el servicio.

➤ **Pregunta 16. ¿Con qué frecuencia visitaría o visita los centros recreacionales y deportivos?**

Los resultados muestran que el 61,3% de la comunidad encuestada visita los centros recreacionales y deportivos una vez a la semana, el 25,8% una vez al mes, el 7,7% una vez al trimestre, el 2,6% semestre y el mismo porcentaje también una vez al año y no hubieron personas que manifestaron que no visitan centros recreacionales y deportivos.

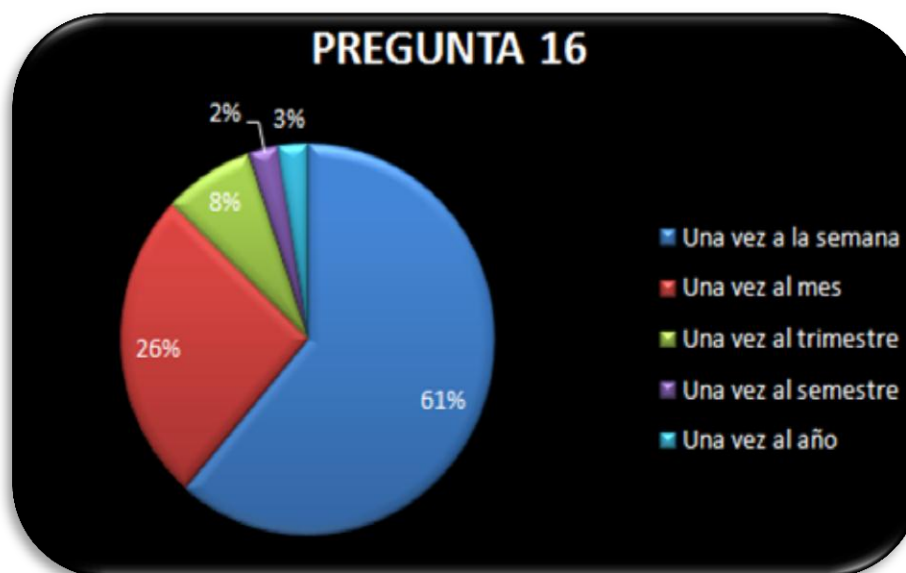


Gráfico 18. Pregunta 16

Fuente y elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 17. ¿Con quién visitaría el centro recreacional y deportivo?**

Al preguntar con quién o quiénes visitan el centro recreacional y deportivo el 53,1% manifestó que con su familia, el 43,3% con sus amigos y el 3,6% solo.



Gráfico 19. Pregunta 17

Fuente y elaboración: Autora.

➤ **Pregunta 18. ¿Cuánto ha pagado por el ingreso a los centros recreacionales y deportivos?**

En cuanto al costo que han pagado por el ingreso a los centros recreacionales y deportivos el 83% han pagado un valor entre 0,25 a 3 dólares, un 12% no han cancelado nada por el ingreso, y un 2% han cancelado hasta \$5 dólares.

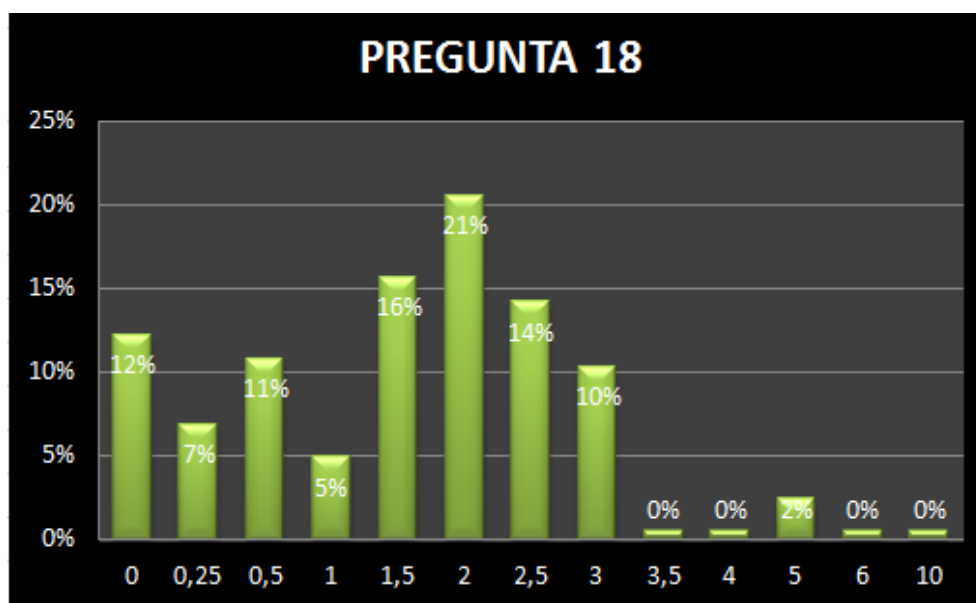


Gráfico 20. Pregunta 18

Fuente y elaboración: Autora.

2.4.7 Conclusiones generales del estudio de mercado

En base a la encuesta realizada en la parroquia de Pintag para la creación de un centro recreacional y deportivo en la parroquia se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Demanda. A la mayor parte de los pobladores de la parroquia de Pintag el 98,5% les agrada realizar actividades recreacionales y deportivas, por lo que demuestra que si hay personas interesadas por este tipo de centros, además muestran interés en realizar este tipo de actividades ya que desean mejorar su salud y entretenerse.

Además casi el 99% de las personas de Pintag están conscientes que al realizar actividades recreacionales y deportivas mejorarán su calidad de vida. Se observa también que más del 80,9% de las personas encuestadas indicaron que los centros recreacionales y deportivos no son adecuados y que no abastecen las necesidades de sus habitantes y sienten la necesidad de la creación de centros recreacionales bien equipados.

El 61,3% de los moradores de Pintag visitan los centros recreacionales y deportivos una vez a la semana, lo cual indica que el centro tendrá aceptación. También el 53,1% de los habitantes de Pintag visitan los centros recreacionales y deportivos son su familia y le siguen con un 43,3% las personas que van acompañadas con amigos, la población restante asiste sola.

Por lo expuesto se concluye que es necesario la creación de un centro recreacional y deportivo equipado en el cual los habitantes de Pintag puedan realizar actividades recreativas y deportivas.

Oferta. El 38,1%% de la población han visitado otros centros recreacionales entre los que mencionaron el Parque Infantil, también con un 35,1% indicaron que han visitado fundeportes, el 20,6% Parque Metropolitano y en menos del 5% al Parque de

las Cuadras y Lineal. El precio que indicaron la mayor parte de los encuestados con un 82,4% han pagado por el ingreso a los centros recreacionales y deportivos oscila entre 0,25 a 3 dólares.

Lo que les ha gustado a los pobladores en orden de preferencia cuando han visitado los otros centros recreacionales ha sido: el costo, paisaje, infraestructura y el servicio que les han brindado, por lo tanto esto nos permite identificar que el costo y el paisaje son los factores más importantes al momento de acudir a un centro recreacional, por lo que hay que poner énfasis en estos aspectos.

Análisis de las 4 P's de Marketing. Las 4 P's de Marketing son importantes elementos claves en el estudio de mercado puesto que permiten que una empresa o producto logren influenciar la decisión de compra del cliente, estos componentes son: producto o servicio, plaza, precio y promoción, gracias a estos aspectos se identifica de mejor forma las características que debe tener nuestro servicio.



Producto o servicio. El servicio que se ofrecerá al mercado será un centro recreacional y deportivo que posean actividades como: servicio de restaurante, juegos infantiles, espacios verdes y seguridad y guardianía, las actividades nombradas se encuentran en orden de preferencia en base a lo que manifestaron las personas encuestadas.

También se consultó a los habitantes los deportes que más practican por orden de importancia para lo cual respondieron en el siguiente orden: fútbol, ecuabóley, básquet y natación, en base a estos datos el centro recreacional debe contar con canchas deportivas en su mayoría para fútbol y ecuabóley, y con un menor porcentaje canchas de básquet y posiblemente una piscina para la natación.

Se realizó la pregunta si los habitantes poseen auto o no, para poder tener un enfoque más claro del espacio que se destinaría para parqueaderos, alrededor del 76,8% de la población no posee auto por lo que no sería factible destinar gran espacio para parqueaderos para el centro recreacional y deportivo.

El 98,5% de los pobladores de Pintag les agrada la idea de tener instructores para diferentes disciplinas deportivas y de igual forma el 79,4% de la población si están dispuestos a cancelar por estos servicios.

Precio. En lo que respecta al precio se establecieron 3 opciones: de \$1 a \$2, la segunda de \$2,01 a \$5,00 y la última opción de \$5,00 en adelante, el 83% de los pobladores de Pintag estarían dispuestos a pagar de \$1 a \$2 dólares para el ingreso al centro recreacional.

Con relación a los ingresos que perciben de forma mensual los habitantes de la parroquia de Pintag el 67,5% ganan el salario básico que en la actualidad es de \$318, hay que considerar que el ingreso investigado corresponde a la renta por cada persona, y el ingreso familiar por pareja llegaría a ser \$636, por lo que si cuentan con los recursos necesarios para asistir al centro.

Plaza. Con relación al lugar se consultó en qué sector o barrio les agradaría que se localice el centro recreacional, la población indicó con un 46,4% que el lugar más factible y cercano serían en el centro de la parroquia, debido a la accesibilidad que hay para el lugar y para todos los habitantes del lugar.

Promoción. En cuanto a los medios de comunicación por el cual preferirían enterarse del centro recreacional y deportivo los tres medios con mayor porcentaje fueron internet con un 34,5%, hojas volantes con un 24,2% y televisión con un 22,7% y en menor porcentaje por radio y medios escritos, por lo tanto los medios que se utilizarán sea la internet y hojas volantes.

2.5 Análisis de la Demanda

Antes de efectuar el análisis de la demanda es importante conocer la definición de la misma, “es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido" (THOMPSON, 2006).

2.5.1 Clasificación de la demanda

Un aspecto importante y decisivo para el éxito del centro recreacional y deportivo, es que el servicio tenga mercado, por lo expuesto es imprescindible encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque ello permitirá ingresar al mercado y luego crecer de forma paulatina.

Según Iván Caporali (2012), clasifica la demanda en relación a la oportunidad, en donde se encuentra la demanda insatisfecha, en la que lo producido y ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado y la demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. En relación a la oportunidad el presente proyecto se ubica en la demanda insatisfecha, ya que tienen como objeto satisfacer la necesidad de la parroquia de Pintag con respecto a la creación de un centro recreacional y deportivo, y en la actualidad esta necesidad no se encuentra cubierta de forma adecuada.

La demanda en relación con su necesidad, se divide en demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros; y la otra es la demanda de bienes no necesarios o de gusto, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo, en este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad. En cuanto a la relación con la necesidad la demanda del proyecto se clasificaría como servicio social y nacionalmente necesarios, puesto que un centro recreacional y deportivo es

imprescindible para el desarrollo y crecimiento de las personas no solamente en el aspecto físico, sino también en la parte social.

En relación a la temporalidad, se distingue la demanda continua, que es la que permanece durante largos periodos, y el otro tipo es la demanda cíclica o estacional, que en alguna forma se relaciona con periodos del año. En base a esta clasificación la demanda del centro recreacional del centro deportivo será continua porque depende del crecimiento de la población y en la actualidad el crecimiento poblacional va en aumento.

De acuerdo con su destino, la clasificación se divide en demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento; el otro tipo es demanda de bienes intermedios o industriales, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final, de acuerdo a este tipo el centro recreacional se ubica en la demanda de bienes finales porque utilizarán el servicio de forma directa.

2.5.2 Factores que afectan la demanda

La demanda se ve influenciada por varios factores que determinan la magnitud de la misma, además en base al análisis de estos aspectos se puede establecer la potencialidad del mercado y las reacciones de los usuarios.

Dentro de los factores que afectan la demanda los más importantes son: el precio del servicio, el precio de los demás servicios, el ingreso del usuario, los factores

sociológicos, los gustos y preferencias del usuario y las expectativas que se refiere a los precios y rentas futuras esperadas.

2.5.2.1 Crecimiento de la población

El crecimiento de la población en la parroquia de Pintag desde el año 2010 al 2013 va en aumento puesto que según los datos publicados en 2012 en el Instituto Nacional de Estadísticos y Censos en la provincia de Pichincha la población fue de 2.576.287 habitantes, en el cantón Quito fue de 2.239.191 y en la parroquia de Pintag de 17.930 personas.

En este año se calculó la tasa de crecimiento la cual fue de 2,24%, lo que refleja que al crecer la población habrá mayor mercado para el centro recreacional y deportivo. Se realizó la proyección para el año 2013 en base a la información del año 2010, en la provincia de Pichincha habrán 2.753.320 habitantes, en Quito 2.393.060 y en la parroquia de Pintag 19.162.

En base al análisis anterior se estima que la población de la parroquia de Pintag para el presente año será de 19.162 habitantes, por lo que al crecer la población denota que habrá demanda para el servicio que se está ofertando.

2.5.2.2. Gustos y preferencias

Los habitantes gustan de realizar actividades deportivas puesto que en la encuesta realizada un 99% aproximadamente lo manifestaron sin embargo en la actualidad no cuentan con dichos espacios y si poseen unos pocos no se encuentran

bien equipados por lo cual se les hace imposible realizar sus actividades de forma adecuada.

Además al consultarles la razón por la que gustan de realizar este tipo de actividades manifestaron que por salud, entretenimiento, mejorar el físico y por deporte, otro dato importante es que los habitantes de la parroquia están consientes del beneficio que trae el realizar actividades deportivas y recreativas para mejorar su calidad de vida en aspectos sociales, culturales, físicos y mentales.

2.5.2.3 Nivel de ingresos

En lo que respecta al nivel de ingresos la mayoría de la comunidad en un 68% perciben el sueldo básico (\$318), sin embargo, como se mencionó anteriormente el nivel de ingresos corresponde es de una sola persona, sin embargo cuando acuden a los centros recreacionales la mayoría manifestó que van acompañados por su familia, por lo tanto el ingreso familiar sería \$636, por lo cual se deduce que existen los recursos económicos necesarios para acudir al centro recreacional y deportivo.

2.5.2.4 Ubicación geográfica

Los habitantes de Pintag indicaron que el mejor lugar para ubicar el centro recreacional y deportivo es en el centro de la parroquia ya que es un lugar factible para todos sus habitantes.

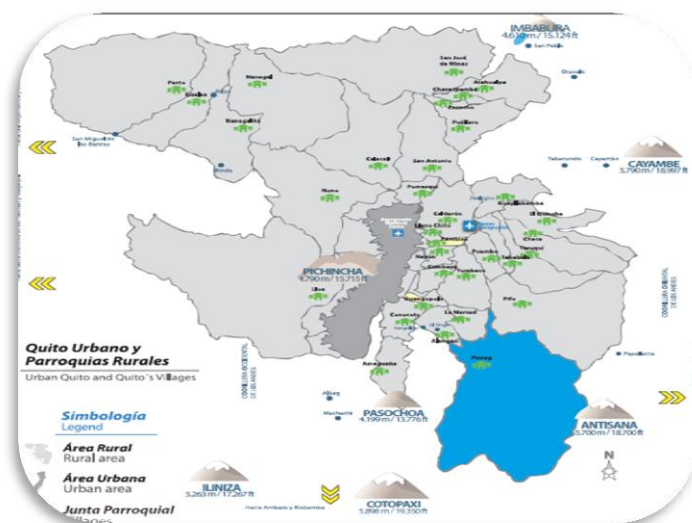


Gráfico 21. Mapa de Pintag

Fuente y elaboración: www.quito.com.ec



Gráfico 22. Parque Central de Pintag

Fuente y elaboración: www.quito.com.ec

2.5.3 Determinar la demanda histórica

Para la determinación de la demanda histórica del proyecto se tomo como base la población de Pintag para el año 2010 y se proyectó de estos valores con una tasa de crecimiento del \$2,24%, se calculó el porcentaje de población económicamente activa

para cada año y también las personas a las cuales les agrada realizar actividades recreacionales y deportivas que en base a las encuestas aplicadas fue del 98,5%.

