



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL
ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED
SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTÓN
RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA**

MAURICIO ALFONSO CHÁVEZ ESPINOSA

DIRECTOR: DR. HERNÁN NOVILLO U.

CODIRECTOR: ING. JOSÉ MORALES

SANGOLQUÍ, MARZO DEL 2008

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MAURICIO ALFONSO CHÁVEZ ESPINOSA

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada “ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTÓN RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA”, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Sangolquí, marzo del 2008

CHÁVEZ ESPINOSA MAURICIO ALFONSO

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

Dr. Hernán Novillo e Ing. José Morales

CERTIFICAN

Que la tesis titulada “ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTÓN RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA” realizada por el señor Mauricio Alfonso Chávez Espinosa ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compactos que contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a nombre del autor, Mauricio Alfonso Chávez Espinosa, para que se entregue al señor Ing. Guido Crespo, Coordinador de la carrera de Ingeniería Comercial.

Sangolquí, marzo del 2008

Dr. Hernán Novillo U.
DIRECTOR

Ing. José Morales
CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Mauricio Alfonso Chávez Espinosa, autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución, del trabajo "ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTÓN RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA", cuyo contenido, ideas, y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, marzo del 2008

Chávez Espinosa Mauricio Alfonso

DEDICATORIA

El pasado ayuda a estar conscientes de la realidad de hoy, y nos ayuda a prepararnos para el futuro. Todos los momentos en la vida son enseñanzas nuevas, y en ocasiones repetidas; sin embargo, de esas experiencias vivimos y depende solo de nosotros, de nuestra fortaleza, nuestros conocimientos saber asimilarlos para bien y mejorar cada día en nuestras vidas, tanto en lo profesional como en lo personal.

Quiero dedicar este trabajo a mis padres: Inés y Alfonso, a mis hermanas: Katty, Cristi, Ana Daniela, Mary, a mis cuñados y amigos Carlos y Guillo, porque con sus experiencias y sus consejos también he podido realizar esta tesis, y en general a todos mis amigos que compartieron el sacrificio y el esfuerzo de desarrollar una tesis de grado, por aportar con ideas para el éxito de la misma.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser nuestro Padre misericordioso, que nos ha hecho a imagen y semejanza suya, por haberme dado la fortaleza para luchar siempre en los momentos más tensos de mi vida, y por darme la sabiduría para buscar soluciones siempre.

A mi familia, por su apoyo incondicional y más aún desde que comencé mis estudios universitarios... gracias por enseñarme a actuar con responsabilidad y honestidad. Gracias por apoyarme cada día en todo aspecto y situación.

A Elizabeth González, porque me ha ayudado de manera incondicional, y he aprendido igualmente de sus conocimientos para poder elaborar este trabajo.

Gracias a mis maestros por sus enseñanzas, cumplen bien con su misión, y de seguro que juntos lograremos forjar nuevos horizontes para nuestro país.

“Si tu alma es de roble,
Podrás conquistar.

Sortear la tormenta,
Y llegar a triunfar”

“Lo que tenemos que aprender está siempre delante de nuestros ojos.
Basta con mirar alrededor con respeto y atención,
para descubrir a dónde desea llevarnos Dios,
y el paso más acertado que debemos dar después.
Dios no juega a los dados con el universo
Todo está interrelacionado y tiene un sentido”

Paulo Coelho

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y CODIRECTOR

RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	2
1.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO	2
1.2.1 Análisis Histórico.....	3
1.2.2 Análisis de la Situación Vigente del Mercado.....	4
1.2.3 Análisis de la Situación Proyectada.....	6
1.3 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	8
1.3.1 Características del Servicio	8
1.3.2 Clasificación por Uso / Efecto.....	9
1.3.3 Servicios Complementarios.....	10
1.3.4 Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial.....	11
1.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	12
1.4.1 Segmentación del Mercado.....	13
1.4.2 Tamaño del Universo.....	14
1.4.3 Prueba Piloto	15
1.4.4 Tamaño de la Muestra.....	17
1.4.5 Metodología de la Investigación.....	18
1.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	36
1.5.1 Factores que Afectan la Demanda.....	37
1.5.2 Comportamiento Histórico de la Demanda.....	40
1.5.3 Demanda Actual.....	41
1.5.4 Proyección de la Demanda.....	41
1.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	43
1.6.1 Factores que Afectan a la Oferta.....	43
1.6.2 Comportamiento Histórico de la Oferta.....	45
1.6.3 Oferta Actual	45
1.6.4 Proyección de la Oferta	46

1.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	47
1.8 ANÁLISIS DE PRECIOS EN EL MERCADO DEL SERVICIO.....	48
1.8.1 Comportamiento Histórico y Tendencia.....	48
1.8.2 Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios.....	49
1.9 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN.....	49
1.9.1 Estrategias del Servicio	49
1.9.2 Estrategias de Precios.....	49
1.9.3 Estrategias de plaza	50
1.9.4 Estrategias de promoción.....	50
1.10 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	51
1.10.1 Determinación de los Márgenes de Precios.....	51

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	53
2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto.....	53
2.1.1.1 El Mercado	53
2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros.....	54
2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra.....	56
2.1.1.4 Economías de Escala	57
2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología.....	57
2.1.1.6 Disponibilidad de Insumos.....	57
2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	59
2.2.1 Macro Localización.....	60
2.2.1.1 Justificación.....	60
2.2.2 Micro Localización.....	63
2.2.3 Matriz Locacional.....	66
2.2.3.1 Plano de Micro localización.....	67
2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	67
2.3.1 Proceso del Servicio	68
2.3.1.2 Requerimiento de Mano de Obra.....	71
2.3.1.3 Requerimiento para la Construcción de Canchas.....	73
2.3.1.4 Requerimiento de Maquinaria y Equipos	73
2.3.1.5 Requerimiento de Insumos y Materiales.....	74
2.3.1.6 Estimación de las Inversiones.....	74
2.3.2 Distribución de la Planta	75
2.3.3. Calendario de Ejecución del Proyecto.....	76
2.4 ASPECTOS AMBIENTALES.....	77
2.4.1 Legislación Vigente.....	77
2.4.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales.....	77

2.4.3	Medidas de Mitigación.....	77
CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN		
3.1.	LA EMPRESA.....	78
3.1.1	Nombre o razón social.....	78
3.1.2	Titularidad de la Empresa.....	78
3.1.3	Tipo de Empresa.....	80
3.2	BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA.....	81
3.2.1	Visión al 2013.....	81
3.2.2	Misión.....	81
3.2.3	Estrategia Empresarial.....	81
3.2.4	Objetivos Estratégicos.....	82
3.2.5	Principios y Valores	83
3.3.	LA ORGANIZACIÓN.....	85
3.3.1	Organigrama Estructural.....	85
3.3.2.1	Descripción de Funciones	85
CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO		
4.1	PRESUPUESTOS.....	88
4.1.1	Presupuesto de Inversión.....	88
4.1.1.1	Activos Fijos.....	88
4.1.1.2	Activos Intangibles.....	89
4.1.1.3	Capital de Trabajo.....	89
4.1.2	Presupuestos de Operación.....	90
4.1.2.1	Presupuesto de Ingresos.....	90
4.1.2.2	Presupuesto de Egresos.....	91
4.1.2.3	Estructura de Financiamiento.....	93
4.1.3	Punto de Equilibrio.....	93
4.2	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	95
4.2.1	Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).....	96
4.2.2	Flujos Netos de Fondos.....	99
4.2.2.1	Flujo de Fondos del Proyecto.....	99
4.2.2.2	Flujo de Fondos del Inversionista.....	100
4.3	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	100
4.3.1	Determinación de la Tasa de Descuento.....	101
4.3.1.1	Del Proyecto (Sin Financiamiento).....	101
4.3.1.2	Del Proyecto (Con Financiamiento).....	102
4.3.2	Criterios de Evaluación.....	102
4.3.2.1	Valor Actual Neto.....	102
4.3.2.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)	104
4.3.2.3	Período de Recuperación de la Inversión.....	105
4.3.2.4	Relación Beneficio / Costo.....	106
	Análisis de Sensibilidad.....	106

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
Conclusiones..... 107
Recomendaciones..... 109

REFERENCIAS DOCUMENTALES

ANEXOS

ÌNDICE DE CUADROS

CUADRO

1.1	MERCADO IDÓNEO PARA EL PROYECTO.....	2
1.2	COMPLEJOS DEPORTIVOS FILIALES DE LA LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE RUMIÑAHUI.....	6
1.3	CRECIMIENTO POBLACIONAL Y PEA DEL CANTON RUMIÑAHUI PROYECTADO AL 2013.....	7
1.4	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTÓN RUMIÑAHUI AÑO 2006.....	14
1.5	MATRIZ PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO.....	19
1.6	GÉNERO AL QUE PERTENECE.....	24
1.7	SECTOR DONDE VIVE.....	24
1.8	SECTOR DE TRABAJO o ESTUDIO.....	26
1.9	GUSTO POR JUGAR FÚTBOL.....	26
1.10	JUEGO DE FÚTBOL EN CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	28
1.11	FRECUENCIA DE JUEGO EN CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	28
1.12	HORARIO PREFERIDO PARA JUGAR FÚTBOL.....	28
1.13	CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO EN EL LUGAR DE VISITA.....	30
1.14	CONOCIMIENTO DE LOS USUARIOS SOBRE LOS SERVICIOS DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	32
1.15	DIFICULTAD PARA INCURRIR AL USO DEL SERVICIO.....	33
1.16	CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DEL PROYECTO.....	36
1.17	LUGARES COMUNES PARA JUGAR FÚTBOL.....	38
1.18	FRECUENCIA DE JUEGO DE FÚTBOL EN CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	39

1.19	PRECIO PAGADO POR EL SERVICIO DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	40
1.20	CRECIMIENTO DEL TOTAL POBLACIONAL Y PEA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI EN NÚMERO DE HABITANTES.....	40
1.21	ACEPTACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL PROYECTO EN NÚMERO DE PERSONAS Y PORCENTAJE	41
1.22	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA CANTÓN RUMIÑAHUI EN NÚMERO DE PERSONAS (2.14% ANUAL).....	42
1.23	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN NÚMERO DE PERSONAS Y FRECUENCIA DE USO PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.....	42
1.24	PREFERENCIA POR EL PRECIO A PAGAR POR EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO.....	44
1.25	EMPRESAS DE ALQUILER DE CANCHAS CON CÉSPED SINTÉTICO EN QUITO.....	46
1.26	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LA GAMBETA AL AÑO 2013.....	47
1.27	DEMANDA INSATISFECHA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.....	47
1.28	PRECIO DE MERCADO DEL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHAS DE CESPED SINTETICO EN QUITO.....	48
2.1	PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHADE LA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO.....	54
2.2	INSTITUCIONES FINANCIERAS QUE FUNCIONAN EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.....	55
2.3	EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE EQUIPOS TECNOLOGICOS.....	57
2.4	LISTADO DE INDUSTRIAS QUE OFRECEN INSUMOS PARA LA EMPRESA DE ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO.....	59
2.5	LÍMITES DEL CANTON RUMIÑAHUI.....	61

2.6	EVALUACIÓN DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE UBICACIÓN PARA LA EMPRESA DE ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO.....	66
2.7	PROCESO PARA EL ALQUILER DE CACHAS DE FUTOL CON CESPED SINTÉTICO.....	69
2.8	DISPONIBILIDAD DE PERSONAL DE LA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.....	71
2.9	REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	72
2.10	PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	72
2.11	REQUERIMIENTOS DE CONSTRUCCIÓN DE CANCHAS.....	73
2.12	REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	73
2.13	REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	74
2.14	INVERSIONES INICIALES Y SU FINANCIAMIENTO.....	74
2.15	CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	76
4.1	PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS.....	89
4.2	PRESUPUESTO DE ACTIVOS INTANGIBLES.....	89
4.3	COSTO DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	90
4.4	PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS.....	91
4.5	COSTOS TOTALES.....	92
4.6	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	93
4.7	CRÉDITO DIRECTO PARA EL DESARROLLO (PRIMER PISO).....	93
4.8	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	94
4.9	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	96

4.10	BALANCE GENERAL.....	97
4.11	ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS.....	98
4.12	FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO.....	99
4.13	FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA.....	100
4.14	CÁLCULO DE TMAR.....	102
4.15	CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO.....	103
4.16	CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA.....	103
4.17	CÁLCULO DEL TIR DEL INVERSIONISTA.....	104
4.18	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL INVERSIONISTA.....	105
4.19	ANÁLISIS BENEFICIO / COSTO.....	106
4.20	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - ESCENARIO ORIGINAL.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO

1.1	MAPA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI POR PARROQUIAS.....	13
1.2	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	17
1.3	GÉNERO AL QUE PERTENECE.....	24
1.4	OTRAS LOCALIDADES.....	25
1.5	OCUPACIÓN ACTUAL (Número de Personas).....	25
1.6	LUGARES DONDE SE JUEGA FÚTBOL.....	27
1.7	PRECIO QUE SE PAGA POR EL SERVICIO DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO.....	29
1.8	CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO EN EL LUGAR DE VISITA.....	30
1.9	CALIFICACIÓN POR PRECIO PAGADO.....	31
1.10	BENEFICIOS ADICIONALES POR USO DEL SERVICIO DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO.....	33
1.11	ACEPTACIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.....	34
1.12	PREFERENCIA DE HORARIO PARA JUGAR FÚTBOL DE LUNES A SÁBADO.....	35
1.13	PREFERENCIA POR EL PRECIO A PAGAR POR EL ALQUILER DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.....	35
1.16	CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA DE ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO.....	51
2.1	CÉSPED SINTETICO PARA CANCHAS DE FÚTBOL	58
2.2	MAPA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA POR CANTONES.....	59
2.3	DIFICULTAD PARA INCURRIR AL USO DEL SERVICIO.....	63
2.4	PLANO DE MICRO LOCALIZACIÓN.....	67
2.5	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	75
3.1	LOGOTIPO DE LA EMPRESA.....	78
4.1	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	95

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO

A	Reglamento Ambiental
B	Proforma de Construcción de Canchas
C	Proforma de Insumos
D	Proforma de Compra de Césped Sintético
E	Proforma de Equipo de Oficina
F	Anexo de Maquinaria
G	Requerimiento de Equipo de Oficina
H	Requerimiento de Muebles y Enseres
I	Inversiones Iniciales y su Financiamiento
J	Cálculo del Capital Operacional
K	Insumos y Materiales
L	Gastos Generales
M	Gastos Administrativos
N	Gastos de Ventas
O	Capital de Trabajo
P	Presupuesto de Ingresos
Q	Financiamiento
R	Gastos Financieros

OBJETIVO GENERAL:

Determinar las necesidades del mercado que me permitan ver la factibilidad de la creación de una Empresa para el alquiler de Canchas de Fútbol con Césped Sintético en el Valle de Los Chillos, cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, que promuevan a la sana recreación con la práctica de fútbol en un lugar moderno, diferente a los tradicionales, con servicios e infraestructura de calidad, que supere las expectativas de los clientes.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Estudiar e identificar la situación del mercado para identificar a la demanda insatisfecha, sus necesidades, y hábitos ante la creación de una empresa con fines deportivos.
- Determinar un estudio técnico que permita establecer las estrategias para el proceso de promoción y entrega del servicio, con la utilización y organización de los recursos.
- Conocer el poder adquisitivo con que cuenta el mercado meta al cual nos enfocamos.
- Establecer el direccionamiento estratégico de la Empresa para el Alquiler de Canchas de Fútbol con Césped Sintético para determinar la organización estructural y funcional que fomentarán al cumplimiento de la visión, misión, objetivos y metas de la empresa.
- Demostrar la factibilidad y rentabilidad del proyecto en base a los datos del estudio financiero.

RESUMEN EJECUTIVO

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO, EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTÓN RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA

Antecedentes

El Valle de los Chillos, es un sector importante de la ciudad de Quito que ha tenido un incremento habitacional y comercial en los últimos 5 años debido a la creación de Centros Comerciales de categorías media y alta, complejos habitacionales, creación de nuevas unidades educativas y por el desarrollo de los barrios pertenecientes al cantón Rumiñahui y los periféricos de Quito.

Sin embargo, al ser el crecimiento comercial, el más vistoso por los pobladores, es importante reconocer que las áreas verdes y espacios públicos han quedado atrás, haciendo a un lado los hábitos saludables y de sano entretenimiento, ya que los lugares donde se puede hacer deporte por lo general brindan su servicio en la mañana y en fines de semana, con costos elevados referentes a una sola actividad deportiva que en este caso es el fútbol, inclusive generando malestar en los usuarios por el estado físico en la canchas publicas, el problema del horario, y aun mas la distancia del Valle a la ciudad de Quito.

La práctica del fútbol en la semana y en horarios nocturnos es la nueva tendencia que tiene mucha acogida en la ciudad de Quito y aun más en el sector empresarial, que por sus labores y sus horarios no disponen de tiempo durante el día para poder ejercer actividades deportivas, por lo que eligen la recreación en la noche en canchas publicas o privadas que ofrecen este servicio.

Por todo lo expuesto, la propuesta que se plantea consiste en crear una empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los Chillos, el cual será el primer servicio de sano entretenimiento, servicio de calidad y diferenciado en instalaciones e infraestructura y que estará

disponible 6 días a la semana en horarios atractivos para todas las personas que buscan practicar este deporte después de sus actividades diarias, sin preocuparse de la seguridad, el tiempo y la distancia.

Estructura del Mercado

El alquiler de Canchas de Fútbol de Césped Sintético en el Valle de los Chillos, es un mercado monopólico, ya que en la zona escogida no existe competencia en este tipo de servicios, de manera que nuestra empresa determinará calidad, precio y servicio. Existe un conocimiento general y específico del tipo de mercado en este sector, el cuál se enfoca a satisfacer la demanda local.

Demanda Insatisfecha

A partir de la información recolectada sobre la demanda del y la oferta del servicio, el proyecto tiene una gran demanda insatisfecha que alcanza las 659.969 personas. Como es un gran mercado, el cual la empresa no alcanzaría a abastecer, se ha propuesto satisfacer al 5,45% de esta demanda.

Tamaño del Proyecto:

Para satisfacer el porcentaje del mercado indicado, el proyecto cubrirá a 35.968 personas para el primer año. Esta capacidad de entrega del servicio será incrementada en un 2,14% anual en los siguientes años de vida útil del proyecto.

Ubicación:

La ubicación del proyecto será factible en el cantón Rumiñahui, en el sector de Sangolquí, km 4 ½ vía a Amaguaña, en el sector de las Balbinas, ya que presenta las mejores condiciones en cuanto a los factores evaluados.

Clientes:

El servicio de la empresa está enfocado a satisfacer los requerimientos deportivos de sus clientes externos, que son Universidades, colegios, escuelas, empresas, y en general personas que se encuentran dentro de la PEA (Población Económicamente Activa) del cantón Rumiñahui.

Costo del Financiamiento o Inversión Total:

De acuerdo a la investigación realizada, se ha determinado que el proyecto requiere de una inversión total inicial de \$ 447,021.79, como se observa en el anexo I; la cual comprenderá fondos propios y capital de terceros.

Período de Recuperación de la Inversión:

Para el proyecto planteado, el período real de recuperación de la inversión es de 3,54 años; es decir que recuperaría la inversión en 3 años 6 meses aproximadamente.

Rentabilidad del Proyecto:

Se estima que el proyecto, comparado con una tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 11.82%, generará una máxima rentabilidad del 23.56% (TIR), y la utilidad neta inicial del proyecto sobre la inversión total alcanzará un beneficio de \$160.667 dólares.

Tiempo de Elaboración del Proyecto:

El presente documento, en el cual se mencionan todas las estimaciones realizadas en base a fuentes primarias y secundarias de información, cálculos y proyecciones, ha sido elaborado durante 6 meses.

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo General

- Que el Valle de Los Chillos y zonas aledañas cuenten con un centro de recreación que les permita practicar el fútbol 6 en un lugar moderno diferente a los tradicionales.

Objetivos Específicos:

- Identificar las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un servicio.
- Medir la participación del servicio en la satisfacción de la demanda insatisfecha.
- Brindar un servicio de calidad con eficiencia que permita practicar el deporte como es el fútbol y de esta forma fomentar a mantener la salud de los usuarios, contribuir a la sana diversión, y práctica de principios.
- Desarrollar el deseo de competencia de los jóvenes y usuarios en general que por falta de lugares aptos para el fútbol no lo pueden hacer.
- Fomentar al juego del fútbol por las noches y que sea la actividad más practicada por las personas que por motivos de tiempo no lo pueden hacer.
- Demostrar el apoyo a los niños y jóvenes a través de cursos y academias de fútbol con personal calificado para mejoren su capacidad de juego y desarrollen nuevas destrezas ya que la falta de motivación en otras escuelas no les permite.
- Elevar la práctica sana del deporte.
- Desarrollar campeonatos empresariales que fomenten a la participación de organizaciones y relacionarlas a través del deporte como un punto de futuros negocios.

1.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es el de conocer los gustos y preferencias de los usuarios del Valle de los Chillos respecto a la práctica del fútbol 6, y que determinarán la facilidad del proyecto a través de los datos recolectados.

1.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

“El mercado es el sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías o servicios, de acuerdo a distintos precios establecidos y al tipo de bien o servicio.”¹

El alquiler de Canchas de Fútbol de Césped Sintético en el Valle de los Chillos, es un mercado monopólico, ya que en la zona escogida no existe competencia en este tipo de servicios, de manera que nuestra empresa determinará calidad, precio y servicio. Existe un conocimiento general y específico del tipo de mercado en este sector, el cuál se enfoca a satisfacer la demanda local.

CUADRO No. 1.1
MERCADO IDÓNEO PARA EL PROYECTO

<i>ÁREA GEOGRÁFICA</i> <i>TIPO DE OFERTA</i>	LOCALES	REGIONALES	NACIONALES	MUNDIAL
	<i>Cuyo ámbito geográfico es restringido</i>	<i>Abarcan varias localidades integradas en una región económica o geográfica</i>	<i>Integran la totalidad de las operaciones comerciales internas que se realizan en un país</i>	<i>Conjunto de operaciones comerciales entre diferentes países.</i>
MERCANCÍAS <i>(bienes producidos para su venta)</i>	---	---	---	---
SERVICIOS <i>(Recreación, medios de transporte, etc.)</i>	\$	---	---	---

Elaborado por: Mauricio Chávez.

Fuente: “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Abraham Hernández.

¹ Hernández H. Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, 4ta. Edición.

1.2.1 Análisis Histórico

El fútbol es un deporte mundial que despierta grandes pasiones y muchos intereses, lleva al fanatismo de viejos y jóvenes, de hombres y mujeres, y que hace soñar a los niños con ser grandes figuras de este deporte como lo son sus estrellas favoritas. De igual manera la práctica del fútbol de salón, el fútbol 6, han tenido un fuerte crecimiento a nivel nacional en los últimos años, provincias como Guayas, Azuay, Pichincha han tomando como ejemplo lugares creados en otros países, como son Argentina, Panamá, Colombia, los mismos que se han convertido en sitios de frecuencia masiva por su acogida, seguridad y comodidades.

Históricamente las actividades relacionadas a la práctica del fútbol eran realizadas en canchas públicas, y en complejos recreacionales, así como en las calles se improvisaban unas pequeñas canchas de fútbol, y actualmente los niños usan sus mochilas para simulas arcos y poder jugar al fútbol.

En los últimos años, especialmente a finales de los años 90, con la tendencia de practicar el fútbol 6, cobran fuerza las ciudades de Quito y Guayaquil en la formación de empresas dedicadas al alquiler de canchas con césped natural y bajo normas técnicas de la FIFA para la práctica del fútbol sala.

En la ciudad de Quito, desde hace 5 años se han formado empresas con este tipo de entretenimiento; sin embargo éstas, valga la redundancia, están dentro de la ciudad lo que provoca que en los valles aledaños a la ciudad solo exista un complejo de estas características exactamente ubicado en Tumbaco, pero la necesidad de los moradores del Valle de los Chillos generaba la salida de usuarios al la ciudad para poder satisfacer sus gustos en cuanto a la práctica del deporte.

Este servicio se lo considera atractivo ya que fomenta la práctica de un deporte que es el número uno del mundo, y que sin duda viene a ser el favorito de todos los usuarios que están dispuestos a visitarnos, y más que nada un sitio único en el valle de los Chillos, ya que en el sector no hay ningún sitio que

ofrezca el servicio mencionado bajo los puntos como son horario, seguridad, y distancia.

Para ello es importante conocer las características del mercado al cual se desea ingresar, ya que en un sector como el escogido (Valle de los Chillos), se puede observar una tendencia de crecimiento comercial importante, y que sin duda representa un buen lugar para que se pueda invertir en este tipo de proyectos.

Por eso es que surge la necesidad de crear en el Valle de los Chillos un sitio cerrado, seguro, con infraestructura moderna, con comodidades para los usuarios así como para los espectadores, que permiten practicar este deporte que es de entretenimiento sano, donde se pueda reflejar la competitividad, el trabajo en equipo, y más que nada el juego limpio.

1.2.2 Análisis de la Situación Vigente del Mercado.

El Valle de los Chillos, es un sector importante para la ciudad de Quito que ha tenido un incremento habitacional y comercial en los últimos 5 años debido a la creación de Centros Comerciales de categorías media y alta, complejos habitacionales, creación de nuevas unidades educativas y por el desarrollo de los barrios pertenecientes al cantón Rumiñahui y los periféricos de Quito.

Sin embargo, al ser el crecimiento comercial, el más vistoso por los pobladores, es importante reconocer que las áreas verdes y espacios públicos han quedado atrás, haciendo a un lado los hábitos saludables y de sano entretenimiento, ya que los lugares donde se puede hacer deporte por lo general brindan su servicio en la mañana y en fines de semana, con costos elevados referentes a una sola actividad deportiva que en este caso es el fútbol, inclusive generando malestar en los usuarios por el estado físico en las canchas públicas, el problema del horario, y aun más la distancia del Valle a la ciudad de Quito.

Por todo lo expuesto, la propuesta que se plantea consiste en crear un complejo deportivo de canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los

Chillos, el cual será el primer servicio de sano entretenimiento, con precios bajos, servicio de calidad y diferenciado en instalaciones e infraestructura y que estará disponible 6 días a las semanas en horarios atractivos para todas las personas que buscan practicar este deporte después de sus actividades diarias, sin preocuparse de la seguridad, el tiempo y la distancia.

La práctica del fútbol en la semana y en horarios nocturnos es la nueva tendencia que tiene mucha acogida en la ciudad de Quito y aun más en el sector empresarial, que por sus labores y sus horarios no disponen de tiempo durante el día para poder ejercer actividades deportivas, por lo que eligen la recreación en la noche en canchas públicas o privadas que ofrecen este servicio.

Un complejo de canchas de fútbol que brinde seguridad dentro y fuera de las instalaciones, con comodidades y un ambiente acogedor beneficiará en primer lugar a la salud de los usuarios, a la economía del sector, ya que generará fuentes de empleo, mejorará la calidad de vida de los habitantes y con un servicio eficiente obtendremos un reconocimiento y prestigio local, y nacional.

En el Plan de Desarrollo del Cantón Rumiñahui, se indica que todo tipo de servicios relacionados con la práctica de deportes han experimentado un notado crecimiento y desarrollo en el Valle de los Chillos, los cual han dado lugar a la necesidad de ofertar servicios alquiler de canchas de fútbol con césped sintético, basados en satisfacer las necesidades de todas las personas cuyo horario cotidiano no les permite practicar fútbol entre semana, además que la inseguridad de jugar por las noches en canchas públicas, se convierte en un factor que frena a la demanda esperada.

En el cuadro No. 1.2 se presenta a las diferentes ligas barriales del Cantón Rumiñahui que intervienen en la práctica del fútbol.

CUADRO No. 1.2
COMPLEJOS DEPORTIVOS FILIALES DE LA
LIGA DEPORTIVA CANTONAL DE RUMIÑAHUI

No	NOMBRE DE LA LIGA BARRIAL	Ubicación	Área
1	Liga barrial San Nicolás	El Inca	13000m ²
2	Liga barrial Selva Alegre	Av. Juan de Salinas	14000m ²
3	Liga Barrial El Milagro	Jumando	12000m ²
4	Liga Barrial Fajardo	Puruhaes – Fajardo	10000m ²
5	Liga Barrial San Fernando	Río San Pedro	5400m ²
6	Liga Barrial Jatumpungo	Calle principal	10000m ²
7	Liga Barrial Inchalillo	Inés Gangotena	10000m ²
8	Liga Barrial Gatogcocha	Santiago Titusana	10000m ²
9	Liga Barrial San Pedro de Tabeada	Av. Mariana de Jesús	12000m ²
10	Liga Barrial Loreto	Calle Principal	25000m ²

Elaborado por: Mauricio Chávez

Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Rumiñahui/2002

El cuadro anterior indica el espacio físico que destina el Municipio de Rumiñahui para las diferentes parroquias del Cantón y sus 10 ligas barriales, las mismas que acogen a 40 clubes deportivos, pero no se encuentran dotadas con una buena infraestructura y esta situación impide la práctica deportiva amateur y no amateur en la zona, ocasionando que las personas busquen este tipo de equipamiento en Sangolquí para practicar el deporte y recreación.

Podemos concluir que la Liga Barrial de Loreto es la que tiene asignada mayor cantidad de terreno para la práctica del deporte, la liga barrial de Selva Alegre representa al segundo lugar con áreas grandes, lo cual puede ser una oportunidad para que las personas de estas localidades que son las más grandes puedan ser clientes potenciales de nuestro servicio.

1.2.3 Análisis de la Situación Proyectada

En el Valle de los Chillos, personas que son estudiantes y profesionales buscan lugares donde puedan practicar fútbol a cualquier hora del día, y sobre todo donde se garantice la satisfacción de la necesidad, así como su seguridad y bienestar.

Al ser una empresa que permitirá el alquiler de canchas de fútbol de césped sintético, única en el Valle de los Chillos, y al no existir empresas de servicios similares al que se ofrece, no se encuentran restricciones para participar en éste, de manera que la participación en el mercado será determinada por la calidad, precio y servicio que se ofrece al consumidor.

En el plan de Desarrollo Estratégico del Cantón, se menciona como recomendación la apertura de alianzas estratégicas con empresas privadas para el mantenimiento y promoción del deporte, de manera que este servicio se convertiría en el pionero de la empresa privada y a través de esta alianza, mas usuarios puedan acceder a este servicio.

Como se mencionó el Valle de los Chillos ha demostrado un gran crecimiento, y crear un lugar donde se fomente al cuidado de la salud y la práctica deportiva será un reto que romperá los esquemas de lo tradicional como son los spa, gimnasios, donde la diferencia radica en que el usuario hace uso de las instalaciones de forma individual, mientras que un complejo de canchas de fútbol con césped sintético puede disfrutar de su momento de recreación con sus amigos, compañeros de oficina, familiares, y otros.

**CUADRO No. 1.3
CRECIMIENTO POBLACIONAL Y PEA
DEL CANTON RUMIÑAHUI PROYECTADO AL 2013**

AÑO	POBLACIÓN TOTAL (2,14%)	TOTAL PEA (42,9 %)
2006	73240	31420
2007	74807	32092
2008	76408	32779
2009	78043	33481
2010	79713	34197
2011	81419	34929
2012	83162	35676
2013	84941	36440

Elaborado por: Mauricio Chávez

Fuente: Ficha Provincial, Honorable Consejo Provincial de Pichincha

El cuadro No. 1.3 representa al crecimiento poblacional del Cantón Rumiñahui a partir del último censo en el 2001, siendo el total 65882 habitantes, con una Población Económicamente Activa (PEA) que representa al 42.9%, y que hasta

el 2008 la tasa de crecimiento promedio es 2.14% anual según datos obtenidos del Plan Provincial del Honorable Consejo Provincial de Pichincha (HCPP), lo cual nos permite proyectar hasta el año 2013 con una población de 84941 habitantes y una PEA de 36440 habitantes.

1.3 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Existen varias clasificaciones sobre proyectos de inversión, según Abraham Hernández en su obra *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, el presente tema es un proyecto de naturaleza de servicios, de infraestructura social, recreativa.

1.3.1 Características del Servicio

- Alquiler de canchas por el tiempo de una hora para equipos de 6 jugadores.
- Césped sintético de color azul, con especificaciones técnicas aprobadas por la FIFA.
- El color del césped será de color azul.
- Área física: espacio físico con terreno de 2500 - 3000 m²
- Estacionamiento: se destinará un espacio de 1200 m²
- Instalaciones deportivas: contará con dos canchas sintéticas de 38mts. de largo por 20mts. de ancho. Los arcos son de 3mts. de ancho por 2mts. de alto, medidas que están calificadas según los parámetros de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado). El césped sintético estará elaborado en base de materiales artificiales, con una altura aproximada de 5cm imitando las cualidades y beneficios del césped natural.
- Tribunas: Nuestras tribunas contarán con asientos individuales, creados en filas de 5 personas, armado en dos plantas rodeando a ambas canchas para mayor comodidad de nuestros espectadores. La capacidad de estas permite la ubicación de 200 personas

- Camerinos: se crearán cuatro camerinos con sus respectivas instalaciones higiénicas, y cancelos por camerino para nuestros jugadores
- Cafetería / snack bar: se contará con este servicio.
- Enfermería: se considera este servicio por ser una actividad deportiva la que se ejerce.
- Teléfono y fax: se considera con este servicio.
- Personal Administrativo: se contará con el personal calificado y con trayectoria reconocida en esta actividad.
- Análisis del costo del servicio: debe ser accesible de tal manera que permita a los demandantes acceder a este tipo de entretenimiento y a su vez un precio competitivo y acorde a las ventajas que se brindará.
- Planeación de servicio: se considerará el número de jugadores por cancha tomando en cuenta el costo del servicio por tiempo de juego.

1.3.2 Clasificación por Uso / Efecto

El proyecto de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético pertenece a la clasificación de servicios:

Sector: Actividades de servicio

Subsector: Otros servicios

Los efectos o resultados que se pueden obtener implantando este servicio es el de cambiar la cultura de los clientes practicando este deporte en superficies sintéticas, en la noche fuera de tradicionales horarios, y que represente un beneficio saludable al usuario. En la actualidad, el fútbol es el rey de los deportes, de igual manera el tiempo hace que las personas dediquen pocas horas del día a practicar una disciplina deportiva, y buscan horas después del trabajo o al finalizar el día para acudir a gimnasios, y canchas publicas (exponiéndose al peligro).

“Este es un servicio que se adquieren por especialidad, ya que es un servicio con el cual el consumidor encuentra lo que satisface por lo tanto regresa al mismo sitio.”

1.3.3 Servicios Complementarios

“Los servicios complementarios y sustitutos son aquellos servicios que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero que se basan en una tecnología diferente, éstos limitan los rendimientos potenciales de un sector que dispone un tope sobre los precios. Se describe a continuación los factores:

- El Precio de los productos sustitutos es menor.
- Grandes recursos de capital del sector sustituto, las posibilidades de capital de los productos sustitutos son importantes, tanto en endeudamiento potencial como en flujo de caja, infraestructura adecuada, y financiamientos.
- Las funciones de uso del sustituto, cumplen plenamente lo que ofrece el servicio privado.
- Promoción, los servicios sustitutos no utilizan sistemas de comunicación similares a los servicios privados y tienen efectividad en llegar a los clientes.
- Tecnología de mejor desempeño, los servicios sustitutos tienen una tecnología superior y que ofrece más ventajas al usuario.
- Tendencia de crecimiento, la proyección de los servicios se encuentra en crecimiento y tiende a mejorar su desempeño y precio”.²

Los servicios complementarios son aquellos que complementan el servicio principal, entre otros se tiene:

- Seguridad.
- Parqueadero.
- Horario por las tardes y noches.
- Equipamiento (chalecos, balones, etc.)
- Tienda de implementos deportivos enfocados al fútbol.
- Alquiler de las instalaciones para diferentes eventos (inauguraciones deportivas, eventos sociales, etc.)

² Méndez A. Carlos; Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, Tercera Edición

1.3.4 Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial

Llegar a conocer los requisitos formales que permitirán el funcionamiento adecuado del proyecto, entre los requisitos que se debe cumplir están las regulaciones del Servicio de Rentas Internas, la normatividad del Municipio de Rumiñahui respecto al uso de suelo y control ambiental y sanitario, y los requisitos formales del Cuerpo de Bomberos.

Al ser una empresa que fomente comercio, estará obligada a la emisión de facturas a los usuarios y de igual manera sus obligaciones son la declaración de impuestos en caso de ser una empresa como persona jurídica o estará representada por una persona natural con RUC.

Obtención del RUC para Persona Jurídicas:

1. Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
2. Fotocopia del nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando así lo exija la Ley,
3. Fotocopia de la cédula de identidad y certificado de votación del Representante Legal
4. En caso de extranjeros :
 - Fotocopia y original de la cédula de identidad o pasaporte
 - Fotocopia y original del censo

“La inscripción deberá ser solicitada dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de la actividad económica, de lo contrario estará sujeto al pago de multas. En caso de existir la multa, esta deberá ser cancelada en el formulario 106.”³

³ www.sri.gov.ec

La normatividad sanitaria permite establecer los parámetros aceptados de higiene en las instalaciones de la empresa que prestará el servicio, de manera que los usuarios no puedan ser amenazados por motivos de insalubridad. Este requisito lo entrega la Dirección de Higiene Municipal del Cantón Rumiñahui.

El artículo 13 de la Ordenanza Municipal No. 30 para la Prevención y Control de la Contaminación por Desecho Industriales, Florícolas y de Servicios en el Cantón Rumiñahui expedida el 21 de febrero del 2003, en su primer literal menciona que “todo sujeto de control deberá obtener el certificado de Registro Ambiental que otorga la Autoridad Ambiental, como requisito indispensables para poder funcionar legalmente. El Certificado de Registro Ambiental, es una especie valorada que se obtiene al momento en que el establecimiento se registra ante dicha autoridad. Tendrá una vigencia de tres meses.”

Obtención de los Permisos Sanitarios:

Requisitos

- Presentar el Registro Único de Contribuyentes
- Exámenes de SIDA y Hepatitis tanto del dueño del local como de los empleados
- Hacer las solicitudes en los respectivos formularios previos al pago de los timbres.
- Mantener tanto el local como los materiales y equipos en perfecto estado de conservación e higiene.
- Se obtiene el permiso de funcionamiento con el que se puede operar legalmente.

1.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Gabriel Baca Urbina define al mercado como el sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías o servicios, de manera que la información recolectada a través de encuestas nos servirá para tomar la decisión final de invertir o no.

1.4.1 Segmentación del Mercado

“Segmentar es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable”.⁴

Se considerará como mercado meta, a todo grupo de personas: estudiantes (niños y jóvenes), ejecutivos y gente adulta.

Género: Masculino y femenino.

Edad: Personas de edades comprendidas entre 5 y 50 años

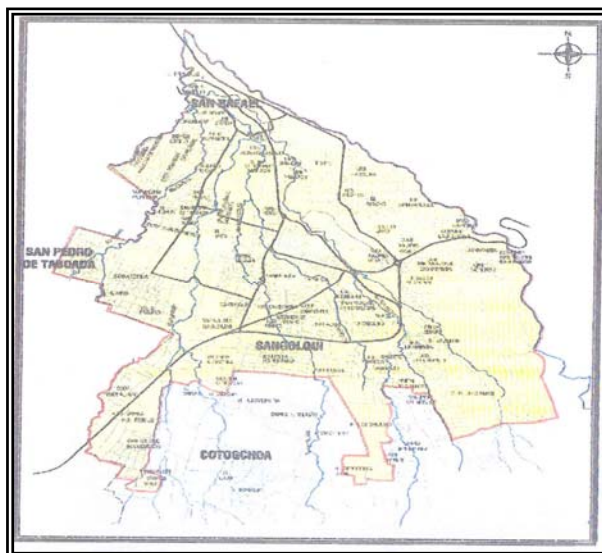
Preferencias: Personas que gusten del fútbol

Clase socio-económico: Clase media alta – alta

Ubicación geográfica: El servicio de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético va dirigido a los habitantes del Valle de los Chillos, Cantón de Rumiñahui.

Este sector está dividido en Parroquias que se detallan a continuación: Sangolquí, Cotogchoa, y Rumipamba.

GRÁFICO No. 1.1
MAPA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI POR PARROQUIAS



Fuente: www.municipioderumiñahui.gov.ec

⁴ Hernández H. Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Cuarta edición, Thompson Learning Editores

CUADRO No. 1.4
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO
EN EL VALLE DE LOS CHILLOS, CANTÓN RUMIÑAHUI AÑO 2006

VARIABLE	CLASIFICACIÓN GENERAL	DEMANDA
Geografía Región	Provincia de Pichincha Cantón Rumiñahui.	31420 habitantes PEA
Demografía Género Edad Nivel de ingresos	Masculino - Femenino 5 – 50 años 400 USD en adelante	M 51.09% - F 48.91% 31420 habitantes 18929 habitantes
Psicografía Clase Social	Media Alta	60% del total de los habitantes
Rama de Actividad	Profesionales, técnicos Transportistas Trabajadores no clasificados	10.52% 27.40% 10.31%

Elaborado: Mauricio Chávez

Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Rumiñahui
<http://www.municipioderumiñahui.gov.ec/censos>

1.4.2 Tamaño del Universo

Los posibles demandantes del proyecto se encuentran en el cantón Rumiñahui y se ha tomado en cuenta la PEA, debido a que esta población reúne las características del cliente meta.

Se ha tomado datos del Plan de Desarrollo Provincial del Honorable Consejo Provincial de Pichincha para analizar la cantidad de la Población Económicamente Activa, cabe señalar que la población total del cantón Rumiñahui es de aproximadamente 73240 habitantes en el año 2006, y la PEA representa el 42.9% del total; es decir la PEA representa a 31420 personas.

Por lo tanto se decidió tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- ❖ El número de habitantes del sector de influencia del proyecto (Cantón Rumiñahui).
- ❖ El número de la población económicamente activa en el cantón Rumiñahui que son los clientes meta para el proyecto.

- ❖ La edad de 5 años en adelante según la rama de actividad que se encuentra en otras actividades.

1.4.3 Prueba Piloto

La finalidad de prueba piloto es conocer el nivel de aceptación (p) o en nivel de rechazo (q) que tendrá la creación de una empresa de alquiler de canchas de fútbol sintética en el Valle de los Chillos, y determinar el número de encuestas a elaborar; se realizaron 20 encuestas piloto aleatoriamente, mediante 4 preguntas.

ENCUESTA

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de los consumidores respecto a la práctica del deporte.

1. Le gusta jugar fútbol?

SI ()

NO ()

2. Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en el Valle de los Chillos?

SI ()

NO ()

Porque no? _____

3. Con qué frecuencia práctica el fútbol?

() A diario

() Una vez por semana

() Una vez por mes

() Dos veces por mes

4. Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente?

Escuelas / Colegios ()

Universidad ()

Canchas públicas ()

Otros ()

Cuál?: _____

El resultado de las 20 encuestas aplicadas presenta la siguiente información:

ENCUESTA PILOTO

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de los consumidores respecto a la práctica del deporte.

1. Le gusta jugar fútbol?

SI (18)

90%

NO (2)

10%

2. Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en el Valle de los Chillos?

SI (14)

NO (4)

3. Con qué frecuencia práctica el fútbol?

(5) A diario

(4) Una vez por semana

(2) Una vez por mes

(3) Dos veces por mes

4. Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente?

Escuelas / Colegios (5)

Universidad (3)

Canchas públicas (4)

Otros (2)

En los resultados, respecto al nivel de aceptación y rechazo de implantar este tipo de servicio, considerando que al 90% de los encuestados les gusta jugar fútbol, y mediante la pregunta filtro (pregunta No. 2), se obtuvo que un 78% de las personas les gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en el Valle de los Chillos, demostrando en los siguientes datos:

Preguntas Filtro

$$20 - 100\%$$

$$18 - x$$

$$x = 90\%$$

$$18 - 100 \%$$

$$14 - x$$

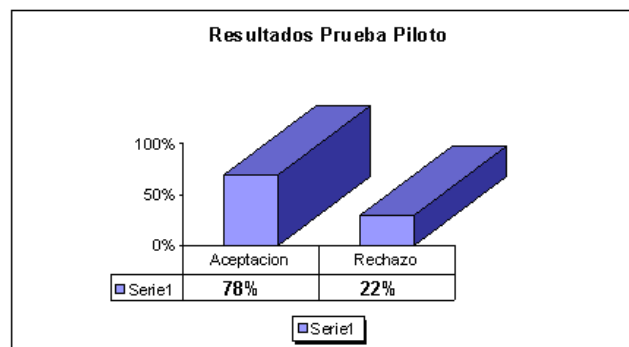
$$x = 78 \%$$

Para obtener la aceptación (p) se obtuvo de la siguiente manera

$$p = 14/18 = 0.78$$

$$q = 4/18 = 0.22$$

GRÁFICO No. 1.2
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: Mauricio Chávez

1.4.4 Tamaño de la Muestra

“La muestra es un grupo considerable de personas que reúne las características principales o claves del grupo objeto.”⁵

El tamaño de la muestra, permite saber el número de personas idóneas que cumplan las características señaladas según las variables que nos interesan para pedir información, analizarla y permitan el desarrollo de la investigación.

El tamaño de la muestra será determinado mediante la fórmula, la misma que se aplica cuando la población es menor a 100,000 habitantes. La fórmula es la siguiente:

⁵ Méndez A. Carlos E., Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, 3ra Edición.

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

N = universo 31.420 habitantes

q = grado de no aceptación: 22%

p = grado de aceptación 78%

e = error máximo admisible 5%

Z = grado de confiabilidad o número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza (para una confianza de 95% o un $\alpha = 0,05$, $Z=1,96$)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.78 * 0.22 * 31420}{0.05^2 * (31420 - 1) + 1.96^2 * 0.78 * 0.22}$$

n = 261 encuestas

1.4.5 Metodología de la Investigación

Método se refiere a los procedimientos que se puede seguir con el propósito de llegar a demostrar el objetivo de la investigación.

- a) *Levantamiento de la Información:* La técnica que se va utilizar para la investigación de mercados es la investigación descriptiva, dentro de esta se eligió la observación de campo, debido a que con ella se puede obtener información directa; es decir de la encuesta se obtendrán fuentes primarias, para este método se diseña un cuestionario con preguntas que examinan a una muestra con el fin de inferir conclusiones sobre la población.

CUADRO No. 1.5
MATRIZ PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA
A POTENCIALES CLIENTES DE LA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED
SINTÉTICO

Objetivo: Determinar la demanda y preferencia de canchas de césped sintético para jugar fútbol en el Valle de los Chillos.