Para el cálculo se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda } n + 1 = \text{Demanda } n - 1 * 1 + i^n \quad [2]$$

Donde:

Demanda n+1 = Demanda del año proyectado

Demanda n-1 = Demanda del año conocido

i = Tasa de crecimiento

n = Número de años que se desea conocer

Tabla 23. Demanda histórica

DEMANDA HISTÓRICA				
Tipo de demanda	Años	Población	PEA	Gustan de actividades recreacionales y deportivas
Demanda histórica	2010	314.541	172.683	170.093
	2011	321.587	176.551	173.903
	2012	328.790	180.506	177.798

Fuente y elaboración: Autora.

2.5.4 Determinar la demanda actual

En cuanto a la demanda actual se proyectó en base al año 2010 y con los porcentajes descritos en el punto anterior y la fórmula descrita.

Tabla 24. Demanda actual

DEMANDA ACTUAL				
Tipo de demanda	Años	Población	PEA	Gustan de actividades recreacionales y deportivas
Demanda actual	2013	336.155	184.549	181.781

Fuente y elaboración: Autora.

2.5.5 Determinar la demanda proyectada

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomó como base al año 2010 y con los porcentajes descritos para la demanda histórica, además con la fórmula descrita.

Tabla 25. Demanda proyectada

DEMANDA PROYECTADA				
Tipo de demanda	Años	Población	PEA	Gustan de actividades recreacionales y deportivas
Demanda proyectada	2014	343.685	188.683	185.853
	2015	351.384	192.910	190.016
	2016	359.255	197.231	194.272
	2017	367.302	201.649	198.624
	2018	375.529	206.166	203.073
	2019	383.941	210.784	207.622
	2020	392.542	215.505	212.273
	2021	401.335	220.333	217.028
	2022	410.324	225.268	221.889

Fuente y elaboración: Autora.

2.6 Análisis de la Oferta

La oferta se refiere a la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo. (KOTLER A. C., 2006).

En fin la oferta no es más que la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos." (THOMPSON, 2006).

2.6.1 Clasificación de la oferta

La oferta puede clasificarse de acuerdo al control que los oferentes tienen con relación al mercado. Según Magda Camila (2010) clasifica la oferta en: competitiva, en la que hay gran cantidad prestadores del mismo servicio, y que la participación en el mercado se determina por la calidad, precio y el servicio que se ofrecen al usuario; el otro tipo es la oferta oligopólica, se halla controlado por solo unos cuantos prestadores del servicio, los cuales determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad y finalmente la oferta monopólica, se encuentra denominada por un solo prestador del servicio, que impone la calidad, precio y cantidad.

En cuanto a la clasificación de la oferta el servicio que ofrece la empresa no es directa puesto que en Pintag si bien es cierto hay tres centros recreacionales, estos no abastecen de forma completa a la población, por lo que no se les puede considerar como competencia u oferta.

2.6.2 Factores que afectan a la oferta

Entre los factores determinantes de la oferta se encuentran el precio del servicio, los precios de los factores del servicio, la tecnología, el precio de los servicios relacionados y las expectativas de los precios.

2.6.2.1 Análisis del emprendimiento

Pintag posee algunas microempresas de gran utilidad para la comunidad sin embargo es necesario que se ejecute más este tipo de actividades empresariales para el mejoramiento y crecimiento de la parroquia.

Tabla 26. Tipos de microempresas de servicios en Pintag

TIPO DE MICROEMPRESA	ACTIVIDAD O GIRO
Hostería La Ponderosa	Centro de recreación , alimentación
Hacienda Achupallas	Centro de recreación , alimentación
Centro Turístico la Isla del Amor	Centro de recreación , alimentación
Hostería Guaytara	Hospedaje, alimentación
Hostería Puerta del Cielo	Hospedaje, alimentación
Hostal San Isidro	Hospedaje, alimentación

Fuente y elaboración: Autora.

La parroquia de Pintag es emprendedora y luchadora, en lo que respecta a servicios turísticos cuenta con lo siguiente:

Tabla 27. Capacidad de microempresas de servicios en Pintag

Actividad / servicio	Clase / tipo	Capacidad	# de empleados
Hostería La Ponderosa	Servicios turísticos	40	6
Hacienda Achupallas	Servicios turísticos	20	3
Centro Turístico la Isla del Amor	Servicios turísticos	25	2
Hostería Guaytara	Hoteles, Hostales, hosterías	30	10
Hostería Puerta del Cielo	Hoteles, Hostales, hosterías	20	3
Hostal San Isidro	Hoteles, Hostales, hosterías	20	5
Total		155	29

Fuente y elaboración: Autora.

De los negocios nombrados anteriormente los que se pueden considerar como posible competencia para la organización son:

- ✓ **Hostería la Ponderosa.** La hostería posee pesca deportiva, caballos, hospedaje, restaurant, piscina, servicio de recepción para eventos.
- ✓ **Hacienda Achupallas.** Ofrece paseo a caballos, servicio de bar, espacios verdes.
- ✓ **Centro turístico la Isla del Amor.** Este centro ofrece los servicios de pesca deportiva, bar, restaurante, comidas típicas, cabañas, paseo a caballo y canchas deportivas.

Por lo expuesto no se considera como oferta a los lugares anteriormente nombradas puesto que la organización ofrecerá un servicio más completo y equipado para que satisfaga las necesidades de los usuarios.

2.6.2.2 Personal capacitado

El personal que se necesita para un centro recreacional debe tener las siguientes características:

- ✓ Los empleados del centro recreacional deben tener conocimientos adecuados del servicio, a más de conocer a los usuarios, las necesidades y el modo preciso en el que el servicio puede contribuir para satisfacer las necesidades de los mismos.
- ✓ También los colaboradores deben tener una forma de pensar y actitud positiva al momento de brindar el servicio.
- ✓ El personal debe ser capaz de analizar lo que el usuario dice y piensa, capacidad para explicar, argumentar y convencer, y capacidad para anticipar y comprender las reacciones de las personas.
- ✓ Es fundamental que los trabajadores tengan simpatía y empatía hacia los usuarios para que se sientan a gusto en el centro recreacional.
- ✓ Seguridad en sí mismos, autocontrol y creatividad son otras características fundamentales al momento de atender un centro recreacional y deportivo.
- ✓ Finalmente los colaboradores de la compañía deben respetar los recursos naturales y estar a gusto de trabajar al aire libre.

2.8. Análisis de precios

Al realiza el análisis de precios la compañía puede observar la tendencia de los precios a través de una línea de tiempo que dará pauta para poder determinar el precio para el centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag, para de esta forma determinar un precio competitivo en el mercado.

2.8.1 Precios históricos y actuales

Para el análisis histórico y actual de los precios se analizó de la siguiente forma:

Tabla 28. Precios promedios anuales de centros recreacionales y deportivos

Año	Tasa de Inflación	Precio Promedio Anual
2008	8,83%	2,25
2009	4,31%	2,35
2010	3,33%	2,43
2011	5,41%	2,56
2012	4,16%	2,66
2013	9,00%	2,90

Fuente y elaboración: Autora.

El precio actual de la entrada a los centros recreacionales deportivos oscila entre \$2 a \$2,90 dólares, por el análisis de precios estimado de forma histórica se estima que el servicio brindado debería costar \$2,90 a \$3,00 que es un valor accesible y no excesivo.

CAPÍTULO 3.

3. ESTUDIO TÉCNICO

La organización por medio del estudio técnico podrá verificar la posibilidad técnica de prestar el servicio que es el diseño para la creación de un centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag.

Además por medio de este análisis la empresa podrá determinar el tamaño óptimo, la identificación de la localización apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

La ubicación final del proyecto es un factor que tiene notables repercusiones principalmente sobre los costos de operación, y es preciso elegir varias alternativas, teniendo en cuenta los costos de transporte de insumos y productos, la disponibilidad de insumos materiales y humanos, vías y medio de comunicación adecuados, normas legales favorables, entre otros.

3.1 Objetivos del estudio técnico

3.1.1 Objetivo General

Analizar, determinar y verificar la posibilidad técnica de la creación de un centro recreacional y deportivo con las adecuaciones necesarias en la parroquia de Pintag, además del tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la creación del centro.

3.1.1.2 Objetivos específicos

- Determinar la viabilidad financiera de crear un centro recreacional y deportivo en Pintag.
- Investigar y determinar el tamaño adecuado para el centro recreacional y deportivo.
- Permitir la aplicación de procedimientos que asegurarán una gestión adecuada del centro recreacional y deportivo.
- Establecer los equipos necesarios para el centro recreacional y deportivo.

3.2 Tamaño del proyecto

Es primordial definir el tamaño, puesto que esto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar la implementación del proyecto.

La decisión que se tome respecto al tamaño, determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. (Chuletas, 2008)

Es necesario conocer identificar los siguientes términos, estos son:

- ✓ **Capacidad diseñada:** Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.

- ✓ **Capacidad instalada:** Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.

- ✓ **Capacidad utilizada:** Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando.

En cuanto al tamaño del presente proyecto se medirá en base a el monto de la inversión que se utilizará para implementarlo.

3.2.1 Factores que afectan al tamaño

Al ya establecer la magnitud del proyecto es preciso considerar aspectos como: dimensión del mercado, capacidad financiera de los inversionistas, disponibilidad de insumos, transporte, capacidad de gestión y localización del proyecto.

Siempre que se trate de establecer el tamaño más adecuado de un proyecto se deberá acudir a la información del mercado, recursos financieros y disponibilidad espacio físico.

3.2.1.1 Espacio físico

Uno de los factores determinantes que afectan el estudio técnico es el espacio físico ya que es necesario establecer si hay lugares disponibles.

Con respecto a este punto si se cuenta con el espacio físico disponible, ya que se encuentra en la actualidad en venta quintas y terrenos que pueden usarse como el lugar propicio para la población.

3.2.1.2 Recursos financieros

En lo referente a las fuentes de financiamiento es importante conocer los tipos de crédito que ofrecen instituciones privadas y públicas y analizar cuál es la mejor opción comparando las tasas de interés, a continuación se indican opciones de crédito en diversas instituciones:

- ✓ **Corporación Financiera Nacional.** Es una entidad pública que tienen como objeto canalizar productos financieros y no financieros que sean alineados al Plan Nacional del Buen Vivir, entre estas opciones de líneas de crédito una de ellas es la siguiente:

Tabla 29. Línea de Crédito Multisectorial Productivo

<i>Destino</i>	Activo fijo: Incluye financiación de terrenos, bienes muebles e inmuebles y construcción. Capital de Trabajo: excluyendo gastos no operativos. Asistencia técnica. Construcción proyectos habitacionales
<i>Beneficiario</i>	Persona Natural o jurídica privada, o mixta legalmente establecida en el país.
<i>Monto</i>	Máximo USD 4 millones
<i>Plazo</i>	Activo fijo: 8 años Capital de trabajo: 3 años Asistencia técnica: 1 año
<i>Tasa</i>	Reajutable cada 90 días en base a la TPR (Tasa Pasiva Referencial).
<i>Amortización</i>	A 30, 90 y 180 días
<i>Garantías</i>	Negociadas entre la IFI y el BF, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

Fuente y elaboración: Corporación Financiera Nacional

A marzo de 2013 la Tasa Activa que la institución cobra por créditos fue de 11,5%. Dentro de la línea de crédito multisectorial productivos, se ajusta el centro recreacional ya que se encuentra dentro de la parte turística, y podría acceder a este tipo de crédito para financiar la edificación del centro.

Los requisitos que se necesitan para acceder a este tipo de préstamos son:

- Para créditos de hasta \$300,000 se requiere Plan de Negocios.

- Para créditos superiores a \$300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.
 - Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
 - Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
 - Carta de pago de los impuestos.
 - Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
 - Proformas de materia prima e insumos a adquirir.
- ✓ **Banco del Pichincha.** Es una entidad privada que entre los servicios que ofrece a sus clientes una línea de crédito para pequeñas y medianas empresas, para ello algunas aclaraciones de este tipo de préstamo son:
- El monto mínimo de crédito es de \$ 15.000.
 - No existen montos máximos.
 - La garantía puede ser por hipoteca, firmas o prendas.
 - El plazo depende del ciclo del negocio del cliente. Generalmente va de 30 a 180 días, renovable.
 - La tasa de interés es fija durante el plazo del crédito.

Tabla 30. Tasa de interés del Banco Pichincha

TARIFARIO BANCO PICHINCHA									
Actualizado al 1 de marzo de 2013									
	Tasa Nominal								Tasa Efectiva
	COMERCIAL		CONSUMO		VIVIENDA		MICROEMPRESA		
	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	
Crédito Dinámico (2)			15.18%						16.28%
Crédito Preciso (1)(2) (A)			15.18%						16.28%
Crédito Autoseguro 1 (A)			15.15%						16.25%
Préstamo Preferencial Diners PPD (A) (2) **			15.12%						16.21%
Crédito Productivo (2)(4) (A)									11.83%
De \$22,000 a \$200,000	11.20%								11.79%
De \$220,001 a \$1,000,000	9.74%								10.19%
De \$1,100,001 en adelante	8.92%								9.29%
Crédito Línea Abierta (garantía hipotecaria) (A) (2)				15.15%					16.25%
Crédito Habitar (1) (A) (2)						10.75%			11.30%
Crédito para adquisición de terrenos(hasta 5 años) (2)				15.15%					16.25%
Crédito Multihipoteca (2) (A)				15.20%					16.30%
Crédito Compartitot(2)						10.75%			11.30%
Credifé en base a monto por rangos (A) (2)									
De \$300 a \$1000							26.90%		30.48%
De \$1001 a \$3.000							26.90%		30.48%
De \$3.300 a \$5.000							24.50%		27.45%
De \$5.001 a \$10.000							23.90%		26.70%
De \$10.500 a \$20.000							22.50%		24.97%
PLAN DE PAGOS									
Tablas de Amortización	X		X		X		X		
Operación a término	X								

Fuente y elaboración: Banco del Pichincha

- ✓ **Banco Internacional.** Es una entidad privada que ofrece entre sus servicios líneas de crédito a empresas, a continuación se detalla las tasas de interés que ofrece la entidad:

Tabla 31. Tasa de interés del Banco Internacional

CREDITOS		
		Tasa efectiva
PRODUCTIVO CORPORATIVO	hasta	9.33 % anual
PRODUCTIVO PYMES	hasta	11.83 % anual
PRODUCTIVO EMPRESARIAL	hasta	10.21 % anual
CONSUMO	hasta	16.30 % anual
VIVIENDA	hasta	11.33 % anual
MICROCREDITO DE ACUMULACION AMPLIADA	hasta	25.50 % anual
MICROCREDITO DE ACUMULACION SIMPLE	hasta	27.50 % anual
MICROCREDITO MINORISTA	hasta	30.50 % anual
SOBREGIROS	hasta	16.30 % anual
TASA DE INTERÉS DE MORA: 1.1 veces la tasa de interés pactada		

Fuente y elaboración: Banco Internacional

A continuación se detalla un cuadro comparativo con las tasas de interés que ofertan los diferentes entidades analizadas:

Tabla 32. Comparación de tasa de interés

Entidad	Tasa de interés
Corporación Financiera Nacional	11,50%
Banco del Pichincha	11,79%
Banco Internacional	11,83%

Fuente y elaboración: Autora.

Al observar las tasas de interés que ofrecen las entidades la mejor opción es obtener un crédito con la Corporación Nacional Financiera, ya que la tasa de interés anual es de 11,5%.

3.2.1.3 Mercado

En base a la investigación de mercado realizada se determinó que el 98% de la población realiza actividades deportivas gusta de ellas y también manifestó que los parques y canchas actuales no abastecen la necesidad de la comunidad para desarrollar actividades deportivas, por lo que si existe mercado para poner en marcha el centro recreacional y deportivo en Pintag.

También en el presente estudio se tomó en cuenta la población de las parroquias aledañas a Pintag como son: Pifo, La Merced, Alangasí, Amaguaña, Conocoto, Tumbaco, Guangopolo y Sangolquí, ya que el centro recreacional y deportivo está a disposición de todos.