Objetivos Específicos	Variable Genérica	Variable Específica	Tipo de Dato	Escala	Pregunta
Definir las características de los potenciales clientes del servicio.	Características	<ul style="list-style-type: none"> • Género • Zona de residencia • Ocupación actual • Sector de trabajo o estudios • Gusto por el fútbol 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario • Primario • Primario • Primario • Primario 	<ul style="list-style-type: none"> • Nominal • Razón • Nominal • Nominal • Nominal 	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccione el género al que pertenece (Preg.1) • Indique el sector donde vive (Preg.2) • Señale su ocupación actual (Preg.3) • Sector donde trabaja o estudia (Preg.4) • Le gusta jugar fútbol? (Preg.5)
Determinar las preferencias habituales del cliente a la hora de jugar fútbol	Preferencias habituales	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar donde juega fútbol comúnmente • Horario habitual de uso/consumo • Percepción del servicio recibido • Motivación para la preferencia del servicio habitual • Limitaciones al uso 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario • Primario • Primario Primario Primario 	<ul style="list-style-type: none"> • Razón • Razón • Nominal Razón Razón 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente? (Preg.6) • En qué horario normalmente juega fútbol? (Preg.9) • Cómo califica usted al servicio recibido en el lugar que visita? (Preg.11) • Qué beneficio adicional recibe por usar este servicio? (Preg.14) • Qué dificultad encuentra usted para incurrir al uso de este servicio? (P.15)
Estimar la demanda y preferencia de los clientes en cuanto al servicio que se ofrece	Demanda y preferencia hacia el servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia por el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario • Primario 	<ul style="list-style-type: none"> • Nominal • Nominal 	<ul style="list-style-type: none"> • Ha jugado fútbol en canchas de césped sintético? (Preg.7) • Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en el Valle de los Chillos? (Preg.16)

Objetivos Específicos	Variable Genérica	Variable Específica	Tipo de Dato	Escala	Pregunta
Estimar la frecuencia de uso o consumo respecto al servicio que se ofrece	Frecuencia de uso/consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Número de veces de uso de canchas con césped sintético • Horario de preferencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario • Primario 	<ul style="list-style-type: none"> • Nominal • Razón 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuántas veces juega en canchas de fútbol con césped sintético? (Preg.8) • En qué horario de lunes a sábado, le gustaría a usted jugar fútbol en canchas de césped sintético? (Preg.17)
Estimar el precio que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar por el servicio	Precios y percepción del precio pagado y por pagar	<ul style="list-style-type: none"> • Precio pagado por el servicio de la competencia • Percepción del precio pagado • Precio a pagar por el servicio que se ofrece 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario • Primario • Primario 	<ul style="list-style-type: none"> • Razón • Nominal • Razón 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuál es el precio que usted paga por este servicio? (Preg.10) • Usted considera al precio pagado como: alto, medio, bajo? (Preg.12) • Cuál es el precio que preferiría pagar por hacer uso de este servicio de canchas de fútbol de césped sintético? (Preg.18)
Determinar los medios de publicidad y propaganda apropiados para dar a conocer el servicio que se ofrece	Medio de información	<ul style="list-style-type: none"> • Medio de publicidad y propaganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Primario 	<ul style="list-style-type: none"> • Razón 	<ul style="list-style-type: none"> • A través de qué medio conoció usted de estos servicios? (Preg.13)

Elaborado por: Mauricio Chávez

ENCUESTA

La presente encuesta tiene el objetivo de conocer los gustos y preferencias de los consumidores respecto a la práctica del fútbol y la frecuencia de uso de las instalaciones deportivas. Agradecemos por su valiosa ayuda.

1. Seleccione el género al que pertenece.

FEMENINO () MASCULINO ()

2. Indique el sector donde vive.

QUITO ()
SANGOLQUI ()
SAN RAFAEL ()
SAN PEDRO DE TABOADA ()
OTRA LOCALIDAD ()
(Indique) _____

3. Señale su ocupación actual.

Empleado Público ()
Empleado Privado ()
Estudiante ()
Trabajo Independiente ()

4. El sector donde trabaja o estudia se encuentra en:

Quito () Valle de los Chillos ()

5. Le gusta jugar fútbol?

SI () NO ()

Si la respuesta es afirmativa continúe con las siguientes preguntas.

6. Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente?

ESCUELAS / COLEGIOS ()
UNIVERSIDAD ()
CANCHAS PUBLICAS ()
OTROS (Indique) _____

7. Ha jugado fútbol en canchas de césped sintético?

SI () NO ()

8. Cuántas veces juega en canchas de fútbol con césped sintético?

UNA VEZ A LA SEMANA ()
UNA VEZ AL MES ()
DOS VECES AL MES ()

9. En que horario normalmente juega fútbol?

MAÑANA ()
TARDE ()
NOCHE ()
FIN DE SEMANA ()

10. Cuál es el precio que usted paga por este servicio?

- \$ 8 a \$10 ()
\$ 10 a \$ 12 ()
Más de \$ 12 ()

11. Cómo califica usted al servicio recibido en el lugar que visita?

- EXCELENTE ()
MUY BUENO ()
BUENO ()
REGULAR ()
MALO ()

12. Usted considera al precio pagado como :

- ALTO ()
MEDIO ()
BAJO ()

13. A través de que medio conoció usted de estos servicios?

- AMIGOS ()
FAMILIARES ()
PRENSA ()
INTERNET ()
OTROS (indique) _____

14. Qué beneficio adicional recibe por usar este servicio?

15. Qué dificultad encuentra usted para incurrir al uso de este servicio?

- TIEMPO (distancia) ()
MOVILIZACIÓN (transporte) ()

16. Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en el Valle de los Chillos?

- SI () NO ()

17. En que horario de lunes a sábado, le gustaría a usted jugar fútbol en canchas de césped sintético?

- MAÑANA ()
TARDE ()
NOCHE ()

18. Cuál es el precio que preferiría pagar por hacer uso de este servicio de canchas de fútbol de césped sintético?

- \$ 8 a \$ 10 ()
\$10 a \$ 12 ()
Más de \$12 ()

La encuesta formulada se aplicará en el Valle de los Chillos, específicamente en los sectores comprendidos del Triángulo, Playa Chica, La Colina, Sangolquí, Escuela Politécnica del Ejército, y Conocoto; ya que son los lugares donde mayor movimiento de personas se encuentra.

b) *Procesamiento de datos*: Para procesar la información recolectada se utilizará los programas Excel y SPSS.

Para la presente investigación se considera de la encuesta planteada las siguientes variables:

- *Variables Genéricas*: características, gustos y preferencias hacia el servicio, precios y presupuesto, frecuencia de uso.
- *Variables Específicas*: género, tiempo destinado, lugar de uso del servicio, presupuesto o valor a pagar, frecuencia de uso, ocupación actual.

c) *Análisis de los resultados*: De similar manera los cuadros de salida, explicación y análisis de resultados obtenidos se los representará mediante:

- Columnas
- Líneas
- Barras
- Circular
- Anillos

Carlos Méndez en su obra *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación* recomienda que dependiendo de la información obtenida se debe utilizar un gráfico en especial.

Determinación de los Resultados de la Encuesta

Pregunta 1:

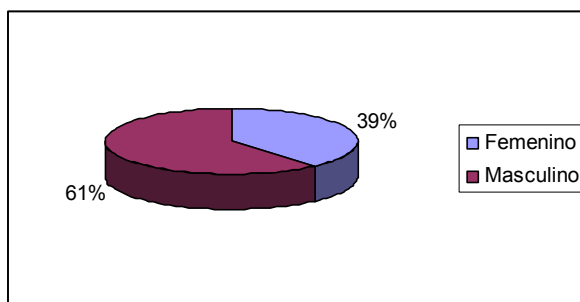
CUADRO No. 1.6
GÉNERO AL QUE PERTENECE

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
Femenino	101	38,7
Masculino	160	61,3
Total	261	100,0

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: De la encuesta realizada se determina que el 61,3% de los encuestados pertenecen al género masculino, mientras que el 38,7% restante corresponden al género femenino.

GRÁFICO No. 1.3
GÉNERO AL QUE PERTENECE



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

Pregunta 2:

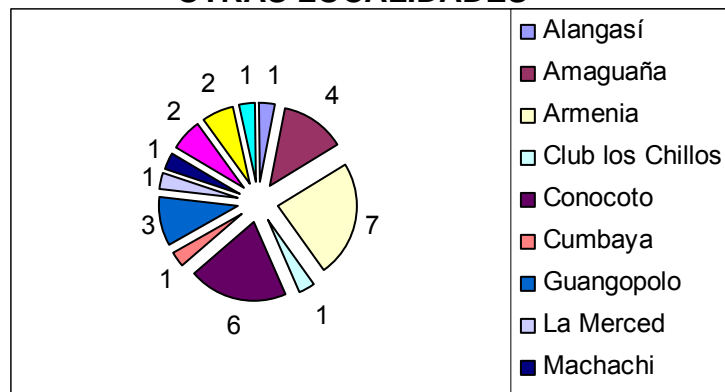
CUADRO No. 1.7
SECTOR DONDE VIVE

SECTOR	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
QUITO	39	14,9
SANGOLQUI	100	38,3
SAN RAFAEL	82	31,4
SAN PEDRO DE TABOADA	10	3,8
OTRA LOCALIDAD	30	11,5
Total	261	100,0

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: En la segunda pregunta se pudo determinar que la mayoría de los encuestados, es decir 192 personas habitan en el Valle de los Chillos comparado con 39 personas que habitan en Quito y con 30 personas que habitan en otras localidades fuera de las planteadas, representando al 11,5% del total; y que sin embargo como se demuestra en el Gráfico No.5 pertenecen a zonas consideradas en el Valle de los Chillos en su mayoría.

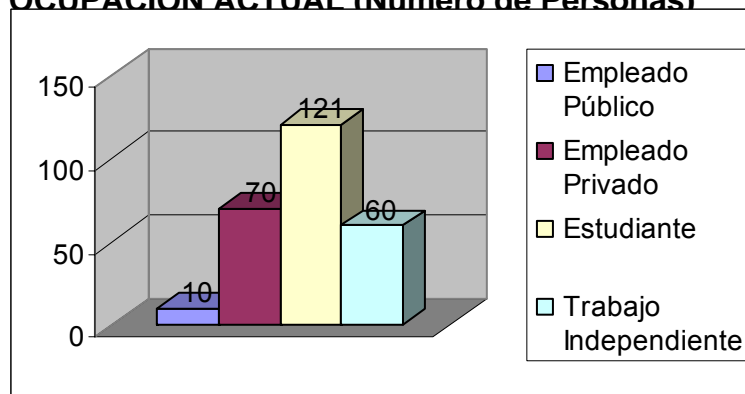
**GRÁFICO No. 1.4
OTRAS LOCALIDADES**



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

Pregunta No. 3

**GRÁFICO No. 1.5
OCUPACIÓN ACTUAL (Número de Personas)**



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: Por medio de esta pregunta se ha determinado que el 46,4% de los encuestados son estudiantes, seguido por un 26,8% que corresponden a empleados privados, 23% son personas que trabajan independientemente, y un 10% pertenecen a empresas del sector público.

Pregunta No. 4

CUADRO No.1.8
SECTOR DE TRABAJO o ESTUDIO

	No. PERSONAS	PORCENTAJE E %
Quito	78	29,9
Valle de los Chillos	183	70,1
Total	261	100,0

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: Esta pregunta nos permitió conocer que el 29.9% de los encuestados trabajan o estudian en Quito; es decir 78 personas, y 70.1% de las personas trabajan o estudian en el Valle de los Chillos, correspondiendo esta respuesta a 183 encuestados.

CONCLUSIÓN: Las preguntas 2, 3 y 4 están directamente relacionadas ya que más del 73.5% de los encuestados que viven en el Valle de los Chillos son estudiantes y empleados privados que trabajan y estudian en su mayoría en el mismo sector, por lo tanto existe una oportunidad de atraer a personas que viven en Quito o en otros sectores para que puedan conocer y disfrutar de los servicios del alquiler de canchas de fútbol con césped sintético, y al ser una empresa monopólica se podrá conocer con el resto de las preguntas de la encuesta y sobretodo de la pregunta clave, el número real de demandantes para determinar las estrategias del servicio propuesto.

Pregunta No. 5:

CUADRO No. 1.9
GUSTO POR JUGAR FÚTBOL

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	248	95,0
NO	13	5,0
Total	261	100,0

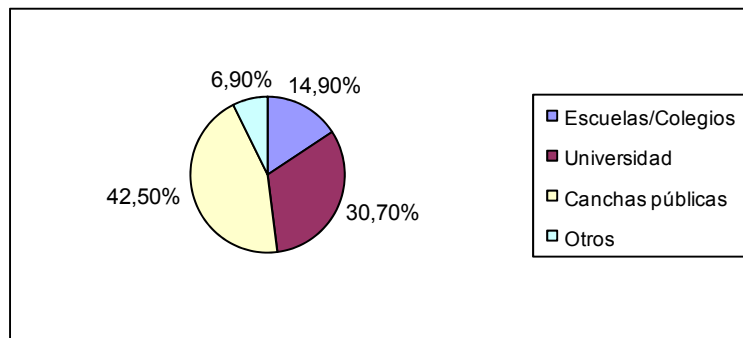
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: Respecto a los gustos y preferencias de los consumidores, con esta pregunta se ha determinado que 248 personas encuestadas si les gusta jugar fútbol, mientras que a 13 personas no les gusta practicar este deporte.

CONCLUSIÓN: El alquiler de canchas de fútbol con césped sintético tiene la oportunidad de contar con un alto grado de aceptación de los encuestados, ya que se tiene que al 95% de los mismos si les gusta jugar fútbol.

Pregunta No. 6:

GRÁFICO No. 1.6
LUGARES DONDE SE JUEGA FÚTBOL



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: El gráfico anterior indica que el 42.50% de los encuestados, es decir 111 personas suelen practicar fútbol comúnmente en canchas públicas; mientras que un 30.70% de los encuestados practican en universidades, un 14.90% juegan fútbol en escuelas o colegios, y finalmente el 6.90% juegan fútbol en otros lugares como son complejos deportivos, ligas barriales, canchas de césped artificial, o casas de amigos.

CONCLUSIÓN: La mayoría de los usuarios que les gusta jugar fútbol practican este deporte en canchas públicas, o en canchas de las diversidades; es decir al analizar la pregunta 5 con la presente se concluye que existe un importante grado de oportunidad de que estas personas puedan hacer uso frecuente y regular del servicio de alquiler de canchas con césped sintético, lo cual permitirá en lo posterior desarrollar estrategias para promocionar al servicio mencionado.

Pregunta No. 7:

**CUADRO No. 1.10
JUEGO DE FÚTBOL EN CANCHAS
DE CÉSPED SINTÉTICO**

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	196	75,1
NO	52	19,9
Total	248	95,0

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: Las encuestas reflejan que el 75.10 % de las personas consultadas si han jugado en canchas de fútbol con césped sintético, mientras que un 19.9% no ha jugado fútbol en este tipo de canchas.

Pregunta No. 8:

**CUADRO No. 1.11
FRECUENCIA DE JUEGO EN CANCHAS
DE CÉSPED SINTÉTICO**

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
Valid UNA VEZ A LA SEMANA	85	32,6
UNA VEZ AL MES	100	38,3
DOS VECES AL MES	11	4,2
Total	196	75,1

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: El 38.3% de las personas si juegan fútbol en canchas con césped sintético, por lo menos una vez al mes, sin embargo un alto porcentaje 32.6% acude una vez por semana, y el 4.2% acude a este tipo de servicio por lo menos dos veces al mes.

Pregunta No. 9:

**CUADRO No. 1.12
HORARIO PREFERIDO PARA JUGAR FÚTBOL**

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
Mañana	29	11,1
Tarde	94	36,0
Noche	43	16,5
Fin de semana	30	11,5
Total	196	75,1

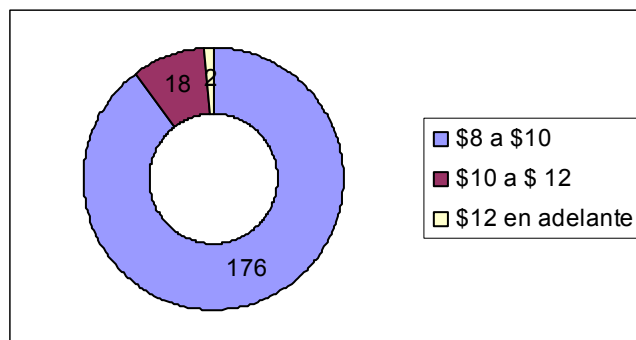
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: Por medio de la formulación de esta pregunta, se obtiene que un 36% de los encuestados prefieren jugar en las tardes; 43 personas que representan el 16.5% juegan fútbol preferentemente por las noches, 11.5% prefieren jugar los fines de semana y el 11.1% juega fútbol por las mañanas.

CONCLUSIÓN: Con los datos obtenidos de las preguntas No. 7, 8, y 9 se llega a concluir que 196 personas que han jugado en canchas de fútbol con césped sintético, visitan este tipo de canchas por lo menos una vez al mes en horarios diurnos; y complementando con el análisis de la pregunta No. 3 tenemos que un alto número de los estudiantes practican fútbol en canchas de césped sintético por los menos una vez al mes y en la tarde, de manera que la presente conclusión nos permitirá desarrollar estrategias respecto a la promoción y a la plaza para entregar el servicio de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético al posible mercado meta que encontramos en los estudiantes y profesionales considerando las preferencias en los horarios.

Pregunta No. 10:

GRÁFICO No. 1.7
PRECIO QUE SE PAGA POR EL SERVICIO DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: El precio que los usuarios cancelan por el alquiler de las canchas de fútbol sintético en la ciudad de Quito tiene una preferencia de precio entre \$8 a \$10 con 176 personas, mientras que 18 personas pagan por usar este servicio entre \$10 a \$12 dólares, y 2 personas respondieron que pagan por su servicio más de \$12 dólares.

Pregunta No. 11:

**CUADRO No. 1.13
CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO
EN EL LUGAR DE VISITA**

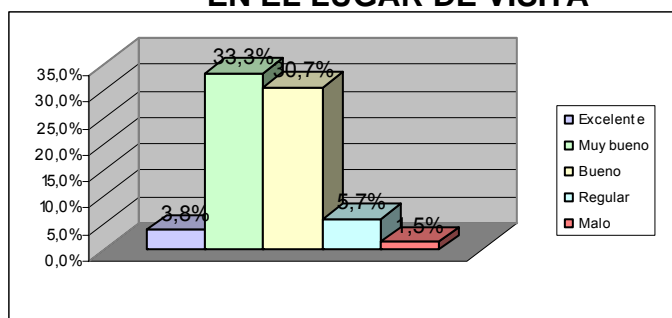
	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
Excelente	10	3,8
Muy bueno	87	33,3
Bueno	80	30,7
Regular	15	5,7
Malo	4	1,5
Total	196	75,1

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: La pregunta formulada indica el nivel de aceptación del servicio entregado a los usuarios, de manera que el 3.8% de las personas que respondieron que si a la pregunta No. 7 califican al lugar que frecuentan como excelente, 33.3% de los encuestados califican como muy bueno, seguido de 80 personas que representan al 30.7% y que califican como bueno al servicio recibido, el 5.7% respondió que el servicio recibido no ha sido ni bueno ni malo, mientras que el 1.5% califica como malo al servicio que recibieron de los lugares de visita para jugar fútbol.

**GRÁFICO No. 1.8
CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO
EN EL LUGAR DE VISITA**



Fuente: Investigación Directa

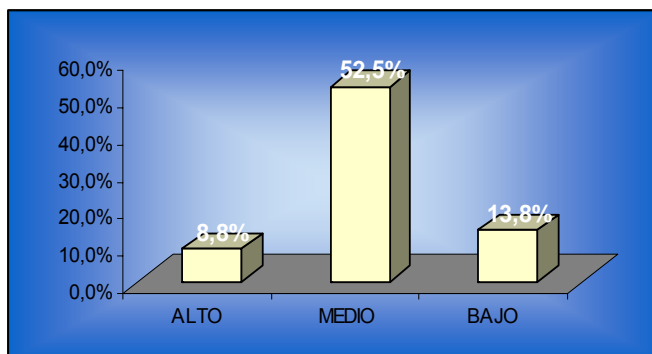
Elaborado por: Mauricio Chávez

El gráfico No. 1.8 nos permitirá parametrizar el nivel del servicio que ofrecerá la empresa que alquilará canchas de fútbol con césped sintético considerando las deficiencias de las empresas de Quito que ofrecen este servicio así como sus

ventajas ya que el 3.8% de los encuestados responden como excelente al servicio que reciben cuando frecuentan los lugares o el lugar para jugar fútbol.

Pregunta No. 12:

**GRÁFICO No. 1.9
CALIFICACIÓN POR PRECIO PAGADO**



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: El gráfico No. 1.9 representa la opinión de los encuestados respecto al precio pagado por el servicio que reciben en las canchas de fútbol de césped sintético que frecuentan, y se obtiene los siguientes resultados: un 52.5% de las personas consideran como un precio de nivel medio, mientras que el 8.8% considera que es un precio alto, y el 13.8% de los encuestados considera al precio como bajo.

CONCLUSIÓN: A través de los análisis de las preguntas No. 10, 11, y 12 se puede observar que el precio el cuál las personas pagan es entre \$8 y \$10 dólares, esto se deduce por el porcentaje representado por el 67.4% en la pregunta 10, de los cuáles se puede decir que consideran en su mayoría al servicio como muy bueno en un promedio del 33% (pregunta No. 11), y el mismo servicio se ve reflejado en la calificación del precio por el que pagan cuya y se considera por la mayoría de los encuestados como un valor medio (pregunta No.12). Estos cuadros servirán en la creación de estrategias para deducir precios del servicio ofertado como los beneficios y valor agregado que demuestren al usuario que el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los Chillos será una inversión y no un gasto.

Pregunta No. 13:

**CUADRO No. 1.14
CONOCIMIENTO DE LOS USUARIOS SOBRE LOS
SERVICIOS DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO**

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
Amigos	59	22,6
Familiares	30	11,5
Prensa	70	26,8
Internet	23	8,8
Otros	14	5,4
Total	196	75,1

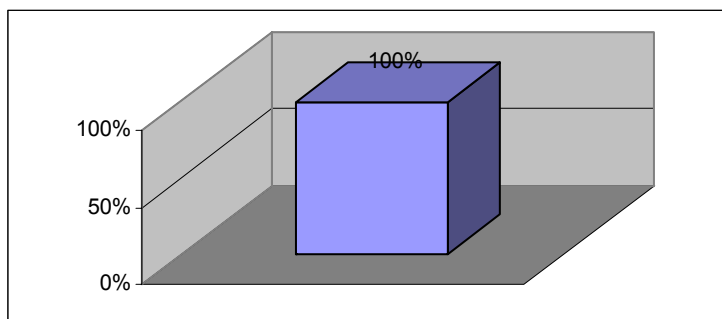
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: El cuadro No. 1.14 indica que el 26% de los encuestados conocieron sobre estos servicios a través de la prensa, un 22.6% conocieron de los servicios a través de amigos, de similar forma el 8.8% conocen los servicios de canchas de césped sintético por Internet, mientras que un 5.4% de las personas conocieron los servicios mencionados por medio de otros como por ejemplo radio, flyers, banners, etc.

CONCLUSIÓN: Esta pregunta es importante para el desarrollo de las estrategias basadas en la publicidad y promoción del servicio de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en el Valle de los Chillos, de esta manera el mercado meta puede incrementar de forma considerable, situación que se demuestra en la pregunta No. 7 ya que existe un 24.9% de personas que están consideradas dentro de la muestra que no han jugado nunca en canchas de fútbol con césped sintético, sea por desconocimiento u otros factores que pueden asociarse con el precio, distancia, inclusive beneficios como se indicará en preguntas posteriores.

Pregunta No. 14:

**GRÁFICO No. 1.10
BENEFICIOS ADICIONALES POR USO
DEL SERVICIO DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO**



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: El 100% de los encuestados respondieron que no reciben ningún tipo de beneficio adicional por el uso de las canchas de césped sintético que frecuentan.

CONCLUSIÓN: La pregunta planteada permitirá desarrollar un plan de beneficios adicionales para los usuarios, estrategias que se determinarán para crear fidelidad de los clientes hacia la empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los Chillos.

Pregunta No. 15:

**CUADRO No. 1.15
DIFICULTAD PARA INCURRIR
AL USO DEL SERVICIO**

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
Tiempo	118	45,2
Movilización	78	29,9
Total	196	75,1
Total	261	100,0

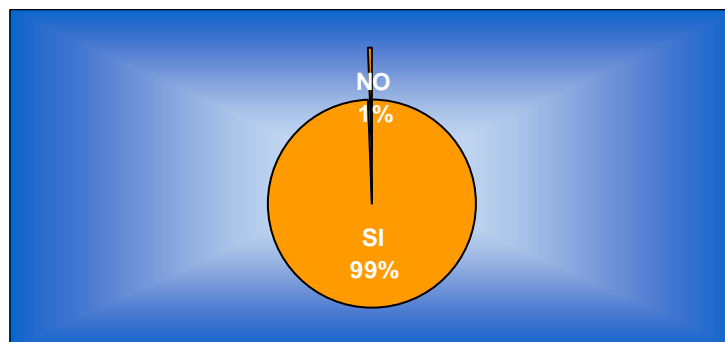
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: A esta pregunta, el 45.2% de los encuestados que respondieron la pregunta No. 7 como positiva indican que el tiempo (incluyendo distancia), es la principal dificultad para jugar fútbol en canchas de césped sintético; mientras que el 29.9% respondieron que la movilización (incluyendo al transporte) es lo que provoca dificultad para acceder al servicio mencionado.