3.2.1.4 Capacidad del servicio

En lo que respecta a la capacidad de servicio del centro recreacional y deportivo se analizó el espacio que se destinará para cada una de las áreas y se también se tomó en cuenta las medidas reglamentarias de las canchas y el espacio físico que debe utilizar una persona que es $3,5 \text{ m}^2$, por lo tanto la distribución del centro será la siguiente:

Tabla 33. Capacidad de espacios físicos en el centro recreacional y deportivo

Lugar	Metros cuadrados utilizados por persona	Capacidad	Total metros cuadrados
Restaurante	1,5	30	45
Sala de espera	1,4	6	8,4
Juegos infantiles	4,6	50	230
Piscina (superficie bordes)	2,8	30	84
Baños	4	8	32
Oficina administrativa	1,5	3	4,5
Vestuario	2,5	14	35
Espacios verdes	4	67	268
Total	22,3	208	706,9

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 34. Capacidad de canchas deportivas en el centro recreacional y deportivo

Lugar	Metros cuadrados de cancha reglamentaria	Capacidad	Total metros cuadrados
Cancha de indor fútbol	966	11	966
Cancha de ecuaboley	162	6	162
Total	1128	17	1128

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 35. Capacidad de parqueadero en el centro recreacional y deportivo

Lugar	Metros cuadrados utilizados por auto	Capacidad	Total metros cuadrados
Parqueaderos (4,5 * 2,2)	9,9	20	198
Total	9,9	20	198

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 36. Capacidad de otros espacios

Lugar	Metros cuadrados	Capacidad	Total metros cuadrados
Caminos y cercas	12	0	12
Total	12	0	12

Fuente y elaboración: Autora.

El total de metros cuadrados necesarios para el centro recreacional y deportivo es 2045 m². La capacidad instalada del centro recreacional y deportivo es de 225 personas como se muestra a continuación:

Tabla 37. Capacidad instalada para los usuarios

Lugar	Metros cuadrados utilizados por persona	Capacidad
Restaurante	1,5	30
Sala de espera	1,4	6
Juegos infantiles	4,6	50
Piscina (superficie bordes)	2,8	30
Baños	4	8
Oficina administrativa	1,5	3
Vestuario	2,5	14
Espacios verdes	4	67
Cancha de indor fútbol	966	11
Cancha de ecuaboley	162	6
Total	1150,3	225

Fuente y elaboración: Autora.

Para el cálculo de la capacidad real del centro recreacional y deportivo se determinará a continuación en base a la demanda:

Tabla 38. Captación de la demanda

DEMANDA					% Demanda
Tipo de demanda	Años	Población	PEA	Gustan de actividades recreacionales y deportivas	18%
Demanda actual	2013	336.155	184.549	181.781	32721
Demanda proyectada	2014	343.685	188.683	185.853	33454
	2015	351.384	192.910	190.016	34203
	2016	359.255	197.231	194.272	34969
	2017	367.302	201.649	198.624	35752
	2018	375.529	206.166	203.073	36553
	2019	383.941	210.784	207.622	37372
	2020	392.542	215.505	212.273	38209
	2021	401.335	220.333	217.028	39065
	2022	410.324	225.268	221.889	39940

Fuente y elaboración: Autora.

Se observa que ha una demanda actual de 32.721 usuarios, el centro atenderá al público de miércoles a domingo, dejando dos días libres; al año hay 240 días laborables. Por lo tanto se realizaron los siguientes cálculos para determinar la demanda diaria:

$$Demanda\ diaria = \frac{Demanda\ anual}{Días\ laborables}$$

$$Demanda\ diaria = \frac{32721}{240}$$

$$Demanda\ diaria = 136\ usuarios$$

La capacidad real para el centro recreativo y deportivo es de 136 usuarios de forma diaria con el cual cubrirá la demanda anual de 32.721 usuarios al año. Sin embargo

considerado que la demanda en fines de más alta se realizó la siguiente distribución de la demanda diaria:

Tabla 39. Capacidad real del centro recreacional y deportivo

DIAS	Capacidad instalada	Demanda diaria	% Demanda real por día	Capacidad real
Miércoles	225	136	13,33%	91
Jueves	225	136	13,33%	91
Viernes	225	136	13,33%	91
Sábado	225	136	30%	205
Domingo	225	136	30%	205
Demanda semanal	1125	682	100%	682
Demanda mensual	4500	2727		2727
Demanda anual	54000	32721		32721

Fuente y elaboración: Autora.

Si bien la capacidad instalada es para 225 personas y la demanda diaria es de 136 usuarios es preferible un tamaño mayor, ya que aunque tenga una capacidad ocioso al inicio es más rentable que un tamaño menor que se vaya adecuando al crecimiento de la demanda.

3.3 Localización del proyecto

En lo que respecta la localización óptima de un proyecto, esta es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) y obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

3.3.1 Macro localización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la compañía.

El centro recreacional y deportivo se ubicará en la parroquia de Pintag, dicha parroquia está ubicada en la provincia de Pichincha al sur oriente de la Capital, al norte está limitada por las parroquias de Tumbaco, la Merced, Alangasí y Pifo, al sur por el cantón Mejía, al este por la provincia de Napo y al oeste por Mejía y Rumiñahui, además tiene una superficie aproximada de 490,14 km².



Gráfico 23. Mapa de Pintag

Fuente y elaboración: www.common.com

3.3.2 Micro localización

El centro recreacional y deportivo se ubicará en la parte central de la parroquia puesto que en base a la investigación los pobladores indicaron que sería un lugar accesible y céntrico para la comunidad.

Características:

- ✓ Es un lugar accesible y céntrico para los pobladores de la parroquia.
- ✓ Tiene gran cantidad de espacios verdes.
- ✓ Hay acceso para los servicios básicos (agua, luz, teléfono).
- ✓ El valor de la edificación está acorde al mercado.
- ✓ No hay lugares cercanos que representen competencia.
- ✓ Los factores climáticos y el entorno natural es adecuado para el centro recreacional.



Gráfico 24. Pintag vista superior
Fuente y elaboración: Google Maps



Gráficos 25 y 26. Pintag Central

Fuente y elaboración: www.quito.com.ec

3.3.3 Factores que afectan a la micro localización

3.3.3.1 Vías de acceso. El sistema vial interno de la parroquia se encuentra articulado a la vía regional E-35 mediante vías secundarias algunas de estas se encuentran en reparaciones debido al mantenimiento que se está realizando a las vías por la creación del nuevo aeropuerto.

Para el ingreso al centro poblado se cuenta con una vía que se conectan directamente desde la vía principal, este ingreso se encuentra asfaltado en condiciones regulares. Desde la Y de Pifo hasta la el centro de Pintag la vía de acceso es asfaltada.

El mayor flujo vehicular que se registra es en la vía Pintag – San Alfonso, que es por donde circulan vehículos de transporte público, camionetas y vehículos particulares, además de volquetas que transportan materiales de construcción, extraídos de minas ubicadas en la base del volcán Antisana.

Por lo expuesto no hay inconvenientes en el acceso a la parroquia y además es importante recalcar que el servicio de transporte, cooperativas como Pintag, acceden al centro de la parroquia facilitando la llegada al centro recreacional y deportivo.

3.3.3.2 Costo de los terrenos. El terreno elegido es de 2045 metros cuadrados con un costo de \$50.000, se encuentra ubicado a dos cuadras al oriente del parque central de la parroquia, es esquinero, completamente plano, además está solamente a 45 minutos del nuevo aeropuerto, además posee todos los servicios básicos y el costo por metro cuadrado es de \$24,45.

En cuanto a la descripción de línea fábrica se puede mencionar que no tiene afectación vial por regulación vial, se puede construir hasta 3 pisos, las medidas son: en la parte frontal 5m, lateral 3m, posterior 3m, entre bloques 6m.





Gráficos 27 y 28. Terreno en Pintag Central

Fuente y elaboración: Rocío Pacheco

3.3.3.3 Cercanía a los clientes. La ubicación es la más idónea puesto que en la encuesta realizada la población manifestó que le agradaría que se encuentre en la parte central de la parroquia de Pintag, por este hecho se hará la adquisición del terreno en este sector.

Algunas de las razones para la elección de este lugar es que el mercado puede acceder de forma rápida al servicio, se economiza costos de movilización para los usuarios con lo cual aumenta la demanda, este espacio se encuentra rodeado de flora exótica de la Sierra lo cual transmite la sensación de sosiego a sus usuarios, además de que es un lugar conocido por los moradores y visitantes, la unidad comunitaria se

encuentra cerca por lo cual los usuarios se encuentran seguros, además de que es un lugar propicio para desarrollar la parte física y mental de los clientes.

3.3.3.4 Regulación. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en agosto de 2003 aprobó la Ordenanza que se refiere a “Normas de Arquitectura y Urbanismo”, en esta normativa tienen como finalidad el mejoramiento de las condiciones del hábitat definiendo las normas mínimas de diseño y construcción, en esta normativa se tiene las bases para las especificaciones que debe tener un centro recreativo y deportivo.

3.4 Ingeniería del Proyecto

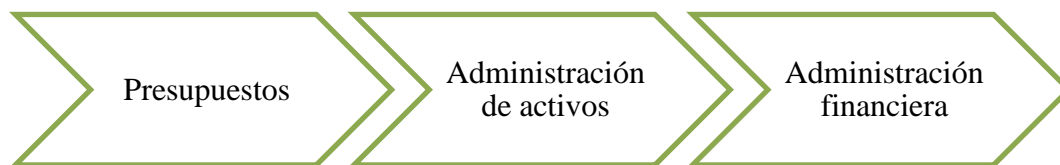
Permite crear los procesos indispensables que se necesitan cumplir, que abarcan toda la actividad económica que realiza la empresa y que le agregan valor.

3.4.1 Cadena de valor

La Cadena de valor, es un modelo que permite a que la compañía describa el desarrollo de las actividades de una organización con la finalidad de crear valor para el cliente o usuario.



ADMINISTRATIVO FINANCIERO



MARKETING Y VENTAS



OPERATIVO



3.4.2 Descripción del servicio. “Pintag Sport Center” realiza su proceso de servicio como se muestra en el siguiente flujograma:

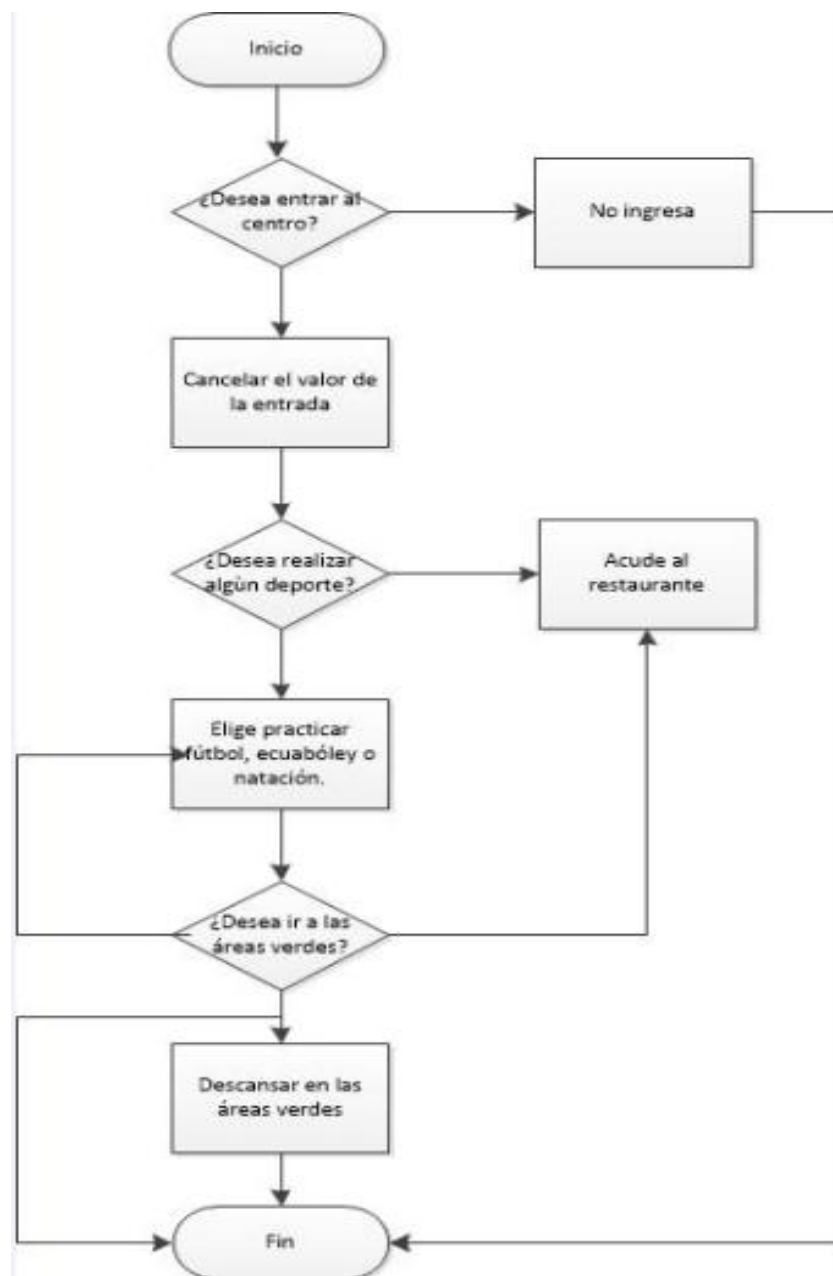


Gráfico 29. Flujograma del proceso del centro recreativo y deportivo

Fuente y elaboración: Autora.

3.4.3 Desarrollo del servicio

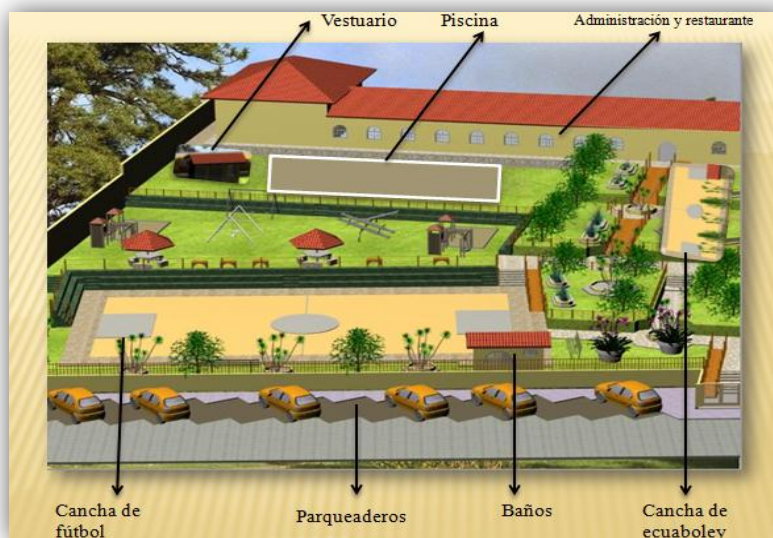
La compañía Pintag Sport Center” se dedicará a brindar a sus usuarios servicios en los que practiquen actividades recreacionales y deportivas que les permita desarrollarse a nivel físico, social y cultural, además de contar con modernas instalaciones, los servicios que el centro recreacional ofrece son:

- **Restaurant:** Los usuarios podrán disfrutar de comidas típicas y saludables, en un ambiente cómodo.
- **Cancha de fútbol:** Los usuarios pueden jugar fútbol y divertirse, en una cancha con las siguientes dimensiones: 42m de largo y 23 de ancho.
- **Cancha de Ecuabóley:** Los clientes podrán gozar de este deporte en una cancha amplia que mide 18m de largo y 9m de ancho.
- **Juegos infantiles:** En esta área los niños podrán disfrutar de juegos para ejercitarse y divertirse.
- **Piscina:** La piscina tendrá una capacidad para 30 personas la cual será temperada y los usuarios podrán practicar de la natación.
- **Espacios verdes:** El centro recreacional ofrecerá un área específica para que los usuarios disfruten al aire libre de la naturaleza que brinda la parroquia de Pintag.

A más de los servicios nombrados anteriormente es importante mencionar que el personal que colaborará en la compañía será capacitado, vivaz, servicial y sobre todo estará siempre dispuesto a ayudar a los usuarios en lo que necesiten.

3.5 Distribución de las instalaciones

La distribución del centro recreacional se distribuirá en un terreno de 2045 metros cuadrados:



Gráficos 30 y 31. Distribución de las áreas del centro recreacional y deportivo

Fuente y elaboración: Ingenieros y Autora.

3.6 Requerimientos físicos, tecnológicos y de personal

3.6.1 Requerimiento de Capital Humano

En lo que respecta al capital humano se ha realizado un rol de pagos, el cual se muestra a continuación:

Tabla 40. Rol de pagos mensual

ROL DE PAGOS										
Mensual										
Detalle	Personas	Cantidad	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte IESS 12,15%	Aporte Personal 9,35%	Total Nómina Mensual
<u>Administrativo</u>										
Administrador	1	12	650,00	54,17	26,50	27,08	54,17	78,98	60,78	830,12
Asistente	1	12	350,00	29,17	26,50	14,58	29,17	42,53	32,73	459,22
SUMAN			1.000,00	83,33	53,00	41,67	83,33	121,50	93,50	1.289,33
<u>Operativo</u>										
Jefe de Limpieza	1	12	350,00	29,17	26,50	14,58	29,17	42,53	32,73	459,22
SUMAN			350,00	29,17	26,50	14,58	29,17	42,53	32,73	459,22
<u>Ventas</u>										
Jefe de Ventas	1	12	400,00	33,33	26,50	16,67	33,33	48,60	37,40	521,03
SUMAN			400,00	33,33	26,50	16,67	33,33	48,60	37,40	521,03
TOTAL	4	48	1.750,00	145,83	106,00	72,92	145,83	212,63	163,63	2.269,58

Fuente y elaboración: Autora.

En la siguiente tabla se muestra que se necesita \$26.641,56 de forma a anual para talento humano.

Tabla 41. Requerimiento de talento humano anual

ROL DE PAGOS										
Anual										
Detalle	Personas	Cantidad	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte IESS 12,15%	Aporte Personal 9,35%	Total Nómina Anual
<u>Administrativo</u>										
Administrador	1	12	7.800,00	650,00	318,00	325,00	650,00	947,70	729,30	9.961,40
Asistente	1	12	4.200,00	350,00	318,00	175,00	350,00	510,30	392,70	5.510,60
SUMAN			12.000,00	1.000,00	636,00	500,00	1.000,00	1.458,00	1.122,00	15.472,00
<u>Operativo</u>										
Jefe de Limpieza	1	12	4.200,00	350,00	318,00	175,00	350,00	510,30	392,70	5.510,60
SUMAN			4.200,00	350,00	318,00	175,00	350,00	510,30	392,70	5.510,60
<u>Ventas</u>										
Jefe de Ventas	1	12	4.800,00	400,00	318,00	200,00	400,00	583,20	448,80	6.252,40
SUMAN			4.800,00	400,00	318,00	200,00	400,00	583,20	448,80	6.252,40
TOTAL	4	48	21.000,00	1.750,00	1.272,00	875,00	1.750,00	2.551,50	1.963,50	27.235,00

Fuente y elaboración: Autora.

3.6.2 Requerimiento de capital

Las inversiones que se realizarán para la puesta en marcha del centro recreacional y deportivo “Pintag Sport Center” son:

Tabla 42. Requerimiento anual de materiales, insumos y servicios

Requerimiento anual de materiales, insumos y servicios				
Detalle	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total Anual
<i><u>Servicios</u></i>				<u>9.739,20</u>
Consumo de agua	21160	m3	0,12	2.539,20
Consumo de energía	4000	kwh	0,08	320,00
Consumo telefónico	1000	minuto	0,12	120,00
Consumo Internet	12	anual	25,00	300,00
<i>SUMAN</i>				<i>3.279,20</i>
<i>Publicidad</i>				
Hojas volantes	12.000	anual	0,03	360,00
Host anual para página web	1	anual	100,00	100,00
<i>SUMAN</i>				<i>460,00</i>
<i>Servicios Profesionales</i>				
Contables	12	anual	500,00	6.000,00
<i>SUMAN</i>				<i>6.000,00</i>
<i>Materiales</i>				<u>3.600,00</u>
Útiles de oficina	12	anual	100,00	1.200,00
Limpieza	12	anual	200,00	2.400,00
<i>SUMAN</i>				<i>3.600,00</i>
<i>TOTAL</i>				<i>13.339,20</i>

Fuente y elaboración: Autora.

El requerimiento anual de materiales, insumo y servicios asciende a \$13.339,2. Además el costo total de entre el requerimiento de talento humano y los materiales, insumos y servicios es de \$40.574,20. En lo referente a las inversiones se necesitará lo siguiente:

Tabla 43. Inversiones en activos

CANT.	INVERSIONES FIJAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2.045	Terrenos	24,45	50.000,25
	Terreno (2045) m2. disponible	24,45	50.000,25
	Edificios y construcciones	1.500,00	71.692,00
45	Restaurante (m2.)	280,00	12.600,00
8,4	Sala de espera (m2.)	280,00	2.352,00
230	Juegos infantiles (m2.)	100,00	23.000,00
84	Piscina (superficie bordes m2.)	280,00	23.520,00
32	Baños (m2.)	280,00	8.960,00
4,5	Oficina administrativa (m2.)	280,00	1.260,00
35	Vestuario (m2)	280,00	9.800,00
	Adecuaciones	400,00	7.200,00
20	Adoquinamiento parqueadero (m2.)	200,00	4.000,00
16	Cerramiento (m2.)	200,00	3.200,00
	Maquinaria y equipo	2.000,00	2.000,00
1	Juegos infantiles	2.000,00	2.000,00
	Muebles y equipo de oficina	576,00	1.640,00
2	Escritorios	80,00	160,00
10	Sillas	16,00	160,00
10	Mesas	45,00	450,00
2	Teléfonos	35,00	70,00
3	Estanterías	200,00	600,00
1	Suministros de oficina	200,00	200,00
"			
	Equipo de cómputo	800,00	800,00
1	Equipo de cómputo	700,00	700,00
1	Impresora	100,00	100,00
TOTAL (S)		5.300,45	133.332,25
ACTIVOS INTANGIBLES			
1	Gastos de constitución	411,00	411,00
1	Gastos de puesta en marcha	500,00	500,00
TOTAL (S)		911,00	911,00
TOTAL INVERSIONES ACTIVOS		6.211,45	134.243,25

Fuente y elaboración: Autora

3.7 Calendario de Ejecución del proyecto

Las actividades que se efectuarán para la creación del centro recreacional y deportivo serán las siguientes:

No.	ACTIVIDADES	Meses					Semanas															
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Elaboración del proyecto	■	■	■	■	■																
2	Realización de trámites para crear legalmente la compañía						■	■	■													
3	Realización de trámites para préstamo								■	■												
4	Entrega del préstamo por parte de la entidad financiera.									■												
5	Adquisición del terreno									■												
6	Compra de insumos, materiales necesarios para la empresa										■											
7	Adecuaciones del centro recreacional y											■	■	■	■							
8	Reclutamiento del personal														■	■						
9	Selección del personal																■					
10	Capacitación al																	■				
11	Contratación del personal																		■			
12	Equipamiento del centro recreacional																			■		
13	Realizar publicidad para el centro																				■	
14	Puesta en marcha de la compañía																					■

Gráfico 32. Calendario de ejecución del proyecto

Fuente y elaboración: Autora.

Como se observa el presente proyecto tendrá una duración de 8 meses y tres semanas

CAPÍTULO 4.

4. LA EMPRESA

4.1 Definición de la empresa

En la empresa las actividades son numerosas y se necesitan personas especializadas y que tengan conocimiento en diferentes áreas, que deberán ser coordinadas para que cada uno de ellos cumpla con una actividad diferente y pueda llegar así a una finalidad que es la obtención del servicio.

Si cada empleado tuviese que realizar él sólo todas las operaciones, el servicio se vería reducido. Por todo ello, se puede afirmar que la división del trabajo es la razón misma de la organización, ya que en toda actividad productiva que no sea individual se necesita un determinado grado de organización que distribuya las distintas tareas entre los trabajadores. Para un adecuado desarrollo del proyecto es esencial la constitución de la empresa para establecer la base legal, filosofía empresarial y la organización administrativa que son pilares para el progreso del proyecto.

4.1.1 Definición del tipo de empresa. El tipo de empresa es una compañía de responsabilidad limitada, la cual en base a la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil. La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Para la constitución de la empresa se deberá tener en cuenta los siguientes puntos:

- Día, fecha, hora y lugar en el cual se reunieron todos los socios de la futura empresa, mencionando todos sus datos personales respectivos.
- La finalidad de la constitución de la empresa y todas las especificaciones que regirán la misma que encontramos en la Ley General de Sociedades.
- La actividad a la cual se dedicara.
- La aprobación de la Minuta de Constitución, la cual será leída para posteriormente ser firmada por todos los socios debiendo ser elevada a Escritura Pública para su correspondiente inscripción en Registros Públicos.
- El aporte de los socios que se cancelara íntegramente en efectivo, en la entidad financiera de su elección a cuenta de la Empresa.

- Nombramiento del Directorio, y del Gerente General.

4.1.2 Requisitos legales

Para poner en marcha la empresa que brindará el servicio de un centro recreacional y deportivo en la parroquia de Pintag, se debe contar con los permisos necesarios para su funcionamiento, además es necesario realizar los trámites respectivos en el registro mercantil para obtener la escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada y será aprobada por el Superintendente de Compañías.

También se debe obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas ya que la empresa deberá realizar su declaración anual de impuestos. Otro de los requisitos que se debe considerar al crear una empresa son:

- Plano del local en el que se determine la distribución del espacio físico, haciendo constar el área en metros cuadrados
- Plan de trabajo en base a los lineamientos y estándares mínimos
- Manual de Procedimiento Interno de la empresa.
- Nómina del personal que laborará en la empresa, adjuntando el currículum vitae con firma de responsabilidad que será documentadamente respaldado y verificado.
- Presupuesto.
- Inventario de mobiliario y materiales directos.

4.1.3 Razón social, logotipo, slogan. Para todo proyecto es de vital importancia determinar un nombre el cual proporcionara el reconocimiento del cliente en donde se refleje el servicio ofrecido, además facilitara la publicidad.

El nombre comercial de elegido para la empresa es:

“PINTAG SPORT CENTER”

Se eligió este nombre dado que es un nombre corto y fácil de recordar y persiste en el sub consciente de nuestros clientes potenciales, también porque evoca y sugiere de que se trata el servicio que se está ofertando, además este es un atributo legal que deberá constar en la acta de constitución de la empresa, con lo cual se podrá identificar a la campaña de forma legal.

El logotipo y slogan elegido para la empresa se presenta a continuación:



Gráfico 33. Razón social, slogan y logotipo de la compañía

Fuente y elaboración: Autora.

Se eligió el slogan “El deporte a tu alcance”, debido a la cercanía del lugar con respecto a los potenciales clientes, además de ser una frase breve, concisa, fácil de recordar e impactante.

4.2 Organización

Los organigramas constituyen un medio útil de representar gráficamente las principales unidades administrativas de una empresa, y sirven como referencia clara de las relaciones dentro de un orden jerárquico.

4.2.1 Organigrama estructural

Según Fleitman, los organigramas “son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran”. Por otro lado Thompson señalar que “se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.”

Además es importante recalcar el manejar un adecuado organigrama permitirá la identificación, análisis y posterior solución a falencias que se puedan dar como: confusión en la designación de puestos, funciones entre otros.

Pintag Sport Center ha establecido el siguiente organigrama en base a las necesidades de la compañía y preocupándose por cada uno de los departamentos que son necesarios para la compañía.

La estructura orgánica que la empresa tendrá es la siguiente:

- Administrador
- Jefe de limpieza
- Jefe de ventas

A continuación se detalla el organigrama estructural de “Pintag Sport Center”:



Gráfico 34. Organigrama estructural

Fuente y elaboración: Autora.

El organigrama estructural de la compañía “Pintag Sport Center” no será muy amplio, puesto que posee las áreas básicas de acuerdo a sus necesidades, además cada área

tiene un responsable y de esta forma al trabajar en equipo se logra las metas planteadas con respecto al desarrollo del centro.

El Área administrativa – financiera es la responsable de las demás áreas, es decir, de brindar apoyo, supervisión y control en cada una de las actividades encomendadas. Las demás áreas trabajarán de forma horizontal ya que se complementan para trabajar en equipo y solventar cualquier eventualidad que se pueda dar.

4.2.2 Organización Administrativa

En lo que respecta al capital humano que necesita “Pintag Sport Center” se ha establecido los siguientes perfiles profesionales dividiéndoles por departamentos:

Área administrativa - financiera

- **Administrador.** La persona destinada para este puesto debe tener dos habilidades básicas: habilidad técnica, es decir tener conocimientos, métodos, técnicas y equipos necesarios para manejar una empresa; habilidad humana, se refiere a la capacidad de motivar al personal y tener un liderazgo eficaz.

Principales funciones:

- ✓ Administrar óptimamente los recursos humanos, materiales y financieros del centro recreacional.
- ✓ Proponer medidas técnico administrativas para el mejor funcionamiento de los recursos existentes.

- ✓ Controlar el manejo del fondo de operación conforme a los lineamientos establecidos.
 - ✓ Determinar y establecer en coordinación con los jefes de las diversas áreas que integran el centro recreacional los programas necesarios para el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y financieros, así como el mantenimiento y conservación del centro.
 - ✓ Promover por medio de acciones directas la comercialización del centro.
 - ✓ Llevar a cabo visitas periódicas a las instalaciones que integran el centro, para detectar fallas y notificarlas al jefe inmediato del área para su reparación.
 - ✓ Analizar, determinar y presentar para su autorización las compras directas necesarias para el funcionamiento continuo y óptimo del centro recreacional.
 - ✓ Controlar y verificar los depósitos de los ingresos por concepto de ventas generadas en el centro recreacional.
- **Asistente administrativo.** El perfil de la persona que ocupe este puesto es que debe ser responsable, ordenada, sociable, esta persona ejecuta los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de los procesos y con ello lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.

Principales funciones:

- ✓ Participa en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo.
- ✓ Llena formatos de órdenes de pago por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, ayudas, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, cuentas de cursos y otras asignaciones especiales.
- ✓ Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- ✓ Controla los pagos efectuados al personal administrativo por diversos beneficios.
- ✓ Realiza solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia.
- ✓ Recibe y revisa las facturas y comprobantes de los gastos efectuados con los avances a justificar.
- ✓ Entrega cheques correspondientes a la nómina y revisa los recibos y envía al archivo general.
- ✓ Suministra materiales y equipos de trabajo al personal de la dependencia y controla la existencia de los mismos.
- ✓ Recibe y tramita solicitud de servicios de mantenimiento y reparaciones de las edificaciones, máquinas de la dependencia.

- ✓ Brinda apoyo logístico en actividades especiales.
- ✓ Recopila, clasifica y analiza información para los planes y programas.
- ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Área de marketing y ventas

- **Jefe de ventas.** La persona que ocupe este puesto debe ser un verdadero líder, catalizador de decisiones y ejecutarlas, honesto y responsable.

Principales características:

- ✓ Preparar planes y presupuestos de ventas.
- ✓ Establecer metas y objetivos para el nivel de ventas.
- ✓ Calcular la demanda y pronosticar las ventas.
- ✓ Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas.
- ✓ Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores.
- ✓ Compensa, motiva y guía las fuerzas de venta.
- ✓ Conducir el análisis de costo de ventas.
- ✓ Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.
- ✓ Efectuar campañas publicitarias para la compañía.

Área operativa

- **Jefe de limpieza.** La persona que ocupe este perfil debe ser honesta, responsable, educada, además de garantizar el buen funcionamiento del centro recreacional gracias a su cuidado.

Principales características:

- ✓ Coordina y supervisa los trabajos de instalación de sistemas de tuberías.
- ✓ Realiza el mantenimiento de las instalaciones.
- ✓ Estima el tiempo y los materiales necesarios para realizar las labores de mantenimiento y reparaciones.
- ✓ Elabora notas de pedidos de materiales y repuestos.
- ✓ Rinde información al jefe inmediato, del mantenimiento y las reparaciones realizadas.
- ✓ Efectúa inspecciones de las instalaciones para detectar fallas y recomendar las reparaciones pertinentes.
- ✓ Planifica, coordina y controla el mantenimiento preventivo y correctivo de equipos.
- ✓ Tramita requisiciones de materiales de mantenimiento y reparaciones.
- ✓ Estima el costo de las reparaciones necesarias.

- ✓ Prepara órdenes de ejecución de trabajo.
- ✓ Atiende las solicitudes y reclamos por servicio, mantenimiento y reparaciones, e imparte las correspondientes órdenes para la solución de éstos problemas.
- ✓ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- ✓ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- ✓ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

4.3 Base filosófica de la empresa

Pintag Sport Center Cía. Ltda. por medio del direccionamiento estratégico podrá identificar criterios y prosperar, a su vez que permita aprovechar las oportunidades futuras apoyándonos en el razonamiento y la experiencia.