CONCLUSIÓN: De acuerdo con las preguntas No. 2, 4, 7, 8, 9 y 15 se puede concluir que son personas que habitan o trabajan en el Valle de los Chillos en su mayoría las que encuentran dificultad para recurrir al uso de estos servicios como se respalda en el análisis de la pregunta No. 14, de manera que el horario escogido para emigrar del Valle de los Chillos a la ciudad de Quito hace que la preferencia de estas personas afectadas por la distancia sean las tardes y en parte las noches, con una visita a las instalaciones de una vez al mes por lo menos, según datos obtenidos en la pregunta No.8.

Pregunta No. 16:

GRÁFICO No. 1.11
ACEPTACIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO
EN EL VALLE DE LOS CHILLOS



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mauricio Chávez

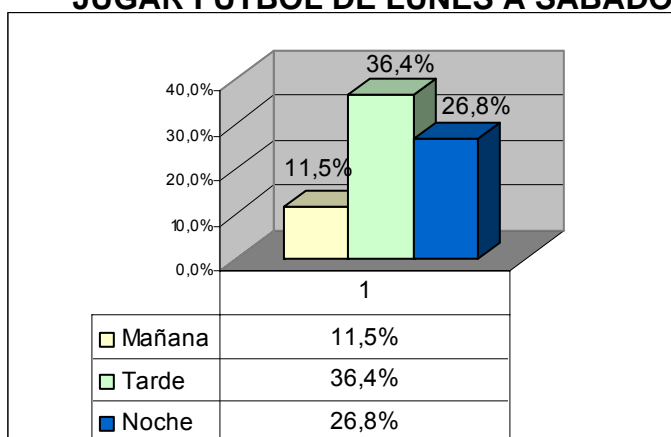
ANÁLISIS: El gráfico No. 1.11 representa la mayoritaria aceptación y preferencia de los encuestados para la creación de un lugar exclusivo y diferente de sana distracción, especial para jugar fútbol en el Valle de los Chillos. Según la propuesta planteada se obtiene que 195 personas responden afirmativamente, mientras que 1 persona responde que no.

CONCLUSIÓN: Las desventajas notadas en la pregunta No. 14 y 15, más las respuestas y análisis desarrollados en las preguntas anteriores demuestran la preferencia de los potenciales demandantes del Valle de los Chillos para que se cree una empresa que ofrezca los servicios de alquiler de canchas de fútbol

con césped sintético cumpliendo las expectativas propuestas en la pregunta analizada.

Pregunta No. 17:

**GRÁFICO No. 1.12
PREFERENCIA DE HORARIO PARA
JUGAR FÚTBOL DE LUNES A SÁBADO**



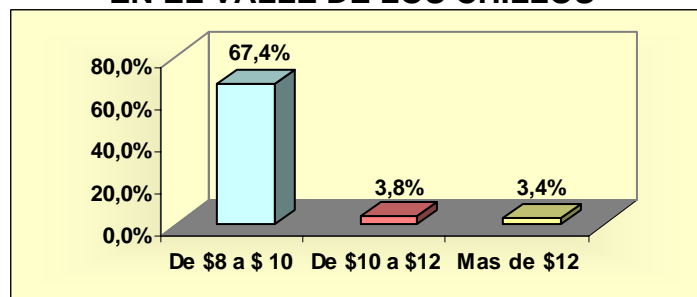
Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: Con los datos obtenidos en la formulación sobre la preferencia de los encuestados para jugar fútbol en canchas de césped sintético en el Valle de los Chillos se tiene que la mayoría de las personas, que respondieron SI en la pregunta No. 7, y que representan el 36.4% preferirían jugar en las tardes de lunes a sábado, mientras que el 26.8% jugarían las noches en los días señalados, y el 11.5% jugarían fútbol en las mañanas.

Pregunta No. 18:

**GRÁFICO No. 1.13
PREFERENCIA POR EL PRECIO A PAGAR
POR EL ALQUILER DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO
EN EL VALLE DE LOS CHILLOS**



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mauricio Chávez

ANÁLISIS: A través de la pregunta formulada se puede observar que el 67.4% de los encuestados prefieren pagar un valor entre \$8 y \$10 dólares, sin embargo el 3.4% de las personas encuestadas estarían dispuestas a cancelar más de \$12 dólares por el alquiler de las canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los Chillos. Cabe indicar que apenas una diferencia de 0.4% separa los encuestados que preferirían pagar entre \$10 y \$12 dólares.

CONCLUSIÓN: Se puede comparar los datos obtenidos de la pregunta No. 10 con los de la pregunta No. 18, y nos damos cuenta que a pesar de la reducción en los limitantes expuestos en la pregunta No. 15, las personas consideran preferente pagar un precio promedio de entre \$8 y \$10 dólares, lo que permitirá desarrollar una estrategia que pueda incluir el beneficio de recibir un servicio de calidad y diferente al ofrecido en la ciudad de Quito manteniendo los precios referentes del mercado.

1.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“La demanda deberá entenderse como la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población. La necesidad que se pretende identificar aquella que se deriva de compradores con poder suficiente para adquirir un determinado producto o servicio que satisfaga dicha necesidad.”⁶

**CUADRO No.1.16
CARACTERÍSTICAS DE LA
DEMANDA DEL PROYECTO**

INSATISFECHA	X	Quando lo ofrecido no avanza a cubrir los requerimientos del mercado
DEMANDA CONTÍNUA	X	Es la que permanece durante largos períodos, normalmente en crecimiento mientras crezca la población
BIENES NO NECESARIOS	X	También llamados bienes suntuarios, cuya compra se realiza con el fin de satisfacer un gusto y no una necesidad

Fuente: Evaluación de Proyectos, Baca U. Gabriel

Elaborado por: Mauricio Chávez

El servicio de alquiler de canchas de fútbol sintético se encuentra dentro de la clasificación de bienes innecesarios ya que es un servicio suntuario; y según su

⁶ Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Nacional Financiera de México

temporalidad, puesto que es una demanda continua “que es la que permanece durante largos períodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población”⁷

1.5.1 Factores que Afectan la Demanda

El principal objeto que se persigue con el análisis de la demanda es determinar cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al servicio.

Los factores que mayormente afectan a la demanda y deben analizarse son:

- Tamaño y crecimiento de la población
- Hábitos de consumo.
- Gustos y preferencias.
- Nivel de consumo en función del precio.
- Frecuencia de uso del servicio.
- Calidad de servicio entregado.

a. Tamaño y Crecimiento de la Población:

Es un factor principal que afecta la demanda ya que si existe un crecimiento de la población se incrementa las necesidades de esta y existirá demanda, caso contrario nadie solicitará ni requerirá del mismo, y no tendría ningún objeto la creación de la empresa de servicios de alquiler de canchas de fútbol sintético.

El tamaño y crecimiento de la población que está enfocada la empresa de servicios de alquiler de canchas de fútbol sintético se encuentra en el Cantón Rumiñahui y con datos del Honorable Consejo Provincial de Pichincha (HCPP), dicho crecimiento está dado por un promedio del 2.14% anual, y la Población Económicamente Activa (PEA) está representada por el 42.9% del total de la población.

⁷ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A., México, Cuarta Edición

Para el año 2006 el total de la población del Cantón Rumiñahui fue de 73.240 habitantes y la PEA correspondiente para el año 2006 fue de 31.420 personas.

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DE SANGOLQUÍ

b. Hábitos de Consumo

Los hábitos de consumo de una población son el reflejo de las características de los consumidores asociados a su nivel de ingreso, es decir, las personas de altos ingresos tienen hábitos de consumo diferentes a los de ingresos bajos.

La demanda para la empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los Chillos cumple con las características del cuadro No. 1.15, ya que el mercado al cual se dirige el proyecto no cuenta con un servicio como el que se ofrece, por ende la demanda busca satisfacer sus gustos y necesidades en canchas públicas, escuelas o colegios, universidad o complejos deportivos tal cual se obtuvo la información de la encuesta en la pregunta No. 6 como se demuestra a continuación.

CUADRO No. 1.17
LUGARES COMUNES PARA JUGAR FÚTBOL

	Frequency	Percent
Escuelas/Colegios	39	14,9
Universidad	80	30,7
Canchas públicas	111	42,5
Otros	18	6,9
Total	248	95,0

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mauricio Chávez

c. Gustos y Preferencias

En este tipo de negocio lo que cuenta mucho es la opinión, gustos y preferencias de cada uno de los clientes, ya que en la actualidad siempre buscan la comodidad y el poder utilizar ese tiempo en otro tipo de actividades como el pasar con su familia haciendo deporte y recreación. Es por esto la creación de dar el servicio de alquiler de canchas de fútbol sintético en el Valle de los Chillos tiene el objetivo de motivar a los usuarios a ocupar el tiempo en el ámbito deportivo y de sana recreación.

En la encuesta realizada podemos identificar dentro de los gustos y preferencias, que el 38.3 % de los encuestados juegan fútbol en canchas de césped artificial por lo menos una vez al mes, así como la preferencia de jugar en las tardes indica que el 36% de las personas prefieren ese horario, seguido del horario de la noche que corresponde al 16.5%.

**CUADRO No. 1.18
FRECUENCIA DE JUEGO DE FÚTBOL
EN CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO**

	Frequency	Percent
UNA VEZ A LA SEMANA	85	32,6
UNA VEZ AL MES	100	38,3
DOS VECES AL MES	11	4,2
Total	196	75,1

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mauricio Chávez

d. Niveles de Precio e Ingresos.

Precio

Según Abraham Hernández, en su libro Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, el precio es otro factor importante debido a que este se encuentra determinado por las fuerzas de oferta y demanda. Es decir que para poder competir y atraer mayor demanda tiene que ver mucho el precio al que se oferte el servicio.

A más del precio también tiene que ver la calidad porque se debe ofrecer un buen servicio para poder imponer un precio que permita ver a los demandantes como una inversión más no como un gasto. En las preguntas No. 10, 11 y 12 se puede observar las interpretaciones de los clientes relacionados al precio versus servicio, y la calificación al mismo.

La mayoría de las personas encuestadas, 67.4%, tienen la preferencia por pagar entre \$8 y \$10 dólares, mientras que el servicio recibido tiene una calificación de muy bueno para el 33.3% de las personas, y el 52.5% considera dicha cantidad de pago como un valor medio.

**CUADRO No. 1.19
PRECIO PAGADO POR EL SERVICIO DE
CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO**

	Frequency	Percent
\$8 a \$10	176	67,4
\$10 a \$ 12	18	6,9
\$12 en adelante	2	,8
Total	196	75,1

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mauricio Chávez

1.5.2 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

En cuanto al servicio de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en Rumiñahui, no existen datos históricos referentes a este servicio ya que no existe un lugar que proporcione este servicio, existen canchas de fútbol públicas que no están constituidas como empresa pero que son una competencia para la empresa de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético. La fuente de información en cuanto a deporte y recreación en el cantón Rumiñahui son datos que nos ayudan a ver el comportamiento histórico en el área de deporte y recreación, los mismos que se han obtenido del Plan de Desarrollo del Cantón Rumiñahui y del Plan Estratégico Provincial del Honorable Consejo Provincial de Pichincha con datos proyectados del crecimiento poblacional a partir del censo del año 2001.

**CUADRO No. 1.20
CRECIMIENTO DEL TOTAL POBLACIONAL Y PEA
DEL CANTÓN RUMIÑAHUI EN NÚMERO DE HABITANTES**

AÑO	TOTAL POBLACION (2,14%)	TOTAL PEA (42,9%)
2001	65.882	28.263
2002	67.292	28.868
2003	68.732	29.486
2004	70.203	30.117
2005	71.705	30.761
2006	73.240	31.420

Fuente: Plan de Desarrollo Provincial, Honorable Consejo Provincial de Pichincha

Elaborado por: Mauricio Chávez

A partir del último censo poblacional, la tasa de crecimiento del cantón Rumiñahui ha sido en promedio del 2.14% anual, mientras que la PEA del cantón representa al 42.9% del total de la población.

1.5.3 Demanda Actual

CUADRO No. 1.21
ACEPTACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL PROYECTO
EN NÚMERO DE PERSONAS Y PORCENTAJE

	No. PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	195	74,7
NO	1	,4
Total	196	75,1

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

La demanda actual del proyecto, según los datos obtenidos en la encuesta en la pregunta No. 5 nos reflejan que a 245 personas si les gusta el fútbol. Es decir, el 95% de los encuestados juegan fútbol y únicamente un 5% no lo hace.

La PEA del cantón Rumiñahui fue en el año 2006 de 31.420 habitantes, de manera que el 95% de la PEA (pregunta No. 5) representan a 29.849 es decir, son el número de personas que les gusta jugar fútbol, y con el porcentaje de aceptación de la pregunta No.16 se tiene que al 99% de los encuestados será la demanda actual, es decir 29.551 personas para el año 2007.

1.5.4 Proyección de la Demanda

Una vez que se obtiene la demanda actual se procede a determinar una proyección de 5 años, a fin de conocer el número de demandantes futuros a lo largo del servicio de la empresa.

Para nuestro caso se ha tomado como demanda actual a 29.551 personas pertenecientes a la PEA del Cantón Rumiñahui.

**CUADRO No. 1.22
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA CANTÓN RUMIÑAHUI
EN NÚMERO DE PERSONAS (2.14% ANUAL)**

AÑO	POBLACIÓN
2007	29.551
2008	30.183
2009	30.829
2010	31.489
2011	32.163
2012	32.851
2013	33.554

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

Para la proyección se determinó la tasa de crecimiento de la PEA que es del 2.14% anual, y PEA del año 2007 corresponde a 29.551 personas. La pregunta No. 8 estableció la frecuencia de los usuarios de acuerdo al número de veces que juegan fútbol en canchas de césped sintético; de manera que con la proyección de la PEA para el año 2008 se determinará la demanda total proyectada tal como se indica en el cuadro siguiente:

**CUADRO No. 1.23
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN NÚMERO DE PERSONAS Y
FRECUENCIA DE USO PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL
CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS**

FRECUENCIA	AÑO					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
UNA VEZ A LA SEMANA (32,60%)	221.943	226.693	231.544	236.499	241.560	246.730
UNA VEZ AL MES (38,3%)	260.749	266.330	272.029	277.850	283.796	289.870
DOS VECES AL MES (4,20%)	28.594	29.206	29.831	30.469	31.121	31.787
TOTAL	680.808	695.377	710.258	725.458	740.983	756.840

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

Una vez que se obtiene la proyección de la PEA al año 2008 se determina con el porcentaje del número de veces que los usuarios juegan fútbol en canchas de césped sintético en cada una de las alternativas propuestas, de manera que

la demanda potencial para el año mencionado será de 680.808 personas, cabe mencionar que la empresa está dentro de un mercado monopólico.

1.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesta a poner a disposición del mercado a un precio determinado”⁸

Clasificación

Según el número de oferentes la oferta se clasifica en tres tipos:

- Oferta Competitiva o de Mercado libre
- Oferta Oligopólica
- Oferta Monopólico

La oferta del servicio de alquiler de canchas de fútbol pertenece a la oferta monopólica, ya que en el mercado escogido, que es el Valle de los Chillos no existen competidores que ofrezcan el servicio de canchas de fútbol con césped sintético.

1.6.1 Factores que Afectan a la Oferta

La oferta se ve afectada por algunos factores como los siguientes:

a. Número de Oferentes

Este factor es un determinante dentro de la oferta puesto que dependerá del número de oferentes que exista en el mercado para determinar nuestra participación en el mercado. Para nuestro caso no existe competencia directa de empresas dedicadas a brindar este servicio.

b. Incursión de Nuevos Competidores

La creación del alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en el cantón Rumiñahui no tiene competidores, sin embargo se puede considerar como una

⁸ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A., México, Cuarta Edición.

amenaza la entrada de empresas que ofertan este servicio en la ciudad de Quito.

c. Capacidad de Inversión Fija

“La capacidad instalada determina el tamaño de la empresa, e influye sobre la oferta ya que, si una empresa tiene una capacidad instalada pequeña se le hará difícil competir en el mercado, pero si una empresa tiene una capacidad instalada lo suficientemente grande, podrá competir. Por lo tanto la capacidad instalada influye directamente sobre la oferta.”⁹

Gabriel Baca Urbina menciona que la capacidad instalada de una empresa también dependerá de la demanda existente ya que si no existe demanda no sirve y no es rentable para la empresa tener una capacidad amplia.

d. Precio de los Servicios Relacionados

La interacción entre oferta y demanda permite la diversidad de servicios y de diferente calidad y precio, por lo tanto la calidad es un factor importante, ya que el consumidor prefiere servicios de precios bajos y de buena calidad, lo que provoca que una empresa siempre debe estar pendiente de ofrecer servicios de alta calidad y a precios accesibles al usuario.

En las preguntas No. 10 y 18 se enfoca la investigación a los precios, de manera que se detalla a continuación los cuadros con las respuestas de los encuestados.

CUADRO No. 1.24
PREFERENCIA POR EL PRECIO A PAGAR POR EL
ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO

	No. PERSONAS	PORCENTAJE
De \$8 a \$ 10	176	67,4
De \$10 a \$12	10	3,8
Mas de \$12	9	3,4
Total	195	74,7

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

En el cuadro anterior se observa que la preferencia de los encuestados sobre el precio a pagar por el alquiler de las canchas de fútbol de césped sintético en

⁹ HERNANDEZ Abraham, Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión, 4ta Edición

el Valle de los Chillos oscila entre los \$8 y \$10 dólares, sin embargo al ser un mercado monopólico puede existir una variación en la fijación del precio, ya que el 3% promedio de los encuestados estarían dispuestos a pagar más de \$10 dólares por el servicio.

1.6.2 Comportamiento Histórico de la Oferta

Como se menciona más adelante, el Valle de los Chillos no cuenta con empresas que brinden este tipo de servicios, sin embargo las empresas cuyos datos se obtuvieron y se detallan a continuación son empresas que funcionan en la ciudad de Quito, y que por estar en la misma rama empresarial, se las considera como posibles competidores, ya que al tener metas de alcance de nuevos mercados, estas empresas podrían considerar el posicionamiento en el Valle de los Chillos en el futuro.

Oferta Actual

El tipo de oferta en la que incurre la empresa es monopólica, ya que en el Valle de los Chillos, será la única empresa que entregue este tipo de servicio, y que por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen en el mercado. Según la información recabada por encuestas realizadas y el análisis del mercado potencial, en el Valle de los Chillos no existen empresas competidoras directas; sin embargo las empresas que existen con este servicio se encuentran en la ciudad de Quito.

La Bombonerita y La Gambeta son dos de ellas. La primera está ubicada al norte de Quito y fue la primera en ser construida con piso sintético en la capital. Se inauguró en 2003 con una inversión de \$600 mil. “Al lugar acuden diariamente familiares, compañeros y amigos desde las 16:00 hasta las 01:00 a disfrutar de los partidos de fútbol que se efectúan en diferentes torneos. El costo de la inscripción por equipo es de \$350; esto incluye acceso a los camerinos, parqueadero, vocalía, arbitraje y marcador electrónico para cada

partido. Cada año recibe a 800 equipos que participan en distintos torneos: empresariales, abiertos, universitarios y colegiales.

La Bombonerita genera dos tipos de ingresos, el primero por el alquiler de la cancha, cuyo costo es de \$90 la hora. Por 3 000 horas que anualmente se alquilan perciben alrededor de \$270 mil, señaló Estuardo Granja, Director General de la Bombonerita. El segundo rubro es la publicidad que, según sus cálculos, les genera entre \$100 y \$150 mil por año.”¹⁰

La Gambeta actualmente presta sus servicios a 60 personas por día aproximadamente, sin embargo según datos La BOMBONERITA contó con la visita y uso de sus instalaciones de 20.400 personas al año aproximadamente en el 2006.

**CUADRO No. 1.25
EMPRESAS DE ALQUILER DE CANCHAS
CON CÉSPED SINTÉTICO EN QUITO**

EMPRESA	DIRECCIÓN
La Bombonerita	De los Rosales 101 y Av. Río Coca
La Gambeta	Av. Interoceánica S/N, vía a Tumbaco
Futbolero	Av. Orellana y Diego de Almagro
Mundo Fútbol	Av. Eloy Alfaro y Av. Río Coca

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

Para el servicio propuesto se considera a la visita de 35858 personas para el año 2008.

1.6.4 Proyección de la Oferta

En el Valle de los Chillos no existen empresas que oferten el servicio propuesto; y, considerando los datos de prestación de servicios de la Gambeta en el año 2007 y la tasa de crecimiento de la PEA (Población Económicamente Activa) del cantón Quito que es del 2.2% anual, se realizará la proyección de la oferta; ya que las empresas de Quito que ofrecen el servicio de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético pueden llegar a ser una fuerte competencia en el Valle de los Chillos.

¹⁰ Fuente: Diario HOY - Sección DINERO; Quito, Martes 18 de Septiembre de 2007.

**CUADRO No. 1.26
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LA GAMBETA AL AÑO 2013**

AÑO	No. USUARIOS
2007	20.400
2008	20.849
2009	21.307
2010	21.776
2011	22.255
2012	22.745
2013	23.245

Fuente: La Gambeta
Elaborado por: Mauricio Chávez

El cuadro No.1.26 permite conocer la oferta de la Gambeta, ya que se la considera como la mejor cancha de fútbol con césped sintético en la ciudad de Quito, y a la cual se estima que para el 2013 ofrecerá sus servicios a 23.164 personas aproximadamente. “La Gambeta inaugurará una nueva cancha al norte de Quito para el año 2008. Según Andrés Ávila, Gerente General de La Gambeta, el negocio ha crecido un 20% y se nutre también de la publicidad.”¹¹

1.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha en el Valle de los Chillos para el servicio de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético, se considera a la oferta del servicio versus la demanda del mismo. Este dato permitirá proyectar la demanda insatisfecha para los años siguientes.

**CUADRO No. 1.27
DEMANDA INSATISFECHA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS**

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA
	No. USUARIOS	No. USUARIOS	INSATISFECHA
2007	20.400	666.552	646.152
2008	20.849	680.808	659.959
2009	21.307	695.377	674.070
2010	21.776	710.258	688.482
2011	22.255	725.458	703.203
2012	22.745	740.983	718.238
2013	23.245	756.840	733.595

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

¹¹ Fuente: Diario HOY - Sección DINERO; Quito, Martes 18 de Septiembre de 2007.

Una vez analizada la demanda y proyección, se tiene como resultado un total de 659959 personas al año 2008, de manera que con una oferta del servicio propuesto de 35.968 personas al año, se comenzará a entregar el servicio al 5,45% de la demanda insatisfecha.

1.8 ANÁLISIS DE PRECIOS EN EL MERCADO DEL SERVICIO

A continuación se detalla el precio por utilizar los servicios de canchas de fútbol de césped sintético en la ciudad de Quito, vigentes hasta noviembre del 2007.

CUADRO No. 1.28
PRECIO DE MERCADO DEL SERVICIO DE ALQUILER
DE CANCHAS DE CESPED SINTETICO EN QUITO

EMPRESA	PRECIO USUARIO
LA GAMBETA	\$ 8
LA BOMBONERITA	\$ 9
FUTBOLERO	\$ 6
MUNDO FUTBOL	\$ 10

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mauricio Chávez

1.10.1 Comportamiento Histórico y Tendencia

No existe información de empresas en el Valle de los Chillos que ofrezcan el servicio de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético; sin embargo la creación de este tipo de canchas ha tenido un crecimiento relevante, y por el sentido costo del alquiler de los espacios deportivos, éste varía entre los \$30 y \$90 cada hora.

Los horarios de trabajo ya no son un impedimento para jugar fútbol de lunes a viernes, gracias a las canchas exclusivas de índor que han aparecido en el país y que, además, se han convertido en un muy buen negocio.

“Aunque el alquiler de la cancha es el producto principal que ofrecen estos negocios, también existen otros servicios que les generan más ingresos. La Bombonerita cuenta con su propia escuela de fútbol permanente con 100 alumnos, cuyas edades oscilan entre los 4 y los 16 años. El costo de

inscripción es de \$35, que incluye dos uniformes completos para cada jugador. Cada mes, los participantes deben cancelar \$50.

El lugar también es rentado tres o cuatro veces al año para la realización de eventos, conciertos y fiestas especiales, la hora de alquiler cuesta \$180. La Gambeta también cuenta con escuela de fútbol y realiza fiestas infantiles.”¹²

1.10.2 Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios.

Un factor importante para la determinación del precio es el servicio entregado como complemento de la compra que hacen los usuarios, sin embargo, a esto se debe sumar la inversión en la infraestructura, precios de la competencia, y el margen de ganancia que se desea; para lo cual es importante considerar la situación del mercado referente al precio deseado del cliente y enfrentarlo al precio del mercado.

1.11 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

1.11.1 Estrategias del Servicio

- Servicios adicionales en camerinos: botiquín de primeros auxilios, toallas.
- Implementos deportivos
- Marcadores electrónicos
- Primeros auxilios – seguro
- Seguridad interna y externa.
- Bebidas hidratantes
- Tienda deportiva.

1.11.2 Estrategias de Precios

Precio del servicio: método de cálculo o estimación

$$P = Cv + \% \text{ ganancia}$$

¹² Fuente: Diario HOY - Sección DINERO; Quito, Martes 18 de Septiembre de 2007.

El precio estará determinado por los cambios relacionados a:

- Referencia de empresas de similar funcionamiento en el territorio nacional.
- Número de competidores.
- Prestigio de la marca.
- Número de demandantes.
- Paquetes comerciales.
- Convenios con empresas y membresías.

1.11.3 Estrategias de plaza

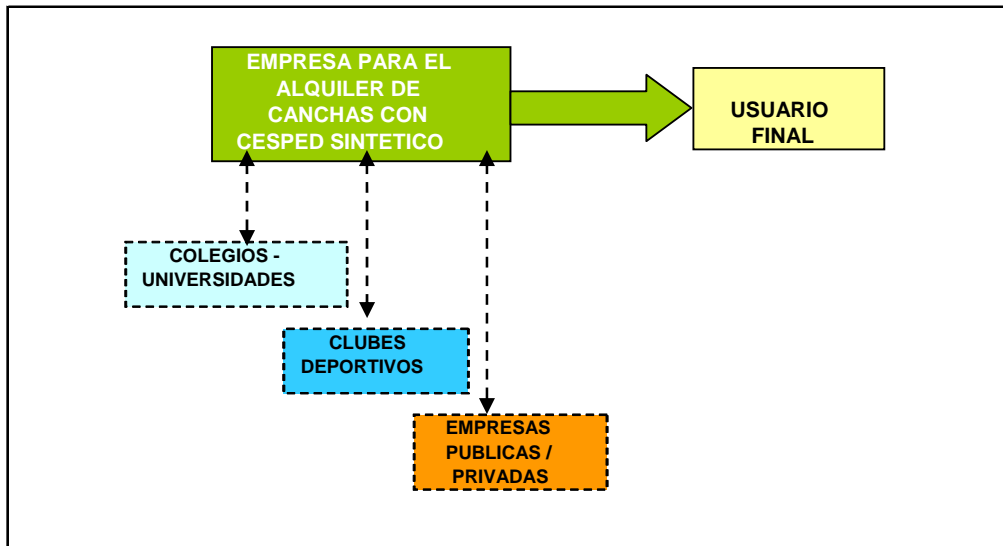
- Ubicación exclusiva para el Valle de los Chillos por su aumento en el desarrollo urbano y comercial.
- Ubicación en una zona no residencial y segura para recibir a la demanda esperada.
- Fácil acceso y comunicación vial con transporte.
- Único servicio para el sector mencionado.

1.11.4 Estrategias de promoción

- Campeonatos de fútbol universitario, empresarial, e internos.
- Escuelas de fútbol
- Alquiler para entrenamientos.
- Eventos empresariales afines al deporte.
- Eventos especiales y alquiler de los servicios, o instalaciones.
- Utilización masiva de medios de comunicación, telemarketing, flyers.
- Uso del Internet para vender el servicio vía Web. (reservaciones)

1.12 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

GRÁFICO No. 1.16
CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA DE ALQUILER DE
CANCHAS DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO



Elaborado por: Mauricio Chávez

El gráfico anterior demuestra los canales de distribución del servicio de alquiler de las canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los Chillos, ya que el servicio será entregado al usuario final como prioridad; sin embargo, los colegios, universidades, y empresas en general pueden acceder a los servicios ofrecidos con paquetes especiales, ya que el tipo de operación del servicio de la empresa se basa en el cliente como producto; es decir que “los clientes están involucrados en el servicio que de hecho recae sobre el cliente.”¹³

1.12.1 Cadena de Distribución

El servicio que se ofrece es directo; es decir no se incurre a la utilización de intermediarios ni distribuidores; por el contrario es un servicio que el cliente acude personalmente y cuya relación comercial es directa con la empresa.

¹³ GAITHER NORMAN, Administración de la Producción y Operaciones, 4ta Edición, Pág. 478

1.12.2 Determinación de los Márgenes de Precios

Márgenes de precios

- Se reduce el precio al tratarse de la visita de un grupo de 14 personas o por realización de campeonato.
- Forma de pago: efectivo, tarjeta de crédito (mínimo un valor aceptable y excepciones)
- Intercambios publicitarios.
- No se utiliza revendedores, la entrega del servicio es directa.
- Menor precio sacrificando la utilidad.
- Servicios adicionales sin costo manteniendo el precio del mercado.

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

“Es el análisis para elaborar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles. El estudio técnico analizará el tamaño, la localización de la unidad productiva, ingeniería del proyecto, costos y gastos, inversiones, optimizando estos recursos”.¹⁴

2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se manifestará de manera principal sobre el nivel de las inversiones y costos que se incurrirán, para de esta manera estimar la rentabilidad que se generará.

2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto

Los factores que determinarán el tamaño del proyecto serán analizados e interrelacionados por variables como son la demanda, disponibilidad de recursos financieros, de mano de obra, tecnología, y de insumos entre los más importantes.

2.1.1.1 El Mercado

Abraham Hernández define al mercado como el sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías, de acuerdo a los precios establecidos y el tipo de mercancías.

El mercado de la nueva unidad productiva abarca toda la población del Cantón Rumiñahui y las parroquias aledañas a Quito como Conocoto y Guangopolo, Además, parte del servicio se venderá a empresas, colegios y universidades, las cuales se encargarán de utilizar el servicio para complemento de sus actividades regulares.

El alquiler de canchas de fútbol con césped sintético presenta una demanda insatisfecha creciente, por lo que, para la decisión del tamaño se ha tomado en

¹⁴HERNADEZ Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, 4ª edición Pág. 98

cuenta la construcción de dos canchas con césped artificial que satisfaga solo a una parte de la demanda insatisfecha.

La estrategia comercial que se empleará en el servicio, es el de adoptar calidad que se apreciable a primera vista por los usuarios, un precio razonable, servicios adicionales que representen un valor agregado y que cumplan con las funciones propias de este tipo de empresa.

CUADRO No. 2.1
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA
DE LA EMPRESA PARA EL ALQUILER DE CANCHAS
DE FÚTBOL CON CÉSPED SINTÉTICO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	PARTICIPACIÓN (%)
2007	646.152	5,45%
2008	659.959	5,45%
2009	674.070	5,45%
2010	688.482	5,45%
2011	703.203	5,45%
2012	718.238	5,45%
2013	733.595	5,45%

Fuente: Investigación de Mercados

Elaborado por: Mauricio Chávez

Destacando un comportamiento conservador, la demanda insatisfecha para el año 2008 es de 659.959 personas y se cubrirá al 5,45% del mercado seleccionado; es decir se entregará el servicio a 35.968 personas; y para el año 2013 se espera cubrir la demanda de 39.981 personas.

2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

En el Valle de los Chillos existe la presencia de Bancos y Mutualistas, las mismas que pueden financiar parte del proyecto, y que a través de un análisis se escogerá aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que en lo posible genere un bajo costo y un rendimiento alto de capital. Para el presente proyecto el 30% serán recursos propios y el 70% serán recursos financiados o ajenos.

CUADRO No. 2.2
INSTITUCIONES FINANCIERAS QUE FUNCIONAN
EN EL VALLE DE LOS CHILLOS

INSTITUCION FINANCIERA	DIRECCIÓN
Banco del Pichincha	Av. General Rumiñahui 341 y Farina Av. General Enríquez y Turismo
Banco del Pacífico	Centro Comercial San Luis Shopping
Banco de Guayaquil	Centro Comercial San Luis Shopping
Mutualista Pichincha	Centro Comercial San Luis Shopping

Elaborado por: Mauricio Chávez

Adicional a las instituciones financieras mencionadas, se considera los préstamos de inversión de pequeñas y medianas empresas que brindan la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento, con cada uno de sus planes de financiamiento como son CREDIPYME CFN (Corporación Financiera Nacional), Microcréditos BNF (Banco Nacional de Fomento) y Fondos CEREPS respectivamente, ya que son préstamos que oscilan entre el 9,3 y 9,8% y en las cuales no se cobran comisiones ni impuestos; lo que provoca que el financiamiento sea más barato que las instituciones financieras privadas.

CREDYPYME de la Corporación Financiera Nacional ofrece sus préstamos desde \$ 25.000 hasta \$250.000 dólares con una tasa del 9,3% para activo fijo con un plazo de 10 años, capital de trabajo con plazo de 2 años, capital de trabajo para construcción con plazo de 3 años. Para las situaciones especiales de financiamiento se considera los siguientes puntos:

“Aporte del cliente en:

- Construcción: Hasta el 40% del costo del proyecto, conforme a normativa vigente de la CFN (incluye valor de terreno).

Se financia:

- Terreno: Solamente en proyectos de reubicación o ampliación, conforme a normativa vigente de la CFN.

Requisitos:

- Para créditos de hasta US \$150.000 no se requiere proyecto de evaluación.
- Para créditos superiores a US \$ 150.000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.
- Estados financieros de los dos últimos años con los sustentos respectivos, para empresas existentes.
- 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.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir. ¹⁵

2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra

La disponibilidad y formación del capital humano es considerado como un elemento importante que influye en la competitividad de las empresas. La Empresa para el Alquiler de Canchas de Fútbol con Césped Sintético deberá considerar la cantidad de mano de obra que se necesitará para la marcha de sus operaciones.

Para determinar la mano de obra requerida, se ha tomado en cuenta la necesidad de fuentes de trabajo en el país, lo cual permitirá identificar a una oferta alta. Para el alquiler de las canchas, no será necesario contar con mano de obra técnicamente calificada; sin embargo se requerirá de personal con conocimientos básicos, a los cuales se les sumará entrenamientos en trato al cliente, manejo de reservaciones, control en los tiempos de espera, y asesoramiento en el campo deportivo al cual se está enfocando la empresa, que en este caso es el fútbol.

¹⁵ www.cfn.gov.ec

2.1.1.4 Economías de Escala

“Existen economías de escala (o rendimientos crecientes de escala) cuando el costo medio a largo plazo de la empresa disminuye al aumentar la producción; las mismas que se originan por tres razones básicas que son: indivisibilidades de producción, especialización, y economías técnicas”¹⁶

2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

En el tamaño del proyecto es importante identificar la disponibilidad de tecnología, en los cuales se utilizará computadoras, impresoras, cajas registradoras, etc., los cuales se puede encontrar sin dificultad en varias distribuidoras electrónicas que existen en el Valle de los Chillos.

CUADRO No. 2.3
EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE EQUIPOS TECNOLÓGICOS

NOMBRE	DIRECCION	OFERTA
POINT	C.C. SAN LUIS SHOPPING	EQUIPOS DE COMPUTACION
RADIOSHAK	AV. GENERAL ENRIQUEZ, PLAZA SANGOLQUI	EQUIPOS ELECTRONICOS
SUPER PACO	C.C SAN LUIS SHOPPING	EQUIPOS DE COMPUTACION
MEGAMAXI	Av. Progreso y San Luis	EQUIPOS ELECTRONICOS
COMPUTRON	Naciones Unidas y 10 de Agosto - Quito	EQUIPOS DE COMPUTACION

Elaborado por: Mauricio Chávez

De igual manera la empresa estará ubicada a 25 minutos de la ciudad de Quito, lo que permitirá tener una segunda alternativa en cuanto se refiere a lugares donde se pueda adquirir la tecnología requerida y sus repuestos.

2.1.1.6 Disponibilidad de Insumos

La empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético utilizará como insumos para su operación el grass artificial, arcos de fútbol, redes,

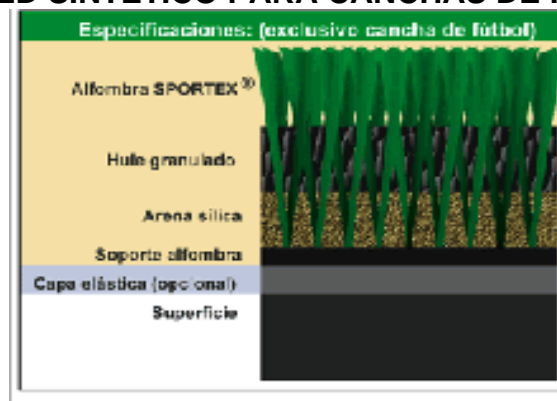
¹⁶ FISCHER, DORNBUSCH, SCHMALENSEE, Economía, 2^{da} edición. Págs. 104 - 109

balones, chalecos, tribunas para espectadores, credenciales para socios, pintura de caucho para la marcación de la cancha. Al ser un servicio nuevo en el país, existen en diferentes provincias como Guayas, Azuay y Pichincha empresas que se dedican a la venta del grass artificial; por lo que se concluye que los insumos necesarios para la operación de la empresa son de fácil accesibilidad.

Las características del césped sintético que se utilizará para prestar el servicio mencionado son:

- Césped sintético de color azul
- Altura mm: 40 (\pm 5%)
- Puntadas por línea métrica: 200
- Material: 100% Polietileno, Resistencia U.V.
- Hoyos de drenaje / m²: 50
- Geomembrana

GRÁFICO No. 2.1
CÉSPED SINTÉTICO PARA CANCHAS DE FÚTBOL



Fuente: www.sportex.com

“El césped artificial es un producto compuesto en su totalidad por materiales sintéticos. Su utilización en determinadas aplicaciones permite alcanzar e incluso mejorar las prestaciones brindadas por el césped natural. La composición de la fibra a utilizar, la densidad y la altura son algunas de las variables que le permiten al césped sintético poseer una gran capacidad de adaptación en distintas aplicaciones. Por ser libre de mantenimiento es ideal en la decoración de hoteles, escuelas, piletas de natación, etc.

FORBEX, fundada en 1989, es la primera fábrica de césped artificial en Sudamérica (Argentina). Las calidades producidas por Forbex, están compuestas por las mejores fibras de THIOLON GRASS de Ten Cate Nicolon (TTC), certificado ISO 9001, lo que garantiza productos de nivel internacional. Las fibras de THIOLON GRASS cumplen con las normas ecológicas más estrictas, trabajando conjuntamente con importantes institutos europeos de investigación.”¹⁷

CUADRO No. 2.4
LISTADO DE INDUSTRIAS QUE OFRECEN INSUMOS
PARA LA EMPRESA DE ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON
CÉSPED SINTÉTICO

NOMBRE	DIRECCIÓN	OFRECE
GAMBETA	Av. Interoceánica Cumbayá - Quito	Grass Sintético
MARATHON SPORTS	C.C. San Luis Shopping Sangolquí	Implementos Deportivos
COMERTEXTIL	Autopista Gral. Rumiñahui	Confecciones de chalecos
CENTRO FERRETERO DICENSA	Urb. Santa Rosa Sangolquí	Arena, pintura, concreto, vigas de metal, cubiertas de zinc
ECOGARDEN	Vélez 1202 y Machala Oficina 101-E (Guayaquil - Ecuador)	Grass Sintético
Centro Ferretero El Colibrí	Km 2 ½ Vía a Amaguaña redondel del Colibrí Sangolquí	Arena, pintura, baldosas, cemento.
PJE confecciones	Urb. Santa Rosa Sangolquí	Chalecos, implementos deportivos, uniformes
TURF SOLUTION	Ramírez Dávalos 362 Cuenca - Ecuador	Grass artificial
CONFECCIONES GILBERT	Napo 709 y Pedro Gual	Chalecos, implementos deportivos, uniformes.
RadioShack	Av. General Enríquez Sangolquí	Instrumentos electrónicos

Elaborado por: Mauricio Chávez

2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización del proyecto es una parte importante del mismo, ya que de éste depende el éxito o fracaso de la empresa, de tal manera que se determinarán

¹⁷ Fuente: www.forbex.com

los factores que inciden en la maximización de la rentabilidad; es decir, es menester evaluar de forma correcta la disponibilidad de los medios de transporte y comunicación, la cercanía con las fuentes de abastecimiento de insumos, la cercanía al segmento meta, los factores ambientales, la estructura legal, etc., ya que estos factores permitirán identificar las diversas alternativas de localización, y en base a una ponderación subjetiva, se selecciona el sitio con mayor calificación.

En los datos obtenidos de la investigación de mercados, en la pregunta No. 4 referente al sector donde los encuestados realizan sus actividades, se obtuvo que el 70,1% ejercen su trabajo o estudios en el Valle de los Chillos, y respecto a la aceptación de que funcione la empresa propuesta, de la respuesta analizada en la pregunta No. 16, se obtuvo que la gran mayoría de encuestados si le gustaría que funcione la empresa para el alquiler de canchas con césped sintético.

2.2.1 Macro Localización

Nassir Sapag en su obra Preparación y Evaluación de Proyectos, indica que en el análisis de la ubicación del proyecto se debe realizar dos etapas importantes que son: la macro localización y dentro de la misma una micro localización definitiva.

La Macro localización pretende la identificación de la zona en forma general, es decir el sector donde funcionará la empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético.

2.2.1.1 Justificación

“El Cantón Rumiñahui está ubicado al sureste en la provincia de Pichincha, a veinte minutos de Quito; tiene un clima agradable todo el año y la temperatura es de 17° grados centígrados promedio. Ofrece una variedad de atractivos turísticos, como su entorno natural, destacándose las riveras del Río Pita y sus 18 cascadas, así como casas de hacienda llenas de historia y leyendas de antaño.

CUADRO No. 2.5 LÍMITES DEL CANTÓN RUMIÑAHUI

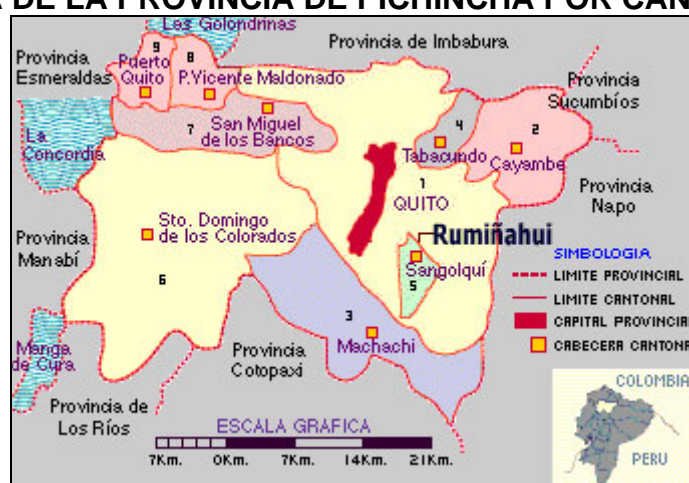
NORTE	Cantón Quito, urbanización la Armenia.
SUR	Monte Pasochoa y Cantón Mejía
ESTE	Cantón Quito
OESTE	Cantón Quito, Río San Pedro de Cuendina
NOR OESTE	San Pedro del Tingo.

Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Rumiñahui

Elaborado por: Mauricio Chávez

El Cantón Rumiñahui es una zona que no está totalmente habitada, por lo que sus extensiones de terrenos en todo el sector favorecen para que se desarrollen proyectos grandes de inversión como fábricas, colegios, patios de comercialización de autos, etc. Si se combinan estas ventajas con el precio de una mano de obra razonablemente económica, tendremos un diferencial en el costo del servicio y es indudablemente una nueva ventaja competitiva muy atractiva para los inversionistas”¹⁸.

GRÁFICO No. 2.2 MAPA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA POR CANTONES



Fuente: www.municipioderumiñahui.gov.ec

La división política del Cantón Rumiñahui está conformada por San Rafael (2 km²), San Pedro de Taboada (4 km²), Sangolquí (49 km²), Cotogchoa (34 km²), Rumipamba (40 km²). Las tres primeras son parroquias urbanas y las dos siguientes son parroquias rurales.

¹⁸ Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Rumiñahui.

El cantón Rumiñahui es el cantón más pequeño de la provincia de Pichincha; la superficie es de 137.2 km²; sin embargo, según datos del Plan de Desarrollo del Cantón, es considerado como un potencial en la cuna deportiva. La empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético estará ubicada en el Km 4 ½ vía a Sangolquí - Amaguaña, sector las Balbinas, ya que es una zona industrial según datos del Ilustre Municipio de Rumiñahui.

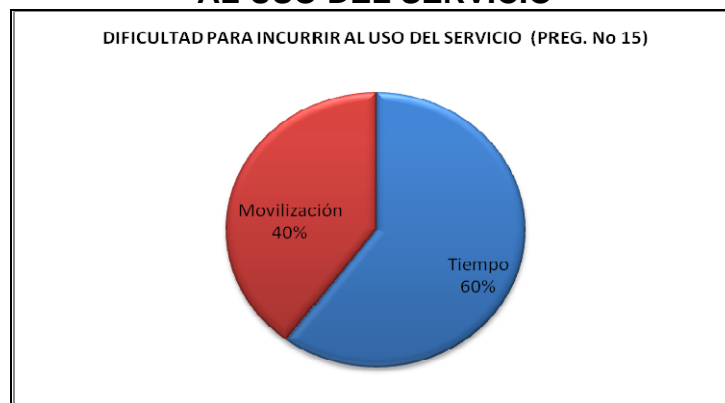
La selección de la macro zona donde funcionará el proyecto, implica varios factores que son diferentes a los que se determinará en la micro localización, ya que son infinitas las alternativas de ubicación en el Valle de los Chillos; sin embargo, existen restricciones en cada una que descartan la ubicación de éstas, siendo las más relevantes:

- Medios de transporte y comunicación: Para obtener los insumos este factor es primordial ya que determinará si la empresa está cerca de los proveedores o cerca del mercado al cual ofrecerá el servicio. Para el sector escogido existen cooperativas de buses, taxis, y camionetas, centros ferreteros con transporte, así como vías primarias y secundarias que facilitan la movilización de los insumos.
- Cercanía a las fuentes de abastecimiento: tanto en la ciudad de Quito como en Sangolquí existen empresas que pueden ofrecer los insumos a la empresa creada; de manera que el factor que se considerará adicionalmente será la calidad del insumo deseado, y la variedad de los mismos.
- Cercanía al mercado: el proyecto puede ser desarrollado en cualquier parte de las ciudades del Ecuador; pero al ser novedoso se implementará en el Valle de los Chillos, el cual se considera atractivo para invertir por el alto grado de aceptación del mercado meta y la cercanía de la ciudad de Quito, que por empresas existentes en este servicio, ha sido un referente para este proyecto.

2.2.2 Micro Localización

La Micro Localización busca seleccionar el emplazamiento del proyecto. En este numeral se describe características y costos de los terrenos, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en la instalación del proyecto.

GRÁFICO No. 2.3
DIFICULTAD PARA INCURRIR
AL USO DEL SERVICIO



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mauricio Chávez

En la pregunta No. 15 de la investigación de mercados se determinó el mayor factor que dificultaba a los usuarios para acudir al uso de servicios de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético, y el 60% de los encuestados respondieron que el tiempo es un limitante para acceder a este servicio, mientras un 40% se vio afectado por la movilidad. Por estas respuestas se concluye que el sector escogido dentro del Valle de los Chillos reducirá notablemente en el factor tiempo, puesto que los usuarios ya no tendrán que emigrar a la ciudad de Quito para acudir a este tipo de servicios.

Para la determinación de la micro localización se considerará los siguientes factores locacionales, los mismos que a través de la encuesta realizada, permitirán seleccionar la ubicación de la empresa

- Medios de transporte y comunicación: los medios de transporte y sus costos no varían entre la ciudad de Quito y el Valle de los Chillos, puesto que se debe considerar la facilidad de acceso de vehículos tanto privados como del sector público para que los usuarios o potenciales

clientes lleguen a la empresa; así como el personal que trabajará en la empresa. Para el sector escogido existen 2 cooperativas de buses: Turismo, San Pedro de Amaguaña; y que hacen el recorrido por lugar donde funcionará el servicio propuesto.