La compañía por medio de la filosofía corporativa expone los principios y valores que se deben fomentar, aquí se explica de que manera la empresa debe enfocar su trabajo, como manejar sus asuntos internos y de qué forma se relacionará con su entorno externo, incluido sus consumidores o clientes.

Pintag Sport Center Cía. Ltda. al definir el negocio debe determinar el enfoque futuro de la empresa de acuerdo a las necesidades del mercado que es capaz de abastecer, y su ventaja competitiva. Por eso se utiliza las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál será nuestro negocio futuro?
- ¿Cuál debería ser nuestro negocio?

Para “PINTAG SPORT CENTER Cía. Ltda.”, los enfoques son los siguientes:

Negocio Potencial. Satisfacer las necesidades del mercado nacional con un servicio de calidad, en lo que corresponde al servicio de recreación tratando de acaparar un mayor mercado.

Negocio Futuro. Ofrecer un servicio de calidad y con precios competitivos, tratando de acaparar un mercado mayor a nivel nacional, llevando el nombre de la empresa en alto, bajo un sistema de valores y profesionalismo.

NEGOCIO DE “PINTAG SPORT CENTER CÍA. LTDA.”

Ofrecer un servicio que fomente el desarrollo de actividades físicas por medio de un centro deportivo y recreativo a precios competitivos, bajo un sistema de servicio basado en calidad, valores y profesionalismo, satisfaciendo las necesidades de sus usuarios.

4.3.1 Misión

La organización al definir la misión en la cual se establece la razón de ser de la empresa que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades. Por tanto, es aquello que todos los que componen la empresa se sienten impulsados a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión del empresario o de los ejecutivos, y por ello, la misión es el marco de referencia que orienta las acciones, enlaza lo deseado con lo posible, condiciona las actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas”.

Tabla 44. Elementos de la misión

ELEMENTOS DE LA MISIÓN	
Naturaleza del negocio	Centro de recreación y deportivo
Razón para existir	Brindar un servicio recreativo de calidad
Mercado al que sirve	En la parroquia de Pintag.
Características generales del servicio	Calidad, rapidez, eficacia, seguridad.
Posición deseada en el mercado	Servicio inmejorable con precios competitivos.
Principios	Servicio de calidad, responsabilidad social y

	ambiental, fidelidad, compromiso.
Valores	Respeto, honradez, confianza, trabajo en equipo, veracidad.

Fuente y elaboración: Autora.

Misión propuesta:

Brindar un servicio recreativo y deportivo de calidad a través de un servicio inmejorable con precios competitivos y bajo una filosofía basada en responsabilidad social y ambiental.

Tabla 45. Medición de los elementos de la misión

ELEMENTOS	MEDIDA
Brindar un servicio recreativo y deportivo de calidad	Eficiencia y eficacia en el servicio. Número de visitantes diario, semanal, mensual o anual.
a través de un servicio inmejorable con precios competitivos	Valor de la entrada para el centro recreativo en comparación de la competencia.
bajo una filosofía basada en responsabilidad social y ambiental	Limpieza del centro recreativo y deportivo. Número de basureros que existen en

	<p>el centro recreativo.</p> <p>Campañas a favor de la limpieza de los lugares.</p>
Dirigida a la parroquia de Pintag.	El número de clientes que acuden de la parroquia de Pintag.

Fuente y elaboración: Autora.

4.3.2 Visión

Pintag Sport Center Cía. Ltda. por medio de la visión establece el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Tabla 46. Elementos de la visión

ELEMENTOS DE LA VISIÓN	
Posición en el Mercado	Ser una empresa líder a nivel nacional
Tiempo	5 años
Ámbito del Mercado	Nacional
Cliente	Personas que gusten de actividades recreativas y deportivas.

Producto o servicio	Centro recreacional y deportivo.
Valores	Respeto, honradez, confianza, trabajo en equipo, veracidad
Principio organizacional	Servicio de calidad, responsabilidad social y ambiental, compromiso.

Fuente y elaboración: Autora.

Visión propuesta:

Ser una empresa líder a nivel nacional brindando un servicio recreacional y deportivo en un tiempo de diez años, con un servicio de calidad, responsabilidad social, ambiental y compromiso para así poder superar las expectativas de nuestros usuarios tanto en servicio, calidad y satisfacción.

Tabla 47. Medición de los elementos de la misión

ELEMENTOS	MEDIDA
Ser una empresa líder a nivel nacional brindando un servicio recreacional y deportivo.	Número de usuarios del centro recreacional y deportivo. Calidad del servicio.
Con un servicio de calidad, responsabilidad social, ambiental y compromiso.	Número de campañas a favor del reciclaje y limpieza.
Sobrepasar las expectativas de nuestros usuarios en servicio, calidad y satisfacción.	Número de usuarios anualmente. Eficiencia y eficiencia en el servicio. Fuentes de empleo.

Fuente y elaboración: Autora.

4.3.3 *Objetivos y estrategias*

Los objetivos y estrategias están muy ligados puesto que los objetivos permiten a la organización plantearse metas y las estrategias son actividades o acciones que se llevan a cabo con la finalidad de cumplir los objetivos planteados inicialmente.

4.3.3.1 Estrategias administrativas y financieras

“Pintag Sport Center” se ha planteado los siguientes objetivos y estrategias a nivel administrativo y financiero:

Tabla 48. Perspectiva Administrativa - Financiera

<i>PERSPECTIVA</i>	<i>IMPULSADOR</i>	<i>OBJETIVOS</i>	<i>ESTRATEGIAS</i>
<i>ADMINISTRATIVA - FINANCIERA</i>	<i>CRECIMIENTO</i>	Expandir relaciones de financiamiento atractivas.	Plan de financiamiento atractivo para la empresa
		Expandir oportunidades de Ingreso.	Implementación de un plan de mercadotecnia
		Establecer un margen de utilidad máximo.	Control de flujos de efectivo mediante presupuestos
	<i>COMPETITIVOS EN EL MERCADO</i>	Captar un mayor número de usuarios redituables.	Ofrecer ofertas en el costo de las entradas.
		Ser líder en centros recreacionales y deportivos.	Equipamiento de calidad.
	<i>POSICIONAMIENTO</i>	Organizar los recursos internos de la organización.	Sistema de proyectos de activos de la empresa
		Implementar programas que promuevan la salud por medio de las actividades recreacionales.	Implementación de campañas a favor del tema.

Fuente y elaboración: Autora.

4.3.3.2 Estrategias de desarrollo y crecimiento

El centro recreacional y deportivo se ha planteado los siguientes objetivos y estrategias de desarrollo y crecimiento:

Tabla 49. Perspectiva desarrollo y crecimiento

DESARROLLO Y CRECIMIENTO	Capital Humano	Mejorar el ambiente laboral para que los empleados trabajen de forma eficiente y eficaz.	Plan de desarrollo de talento humano
		Asegurar el personal laboral de la empresa.	Fomentar un Plan de Incentivos laborales en base a resultados.
	Cultura	Fomentar e incrementar la responsabilidad en cada uno de los colaboradores de la empresa.	Implementar un Plan de Manual de Procedimientos
	Capital Informático	Realizar inversiones en la empresa, para ayudar con su crecimiento y desarrollo.	Plan de Inversiones y Renovaciones

Fuente y elaboración: Autora.

4.3.3.3 Estrategias de clientes y mercado

Pintag Sport Center entre las estrategias de clientes y mercado y objetivos se ha planteado lo siguiente:

Tabla 50. Perspectiva clientes y mercado

CLIENTE - MERCADO	Precio	Establecer un precio competitivo para el servicio.	Programa de ofertas, investigación de mercados.
	Calidad	Ser líderes en el mercado de actividades recreacionales y deportivas.	Plan de inversiones
	Servicio	Ser líder en servicio de calidad.	Análisis de la calidad del servicio.
		Mejorar la calidad de servicio aplicando la administración de relaciones con el cliente (CRM).	Implementación de un Sistema de CRM de gestión de usuarios
		Brindar mayor seguridad a los usuarios.	Convenio con la policía de la parroquia para que realice patrullaje constante en la zona.
	Relaciones	Satisfacer las necesidades de los usuarios.	Encuestas de satisfacción.
		Ampliar el nivel el mercado.	Análisis del crecimiento de la empresa.
		Brindar un mejor servicio a los usuarios.	Análisis de la cartera de usuarios de forma mensual.
		Acaparar un mayor mercado de usuarios insatisfechos.	Personalización de Relaciones con los usuarios.

Fuente y elaboración: Autora.

4.3.3.4 Estrategias de procesos internos

En lo referente a procesos internos se han planteado los siguientes objetivos y estrategias:

Tabla 51. Perspectiva procesos internos

PROCESOS INTERNOS	Redes de cooperación	Desarrollar y Sostener Relaciones con los proveedores y usuarios	Implementar el registro de servicios innovados en comparación a la competencia en calidad y precios
		Ser proactivos.	Sistema CRM-Gestion de usuarios y Plan de Capacitacion y Formacion de RR-HH
		Ofrecer un servicio personalizado para cada segmento de usuarios.	Actualizar constantemente la encuesta de satisfaccion del cliente y realizar una base de datos para certificar que se encuesta al menos el 80% de usuarios facturados trimestralmente.
	Enfoque al cliente	Conocer la demanda existente en el mercado, contando con información de inteligencia de mercado.	Sistema de CRM de gestión de usuarios
		Tener una mejora constante en el ambiente de trabajo	Procedimiento Mejora continua
		Contar con personal capacitado que pueda brindar asesoría en los servicios que la empresa pueda ofertar.	Plan de capacitación
	Principios y Valores	Brindar beneficios laborales a los empleados.	Plan de motivación al personal
		Fomentar e incrementar la responsabilidad en cada uno de los colaboradores de la empresa.	
		Aumentar plazas de empleo con personal que sea capaz de satisfacer las necesidades organizacionales de la Empresa.	
	Capital Humano	Desempeñar las actividades acordadas con el empleado y las cuales están establecidas en el	Procedimiento de evaluación de desempeño
		Seleccionar el personal apto y adecuado según las necesidades organizacionales de la empresa.	
		Eficiencia en el trabajo.	

Fuente y elaboración: Autora.

4.3.4. Principios y valores

Los Principios de PINTAG SPORT CENTER CÍA. LTDA., no se encuentran definidos, por lo que se optó por proponer principios que van acorde al giro de negocio. Así se determinaron los siguientes principios:

- ✓ Realizar cada actividad de la empresa con empeño y responsabilidad.
- ✓ Cumplir con las funciones determinadas en sus puestos de trabajo.
- ✓ La información intercambiada entre los diferentes departamentos deben ser veraces y verificables.
- ✓ Fomentar los valores basados en la filosofía creando un ambiente óptimo de trabajo.
- ✓ Ganarse la confianza de los usuarios mediante la calidad del servicio.
- ✓ Adoptar una perspectiva a largo plazo para la toma de decisiones estratégicas, la cual tiene en cuenta los intereses de sus socios, usuarios y empleados.

PRINCIPIOS

- | | |
|-----------------------|--------------|
| - SERVICIO DE CALIDAD | - RESPETO |
| - RESPONSABILIDAD | - FIDELIDAD |
| - PROFESIONALISMO | - COMPROMISO |

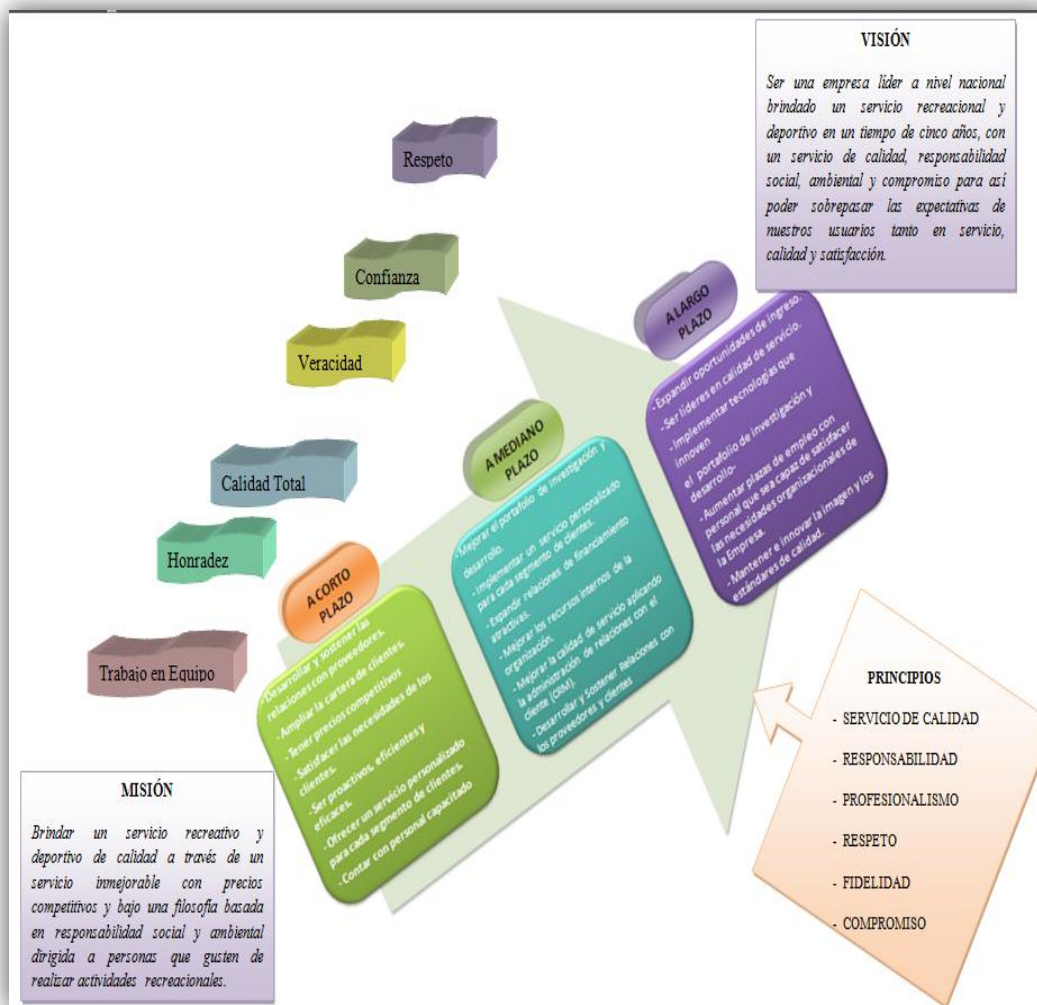
Los valores que es todo aquello que lleve al hombre a defender y crecer en su dignidad de persona, además de conducir al bien moral, y hay que considerar que bien es aquello que mejora, perfecciona, completa. De la misma forma se analizó y se concluyó que el personal que trabajará en PINTAG SPORT CENTER CÍA. LTDA., se debe basar en los siguientes valores:

- ✓ **Respeto:** Base sobre la cual se sustenta la ética y la moral.
- ✓ **Veracidad:** Trabajar a favor de la verdad, para así ganar la confianza de nuestros clientes, proveedores y otras sociedad relacionadas con la empresa.
- ✓ **Honradez:** Los empleados por medio de este valor permitirá generar el respeto por lo ajeno, no solamente lo que tiene valor económico, sino, aunque se ha perdido su esencia, ser íntegro en tus relaciones humanas.
- ✓ **Confianza:** Así los empleados darán más valor añadido a su trabajo y generará un ambiente óptimo para el desempeño laboral, lo que hará que este valor se propague a todos quienes forman parte de su giro.
- ✓ **Calidad Total:** Brindando calidad en servicio, comunicación y propuestas de valor.
- ✓ **Trabajo en Equipo:** Trabajar en conjunto para lograr resultados mayores, los logros son de todos.

VALORES

- | | |
|-----------------|---------------------|
| - RESPETO | - VERACIDAD |
| - HONRADEZ | - CONFIANZA |
| - CALIDAD TOTAL | - TRABAJO EN EQUIPO |

4.3.4 Mapa estratégico



CAPÍTULO 5.

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una metodología que se utiliza para cuantificar la rentabilidad del proyecto, planteando dos escenarios: el primero con inversión propia y el segundo con financiamiento de terceros, luego de ello se analiza cada uno de estos escenarios y se elige el de mayor rentabilidad.

5.1 Presupuestos

El presupuesto es una estimación previa de los ingresos y gastos que se pueden tener durante un periodo, es fundamental el análisis de este ya que permite a la organización obtener información acerca del manejo de los recursos monetarios y la formulación de políticas relacionadas con los mismos.