- Cercanía a las fuentes de abastecimiento: para la determinación de la microlocalización se consideró a este punto, puesto que tanto en la ciudad de Quito como en Sangolquí existen empresas que ofrecen algunos insumos a la empresa creada; sin embargo como medida de contingencia ante posibles imprevistos se considera este punto, puesto que la distancia y la necesidad determinará la eficiencia para solucionar problemas.
- Cercanía al mercado: la distancia que se encuentra el mercado del consumidor es un aspecto importante que se analizó, ya que el tiempo de los usuarios en la movilización desde sus trabajos o domicilios a las canchas hacen que sea visto como un beneficio adicional al servicio ofertado. Entre los potenciales clientes que visitarán la empresa están colegios y escuelas entre públicas y privadas, universidades como la ESPE, Universidad Internacional, Institutos Superiores; así como empresas grandes como son FV Griferías, La Favorita, Farcomed, Fabrica Santa Bárbara entre otras.
- Factores ambientales: al ser una empresa de entrega de servicios, y al fomentar la práctica del deporte, se considera que no existirá ningún tipo de contaminación con el ambiente del sector, sin embargo, la empresa respetará las disposiciones de ley que se indican en los artículos 86, 87 y 88 de la Constitución de la República, que en resumen motiva a que las empresas públicas y privadas utilicen tecnologías ambientales limpias y de energías alternativas, preservando el medio ambiente y tipificando las responsabilidades que ello amerita.
- Estructura impositiva / legal: Para el establecimiento de un local comercial en Sangolquí es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos importantes:

- ✓ Contar con el registro correspondiente de la empresa en el Servicio de Rentas Internas SRI a través del RUC, para el control del pago de los impuestos correspondientes.
- ✓ Se debe obtener un permiso de funcionamiento en el Municipio del Cantón Rumiñahui; y el pago de la patente correspondiente, en el cual se menciona el nombre del arrendador del local, el arrendatario y la actividad económica que se va a desarrollar.
- ✓ Se debe tomar en cuenta que el Municipio de la ciudad de Sangolquí, establece zonas específicas para poner en marcha cierto tipo de negocios; de manera que al ser una empresa de servicio masivo esta debe estar en zonas industriales. Este permiso de labor debe ser renovado cada año, ya que el mismo dura desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre, independientemente de la fecha en que comience a funcionar el negocio.
- ✓ La patente al igual que el permiso debe pagarse anualmente.
- ✓ Obtener el permiso sanitario en el municipio para el funcionamiento del negocio
- ✓ Obtener el registro del nombre de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), cuyo trámite dura aproximadamente dos meses.
- Disponibilidad de servicios básicos: en el sector escogido se cuenta con los servicios de Andinatel para las líneas telefónicas, la empresa Eléctrica Quito, agua potable y alcantarillado a cargo del Ilustre Municipio de Rumiñahui. Adicional a eso se cuenta con cobertura celular y de este servicio se oferta el servicio de Internet inalámbrico.
- Posibilidad de eliminación de desechos: el servicio de recolección de basura que al ser una zona industrial el recorrido se lo hace 3 veces por semana en horarios matutinos.

2.2.3 Matriz Locacional

A continuación se presenta la evaluación de los factores que intervienen para seleccionar la micro localización del proyecto. El método escogido es cualitativo por puntos.

CUADRO No. 2.6
EVALUACIÓN DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE UBICACIÓN
PARA LA EMPRESA DE ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL
CON CÉSPED SINTÉTICO

FACTOR	PESO	LA ARMENIA		SANGOLQUI		CONOCOTO	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Medios y costo de transporte	0,20	6	1,2	7	1,4	6	1,20
Fuentes de abastecimiento	0,12	8	0,96	6	0,72	7	0,84
Cercanía de mercado	0,18	6	1,08	8	1,44	6	1,08
Costo de Terreno/ arrendamiento	0,20	3	0,6	8	1,6	4	0,80
Disponibilidad de servicios básicos	0,10	5	0,5	5	0,5	4	0,40
Impacto Ambiental / Municipal	0,20	5	1	8	1,6	5	1,00
TOTAL	1		5,34		7,26		5,32

Elaborado por: Mauricio Chávez

La ubicación escogida presenta facilidades de acceder a la Ciudad además está cerca del mercado meta a tan solo diez minutos del límite entre el Cantón Rumiñahui y el Cantón Quito el cual se denomina sector el Triángulo tal cual lo indica el plano de micro localización.

Al ubicar a la empresa en una zona industrial se incurrirá únicamente en costos de transporte; además, que cerca de la empresa se encuentra un gran proveedor de insumos para el funcionamiento de la misma.

Referente al acceso al lugar se cuenta con áreas grandes de parqueo que no interfieren en contaminación ambiental a si como en molestias por el tráfico en zonas residenciales, facilitando el movimiento de los vehículos.

El transporte público ofrece tres compañías de buses cuyas rutas llegan desde y hacia Quito específicamente desde el centro sur de la ciudad; permitiendo las facilidades para que los usuarios lleguen hasta las instalaciones.

En cuanto a seguridad se cuenta con la Jefatura de Tránsito del Cantón Rumiñahui a cinco minutos de la empresa, próximamente a construir el Cuartel de Policía; además de la poca distancia de llegar a clínicas particulares y el Hospital de Sangolquí.

Por último la posibilidad de eliminación de los desechos se presta fácilmente ya que el camión recolector de la basura pasa tres veces por semana en horario matutino y al ser una empresa de servicios no se produce desechos contaminantes.

2.2.3.2 Plano de Micro Localización

GRÁFICO No. 2.4



La ubicación del proyecto será factible en el cantón Rumiñahui, en el sector de Sangolquí, km 4 ½ vía a Amaguaña, en el sector de las Balbinas, ya que presenta las mejores condiciones en cuanto a los factores evaluados.

2.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

“El objetivo general del estudio de ingeniería de proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.¹⁹

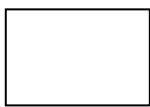
¹⁹ BACA U Gabriel, Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill ediciones, 4^{ta} Edición. Pág. 101

La utilidad de este análisis es facilitar la distribución de la planta aprovechando el espacio disponible en forma óptima, lo cual permite agilizar la operación de la empresa mejorando los tiempos de atención y entregando un servicio de calidad.

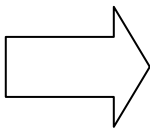
2.4.1 Proceso del Servicio

Para representar y analizar el proceso productivo existen varios métodos, pero el que se va utilizar es el Diagrama de Flujo.

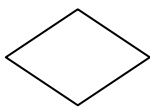
SIMBOLOS ESTANDAR PARA DIAGRAMAS DE FLUJO



Operación: Se utiliza cada vez que ocurra un cambio en un ítem



Movimiento/Transporte: Se utiliza para indicar el movimiento del output entre locaciones



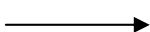
Punto de decisión: Indica aquel punto del proceso en el cual se debe tomar una decisión



Documentación: Indica que el output de una actividad incluye información registrada en papel



Espera: Se utiliza cuando un ítem o persona debe esperar.



Dirección del flujo: Denota la dirección y el orden que corresponden a los pasos del proceso



Límites: Indica el inicio y el fin del proceso

CUADRO No. 2.7

		PROCESO PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FUTBOL CON CÉSPED SINTETICO							
No.	ACTIVIDAD	MOVIMIENTO	PROCESO	ALTERNATIVA	DECISIÓN	DOCUMENTO	ESPERA	FIN PROCESO	RESPONSABLE
1	BUSQUEDA DE CLIENTES								Vendedor externo
2	ENTREVISTA PERSONAL								Vendedor externo
2.1	ENTREVISTA VIRTUAL								vendedor interno
3	REALIZACION DE RESERVAS								asistente de ventas y reservaciones
4	CONFIRMACION DE FECHA, HORA								asistente de ventas y reservaciones
5	VERIFICACION DE DISPONIBILIDAD								asistente de ventas y reservaciones
6	MANTENIMIENTO DE RESERVAS								Vendedor externo
7	AYUDAR A PARQUEAR EL AUTO								guardia de seguridad
8	SALUDAR Y ENTREGAR TICKET PARQUEO								guardia de seguridad
9	SALUDAR AL CLIENTE Y RECIBIR								cajera recepcionista
10	CHEQUEAR RESERVACIONES VIRTUALES / MANUALES								asistente de ventas y reservaciones
11	EXPLICAR USO DEL SERVICIO								asistente de camerino
12	CONTROLAR IMPLEMENTOS ADECUADOS DEL CLIENTE								asistente de camerino
13	COBRAR ENTRADA / USO DEL SERVICIO								cajera recepcionista
14	EFFECTIVO - T/C								cajera recepcionista
15	GENERAR FACTURA								cajera recepcionista

16	INDICAR EL COMPLEJO								asistente de camerino
17	ENTREGAR CHALECOS								asistente de camerino
18	ACOMPañAR A CLIENTE A CAMERINOS								asistente de camerino
19	LLEVAR A CLIENTE A LAS CANCHAS								asistente de camerino
20	CONTROL DE SEGURIDAD CAMERINOS								guardia interno
21	ASISTENCIA EN LAS CANCHAS								asistente de camerino
22	INDICAR TIEMPO CERCANO A FINALIZACIÓN DE ALQUILER								asistente de camerino
23	ACOMPañAR AL CLIENTE FUERA DE LA CANCHA								asistente de camerino
24	OFRECER BEBIDAS EN SNACK BAR								asistente de camerino
25	ACOMPañAR AL CLIENTE AL CAMERINO								asistente de camerino
26	RECEPTAR CHALECOS Y BALÓN DE FÚTBOL								asistente de camerino
27	ACOMPañAR FUERA DE LOS CAMERINOS AL CLIENTE								asistente de camerino
28	DESPEDIRSE								cajera recepcionista, asistente de camerino
29	AYUDAR A SALIR DEL PARQUEADERO								guardia externo
30	DESPEDIRSE								guardia externo

Elaborado por: Mauricio Chávez

2.3.1.3 Requerimiento de Mano de Obra

Al proyecto se lo ha considerado como una empresa; de manera que su organización no es compleja; y de esta forma la cantidad de personal requerido para el funcionamiento normal de la empresa par el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético es el mínimo para sus operaciones normales.

Para el análisis de este numeral se ha tomado en cuenta las necesidades reales de los procesos de la empresa, y se han fijado los salarios respecto al mercado.

CUADRO No. 2.8
DISPONIBILIDAD DE PERSONAL DE LA EMPRESA
PARA EL ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL CON
CÉSPED SINTÉTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS

CARGO	No. PERSONAS
Administrador	1
Secretaria – Contadora	1
Cajera / o	2
Asistente de Ventas y Reservasiones	1
Utilero de camerino	5
Personal de limpieza	2
Guardianía Interna - Externa	2
TOTAL PERSONAL	14

Elaborado por: Mauricio Chávez

La empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético contará en su nómina inicialmente con 14 personas para las funciones previstas. Por estar considerado como un servicio de sana distracción y entretenimiento para personas que pertenecen a la PEA (Población Económicamente Activa) del cantón Rumiñahui, se dará preferencia a la contratación de personas que oscilen entre los 20 y 30 años, de cualquier género dependiendo de la función laboral a realizar.

**CUADRO No. 2.9
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

		BENEFICIOS DE LEY POR CADA TRABAJADOR					
CARGO / OCUPACIÓN	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL c/u	13 vo SUELDO (C/T)	14 vo SUELDO	APOORTE PATRONAL (12,18%)	SALARIO ANUAL c/u	SALARIO TOTAL ANUAL
Utileros	5	200	200,00	200	292,32	3092,32	15461,60
Asistente de ventas	1	300	300,00	200	438,48	4538,48	4538,48
Personal de limpieza	2	200	200,00	200	292,32	3092,32	6184,64
Guardianía	2	200	200,00	200	292,32	3092,32	6184,64
Cajera / o	2	250	250,00	200	365,40	3815,40	7630,80
TOTAL						17630,84	40000,16

Elaborado por: Mauricio Chávez

**CUADRO No. 2.10
PERSONAL ADMINISTRATIVO**

		BENEFICIOS DE LEY POR CADA TRABAJADOR					
CARGO / OCUPACIÓN	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL c/u	13 vo SUELDO (C/T)	14 vo SUELDO	APOORTE PATRONAL (12,18%)	SALARIO ANUAL c/u	SALARIO TOTAL ANUAL
Administrador	1	700	700	200	1023,12	10323,12	10323,12
Secretaria - Contadora	1	300	300	200	438,48	4538,48	4538,48
TOTAL							14861,60

Elaborado por: Mauricio Chávez

2.3.1.3 Requerimiento para la Construcción de Canchas

**CUADRO No. 2.11
REQUERIMIENTOS DE CONSTRUCCIÓN DE CANCHAS**

DETALLE	AREA m2	VALOR (\$/m2)	VALOR TOTAL (\$)
Construcción de Galpón en estructura Metálica	1373	253	383.242,45
Césped Sintético	1520	20	30.400,00
Instalación CÉSPED*	1520	10,5	15.960,00
TOTAL			429.602,45

Elaborado por: Mauricio Chávez

Fuente: Proformas

Para la construcción de las canchas de fútbol con césped sintético se ha previsto el gasto de \$429.602.45 según las proformas adjuntas, las mismas que especifican a cada uno de los rubros que forman parte de estos valores totales.

2.4.3.4 Requerimiento de Maquinaria y Equipos

La empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético que funcionará en el Valle de los Chillos contará como parte de su equipo tecnológico con sistemas de ventilación, computadoras, un servidor, tableros para marcadores electrónicos, televisores plasma, vitrinas frigoríficas, y mobiliario en general, los mismos que se obtiene de diferentes proveedores existentes en el Valle de los Chillos, así como en otros puntos cercanos en la ciudad de Quito.

**CUADRO No. 2.12
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS**

INSUMO FIJO	PRECIO UNITARIO (\$)	CANTIDAD	VALOR / TOTAL
MARCADORES ELECTRONICOS	1.700,00	2	3.400,00
COMPUTADORA PERSONAL	1.059,00	2	2.118,00
COMPUTADORA ESCRITORIO	599,00	1	599,00
IMPRESORA	98,00	1	98,00
IMPRESORA COPIADORA	252,99	1	252,99
MUEBLES DE OFICINA	346,05	3	1.038,15
CAJAS REGISTRADORAS	349,80	2	699,60
AIRE ACONDICIONADO	1.767,36	1	1.767,36
TOTAL			9.973,10

Elaborado por: Mauricio Chávez

Fuente: Proformas

2.4.3.5 Requerimiento de Insumos y Materiales

Por las características del proyecto a ejecutarse, sus requerimientos respecto a los insumos y materiales se considerará a:

**CUADRO No. 2.13
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS**

DETALLE	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD/AÑO	TOTAL
REDES	13,50	24,00	324,00
BALONES	27,00	24,00	648,00
CHALECOS	3,50	300,00	1.050,00
UTILES DE OFICINA	198,00		198,00
TOTAL			2.220,00

Elaborado por: Mauricio Chávez
Fuente: Proformas

2.4.3.6 Estimación de las Inversiones

**CUADRO No. 2.14
INVERSIONES INICIALES Y SU FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCION	Total de Inversión
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
Maquinaria	49.760,00
Equipo de oficina	3.767,59
Muebles y Enseres	2.805,15
Edificios	383.242,45
SUMAN	439.575,19
ACTIVO INTANGIBLE	
Gasto de constitución	300,00
Gasto de capacitación	400,00
Estudios	800,00
Gastos de puesta en marcha	500,00
SUMAN	2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO :	
Insumos y materiales	544,57
Mano de Obra Directa *	620,00
Gastos Generales */	51,67
Gastos de Administración	3.135,81
Gastos de Ventas	1.094,56
SUMAN	5.446,60
TOTAL INVERSION	447.021,79

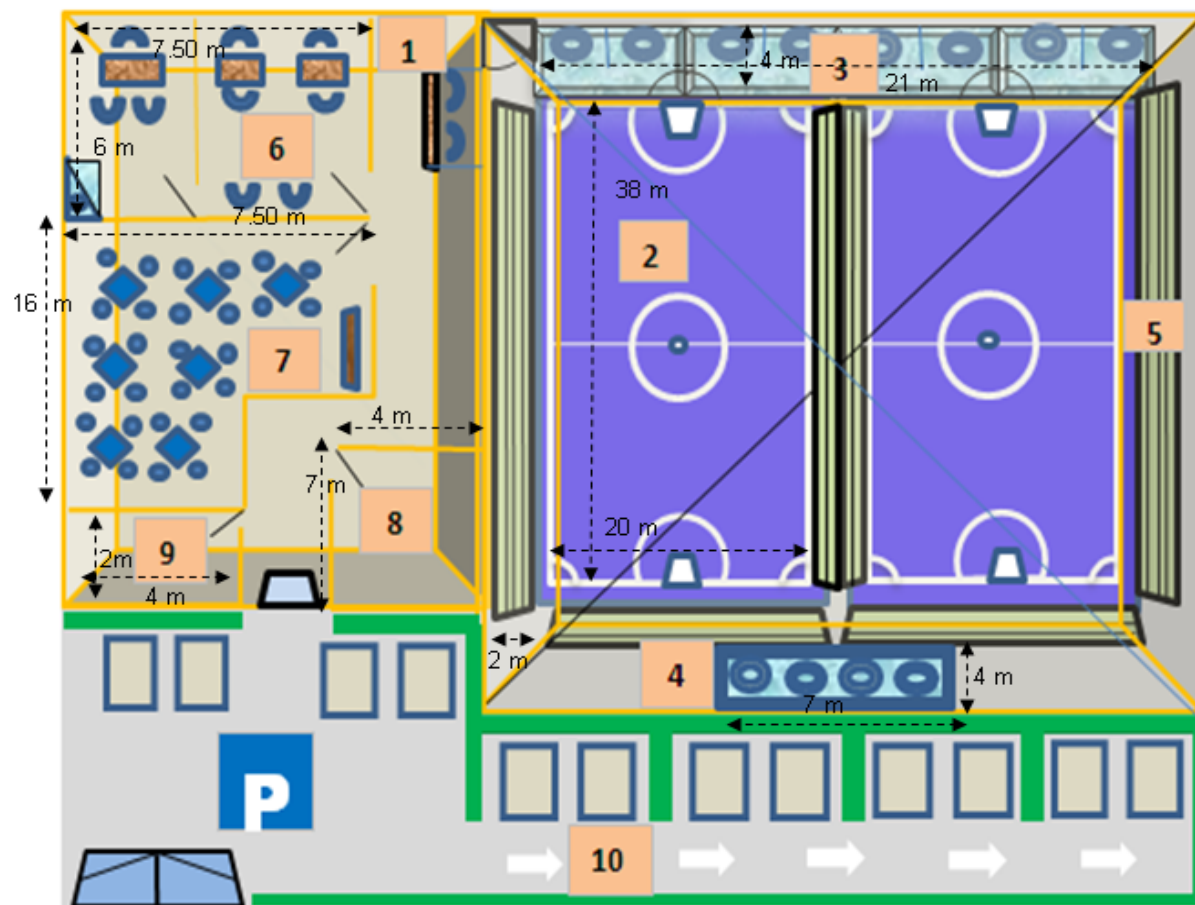
Elaborado por: Mauricio Chávez
Fuente: Proformas

Para el proyecto propuesto, se requerirá de una inversión de \$447.021,79 que contempla todas las adquisiciones en activos fijos, las inversiones en activo intangible, así como el capital de trabajo.

2.4.4 Distribución de la Planta

GRÁFICO No. 2.5
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

- 1.- AREA DE CAJAS
- 2.- CANCHAS DE CESPED SINTETICO DE COLOR AZUL
- 3.- CAMERINOS
- 4.- SERVICIOS HIGIENICOS PARA PUBLICO
- 5.- TRIBUNAS
- 6.- OFICINAS ADMINISTRATIVAS
- 7.- BAR - CAFETERIA
- 8.- TIENDA IMPLEMENTOS DEPORTIVOS
- 9.- BODEGA DE INSUMOS
- 10.- ZONA DE PARQUEO



Km 4 ½ SANGOLQUI - AMAGUAÑA

Elaborado por: Mauricio Chávez E

2.3.3. Calendario de Ejecución del Proyecto

**CUADRO No. 2.15
CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

ACTIVIDAD	TIEMPO EN MESES						
	SEIS MESES	1	2	3	4	5	6
ELABORACIÓN DEL PROYECTO	■						
BUSCAR PRÉSTAMO		■					
APERTURA DE CUENTA BANCARIA			■				
TRÁMITES LEGALES			■				
CONTRATAR ARQUITECTO - INGENIERO			■				
CONSTRUCCIÓN DE CANCHAS				■			
ADQUISICIÓN DE MATERIALES				■			
ADQUISICIÓN DE INSUMOS					■		
CONTRATACIÓN DE MANO DE OBRA					■		
PRESELECCIÓN DEL PERSONAL						■	
CAPACITACIÓN						■	
MARKETING Y PUBLICIDAD						■	
PUESTA EN MARCHA							■

Elaborado por: Mauricio Chávez E.

2.5 ASPECTOS AMBIENTALES

2.5.1 Legislación Vigente

La ordenanza Municipal del Cantón Rumiñahui respecto al Control Ambiental, en su artículo 3B señala que “todos los establecimientos asentados físicamente en el cantón, se hallen o no domiciliados en el mismo, dedicados a las actividades industrial, pequeña industria, agrícola, florícola, de servicios, así como en general aquellos que constituyan fuentes fijas de generación de desechos peligroso no domésticos” deben contar con el permiso respectivo de funcionamiento y control de sanidad.

2.5.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales

El impacto potencial que generará el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético es mínimo en cuanto al ambiente; sin embargo permitirá establecer un cambio de cultura en los habitantes del cantón puesto que como se ha mencionado, el servicio está enfocado a la sana distracción y práctica deportiva en canchas de césped sintético; de manera que la empresa contribuye a la salud de los usuarios que a ella lleguen.

2.5.3 Medidas de Mitigación

Respecto a las medidas de mitigación, el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético contará con el servicio de recolector de basura, puesto que la empresa no generará mayores desechos que puedan ser un contaminante potencial del ambiente. Además contará con los permisos establecidos por el Cuerpo de Bomberos, como lo ordenan los permisos municipales de funcionamiento.

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1. LA EMPRESA

“Empresa es la unidad productiva o de servicio, que constituida según aspectos prácticos y legales, se integran por recursos, y se vale de la administración para lograr sus objetivos”.²⁰

3.1.1 Nombre o Razón Social.

Con el fin de poner en marcha el proyecto de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético en el Valle de los Chillos, se constituirá una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, bajo el nombre de “CRACK”, que se interpreta como estrella del fútbol.

GRÁFICO No. 3.1
LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Elaborado por: Mauricio Chávez

3.1.2. Titularidad de la Empresa

Esta empresa cumple con los lineamientos que la definen así en la estructura jurídica creada en virtud de la Ley 2005-27 publicada en el Registro Oficial no. 196 del 26 de Enero del 2006, y que constituye una nueva alternativa para quiénes en forma individual, es decir, sin el concurso de socios, buscan formalizar e institucionalizar el ejercicio de una actividad comercial determinada a través de una persona jurídica. “Si bien su constitución requiere de

²⁰ REINOSO C. Víctor, “EL PROCESO ADMINISTRATIVO Y SU APLICACIÓN EN LAS EMPRESAS”, Sexta edición. Pág. 279

solemnidades no está sujeta al control de la Superintendencia de Compañías, su único propietario no necesita aprobación de ningún órgano interno de la compañía para enajenar o disponer de los bienes de la misma, su responsabilidad está limitada al monto del capital destinado para la realización de actos de comercio, y la representación legal es ilimitada, bastando la sola firma del gerente-propietario o del apoderado que este designe, para obligar a la empresa.”²¹

Requisitos para el Funcionamiento de la Empresa

- a. Obtención del RUC.
- b. Constitución de Empresa Unipersonal de responsabilidad Limitada.
- c. Obtención de la Patente Municipal.
- d. Obtención del Permiso Sanitario de Funcionamiento del Local.

Requisitos para obtención del RUC:

1. Copia de cédula de ciudadanía, papeleta de votación del representante legal.
2. Copia de pago de luz, agua o teléfono de la empresa.
3. Llenar formulario solicitante del RUC.

Requisitos para la Constitución:

1. Apertura de Cuenta.
2. Escritura pública ante notario.
3. Aprobación ante Juez Civil.
4. Inscripción en Registro Mercantil.