En las organizaciones la eficiencia y la productividad de la administración se ve reflejada en las utilidades y en la creación de valor en el negocio, y para poder lograr lo nombrado es fundamental la utilización de presupuestos que permitan manejar los recursos económicos y designarlos de forma adecuada.

5.1.1 Presupuesto de Inversión

Es fundamental realizar una estimación de los rubros financieros antes de la puesta en marcha de una empresa, en el cual se estimen los activos fijos, intangibles y el capital del trabajo, ya que con estos rubros se puede realizar un análisis financiero

adecuado y determinar si es viable invertir en el proyecto, pero tomando en cuanto la capacidad de mercado que se planteo acaparar y la capacidad de servicio esperada.

Tabla 52. Inversiones activos fijos

CANT.	INVERSIONES FIJAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Terrenos	24,45	50.000,25
2.045	Terreno (2045) m2. disponible	24,45	50.000,25
	Edificios y construcciones	1.500,00	71.692,00
45	Restaurante (m2.)	280,00	12.600,00
8,4	Sala de espera (m2.)	280,00	2.352,00
230	Juegos infantiles (m2.)	100,00	23.000,00
84	Piscina (superficie bordes m2.)	280,00	23.520,00
32	Baños (m2.)	280,00	8.960,00
4,5	Oficina administrativa (m2.)	280,00	1.260,00
35	Vestuario (m2)	280,00	9.800,00
	Adecuaciones	400,00	7.200,00
20	Adoquinamiento parqueadero (m2.)	200,00	4.000,00
16	Cerramiento (m2.)	200,00	3.200,00
	Maquinaria y equipo	2.000,00	2.000,00
1	Juegos infantiles	2.000,00	2.000,00
	Muebles y equipo de oficina	576,00	1.640,00
2	Escritorios	80,00	160,00
10	Sillas	16,00	160,00
10	Mesas	45,00	450,00
2	Teléfonos	35,00	70,00
3	Estanterías	200,00	600,00
1	Suministros de oficina	200,00	200,00
"			
	Equipo de cómputo	800,00	800,00
1	Equipo de cómputo	700,00	700,00
1	Impresora	100,00	100,00
	TOTAL (\$)	5.300,45	133.332,25

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 53. Inversiones activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	411,00
Gastos de puesta en marcha	500,00
TOTAL (\$)	911,00

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 54. Inversión en Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MENSUAL
Requerimiento Talento Humano	1.492,33
Requerimiento mensual de materiales, insumos y servicios	730,92
Mantenimiento	41,72
TOTAL (\$)	2.264,96

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 55. Consolidado presupuesto de inversión

INVERSIONES	MONTOS
ACTIVOS FIJOS	133.332,25
Terrenos	50.000,25
Edificios y construcciones	71.692,00
Adecuaciones	7.200,00
Maquinaria y equipo	2.000,00
Muebles y equipo de oficina	1.640,00
Equipo de cómputo	800,00
ACTIVOS INTANGIBLES	911,00
Gastos de constitución	411,00
Gastos de puesta en marcha	500,00
CAPITAL DE TRABAJO	2264,96
Requerimiento Talento Humano	1492,33
Requerimiento de materiales, insumos y servicios	730,92
Mantenimiento	41,72
TOTAL INVERSIONES	136.508,21

Fuente y elaboración: Autora.

5.1.1.1 Activos Fijos

Gabriel define a los activos fijos o activos intangibles como “los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas entre otros” (Urbina, 2010, p. 143).

Además es importante conocer que la empresa no puede desprenderse de un momento a otro de un activo fijo sin que afecte o provoque problemas en las actividades productivas.

Los activos fijos de la empresa “Pintag Sport Center” son:

- ✓ Terreno
- ✓ Edificio y construcciones
- ✓ Adecuaciones
- ✓ Maquinaria y equipo
- ✓ Muebles equipo de oficina
- ✓ Equipos de cómputo

Tabla 56. Inversiones fijas y depreciaciones

CANT	INVERSIONES FIJAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL	% DEPR.	VALOR DEPR.	% MANT.	MANT.
	ACTIVOS FIJOS	5.300,45	133.332,25		58.333,45		7.815,48		761,32
2.045	Terrenos	24,45	50.000,25		50.000,25		0,00		
	Terreno (2045) m2. disponible	24,45	50.000,25		50.000,25				
	Edificios y construcciones	1.500,00	71.692,00		7.169,20		6.452,28		716,92
45	Restaurante (m2.)	280,00	12.600,00	10	1.260,00	0,10	1.134,00	1%	126
8,4	Sala de espera (m2.)	280,00	2.352,00	10	235,20	0,10	211,68	1%	23,52
230	Juegos infantiles (m2.)	100,00	23.000,00	10	2.300,00	0,10	2.070,00	1%	230
84	Piscina (superficie bordes) (m2.)	280,00	23.520,00	10	2.352,00	0,10	2.116,80	1%	235,2
32	Baños (m2.)	280,00	8.960,00	10	896,00	0,10	806,40	1%	89,6
4,5	Oficina administrativa (m2.)	280,00	1.260,00	10	126,00	0,10	113,40	1%	12,6
35	Vestuario	280,00	9.800,00	10	980,00	0,10	882,00	1%	98
	Adecuaciones	400,00	7.200,00		720,00		648,00		
20	Adoquinamiento parqueadero (m2.)	200,00	4.000,00	10	400,00	0,10	360,00	1%	40
16	Cerramiento (m2.)	200,00	3.200,00	10	320,00	0,10	288,00	1%	32
	Maquinaria y equipo	2.000,00	2.000,00		200,00		180,00		20
1	Juegos infantiles	2.000,00	2.000,00	10	200,00	0,10	180,00	1%	20
	Muebles y equipo de oficina	576,00	1.640,00		164,00		295,20		16,4
2	Escritorios	80,00	160,00	5	16,00	0,10	28,80	1%	1,6
10	Sillas	16,00	160,00	5	16,00	0,10	28,80	1%	1,6
10	Mesas	45,00	450,00	5	45,00	0,10	81,00	1%	4,5
2	Teléfonos	35,00	70,00	5	7,00	0,10	12,60	1%	0,7
3	Estanterías	200,00	600,00	5	60,00	0,10	108,00	1%	6
1	Suministros de oficina	200,00	200,00	5	20,00	0,10	36,00	1%	2
	Equipo de cómputo	800,00	800,00		80,00		240,00		8
1	Equipo de cómputo	700,00	700,00	3	70,00	0,33	210,00	1%	7
1	Impresora	100,00	100,00	3	10,00	0,33	30,00	1%	1

Fuente y elaboración: Autora.

5.1.1.2 Activos Intangibles

Carlos *et all*, define a las inversiones en activos intangibles como “activos no monetarios, identificables, sin sustancia física, que generarán beneficios económicos futuros controlados por la entidad”. (Castillo, 2012, p 1).

Dentro de los activos intangibles de “Pintag Sport Center” se encuentran los siguientes rubros con su respectiva amortización:

Tabla 57. Inversiones activos intangibles y amortizaciones

ACTIVOS INTANGIBLES	VALOR TOTAL	% AMORT.	VALOR AMORTIZ.
Gastos de constitución	411,00	20%	82,20
Gastos de puesta en marcha	500,00	20%	100,00
TOTAL (\$)	911,00		182,20

Fuente y elaboración: Autora.

5.1.1.3 Capital de Trabajo

De acuerdo con Sapag (2000) el capital de trabajo “constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados” (p. 236).

Existen tres métodos para el cálculo del capital del trabajo que son: método contable, método del periodo de desfase y el método de déficit acumulado, para el presente estudio se utilizó el segundo método, para lo cual en base a la naturaleza del negocio se tomó en cuenta un ciclo de caja de un día tomando en cuenta que el servicio que se oferta es recreación en un centro deportivo.

Tabla 58. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	Anual	Diario	Mensual
	41.335,52	113,25	2.264,96
Requerimiento Talento Humano	27.235,00	74,62	1492,33
Requerimiento de materiales, insumos y servicios	13.339,20	36,55	730,92
Mantenimiento	761,32	2,09	41,72
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 41.335,52	/	365 x 1 = 113,25
Inversión en Capital de Trabajo			= 2.264,96

Fuente y elaboración: Autora.

Del cuadro anterior se concluye que para el inicio de sus operaciones la empresa “Pintag Sport Center” debe contar con un capital y trabajo inicial de \$2.264,96 mensual.

5.1.2 Cronograma de Inversiones y reinversiones

El presente proyecto tiene una proyección para 10 años para lo cual se establece el comportamiento de cada uno de los activos en base a la naturaleza y a la normatividad contable que rige en la actualidad.

Tabla 59. Cronograma de inversiones y reinversiones

INVERSIONES FIJAS (a,b)	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a) ACTIVOS FIJOS	133.332		0	800	0	1.640	800	0	0	800	13.689
Terrenos	50.000										
Edificios y construcciones	71.692										7.169
Adecuaciones	7.200										2.880
Maquinaria y equipo	2.000										2.000
Muebles y equipo de oficina	1.640					1.640					1.640
Equipo de cómputo	800			800			800			800	
b) ACTIVOS INTANGIBLES	911	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de constitución	411										
Gastos de puesta en marcha	500										
TOTAL FIJOS+ INTANGIBLES	134.243	0	0	800	0	1.640	800	0	0	800	13.689
c) CAPITAL DE TRABAJO	61.344										
Requerimiento Talento Humano	27.235										
Requerimiento de materiales, insumos y servicios	33.348										
Mantenimiento	761										
TOTAL INV (a+b+c)	195.588	0	0	800	0	1.640	800	0	0	800	13.689

Fuente y elaboración: Autora.

El cronograma de inversiones y reinversiones refleja el valor anual que deberá invertir la compañía en sus activos de acuerdo a la vida útil de cada uno de los mismos, dentro de las reinversiones más representativas se dan en el año 10 porque se debe reinvertir en edificios y construcciones, maquinaria y equipo y muebles de

oficina para la organización, además se debe mencionar que para los edificios, construcciones y adecuaciones se realizará solo un 10% de la inversión inicial ya que únicamente se realizaría un mejoramiento a las instalaciones.

5.1.3 Presupuesto de Operación

En el presupuesto de operación se toma en cuenta los egresos que la organización destinará para la producción del servicio y también se realiza una estimación de ingresos que percibirá por el funcionamiento del centro recreativo y deportivo.

5.1.3.1 Presupuesto de Ingresos

“Pintag Sport Center” tiene la siguiente proyección de ingresos en ventas anuales y se tomó cuenta el porcentaje de crecimiento de la población para esta estimación, además el precio de venta para los 10 años que dura el proyecto es constante.

Se debe tener en cuenta que la empresa arrendará el restaurante por lo que tiene un ingreso extra a más del costo de ingreso.

Abajo se detallan dos tablas, la primera refleja la proyección del primer año, en la siguiente se encuentra la proyección para los 10 años que dura el proyecto.

Tabla 60. Proyección de ingresos mensual

RUBROS	MESES												TOTAL ANUAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Demanda mensual	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	32.721
Precio de ingreso	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Arriendo restaurante	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Total Ingresos	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	8.680,14	104.161,71

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 61. Proyección de ingresos anual

RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Demanda anual	32.721	33.454	34.203	34.969	35.752	36.553	37.372	38.209	39.065	39.940
Precio de ingreso	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Arriendo restaurante	6000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Total ingresos	104.162	106.361	108.609	110.907	113.257	115.660	118.116	120.627	123.195	125.820

Fuente y elaboración: Autora.

Se observa que los ingresos de “Pintag Sport Center” tiene una tendencia ascendente en su nivel de ventas lo cual es beneficioso para la organización, además de tener el ingreso adicional por el concepto de arriendos.

5.1.3.2 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos es una presentación ordenada de todos los gastos y costos que se incurrirán en un plan, para el presente proyecto, se incurrirá con los siguientes rubros a nivel operativo y administrativo:

Tabla 62. Presupuesto de egresos a nivel operativo y administrativo

PRESUPUESTO DE EGRESOS										
OPERATIVO										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recursos Humanos Operativos	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60
Jefe de Limpieza	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60
Material, Insumos y Servicios	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28
Consumo de agua	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28
Consumo de energía	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00
Limpieza	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00
Depreciaciones	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28
Depreciaciones	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28
EGRESOS OPERATIVOS	17.612,16	17.612,16	17.612,16	17.612,16	17.612,16	17.612,16	17.612,16	17.612,16	17.612,16	17.612,16
ADMINISTRATIVO Y VENTAS										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recursos Humanos Adminis.	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40
Administrador	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40
Asistente	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60
Jefe de Ventas	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40
Materiales, insumos y servicios	8.517,92	8.517,92	8.517,92	8.517,92	8.517,92	8.517,92	8.517,92	8.517,92	8.517,92	8.517,92
Consumo de agua	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92
Consumo de energía	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
Consumo telefónico	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Consumo Internet	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Hojas volantes	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Host anual para página web	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Contables	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Útiles de oficina	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Limpieza	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Depreciaciones y amortizaciones	717,40	717,40	717,40	717,40	717,40	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20
Depreciaciones	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20
Amortizaciones	182,20	182,20	182,20	182,20	182,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos financieros	8.050,00	7.580,06	7.056,08	6.471,85	5.820,42	5.094,09	4.284,22	3.381,22	2.374,37	1.251,74
Gastos financieros	8.050,00	7.580,06	7.056,08	6.471,85	5.820,42	5.094,09	4.284,22	3.381,22	2.374,37	1.251,74
EGRESOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	39.009,72	38.539,78	38.015,80	37.431,57	36.780,14	35.871,61	35.061,74	34.158,74	33.151,89	32.029,26
TOTAL EGRESOS	56.621,88	56.151,94	55.627,96	55.043,73	54.392,30	53.483,77	52.673,90	51.770,90	50.764,05	49.641,42

Fuente y elaboración: Autora.

En el siguiente detalle se encuentran por separado los costos fijos y variables necesarios para la puesta en marcha de la empresa:

Tabla 63. Presupuesto de egresos identificando costos variables y fijos

COSTOS FIJOS										
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ADMINISTRATIVO Y VENTAS										
<i>Recursos Humanos Administrativos y de venta</i>	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40	21.724,40
Administrador	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40	9.961,40
Asistente	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60
Jefe de Ventas	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40	6.252,40
<i>Materiales, insumos y servicios</i>	2.617,92	2.617,92	2.617,92	2.617,92	2.617,92	2.617,92	2.617,92	2.617,92	2.617,92	2.617,92
Consumo de agua	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92	253,92
Consumo de energía	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
Consumo Internet	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Consumo telefónico	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Hojas volantes	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Host anual para página web	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Útiles de oficina	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Limpieza	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Depreciaciones y amortizaciones	717,40	717,40	717,40	717,40	717,40	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20
Depreciaciones	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20	535,20
Amortizaciones	182,20	182,20	182,20	182,20	182,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos financieros	8.050,00	7.580,06	7.056,08	6.471,85	5.820,42	5.094,09	4.284,22	3.381,22	2.374,37	1.251,74
Gastos financieros	8.050,00	7.580,06	7.056,08	6.471,85	5.820,42	5.094,09	4.284,22	3.381,22	2.374,37	1.251,74
COSTOS FIJOS ADM. Y DE VENTAS	33.009,72	32.539,78	32.015,80	31.431,57	30.780,14	29.871,61	29.061,74	28.158,74	27.151,89	26.029,26
OPERATIVO										
<i>Recursos Humanos Operativos</i>	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60
Jefe de Limpieza	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60	5.510,60
Depreciaciones	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28
Depreciaciones	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28	7.280,28
COSTOS FIJOS OPERATIVOS	12.790,88	12.790,88	12.790,88	12.790,88	12.790,88	12.790,88	12.790,88	12.790,88	12.790,88	12.790,88
TOTAL COSTOS FIJOS	45.800,60	45.330,66	44.806,68	44.222,45	43.571,02	42.662,49	41.852,62	40.949,62	39.942,77	38.820,14
COSTOS VARIABLES										
ADMINISTRATIVO Y VENTAS										
<i>Recursos Humanos</i>	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Contables	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
COSTOS VARIABLES ADM. Y VENTAS	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
OPERATIVO										
<i>Materiales, insumos y servicios</i>	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28
Consumo de agua	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28	2.285,28
Consumo de energía	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00
Limpieza	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00
COSTOS VARIABLES OPERATIVO	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28	4.821,28
TOTAL COSTOS VARIABLES	10.821,28	10.821,28	10.821,28	10.821,28	10.821,28	10.821,28	10.821,28	10.821,28	10.821,28	10.821,28
TOTAL COSTOS FIJOS + VARIABLES	56.621,88	56.151,94	55.627,96	55.043,73	54.392,30	53.483,77	52.673,90	51.770,90	50.764,05	49.641,42

Fuente y elaboración: Autora.