²¹ Ab. Patricia Andrade San Lucas, artículo publicado en internet, www.google.com/empresasunipersonales

Requisitos para obtención de Patente Municipal:

1. Copia de RUC
2. Nombramiento de Representante Legal o Gerente
3. Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del Representante Legal.
4. Llenar formulario de inicio de actividad.

Requisitos para Obtención del Permiso Sanitario de Funcionamiento:

1. Presentar copia de cédula de ciudadanía.
2. Realizarse los exámenes médicos requeridos en la Dirección de Higiene Municipal.
3. Cancelar valor correspondiente a la tasa de permiso sanitario.

3.1.3. Tipo de Empresa

La empresa que se creará pertenece al sector privado, ya que el aporte de capital corresponde a una persona natural, y de igual manera los recursos financiados serán provenientes de instituciones financieras privadas.

Por la actividad que enmarca, la empresa está dentro de la clasificación servicios, y por el hecho de negocio en servicios recreativos. Por reglamentación de ley, es considerada como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

Como se ha mencionado con anterioridad, la empresa pondrá en marcha el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético; de manera que esta actividad considera al Cliente como participante; que quiere decir, "hay un alto grado de participación del cliente en este tipo de operación de servicio. Los bienes físicos pueden resultar parte significativa del servicio, y los servicios pueden ser sobre pedido o estándar."²²

²² GAITHER Norman, GREZ Frazier. "ADMINISTRACIÓN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES", Thompson Editores. México. año 2000. Pág. 421

3.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

La empresa tiene que orientar sus actividades hacia una consecución de objetivos y establecer su filosofía y alcance en el tiempo.

3.2.1 Visión al 2013

Ser la empresa líder en el servicio de alquiler de canchas de fútbol sintéticas en el mercado local que fomente al deporte y sano entretenimiento con precios bajos y valor agregado para nuestros usuarios.

3.2.3 Misión

Somos una empresa especializada en el servicio de entretenimiento y práctica de fútbol en un ambiente limpio, seguro y acogedor con un precio competitivo, garantizando la satisfacción del cliente, fomentando la salud y el cumplimiento de principios éticos, morales a través del deporte.

3.2.3 Estrategia Empresarial

Las estrategias de competitividad, crecimiento, operativa y de financiamiento serán factores de mucha importancia para mantener el liderazgo en el mercado al cual se enfoca la empresa.

Estrategia de Competencia:

Este tipo de estrategia se aplica evaluando las fuerzas existentes del mercado, y los medios que se utilizarán para lograr los objetivos empresariales. CRACK, va a utilizar la estrategia competitiva que es ser la primera empresa en el mercado del Valle de los Chillos, de manera que se podrá establecer la marca lo más pronto posible por medio de una intensa publicidad, motivando a la práctica del fútbol y generando valor para el cliente que con el deporte puede conservar y mejorar su salud.

La oferta del servicio se orienta a todos los consumidores, sin excepción de género, que por tiempo entre semana por sus ocupaciones y por falta de espacios adecuados para jugar fútbol, no pueden practicar este deporte; y como resultado de visitar nuestras instalaciones, percibirán de diferente la tecnología del servicio, la higiene, la seguridad y el precio por el servicio que están recibiendo.

Estrategias para el Crecimiento:

Este tipo de estrategia está orientada del crecimiento de las ventas, la participación en el mercado, el beneficio y tamaño de la organización. El punto de partida es el fomento a la práctica del fútbol, precisamente de esto, la empresa ha determinado en la investigación de mercado, en la pregunta No. 5, la preferencia en el gusto de los usuarios respecto a este deporte; de manera, que la aceptación por el rey de los deportes permitirá que exista una mayor demanda por el servicio.

Estrategia de Financiamiento

- Financiamiento a corto plazo para capital de trabajo.
- Financiamiento a largo plazo, para créditos por adquisición de activos fijos o ampliaciones de la empresa.

3.2.4. Objetivos Estratégicos

Objetivos Financieros

- Establecer un precio de venta por el servicio, que proporcione ingresos rentables para la empresa a lo largo de su vida económica.
- Conseguir una rentabilidad permanente de un 20% a partir del segundo año por encima de la media de la competencia, que justifique la inversión y que permita a los inversionistas ampliar el negocio en el corto plazo.
- Obtener utilidades superiores al promedio cada año.

Objetivos de Imagen

- En 2 años la empresa debe tener un posicionamiento en el mercado, de tal manera que sea percibida por el público en general como una organización que se preocupa por el bienestar de la colectividad.
- Mantener el liderazgo de mercado en el Valle de los Chillos en el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético.

Objetivos de Volumen

- Lograr que los empleados sean productivos, desarrollando sus actividades al 100%, entregando servicio de calidad, manejando adecuadamente los tiempos de espera de los clientes y comprometiéndose con el crecimiento de la empresa.

3.2.5 Principios y Valores

Principios:

“Los principios son verdades fundamentales, que se tienen por tales en un momento dado y que explican las relaciones entre dos o más conjuntos de variables.”²³

- Los clientes son la razón de ser de la empresa, por lo se comprometerá a satisfacer sus necesidades y expectativas, ofreciendo un servicio ágil, oportuno y de calidad.
- CRACK, velará por el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores, siempre preocupados por el bienestar físico y psicológico que son dos aspectos fundamentales en el desarrollo de su trabajo.
- La empresa considerará a sus colaboradores como principal recurso, y como tal se les ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrán remuneraciones justas y acorde con su desempeño, seguridad,

²³ REINOSO C Víctor, EL PROCESO ADMINISTRATIVO Y SU APLICACIÓN EN LAS EMPRESAS, 4^{ta} edición. Pág. 211

comunicación amplia y oportuna, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.

- Respetará las creencias religiosas y políticas, así como la opinión personal de sus colaboradores como de sus clientes externos.
- La empresa cumplirá con todas las obligaciones de la organización para con sus empleados y colaboradores.
- CRACK, brindará su servicio en forma personalizada, manteniendo una comunicación permanente con el cliente para darles a conocer los servicios de la empresa.
- Se buscará la retroalimentación de las sugerencias y reclamos de los clientes a fin de corregir errores.
- La empresa buscará el mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y de los resultados finales que busca el cliente.
- La empresa buscará competitividad en los referente a precios y calidad de productos al igual que en las expectativas de nuestros clientes, buscando permanentemente llegar a ser el número uno en el campo de acción de la empresa.

Valores:

“Un valor es un factor directriz en la conducta humana. Los valores incluyen lo que tiene significado, proceden de la evaluación y de la reflexión.”²⁴

- ✓ Trabajo
- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Actitud de servicio
- ✓ Confianza
- ✓ Disciplina

²⁴ TERRY George, PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN, CECSA ediciones, 2^{da} edición. Pág. 173

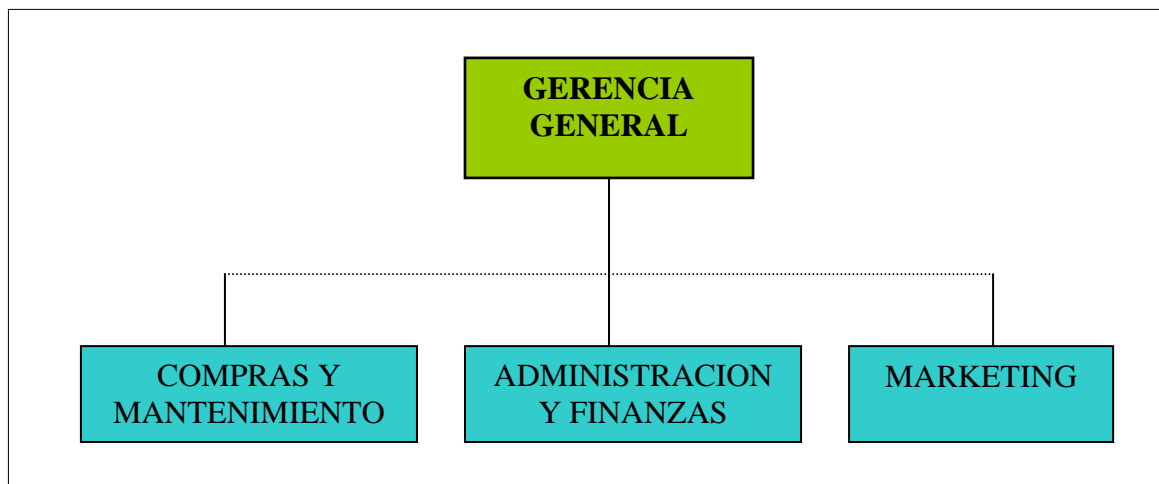
3.3. LA ORGANIZACIÓN

Siendo un aspecto de mucha importancia la conformación del personal de la presente empresa es necesario mencionar su estructuración.

Estructura Orgánica

La empresa será encabezada por la un Gerente General, encargado de administrar el negocio, su principal responsabilidad será cumplir con los objetivos de la empresa; para lograrlo debe seleccionar sus colaboradores más apropiados, bajo su mando estará toda la empresa, deberá mantener contacto directo con los demás trabajadores.

3.3.1 Organigrama Estructural



Elaborado por: Mauricio Chávez

3.3.3 Descripción de Funciones

Gerente General: Título de Ingeniero Comercial. Es el responsable de cumplir y hacer cumplir los objetivos de la empresa, además de llevar los registros contables de las operaciones a efectuarse dentro y fuera de la empresa.

Responsabilidad Básica:

- Representar legal y judicialmente a la organización.
- Organizar y dirigir los diferentes departamentos de la empresa.
- Estudiar y evaluar los procedimientos en la instalación y obtención de ganancias, e invertirlas en adquisiciones que se consideren convenientes en beneficio de la empresa.
- Emitir planes corporativos a corto, mediano y largo plazo en las áreas que intervienen en la estructura de la empresa.
- Salvaguardar la seguridad del personal.

Administración y Finanzas: Debe coordinar la administración y las finanzas del negocio, teniendo en cuenta el logro de sus planes y objetivos organizacionales.

Responsabilidad Básica:

- Planear y dirigir las áreas administrativas y financieras que cumplan con las metas y políticas de la empresa.
- Participar y contribuir al desarrollo de los planes a largo plazo, y corto plazo de la empresa.
- Mantener informado al Gerente general de las finanzas de la empresa.
- Vigilar que los departamentos sigan las políticas de la empresa y practiquen los valores y principios propuestos por la organización.
- Contabilidad llevará roles de pagos, control de facturas entregadas y recibidas por compras y ventas, control de gastos de caja chica, apoyo en el departamento financiero para el cumplimiento de objetivos financieros.

Compras y Mantenimiento:

Responsabilidad Básica:

- Se encargará de las compras de los insumos y de manejar adecuadamente el desenvolvimiento de la empresa de acuerdo a los planes y programas de ventas que se han establecido.
- Llevarán un control y seguimiento en el mantenimiento de los equipos y maquinaria de la empresa para la prevención de problemas, y correcto funcionamiento en el transcurso de las operaciones de la empresa.

Marketing:

Responsabilidades Básicas:

- Vender el servicio de la empresa, a los precios y volumen que conduzcan al logro de los objetivos de la misma.
- Estrechar las relaciones con los clientes actuales, y buscar clientes potenciales.
- Mantener abastecidos a los demás departamentos con la información de ventas que necesiten para desempeñar sus funciones,
- Formular estrategias de producto, precio, plaza y promoción en coordinación de la Gerencia General.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permite determinar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero y las inversiones, así como costos e ingresos que el proyecto generará al ponerlo en marcha.

4.1 PRESUPUESTOS

El objetivo de los presupuestos es el de determinar la forma en que se asignarán los recursos previstos; de esta manera se conocerá el presupuesto de inversión y de operaciones del proyecto.

4.1.1 Presupuesto de Inversión

En el Capítulo II de este proyecto, se pudo observar que la empresa necesita contar con activos fijos tangibles, como son maquinaria, equipos de oficina, construcciones, muebles y enseres, para entregar el servicio que está programado para 5 años.

De manera similar, los activos intangibles también se deben considerar ya que representan los gastos pre operativos del proyecto, los mismos que están enfocados con depreciaciones aceleradas de acuerdo a la Ley Tributaria Interna, en el Art. 21 inciso 6.

4.1.1.1 Activos Fijos

Este tipo de activos ayudarán a la empresa a llevar a cabo la entrega del servicio, de esta manera la inversión que se realizará está conformada de la siguiente manera:

**CUADRO No. 4.1
PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS**

DENOMINACIÓN	VALOR TOTAL
<i>ACTIVO FIJO</i>	
Maquinaria	49.760,00
Equipos de Oficina	3.767,59
Construcciones e Instalaciones	383.242,45
Muebles y enseres	2.805,15
TOTAL ACTIVO FIJO	439.575,19

**/ Se adjuntan proformas
Elaborado por: Mauricio Chávez

4.1.1.2 Activos Intangibles

Para los gastos de pre operativos del proyecto, o de puesta en marcha se ha estimado el valor de \$2000,00 que corresponde a los activos intangibles, los mismos que son susceptibles de amortización en el tiempo al cual se basa el proyecto.

Estos gastos son expuestos de la siguiente manera:

**CUADRO No. 4.2
PRESUPUESTO DE ACTIVOS INTANGIBLES**

Gasto de Constitución	300,00
Gasto de Capacitación	400,00
Costo de Estudios	800,00
Puesta en marcha	500,00
TOTAL	2.000,00

Elaborado por: Mauricio Chávez

4.1.1.3 Capital de Trabajo

Para el Capital de Trabajo es importante determinar cuánto dinero se necesitará como inicio de las operaciones del proyecto durante su ciclo productivo, el mismo que se basa en la capacidad y tamaño del proyecto.

Para dicho cálculo, la empresa ha fijado en su política de ventas el pago de contado por el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético. Este dato permite determinar el ciclo productivo de la empresa que es de 1.03 meses, de manera que conociendo el tiempo se determina que el capital de trabajo que

nos servirá en el arranque del servicio, es de \$5,446.60, como se puede observar en el cuadro 4.3.

**CUADRO No. 4.3
COSTO DEL CAPITAL DE TRABAJO**

PARAMETROS:					
Número de usuarios estimado: mensual	2.997		anual * :	35.968	
Tiempo de operación inicial (meses):	1	1			
Modalidad de cobro :					
-Contado	100%				
-Crédito, 0 días :	0%				
Ciclo de comercialización = (SUM%modalidad cobro * #días crédito) / 30 días	0,03				
CAPITAL DE TRABAJO = ciclo operación inic.+ ciclo efectivo					
CICLO de PRODUCCIÓN =	1,03	meses			
CAPITAL DE TRABAJO:	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos y materiales	544,57	544,57	544,57	544,57	544,57
Mano de Obra Directa**	620,00	620,00	620,00	620,00	620,00
Gastos Generales */	51,67	51,67	51,67	51,67	51,67
Gastos de administración	3.135,81	3.199,05	3.268,61	3.345,13	3.429,30
Gastos de ventas	1.094,56	1.094,56	1.094,56	1.094,56	1.094,56
TOTAL	5.446,60	5.509,84	5.579,40	5.655,92	5.740,09
*/ EXCLUYE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES					
** Se entenderá como MOD al personal de limpieza, utileros, guardias y cajeros					

Elaborado por: Mauricio Chávez

De esta manera, la inversión inicial del proyecto resulta de la sumatoria de las inversiones en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo; el valor que llega a los \$ 447,021.79, como se observa en el anexo I.

4.1.2 Presupuestos de Operación

El presupuesto de operación se refiere a los presupuestos de ingresos y egresos que incurrirá la empresa en su funcionamiento, los mismos que se resumen en el Estado de Pérdidas y Ganancias, como se detalla a continuación:

4.1.2.1 Presupuesto de Ingresos

Con los datos obtenidos en el estudio técnico, donde se determinó que se entregará el servicio al 5,45% de la Población Económicamente Activa del cantón Rumiñahui; es decir a 35.968 personas en el primer año de operaciones, con un valor de \$10 dólares, se obtendrán como ingresos

\$359.680 dólares. De esta manera se proyectan los ingresos considerando el incremento del 2,14 % anual.

El precio de venta al público se ha fijado en base al método de coto total unitario, más la utilidad unitaria, que significa establecer el precio de una unidad para que sea igual al costo total unitario del servicio, en el cual se considera la inversión en materia prima, mano de obra, y gastos operacionales, más la utilidad deseada. (Ver: anexo P). Para el cálculo de estos rubros no se ha considerado a la inflación, de manera que son valores constantes.

CUADRO No. 4.4
PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS

AÑO	USUARIOS	PRECIO ALQUILER / HORA	VENTAS (\$)
1	35968	10	359.680
2	36738	10	367.380
3	37524	10	375.240
4	38327	10	383270
5	39147	10	391.470

Elaborado por: Mauricio Chávez

Adicional a estos ingresos, el proyecto contará con dos espacios físicos que servirán como áreas de cafetería y tienda de implementos deportivos respectivamente, los mismos que serán arrendados y de esta manera se consideraran como ingresos no operacionales. (Ver: Anexo P).

4.1.2.2 Presupuesto de Egresos

Son los valores equivalentes a los costos generales y gastos operacionales en que incurrirá la empresa en función del número de usuarios que recibirán el servicio, y demás requerimientos para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético.

En cuanto a lo que se refiere a la mano de obra directa (utileros, cajeros, guardias, personal de limpieza), los costos a razón de los sueldos fueron determinados en base a las normativas legales respectivas.

Adicionalmente, la empresa contará con vendedores freelance, los mismos que recibirán un monto de comisiones por ventas equivalentes a \$200 dólares.

**CUADRO No. 4.5
COSTOS TOTALES**

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS OCUPACIONALES:					
Insumos y Materiales	6.324,00	6.324,00	6.324,00	6.324,00	6.324,00
Mano de Obra Directa*	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Gastos Generales	89.417,38	89.417,38	89.417,38	88.161,52	88.161,52
SUMAN	102.941,38	102.941,38	102.941,38	101.685,52	101.685,52
GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración	36.415,81	37.150,21	37.958,05	38.846,68	39.824,16
Gastos Financieros	8.696,42	5.243,60	1.827,22	0,00	0,00
Gastos de Ventas	12.711,00	12.711,00	12.711,00	12.711,00	12.711,00
SUMAN	57.823,22	55.104,81	52.496,26	51.557,67	52.535,16
TOTAL COSTOS	160.764,61	158.046,19	155.437,65	153.243,19	154.220,68

* Se entenderá como MOD al personal de limpieza, utileros, guardias y cajeros
Elaborado por: Mauricio Chávez

El cuadro anterior presenta un resumen de los costos que incurrirá la empresa en función de la capacidad de entrega del servicio proyectada para cada año. Para observar de mejor forma estos costos, se informa en los anexos J, K, L, M, N y R.

Para efecto del cálculo de depreciaciones y amortizaciones se lo realizó por el método de línea recta, y no se considera un valor residual al final de su vida útil.²⁵

4.1.2.3 Estructura de Financiamiento

Este punto determina los fondos necesarios que incurrirá la empresa para llevar a cabo sus operaciones, los mismos que son propios y financiados.

Considerando a factores para tomar decisiones sobre la forma de financiamiento de los proyectos de inversión, como son las necesidades inmediatas de la empresa, el valor y financiación del proyecto, el riesgo, y las

²⁵ BRAVO V. Mercedes, Contabilidad General, 3ra Edición. Pág. 205

decisiones del Gobierno, se ha determinado a los recursos financieros de la siguiente manera:

**CUADRO No. 4.6
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	136.233	30%
PRESTAMO SOLICITADO	310.789	70%
TOTAL FINANCIAMIENTO	447.022	100%

Elaborado por: Mauricio Chávez

De esta manera se ha considerado como capital propio al 30% del financiamiento, y el 70% restante es capital financiado, que permite adquirir la maquinaria, y la construcción de las instalaciones. Como se lo ha considerado en el estudio técnico, los recursos financiados provendrán de préstamo Crédito Directo de Primer Piso de la Corporación Financiera Nacional. (Ver: anexo R).

**CUADRO No. 4.7
CRÉDITO DIRECTO PARA EL DESARROLLO (PRIMER PISO)**

PLAZO AÑOS	1	2	3	4	5	7	8	9	10
TASA EFECTIVA*	9,41%	9,73%	9,89%	10,01%	10,14%	10,33%	10,37%	10,40%	10,44%

Elaborado por: Mauricio Chávez

Fuente: www.cfn.gov.ec

* Tasas fijadas al 31/01/2008

4.1.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio indicará las ventas mínimas que debe tener el negocio para no obtener pérdida ni ganancia; es decir donde los ingresos totales igualan a los costos totales.

Para determinar el punto de equilibrio, se consideraron a los costos fijos y variables. Los costos fijos son los que se permanecen constantes y son independientes del volumen de entrega del servicio, y los costos variables son los que cambian en función del volumen de servicio ofertado.

**CUADRO No. 4.8
PUNTO DE EQUILIBRIO**

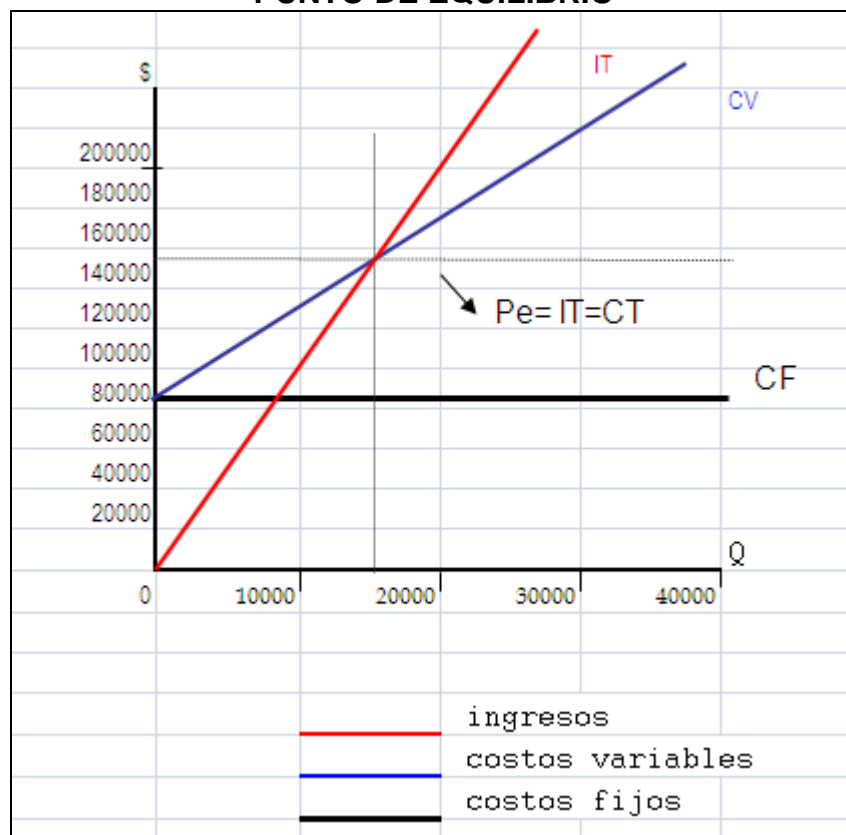
DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS:					
Depreciación	88.417,38	88.417,38	88.417,38	87.161,52	87.161,52
Amortización Intangibles	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gastos Financieros	8.696,42	5.243,60	1.827,22	0,00	0,00
Gastos Generales	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gastos Administrativos Fijos	36.415,81	37.150,21	37.958,05	38.846,68	39.824,16
Gastos de Ventas Fijos	7.661,76	7.661,76	7.661,76	7.661,76	7.661,76
Insumos y Materiales	6.324,00	6.324,00	6.324,00	6.324,00	6.324,00
Mano de Obra Directa*	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
TOTAL COSTOS FIJOS	155.715,37	152.996,95	150.388,41	148.193,96	149.171,44
COSTOS VARIABLES:					
Gastos de Ventas Variables	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
TOTAL COSTOS	160.515,37	157.796,95	155.188,41	152.993,96	153.971,44
INGRESOS OPERACIONALES	359.680,00	367.377,15	375.239,02	383.269,14	391.471,10
C.F.					
P.E.\$: ===== 1 - (C.V./Vtas)	157.821,53	155.022,41	152.337,08	150.073,45	151.023,20
P.E. (usuarios) =	15.782,15	15.502,24	15.233,71	15.007,35	15.102,32
%	44%	42%	41%	39%	39%

* Se entenderá como MOD al personal de limpieza, utileros, guardias y cajeros

Elaborado por: Mauricio Chávez

Dicho de otra manera, la cantidad de usuarios mínima para igualar a los costos totales debe ser de 15.782 personas, que cubre a \$155.715,37 que representa los costos fijos, y los costos variables que llegan a los \$4.800 dólares, lo cual nos da un costo total de \$160.515,37 dólares.