Se observa que el total de egresos en el primer año asciende a \$56.621,88, por costos variables a \$10.821,28 y por costos fijos \$45.800,60, siendo el mayor desembolso de dinero por los rubros de sueldos y salarios. Además se observa que el valor de de los egresos se mantiene constante cada año debido a que se realizará los flujos de forma constante.

5.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación Recursos

“Pintag Sport Center” se financiara con recursos propios en un 49% del total de la inversión y en un 51% con recursos de terceros, para lo cual se realizará un préstamo en la Corporación Financiera Nacional. El financiamiento para este proyecto está estructurado de la siguiente forma:

Tabla 64. Financiamiento de recursos

RUBROS DE INVERSION	USO DE FONDOS	Fuente de financiamiento	
		RECURSOS PROPIOS	BANCO
ACTIVOS FIJOS	133.332,25	63.332,25	70.000,00
Terrenos	50.000,25	50.000,25	
Edificios y construcciones	71.692,00	1.692,00	70.000,00
Adecuaciones	7.200,00	7.200,00	
Maquinaria y equipo	2.000,00	2.000,00	
Muebles y equipo de oficina	1.640,00	1.640,00	
Equipo de cómputo	800,00	800,00	
ACTIVOS INTANGIBLES	911,00	911,00	
Gastos de constitución	411,00	411,00	
Gastos de puesta en marcha	500,00	500,00	
TOTAL INVERSIONES FIJAS	134.243,25	64.243,25	70.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	2.264,96	2.264,96	0,00
Requerimiento Talento Humano	1.492,33	1.492,33	
Requerimiento de materiales, insumos y servicios	730,92	730,92	
Mantenimiento	41,72	41,72	
T. INVERS.FIJAS+ CAP. DE TRABAJO	136.508,21	66.508,21	70.000,00
PORCENTAJE	100,0%	48,7%	51,28%

Fuente y elaboración: Autora.

5.1.3.4 Estructura de Financiamiento

Para financiar el 51% de la inversión total del proyecto, “Pintag Sport Center” accederá a un crédito con la Corporación Financiera Nacional por el monto de \$70.000,00 y a una tasa de interés de 11,5% y en un plazo de diez años. Las fórmulas que se utilizaron para los cálculos son:

FÓRMULAS

Interés Vencido = Deuda * Interés anual

Capital Pagado = Cuota de Pago-Interés

Vencido Saldo = Deuda – Capital Pagado

$$Cuotadepago = p \times \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad [3]$$

La tabla de amortización del préstamo que accederá la empresa queda estructurada de la siguiente forma:

Tabla 65. Tabla de amortización

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Deuda	70.000,00	65.913,60	61.357,25	56.276,93	50.612,38	44.296,39	37.254,08	29.401,89	20.646,70	10.884,67
Interes Vencido	8.050,00	7.580,06	7.056,08	6.471,85	5.820,42	5.094,09	4.284,22	3.381,22	2.374,37	1.251,74
Amortización	4.086,40	4.556,34	5.080,32	5.664,56	6.315,98	7.042,32	7.852,19	8.755,19	9.762,03	10.884,67
Cuota Fija de Pago	12.136,40	12.136,40	12.136,40	12.136,40	12.136,40	12.136,40	12.136,40	12.136,40	12.136,40	12.136,40
SALDO	65.913,60	61.357,25	56.276,93	50.612,38	44.296,39	37.254,08	29.401,89	20.646,70	10.884,67	0,00

Fuente y elaboración: Autora.

El interés que genera el crédito en los 10 años es de \$51.364,00 y de capital \$70.000,00.

5.1.4 Puntos de equilibrio

El punto de equilibrio se da cuando el nivel de ventas en el cual la organización equilibra si nivel de gastos, pero en este punto no se da una pérdida ni ganancia, es decir, se da un balance entre los ingresos totales y los costos totales. Se da una ganancia cuando se supera el punto de equilibrio y una pérdida cuando es menor a este punto. Dicho análisis es de gran utilidad para poder calcular el nivel de producción de servicio óptimo para la compañía.

El punto de equilibrio para este caso se determinará en base a sus costos fijos y variables y las unidades monetarias totales que debe conseguir la sociedad dentro de un periodo determinado para igualar sus costos de producción con los gastos incurridos al momento de brindar el servicio; o a su vez establecer el número de unidades que debe la empresa vender para alcanzar una equidad entre sus costos y gastos. La fórmula que se aplica para el cálculo del punto de equilibrio en unidades monetarias es:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas netas}}}$$

[4]

Tabla 66. Consolidado de costos

Rubros	Costos Fijo	Costo Variable	Costo Total
Gastos Operativos	12.790,88	4.821,28	17.612,16
Gastos administrativos y de ventas	24.959,72	6.000,00	30.959,72
Gastos financieros	8.050,00	0,00	8.050,00
TOTALES	45.800,60	10.821,28	56.621,88

Fuente y elaboración: Autora.

$$PE = \frac{45.800,60}{1 - \frac{10.821,28}{104.162}}$$

$$PE = \$51.110$$

El punto de equilibrio en unidades monetarias para el primer año de servicio es de \$51.110, para el cálculo en unidades productivas se utiliza la siguiente fórmula:

$$Q_{PE} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable unitario}} \quad [5]$$

$$Q_{PE} = \frac{45.800,60}{3,00 - 0,33}$$

$$Q_{PE} = 17.158 \text{ usuarios}$$

El punto de equilibrio en unidades productivas para el centro recreativo y deportivo es de 17.158 usuarios, para el primer año de funcionamiento, tomando en cuenta que el centro recreativo estará abierto al público 240 días al año, para llegar a la cantidad de equilibrio se debería tener por día una demanda aproximadamente de 71

personas, lo cual si es factible ya que la capacidad del centro recreativo es de 225 personas y la demanda real es de 136 usuarios. A continuación se observa el gráfico del punto de equilibrio:

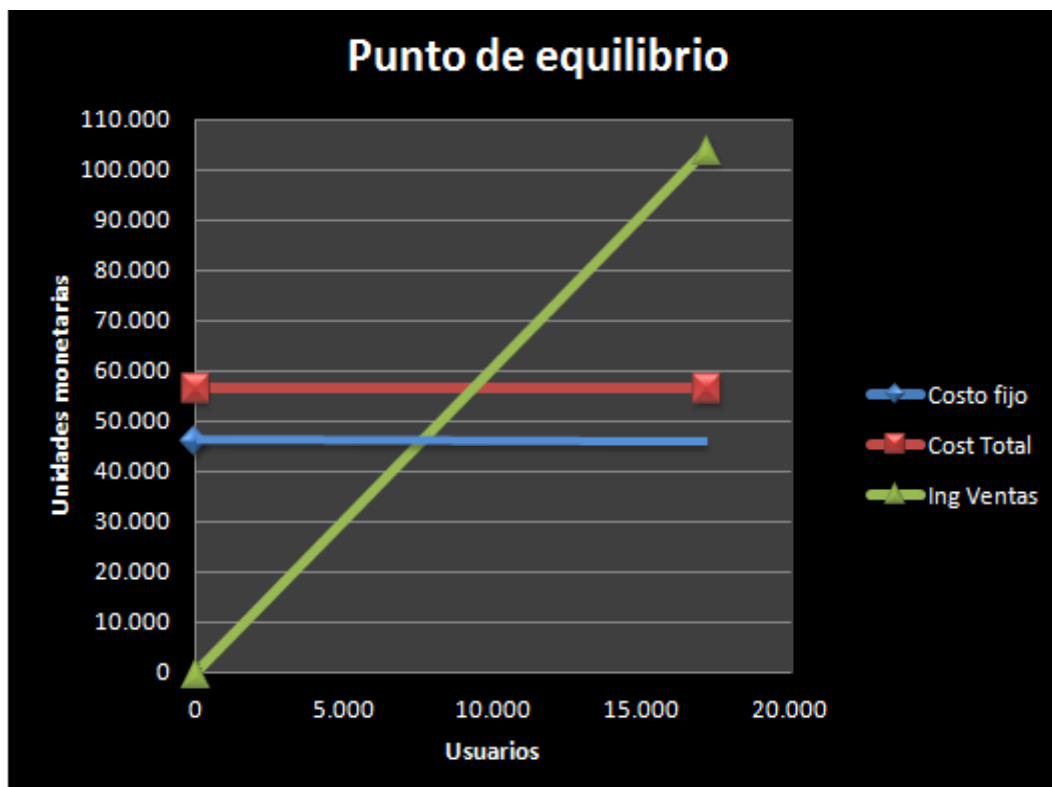


Gráfico 35. Punto de equilibrio

Fuente y elaboración: Autora.

5.2 Estados Financieros proyectados

Giovanni, indica que los estados financieros proyectados “muestran los ingresos y los costos esperados para un periodo de tiempo, en tanto que el Balance

pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activos, pasivos y capital contable al finalizar el periodo pronosticado” (Gómez, 2001).

Es de importancia la realización de estados financieros proformas puesto que dan efecto a hipótesis y muestran en un futuro si sucedió lo que se esperaba y con estas predicciones se puede tomar decisiones a nivel administrativo en cuanto a las inversiones y reinversiones que tiene una organización, además de analizar el posible comportamiento tanto de gastos como de ingresos.

5.2.1 Del proyecto

Los siguientes estados financieros se analizaron con recursos propios, sin tomar en cuenta ningún tipo de financiamiento.

5.2.1.1 Estado de Resultados

Según Davidson (1992), el estado de resultados (o de ingresos o de pérdidas y ganancias) es aquel que muestra “los resultados de las actividades de una empresa dirigidas al logro de utilidades durante el periodo que abarca. Indica los ingresos, gastos, ganancias, pérdidas y la utilidad (o pérdida) neta resultante. El estado de resultados presenta cifras de los componentes de la utilidad y de las ganancias por acción”.

El estado de resultados con financiamiento refleja desde el primer año de operación de la empresa, una utilidad de \$31.519, las utilidades en los siguientes años se sigue incrementando hasta el año 10 que dura el proyecto.

Tabla 67. Estado de resultados del inversionista con financiamiento

RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	104.162	106.361	108.609	110.907	113.257	115.660	118.116	120.627	123.195	125.820
- Costo operativos	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612
= U.bruta en ventas	86.550	88.748	90.996	93.295	95.645	98.047	100.504	103.015	105.583	108.208
- Gastos adm.y Vent.	30.960	30.960	30.960	30.960	30.960	30.778	30.778	30.778	30.778	30.778
- Gastos financieros	8.050	7.580	7.056	6.472	5.820	5.094	4.284	3.381	2.374	1.252
= U.A de part.e Impuest.	47.540	50.209	52.981	55.863	58.865	62.176	65.442	68.856	72.431	76.179
- Part.Trab. (15%)	7.131	7.531	7.947	8.379	8.830	9.326	9.816	10.328	10.865	11.427
= Utilidad.A.Impuestos	40.409	42.677	45.034	47.484	50.035	52.849	55.626	58.528	61.566	64.752
- Imp. a la renta (22 %)	8.890	9.389	9.907	10.446	11.008	11.627	12.238	12.876	13.545	14.245
= UTILIDAD NETA	31.519	33.288	35.126	37.037	39.027	41.223	43.388	45.652	48.022	50.506

Fuente y elaboración: Autora.

5.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

De acuerdo a Sapag (2011) el flujo neto de fondos se “estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto, además de reflejar dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir” (p.250).

El flujo de fondos del presente proyecto es a largo plazo pues tiene un horizonte de 10 años, y se debe considerar que para construir el presente flujo se

utilizó 11 columnas, una para cada año de funcionamiento y otra adicional para el año cero en la cual se refleja los desembolsos previos para la puesta en marcha, a continuación se detalla el flujo de caja del proyecto con financiamiento, es decir, utilizando únicamente recursos propios y de terceros:

Tabla 68. Flujo neto de fondos del inversionista con financiamiento

Flujo de fondos del inversionista incluido financiamiento											
RUBROS	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		104.162	106.361	108.609	110.907	113.257	115.660	118.116	120.627	123.195	125.820
Valor de desecho											58.333
- Costo operativos		17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612	17.612
= U. bruta en ventas		86.550	88.748	90.996	93.295	95.645	98.047	100.504	103.015	105.583	166.541
- Gastos de adm. Y vent.		30.960	30.960	30.960	30.960	30.960	30.778	30.778	30.778	30.778	30.778
-Gastos financieros		8.050	7.580	7.056	6.472	5.820	5.094	4.284	3.381	2.374	1.252
= U. antes de part. e imp.		47.540	50.209	52.981	55.863	58.865	62.176	65.442	68.856	72.431	134.512
- Part.trab. (15%)		7.131	7.531	7.947	8.379	8.830	9.326	9.816	10.328	10.865	20.177
= U. antes de impuestos		40.409	42.677	45.034	47.484	50.035	52.849	55.626	58.528	61.566	114.335
- I. a la renta (22%)		8.890	9.389	9.907	10.446	11.008	11.627	12.238	12.876	13.545	25.154
= Utilidad neta		31.519	33.288	35.126	37.037	39.027	41.223	43.388	45.652	48.022	89.182
+ Depreciaciones		7.815	7.815	7.815	7.815	7.815	7.815	7.815	7.815	7.815	7.815
+ Amort. Intangibles		182	182	182	182	182	0	0	0	0	0
-Inversión Inicial	(136.508)										
- Inv.de reemplazo		0	0	800	0	1.640	800	0	0	800	13.689
+ Prestamos	70.000										
-Amort. de la deuda		4.086	4.556	5.080	5.665	6.316	7.042	7.852	8.755	9.762	10.885
+ Rec.de C. trabajo											2.265
TOTAL FLUJO DE CAJA	(136.508)	35.430	36.730	37.244	39.371	39.069	41.196	43.351	44.712	45.275	74.688

Fuente y elaboración: Autora.

5.3 Evaluación Financiera

Por medio de la evaluación financiera que es una investigación y un análisis a profundidad del flujo de caja y el riesgo que se tiene, se llega a determinar el eventual retorno de la inversión del proyecto.

Es importante la evaluación financiera ya que pretende considerar todos los factores fiscales involucrados en la realización del proyecto, sin él, la sociedad no tiene la información que necesita para tomar una decisión informada sobre el alcance de un proyecto determinado y los riesgos que conlleva.

5.3.1 Determinación de las tasas de descuento

“El costo de oportunidad es el rendimiento sobre el mejor uso alternativo de los activos, el rendimiento más alto que no se logrará, si los fondos se invierten en un proyecto en particular”. (Scott, 2000). Para determinar la tasa de descuento del inversionista se aplica la siguiente fórmula:

$$TMAR = tp + pr \quad [6]$$

Donde:

tp = tasa pasiva 11,50%

pr = premio al riesgo 10,00%

$$TMAR = 11,50\% + 10,00\%$$

$$TMAR = 21,50\%$$

Con los datos recopilados anteriormente se debe determinar la TMAR global máxima, que es la tasa que se va a utilizar para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera el proyecto y representa la rentabilidad máxima que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgo similares, para lo cual se realiza el siguiente cálculo:

Tabla 69. TMAR global máxima

Accionista	% aportación	TMAR	Ponderación
Inversionista privado	49%	21,50%	10,48%
Institución financiera	51%	11,50%	5,90%
TMAR global máxima			16,37%

Fuente y elaboración: Autora

5.3.2 Evaluación financiera del proyecto

5.3.2.1 Criterios de evaluación

Son métodos que permiten identificar si el proyecto es conveniente o no para el inversionista, además las matemáticas financieras son de mucha utilidad en este tema ya que el análisis se basa en la consideración de que el dinero, sólo porque transcurre el tiempo, debe ser remunerado con una rentabilidad en este caso, para el inversionista puesto que no hace uso en el presente de este dinero y aplaza su consumo a un futuro conocido.

5.3.2.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

Según Bierman y Smidt la tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, además la TIR “representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar

sin perder dinero, si todos los fondos de financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”. (p. 39).

Si la TIR es mayor o igual a la TMAR, el proyecto se acepta y se asegura que se tendrá ganancias y si es menor se debe rechazar el proyecto. La fórmula de la Tasa Interna de Retorno es la siguiente:

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0 \quad [7]$$

Donde:

BN = Beneficio Neto

r = Tasa interna de retorno

I = Inversión inicial

Tabla 70. TIR del inversionista con financiamiento

Detalle	TIR del Inversionista con financiamiento										
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo de Caja	-136.508	35.430	36.730	37.244	39.371	39.069	41.196	43.351	44.712	45.275	74.688
Inv. Inicial											
TIR	26%										

Fuente y elaboración: Autora.

Al comparar la TIR del proyecto que es igual a 26% frente a la TMAR que es 16%, es mayor por lo tanto se acepta el proyecto.

5.3.2.1.2 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto según Nassir (2000), indica que “este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los ingresos y egresos” (p. 301).

La fórmula para calcular el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1 + i)^t} - I_0 \quad [8]$$

Donde:

Y = Ingresos

E = Egresos

t = Tiempo

I = Inversión inicial

i = Tasa de descuento

Tabla 71. VAN del inversionista con financiamiento

DETALLE	Valor Actual Neto Del Inversionista										
AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo de caja		35.430	36.730	37.244	39.371	39.069	41.196	43.351	44.712	45.275	74.688
Factor de interés 16,37%		0,86	0,74	0,63	0,55	0,47	0,40	0,35	0,30	0,26	0,22
Flujos actualizados		30.446	27.122	23.632	21.467	18.306	16.587	14.999	13.293	11.567	16.397
Inversión inicial	-136.508										
VAN	\$ 57.307										

Fuente y elaboración: Autora.

El Valor Actual Neto del proyecto si es aceptable porque es mayor a cero da una ganancia adicional de \$57.307.

5.3.2.1.3 Relación beneficio / costo

La relación beneficio costo es otro criterio de evaluación que indica la ganancia que produzca el proyecto por cada unidad invertida. La fórmula es la siguiente:

$$RBC = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t}} \quad [9]$$

Tabla 72. Relación beneficio / costo del inversionista con financiamiento

Año	Ingresos	Inversión	Costos	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
0		-136.508			136.508
1	104.162		56.622	89.507	48.656
2	106.361		56.152	78.538	41.464
3	108.609		55.628	68.916	35.298
4	110.907		55.044	60.473	30.013
5	113.257		54.392	53.066	25.485
6	115.660		53.484	46.568	21.534
7	118.116		52.674	40.866	18.224
8	120.627		51.771	35.864	15.392
9	123.195		50.764	31.474	12.969
10	125.820		49.641	27.622	10.898
i=	16,37%		Total	532.895	396.442
				R B / C=	1,34

Fuente y elaboración: Autora.

La organización al financiarse con recursos propios por cada dólar que utiliza para brindar el servicio, tiene una ganancia de \$0,34 centavos.

5.3.2.1.4 Periodo de recuperación (PRI)

El periodo de recuperación es el tiempo estimado en el cual la organización recupera su inversión inicial. El periodo de recuperación del presente proyecto utilizando únicamente recursos propios es de 6 años 4 meses aproximadamente. La fórmula es la siguiente:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d} \quad [10]$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Tabla 73. Periodo de recuperación del inversionista

Años	Flujo de caja	Flujo actualizado	Flujo acumulado
0	-136.508		
1	35.430	30.446	30.446
2	36.730	27.122	57.567
3	37.244	23.632	81.200
4	39.371	21.467	102.667
5	39.069	18.306	120.972
6	41.196	16.587	137.559
7	43.351	14.999	152.558
8	44.712	13.293	165.851
9	45.275	11.567	177.418
10	74.688	16.397	193.815
FR	0,38		
PR	6,38		
P Recuperación: 6 años 4 meses			

Fuente y elaboración: Autora.

5.4 Análisis de sensibilidad

Según Nassir (2011), el análisis de sensibilidad permite identificar el nivel de sensibilidad cuando se efectúa variaciones en uno o más parámetros decisorios, además al visualizar qué variables tienen mayor efecto en el resultado frente a distintos grados de error en su estimación permite decidir acerca de la necesidad de realizar estudios más profundos de estas variables, para mejorar las estimaciones y reducir el grado de riesgo por error. (p. 282).

Para el presente análisis de sensibilidad se ha tomado en cuenta varios factores de suma importancia y que se encuentran estrechamente ligados al giro del negocio como son: la mano de obra, precio y nivel de ventas.

Además se debe considerar que al realizar el análisis de sensibilidad la organización puede establecer estrategias frente a factores que la vuelven vulnerable y de esta forma estar preparada a posibles cambios.

Las variables que se tomaron en cuenta para el análisis de sensibilidad fueron:

- ✓ Mano de obra
- ✓ Precio
- ✓ Nivel de ventas

A continuación se muestran los resultados obtenidos al incrementar y disminuir las variables antes mencionadas:

Tabla 74. Aumento en la mano de obra

Aumento de mano de obra (%)	VNA(\$)	TIR(%)	TMAR(%)	Relación B/C	Periodo de recuperación	Evaluación
Proyecto	57.306,72	26,06%	16,37%	1,34	6 años 4 meses	Rentable
5%	52.923,13	25,34%	16,37%	1,32	6 años 5 meses	No sensible
10%	48.540,45	24,61%	16,37%	1,3	6 años 6 meses	No sensible
15%	44.158,67	23,89%	16,37%	1,28	6 años 7 meses	No sensible
20%	39.777,80	23,16%	16,37%	1,26	6 años 8 meses	Poco sensible

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 75. Disminución del precio

Disminución en el precio	VNA(\$)	TIR(%)	TMAR(%)	Relación B/C	Periodo de recuperación	Evaluación
Proyecto	57.306,72	26,06%	16,37%	1,34	6 años 4 meses	Rentable
5%	40.589,42	23,32%	16,37%	1,28	6 años 8 meses	No sensible
10%	23.872,12	20,51%	16,37%	1,22	9 años	Sensible
15%	7.154,81	17,63%	16,37%	1,15	10 años 1 mes	Muy sensible
20%	(9.562,49)	14,66%	16,37%	1,09	10 años 6 meses	Muy sensible

Fuente y elaboración: Autora.

Tabla 76. Disminución en el nivel de ventas

Disminución en el nivel de ventas	VNA(\$)	TIR(%)	TMAR(%)	Relación B/C	Periodo de recuperación	Evaluación
Proyecto	57.306,72	26,06%	16,37%	1,34	6 años 4 meses	Rentable
5%	39.641,26	23,16%	16,37%	1,28	7 años 3 meses	Sensible
10%	21.975,80	20,19%	16,37%	1,21	9 años	Muy sensible
15%	4.310,34	17,13%	16,37%	1,14	10 años 1 mes	Muy sensible
20%	(13.355,12)	13,97%	16,37%	1,08	10 años 8 meses	Muy sensible

Fuente y elaboración: Autora.

Se observa que “Pintag Sport Center” en el flujo de caja del inversionista no es sensible si se aumenta el costo de la mano de obra, sin embargo al variar en un 20% es un poco sensible ya que incrementa un poco el tiempo de recuperación de la inversión, aunque se concluye que no es una variable de riesgo si ocurriese alguna variación inesperada.

Se considero además realizar una variación en el precio de entrada al centro recreacional y deportivo disminuyéndolo del 5 al 20%, los resultados indicaron que al

disminuir el precio en un 5% sigue siendo rentable o no sensible el proyecto, pero al variar en un 10% a pesar de tener un VAN positivo y una TIR atractiva el tiempo de recuperación de la inversión es muy elevado convirtiéndose el proyecto sensible, y al seguir disminuyendo más el precio no es rentable y es muy sensible, por lo que es de suma importancia no incrementar el precio de entrada de forma brusca ya que tiene repercusiones notorias al analizar la viabilidad del presente proyecto, una solución para ello sería realizar campañas de fidelización o a su vez descuentos a clientes redituables, además de realizar una mejora continua en el servicio ofertado, ya que de esta manera a pesar de que se realice un incremento en el precio seguirán los usuarios concurriendo al centro recreacional y deportivo.

Al realizar una disminución en el nivel de ventas es sensible al disminuir en un 5% y muy sensible si se disminuye mucho más por lo que esta variable es de gran interés y cuidado para el proyecto, se puede mitigar este riesgo si se incrementaría el arriendo al restaurante o a su vez acaparando más demanda.

CAPÍTULO 6.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Luego de haber realizado el estudio prefactibilidad para la creación de un centro recreativo y deportivo en la parroquia de Pintag, se concluye lo siguiente:

- ✓ Por medio de la investigación de mercado realizada en el presente proyecto se determinó que no hay una oferta representativa ni directa en lo referente al servicio que prestan los centros recreacionales y deportivos en la parroquia de Pintag, y se determinó que hay una demanda de 181.781 personas, considerando también algunas parroquias aledañas al lugar como son: Pifo, La Merced, Alangasí, Amaguaña, Conocoto, Tumbaco, Guangopolo y Sangolquí. Para lo cual “Pintag Sport Center” recibirá en el centro recreativo un total de 32.721 usuarios en su primer año de operaciones, con un promedio diario de 136 personas por día, cubriendo de esta forma un 18% de la demanda total.
- ✓ Además por medio de la investigación de mercado se pudo identificar características de los potenciales clientes y hábitos de consumo en lo que respecta al servicio que ofertan los centros recreativos y deportivos, los encuestados indicaron que les agradaría que haya canchas de fútbol, ecuabóley y una piscina, también que haya gran cantidad de espacios verdes, seguridad y un restaurante.

- ✓ Al encuestar acerca del nivel de ingresos la mayor parte de los encuestados indicaron que ganan \$318, sin embargo también se identificó que en su mayoría asisten en familia a los centros recreacionales y deportivos, por lo que el ingreso familiar sería de \$636. En lo referente al costo de entrada, los potenciales clientes indicaron que estarían dispuestos a pagar de \$1 a \$2 aproximadamente, el precio que se cobrará por el ingreso será de \$3 considerando que el centro recreacional cuenta con canchas deportivas equipadas y piscina.
- ✓ De acuerdo a la información que arrojó el estudio de mercado en lo que se refiere a la ubicación del centro recreacional y deportivo, la mayor parte de los encuestados manifestaron que el lugar apropiado es el centro de la parroquia por la cercanía a los usuarios y facilidad de acceso.
- ✓ Por medio del estudio técnico se estableció y cuantificó la mano de obra, insumos y materiales y equipo tecnológico, y en general de todos los recursos necesarios para la puesta en marcha.
- ✓ En la evaluación financiera del proyecto, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del inversionista fue de 26% y la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Retorno) de 16%, por lo tanto se acepta el proyecto en vista de que la TIR es mayor que la TMAR, además es importante considerar que el Valor Actual Neto que se obtuvo fue de \$57.307 que es mayor que cero y es otro factor que indica que es recomendable la puesta en marcha del presente proyecto.

- ✓ En lo referente al periodo de recuperación, el tiempo de recuperación de la inversión del inversionista es de 6 años 4 meses, por lo que se concluye que es un tiempo adecuado si se considera el monto de inversión inicial.
- ✓ El análisis de sensibilidad mostró que al aumentar la mano de obra sigue siendo rentable el proyecto, sin embargo al realizar una disminución en el precio de entrada para el centro recreacional el flujo del inversionista se torna sensible ya que aumenta el periodo de recuperación de la inversión, algo similar sucede si se disminuye el nivel de ventas de las empresa, por lo que es importante que no se den cambios inesperados en estas últimas dos variables.

6.2 Recomendaciones

- ✓ La empresa debe realizar campañas de publicidad para promocionar el centro recreacional y deportivo, por medio de la internet y hojas volantes para posicionarse en el mercado.
- ✓ Promocionar los beneficios para la comunidad que conlleva la existencia de este centro recreacional, como: mejora en la salud, calidad de vida, turismo y por ende nuevas fuentes de ingreso.
- ✓ Capacitar al personal en atención al cliente, para brindar un servicio de calidad y fidelizar a sus usuarios.
- ✓ Realizar campañas masivas que promuevan el buen uso y mantenimiento de las instalaciones por parte de los usuarios.

- ✓ Difundir la base filosófica de la compañía a sus colaboradores para que exista un compromiso hacia la organización, y se cumplan los objetivos empresariales, además de hacerles partícipes a los usuarios de ello.
- ✓ Realizar un crédito con la Corporación Financiera Nacional para financiar el 51% de la inversión (\$70.000) que se necesita para la puesta en marcha de la empresa, además al utilizar recursos de terceros se diversifica el riesgo de la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes documentales

1. Castillo, Carlos, *et all.* (2012). *Activos Intangibles*. México.
2. Baca, Gabriel. (2011). “Diseño y evaluación de proyectos”. Méexico..
3. Davidson, Sidney. & L. Weil, Roman. (1992). *Biblioteca MC Graw-Hill de Contabilidad*. Colombia, Santa Fé: McGraw Hill.
4. Fleitman, Jack, (2000). *Negocios Exitosos*, México: McGraw-Hill.
5. Hidalgo, X. “*Tesis la recreación un plan integral para el Salvador*”. Universidad Albert Einstein.
6. Kotler, P. & Lane Keller, K. (2006). *Dirección del Marketing*. México: Pearson Prentice Hall.
7. Kotler, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia análisis, planeación, implementación y control*. México: Prentice Hall.
8. Méndez, R. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos enfoque para emprendedores*. Colombia, Bogotá: Editorial Incontec Internacional.
9. Meneses, E. (2001). *Diseño y evaluación de proyectos*. Ecuador.
10. Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos identificación, formulación, evaluación financiera – económica, social, ambiental*. Colombia, Bogotá: MM editores.
11. Sapag, N. & Sapag, R. (2000). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: McGraw-Hill / Interamericana de Chile Ltda.

12. Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Chile: Editorial Pearson, Prentice Hall.
13. Van Horne, James. (1992). *Administración Financiera*. México. Prentice Hall Hispanoamérica.

Fuentes virtuales

1. Banco Central del Ecuador. (2013). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 16 de marzo de 2013 en <http://www.bce.fin.ec/>.
2. Bianco, A. (2012). *Seminario de salud, crecimiento y deporte*. Recuperado el 15 de diciembre de 2012 en <http://www.youtube.com/watch?v=TvhInYm-FJU>.
3. Bravo, D. (2010). *Universidad del Atlántico*. Recuperado el 15 de marzo de 2013 en <http://es.scribd.com/doc/73536566/EVALUACION-FINANCIERA-DE-UN-PROYECTO>.
4. “*Calidad de vida*”. Recuperado el 16 de enero de 2013, de <http://dificultplay.wordpress.com/significado/>.
5. “*Centros Recreativos*” (2012). Recuperado el 17 de enero de 2013 en <http://www.milenium3.com/recreativos-costa-rica.html..>
6. Chuletas, P. (2008). *Xuletas*. Recuperado el 20 marzo de 2013 en <http://www.xuletas.es/ficha/estudio-tecnico/>.
7. Deportes (2012). Recuperado el 15 de enero de 2013 en <http://www.dieta-salud.com/sitemap.html>.

8. Gómez, G. (2001). *Gestiópolis*. Recuperado el 5 de marzo de 2013 en <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no11/proforma.htm>.
9. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 25 de Enero de 2013 en <http://www.inec.gob.ec/home/>.
10. Pacheco, R.. (2013). *OLX Anuncio de venta de terrenos*. Recuperado el 10 de febrero de 2013 en <http://sangolqui.olx.com.ec/hermoso-terreno-en-pintag-iid-437722656>.
11. Palomba, R.(2012). “*Calidad de vida, conceptos y medidas*”. Recuperado el 16 de enero de 2013, en: http://www.eclac.org/celade/agenda/2/10592/envejecimientoRP1_ppt.pdf.
12. Rodríguez, J., Abad M., Giménez, F. *Efdeportes. Com. Recuperado el 10 de enero de 2013 en* [http://www.efdeportes.com/efmd138 /concepto-y-clasificaciones-del-deporte-actual.htm](http://www.efdeportes.com/efmd138/concepto-y-clasificaciones-del-deporte-actual.htm).
13. Thompson, I. (2006). *PromonegocioS.net*. Recuperado el 22 de Enero de 2013 en <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>.
14. Thompson, I., (2012). *Definición de Organigrama Estructural*. Recuperado el 25 de marzo de 2013 en <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>.