**GRÁFICO No. 4.1
PUNTO DE EQUILIBRIO**



Elaborado por: Mauricio Chávez

4.2 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

La finalidad de los estados financieros pro forma, es para calcular la utilidad neta y los flujos netos del proyecto, ya que determinan “el beneficio real de la operación de la empresa, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la empresa”²⁶, y que permitirán la evaluación de la misma en cuanto a la solvencia, liquidez, estabilidad y rentabilidad.

Dentro de estos estados financieros se considerará a: Balance General Inicial, Estado de Pérdidas y Ganancias, Estado de Fuentes y Usos, Flujo Neto de Fondos tanto del proyecto como del inversionista.

²⁶ BACA U. Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 4ta Edición. Mc. Graw Hill editores, Pág. 172

4.2.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

Es la base para calcular los flujos netos de efectivo considerando los ingresos, costos generales, y gastos operacionales presupuestados y proyectados a una fecha determinada, como se demuestra a continuación:

**CUADRO No. 4.9
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	359.680,00	367.377,15	375.239,02	383.269,14	391.471,10
(-) Costo producción	102.941,38	102.941,38	102.941,38	101.685,52	101.685,52
(=) Utilidad Bruta	256.738,62	264.435,77	272.297,64	281.583,62	289.785,58
(-) Gastos Operacionales	57.823,22	55.104,81	52.496,26	51.557,67	52.535,16
(=) Utilidad Operacional	198.915,39	209.330,96	219.801,38	230.025,95	237.250,42
(+) Otros ingresos *	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
(=) Utilidad en el Ejercicio	208.515,39	218.930,96	229.401,38	239.625,95	246.850,42
(-) 15% Particip.Trabajadores	31.277,31	32.839,64	34.410,21	35.943,89	37.027,56
(=)Utilidad antes de Impuestos	177.238,08	186.091,32	194.991,17	203.682,06	209.822,86
(-) Impuesto a la Renta	44.309,52	46.522,83	48.747,79	50.920,51	52.455,71
UTILIDAD NETA	132.928,56	139.568,49	146.243,38	152.761,54	157.367,14

* Por concepto del arriendo del área de cafetería y tienda deportiva

Elaborado por: Mauricio Chávez

En el cuadro anterior e puede observar que el proyecto genera una utilidad neta para el primer año de \$132.928,56 dólares, mientras que para el año 5, se obtiene una utilidad neta de \$157.367,14 dólares; es decir, e obtiene un beneficio real de la operación.

**CUADRO No. 4.10
BALANCE GENERAL**

ALQUILER DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL		
al 1 de enero del 2009		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		5.446,60
ACTIVO FIJO		439.575,19
Maquinaria	49.760,00	
Equipo de oficina	3.767,59	
Muebles y Enseres	2.805,15	
Edificios	383.242,45	
ACTIVO INTANGIBLE		2.000,00
Gasto de constitución	300,00	
Gasto de capacitación	400,00	
Estudios	800,00	
Gastos de puesta en marcha	500,00	
TOTAL ACTIVOS		447.021,79
PASIVO CORRIENTE		3.812,62
PASIVO A LARGO PLAZO		306.975,91
PATRIMONIO		136.233,26
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		447.021,79

Elaborado por: Mauricio Chávez

Los balances tienen como objetivo principal determinar anualmente cual se considera que es el valor real de la empresa en un momento dado. Al ser un proyecto nuevo, el balance general representa con mayor realidad estos valores.

**CUADRO No. 4.11
ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES :						
Capital propio	136.233,26					
Préstamos	310.788,53					
Otras Fuentes	0,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
+ Utilidad Neta	0,00	132.928,56	139.568,49	146.243,38	152.761,54	157.367,14
+ Depreciación	0,00	88.417,38	88.417,38	88.417,38	88.417,38	88.417,38
+ Amortización	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
+ Saldo Año Anterior	0,00	5.446,60	127.114,33	255.604,81	396.043,49	647.145,89
TOTAL FUENTES	447.021,79	236.792,54	365.100,21	500.265,57	647.222,41	902.930,42
U S O S :						
Inversiones Fijas	441.575,19					
Capital de trabajo	0,00	5.446,60	63,24	69,56	76,52	84,17
Amortiz.Préstamos	0,00	104.231,61	109.432,15	104.152,52	0,00	0,00
TOTAL USOS	441.575,19	109.678,21	109.495,39	104.222,08	76,52	84,17
FLUJO NETO ACUM.	5.446,60	127.114,33	255.604,81	396.043,49	647.145,89	902.846,25
FLUJO NETO ANUAL		121.667,74	382.719,15	140.438,68	251.102,40	255.700,35
+ SERV.DEUDA		112.928,03	114.675,75	105.979,74	0,00	0,00
FLUJO FINANCIERO		234.595,77	497.394,90	246.418,41	251.102,40	255.700,35

Elaborado por: Mauricio Chávez

Con este estado podemos medir la dinámica de los recursos del proyecto. El término “Fuentes” equivale a todos los recursos que ingresan a la empresa, mientras que la palabra “Usos” indica los recursos que egresan de la empresa.

Como se observa en el cuadro anterior, los flujos del proyecto son positivos a lo largo de los 5 años de la proyección, lo cual nos permite concluir que el financiamiento externo ha sido bien manejado, de manera que no hay

necesidad de refinanciar la deuda, en el caso de que los flujos hubiesen dado como resultado valores negativos, es importante refinanciar la deuda.

4.2.2 Flujos Netos de Fondos

Es un documento importante para las empresas puesto que se obtiene información de dichos flujos, y que ayudan a reducir la incertidumbre para la toma de decisiones efectivas. De estos flujos de fondos obtenemos dos tipos: Flujo de Fondos del Proyecto (sin financiamiento) y el Flujo de Fondos del Inversionista (con financiamiento).

4.2.2.1 Flujo de Fondos del Proyecto

Con este documento se puede observar los flujos netos de fondos que permitirán determinar más adelante el análisis financiero con el Valor Actual Neto (VAN). La característica del presente flujo es que no contempla al financiamiento, como se demuestra a continuación:

**CUADRO No. 4.12
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales		359.680,00	367.377,15	375.239,02	383.269,14	391.471,10
- Costos de Producción		-102.941,38	-102.941,38	-102.941,38	-101.685,52	-101.685,52
= UTILIDAD BRUTA VENTAS		256.738,62	264.435,77	272.297,64	281.583,62	289.785,58
- Gastos administrativos		36.415,81	37.150,21	37.958,05	38.846,68	39.824,16
- Gastos de ventas		12.711,00	12.711,00	12.711,00	12.711,00	12.711,00
- Gastos financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= UTILIDAD OPERACIONAL		207.611,81	214.574,56	221.628,59	230.025,95	237.250,42
(+) Otros Ingresos		9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
= UTILIDAD ANTES DE PART.EMPLEAD		217.211,81	224.174,56	231.228,59	239.625,95	246.850,42
- Participación empleados 15%		-32.581,77	-33.626,18	-34.684,29	-35.943,89	-37.027,56
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		184.630,04	190.548,38	196.544,30	203.682,06	209.822,86
- Impuesto a la Renta 25%		-46.157,51	-47.637,09	-49.136,08	-50.920,51	-52.455,71
= UTILIDAD NETA		138.472,53	142.911,28	147.408,23	152.761,54	157.367,14
+ Depreciaciones		88.417,38	88.417,38	88.417,38	87.161,52	87.161,52
+ Amortizaciones		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
- Inversión Inicial	-447.021,79					
- Inversión de reemplazo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Valor de desecho / salvamento		0,00				
+ Recuperación Capital de Trabajo		0,00				5.446,60
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-447.021,79	227.289,91	231.728,67	236.225,61	240.323,06	250.375,26

Elaborado por: Mauricio Chávez

4.2.2.2 Flujo de Fondos del Inversionista

Igual que el anterior, el presente flujo permite conocer la dinámica de los recursos financiados. En éste flujo se separa la inversión inicial con fondos propios y con financiamiento.

**CUADRO No. 4.13
FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		359.680,00	367.377,15	375.239,02	383.269,14	391.471,10
- Costos de Producción		-102.941,38	-102.941,38	-102.941,38	-101.685,52	-101.685,52
= UTILIDAD BRUTA VENTAS		256.738,62	264.435,77	272.297,64	281.583,62	289.785,58
- Gastos administrativos		36.415,81	37.150,21	37.958,05	38.846,68	39.824,16
- Gastos ventas		12.711,00	12.711,00	12.711,00	12.711,00	12.711,00
- Gastos financieros		-8.696,42	-5.243,60	-1.827,22	0,00	0,00
= UTILIDAD OPERACIONAL		216.308,23	219.818,16	223.455,81	230.025,95	237.250,42
(+) Otros ingresos		9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
= UTILIDAD ANTES PART.EMP		225.908,23	229.418,16	233.055,81	239.625,95	246.850,42
- Participación empleados 15%		-33.886,23	-34.412,72	-34.958,37	-35.943,89	-37.027,56
= UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		192.021,99	195.005,44	198.097,44	203.682,06	209.822,86
- Impuesto a la Renta 25%		-48.005,50	-48.751,36	-49.524,36	-50.920,51	-52.455,71
= UTILIDAD NETA		144.016,50	146.254,08	148.573,08	152.761,54	157.367,14
+ Depreciaciones		88.417,38	88.417,38	88.417,38	87.161,52	87.161,52
+ Amortizaciones		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
- Inversión Inicial con fondos propios	-136.233,26					
- Inversión inicial con financiamiento	-310.788,53					
- Inversión de reemplazo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Valor de desecho / salvamento						
- Amortización del préstamo / capital		-104.231,61	-109.432,15	-104.152,52	0,00	0,00
+ Recuperación Capital de Trabajo						5.446,60
FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA	-447.021,79	128.602,27	125.639,31	133.237,94	240.323,06	250.375,26

Elaborado por: Mauricio Chávez

4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

Una vez que se ha determinado el mercado atractivo del proyecto, el lugar óptimo para su localización, y el tamaño adecuado de acuerdo a las condiciones del medio, y los costos que se van a incurrir, se ha calculado la inversión necesaria para poner en marcha al proyecto.

Sin embargo, a pesar de conocer por medio de las proyecciones que el alquiler de canchas de césped sintético en el Valle de los Chillos, tendrá utilidades probable durante su ciclo de funcionamiento de 5 años, es menester demostrar

que la inversión propuesta será rentablemente económica, de manera que se lo realizará en este numeral.

4.3.1 Determinación de la Tasa de Descuento

“La tasa de descuento permite descontar el valor del dinero en el futuro a sus equivalentes en el presente, es decir, los flujos traídos al tiempo cero para conocer justamente el valor del dinero de los flujos descontados. Es decir se suma los flujos descontados en el presente y se resta la inversión inicial, este proceso equivale a comparar las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para generar esas ganancias.”²⁷

Es claro que para aceptar la ejecución de un proyecto las ganancias deben ser mayores que los desembolsos.

4.3.1.1 Del Proyecto (Sin Financiamiento)

Para el cálculo de la TMAR, se considerará la tasa de interés pasiva del 5,91%²⁸, la inflación del 3.32%²⁹, y un premio al riesgo del 7% por el alto costo de la inversión.

TMAR Recursos Propios = Tasa Pasiva Referencial + % premio al riesgo + Inflación

$$\begin{aligned} \text{TMAR Recursos Propios} &= 5,91\% + 7\% + 3.32\% \\ &= 16,23\% \end{aligned}$$

²⁷ BACA U. Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 4ta edición. Mc. Graw Hill ediciones. Pág. 214

²⁸ www.bancopichincha.com

²⁹ LIDERES, semanario Diario El Comercio, lunes 18 de febrero del 2008. Pág. 39.

4.3.1.2 Del Proyecto (Con Financiamiento)

TMAR Financiamiento = Tasa Activa Bancaria
TMAR Financiamiento = 9.89%

**CUADRO No. 4.14
CALCULO DE TMAR**

PARTICIPACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
PROPIO 0,30	0,1623	0,0495
FINANCIADO 0,70	0,0989	0,0688
		<u>11,82%</u>

Elaborado por: Mauricio Chávez

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de la Inversión, de la empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético, es del 11,82%; de manera que este será el rendimiento mínimo que la empresa debe lograr para pagar el 9,89% de los recursos financiados, y el 16.23% de los recursos propios.

4.3.2 Criterios de Evaluación

4.3.2.1 Valor Actual Neto

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”³⁰

Este método de rentabilidad del proyecto, consiste en descontar los flujos de efectivo con la TMAR GLOBAL, que se calculó anteriormente. Si el resultado que se obtiene del VAN es positivo, el proyecto es aceptable; y en caso de ser negativo el VAN significa que el proyecto no es viable. En el caso de que el VAN sea igual a cero se dice que es un proyecto que no genera utilidad.

$$VPN = -I_0 + \frac{FlujoNeto_1}{(1+i)^1} + \frac{FlujoNeto_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FlujoNeto_n}{(1+i)^n}$$

³⁰ BACA U. Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. 4ta edición. Mc Graw Hill ediciones. Pág. 213

Donde:

I_0 = Inversión Inicial

Flujo neto = Flujos Netos del Proyecto

$1+i$ = Factor de Actualización

n = año del flujo

El Valor Actual Neto del presente proyecto es de \$ 407.409,82 dólares; lo que significa que es un proyecto viable que debe aceptarse ya que su VAN es mayor a cero, como se demuestra a continuación:

CUADRO No. 4.15
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	FACTOR DE ACTUALIZACION $(1+i)^n$	FLUJO ACTUALIZADO
		1,1182	
0	(447.021,79)		(447.021,79)
1	227.289,91	1,1182	203.260,16
2	231.728,67	1,25	185.320,72
3	236.225,61	1,40	168.944,21
4	240.323,06	1,56	153.703,55
5	250.375,26	1,75	143.202,95
	V. A. N. =		407.409,82

Elaborado por: Mauricio Chávez

CUADRO No. 4.16
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	(447.021,79)	1,118222	(447.021,79)
1	128.602,27	1,12	115006,06
2	125.639,31	1,25	100477,72
3	133.237,94	1,40	95289,33
4	240.323,06	1,56	153703,55
5	250.375,26	1,75	143202,95
	V. A. N =		160.657,82

Elaborado por: Mauricio Chávez

Para el cálculo del VAN del inversionista se considera al préstamo realizado, valores que se obtienen del flujo de fondos con financiamiento, y que da como resultado un VAN de \$160.657.82 dólares, determinando la aceptación del proyecto.

4.3.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

A la tasa Interna de Retorno se la entiende como la tasa máxima que debe rendir el proyecto; es decir, debe justificar el valor de la inversión. En el cálculo del VAN se obtuvo la tasa de costo del capital, de manera que para el cálculo de la TIR se pretende encontrar la tasa del proyecto.

Si la TIR es igual o mayor a la TMAR, se considera al proyecto como viable y se debe aceptar; si es menor se debe rechazar puesto que no es rentable. La TIR resulta de la sumatoria de los flujos comparados con la inversión igualada a cero.

Para el proyecto propuesto, sin financiamiento, se obtuvo una TIR de 43.72%

**CUADRO No. 4.17
CÁLCULO DEL TIR DEL INVERSIONISTA**

TASA INTERNA DE RETORNO INVERSIONISTA		
AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO
0	-447.022	-447.022
1	128.602,27	104.080,82
2	125.639,31	82.294,30
3	133.237,94	70.630,81
4	240.323,06	103.105,98
5	250.375,26	86.936,45
TIR =		23,56%
<i>Comprobación:</i>		26,37

Elaborado por: Mauricio Chávez

La TIR también es conocida como la i que hace que la suma de los flujos descontados sea igual a la inversión inicial. La i en este caso actúa como una tasa de descuento, de manera que los flujos que intervienen en este cálculo vienen a ser flujos descontados. (Ver Anexo: cuadro No.13)

4.3.2.3 Período de Recuperación de la Inversión

Sirve para determinar el plazo en años de la recuperación de la inversión inicial neta sobre la base de los flujos netos de caja que genere en cada período de su vida útil.

CUADRO No. 4.18
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL INVERSIONISTA

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	SUMATORIA FLUJO NETO	PRRI =	n Hasta que SUM(FN) = INVERSIÓN
0	(447.022)			
1	128.602,27	128.602,27		
2	125.639,31	254.241,57		
3	133.237,94	387.479,52	3,00	
4	240.323,06	627.802,58	0,54	AÑOS (6 meses)
5	250.375,26	878.177,84		
			3,54	AÑOS

Elaborado por: Mauricio Chávez

Mientras menor sea el plazo, mayor atención tendrá la inversión. Para nuestra economía por lo general el plazo oscila de dos a tres años. El método descrito no considera al dinero en el tiempo, además tampoco considera los flujos de caja posteriores al plazo de recuperación.

Para el proyecto planteado, el período real de recuperación de la inversión es de 3,54 años; es decir que recuperaría la inversión en 3 años 6 meses aproximadamente.

4.3.2.4 Relación Beneficio / Costo

Este método se fundamenta en los flujos actualizados de la empresa, es decir, de la sumatoria de los rubros mencionados, se divide para la inversión inicial, y si la razón B/C es mayor o igual a 1 el proyecto es aceptable.

Para el proyecto propuesto, la relación B/C es de \$ 1.36, lo que significa que por cada dólar hay un beneficio de \$0.36 ctvs.

**CUADRO No. 4.19
ANÁLISIS BENEFICIO / COSTO**

AÑO	FLUJOS ACTUALIZADOS	INVERSIÓN INICIAL
0		-447021,79
1	128.602,27	
2	254.241,57	
3	387.479,52	
4	627.802,58	
5	878.177,84	
TOTAL	607.679,61	-447021,79

$$B/C = \frac{607.679,61}{447.021,79}$$

$$B/C = 1,36$$

Elaborado por: Mauricio Chávez

4.3.2.5 Análisis de Sensibilidad

**CUADRO No. 4.20
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - ESCENARIO ORIGINAL**

DETERMINANTE	% VARIACIÓN	TMAR	VAN (\$)	TIR	ANÁLISIS
FLUJOS NETOS ORIGINALES	-	11.82%	160.657,82	23,56%	VIABLE: El proyecto justifica el financiamiento.
AUMENTO DE COSTOS	10%	11.82%	151.864,96	22,95%	VIABLE: El proyecto justifica el financiamiento
DISMINUCIÓN DE INGRESOS	10%	11,82%	74.413,53	17,35%	VIABLE: Es más sensible a una disminución de ingresos que a un aumento de costos

Elaborado por: Mauricio Chávez

El cuadro anterior presenta el análisis de sensibilidad del inversionista en dónde se trabajó con dos posibles escenarios: el primero en el cual se tiene un aumento de costos, considerando el 10%, se tiene una TIR de 22,95%; es decir, 11,3 puntos sobre la TIR, y un VAN de \$1551.864,96 dólares, que indican la viabilidad del proyecto. En el segundo escenario se consideró una disminución del 10% en el PVP del servicio, se obtiene un VAN de \$74.413,53 dólares y una TIR del 17,35%, lo que quiere decir que el proyecto es más sensible a una disminución de ingresos que a un aumento de costos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Conforme al estudio de mercado realizado, el servicio planteado tiene la aceptación del 74,7% de los potenciales clientes y usuarios de las canchas de fútbol con césped sintético.

2. El mercado para el proyecto de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético es amplio e interesante. Al abarcar una población de 35.858 personas que harían uso del servicio hasta 1 vez por semana; es decir, el 32,60% de los encuestados hacen prever altas expectativas hacia este proyecto, a razón también que es una empresa monopólica, que va a satisfacer las necesidades del 5,45% de la demanda insatisfecha.

3. Las tendencias en la actualidad de las personas, se inclinan a la práctica deportiva por las noches, por motivos de salud, horarios de trabajo o estudios, y en general el hecho de buscar lugares de sana distracción y seguridad en el Valle de los Chillos. En este punto, el servicio es atractivo para la sana distracción, y por ende será introducido al mercado con una fuerte campaña promocional que resalten las ventajas y bondades del servicio, con ayuda de las estrategias mercadológicas propuestas.

4. La ubicación óptima del proyecto se encuentra en la zona industrial del Valle de los Chillos, en el Km. 4 ½ vía a Amaguaña en donde se dispondrá de una capacidad instalada del 100%, o capacidad para

71540 personas anuales, de las cuales sólo se utilizará el 50,12% en el primer año y se incrementará en un 5,45% cada año.

5. Se ha determinado el proceso de servicio a través de un diagrama de flujo, de manera que sirvan estos como guías, para el momento en que el servicio de alquiler de canchas de fútbol con césped sintético inicie sus operaciones.
6. Para efectos legales y de funcionamiento, se creará la empresa bajo la figura de empresa unipersonal de responsabilidad limitada, y que contará con 14 empleados.
7. La inversión inicial que se necesita para poner en marcha el proyecto suma \$447.021,79, la misma que generará una rentabilidad (TIR) del 23,56%. Se estima que los flujos netos actualizados comparados con la inversión inicial (VAN) ascienden a \$160.657,82; mientras que la relación beneficio/costo sería de 1,36. En conjunto, la viabilidad del proyecto determinan también la rentabilidad del mismo.
8. Es importante mencionar que en el estudio y evaluación financiera del proyecto, los cálculos realizados han considerado una tasa activa del 9,89% del crédito denominado CREDYPYME de la Corporación Financiera Nacional.
9. El tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años 6 meses aproximadamente, es decir, que para el final de la vida útil del proyecto tanto en los flujos de fondo del proyecto como del inversionista, se recuperará toda la inversión.

Recomendaciones

1. Ejecutar el proyecto, en razón a los resultados y proyecciones mercadológicas técnicas, financieras que resultaron positivas y alentadoras que lo califican como viable.
2. Aprovechar las oportunidades del mercado escogido, puesto que se formaría un monopolio, de manera que se pueda buscar la mejor alternativa de financiamiento a fin de que se realice el proyecto.
3. Debido a las tendencias mundiales y sobre todo nacional, el servicio propuesto debe contar con altos índices de calidad en servicio, control de manejo de tiempo de espera, manejo de reservaciones virtuales, etc. De manera que serán un factor determinante en la entrega del servicio.
4. El objetivo de aminorar costos respecto a la inversión puede ser considerado al escoger otras opciones frente a los materiales e insumos; es decir, se debería adquirir insumos sustitutos con la calidad necesaria para efectivizar esta propuesta.
5. Al tener que incurrir en una inversión alta, es importante manejar de forma adecuada y basado en los respectivos presupuestos los destinos del dinero, de manera que no se tenga que generar gastos innecesarios que afecten directamente sobre el rendimiento del proyecto.

REFERENCIAS DOCUMENTALES

1. Méndez A. Carlos; Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, Tercera Edición.
2. Hernández H. Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Cuarta edición, Thompson Learning Editores.
3. Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Nacional Financiera de México.
4. BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A., México, Cuarta Edición.
5. Plan de Desarrollo Provincial, Honorable Consejo Provincial de Pichincha.
6. Diario HOY - Sección DINERO; Quito, Martes 18 de Septiembre de 2007.
7. FISCHER, DORNBUSCH, SCHMALENSEE, Economía, McGraw-Hill editores, 2^{da} edición.
8. Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Rumiñahui.
9. REINOSO C. Víctor, "EL PROCESO ADMINISTRATIVO Y SU APLICACIÓN EN LAS EMPRESAS", Sexta edición.
10. TERRY George, PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN, CECSA ediciones, 2^{da} edición.
11. BRAVO V. Mercedes, Contabilidad General, 3ra Edición.
12. LIDERES, semanario Diario El Comercio, lunes 18 de febrero del 2008.
13. <http://www.sri.gov.ec>
14. <http://www.municipioderumiñahui.gov.ec/censos>
15. <http://www.cfn.gov.ec>
16. <http://www.sportex.com>
17. <http://www.forbex.com>
18. <http://www.bancopichincha.com>
19. <http://www.google.com/empresasunipersonales> (Ab. Patricia Andrade San Lucas, artículo publicado en Internet)

ANEXOS

Anexo A:

**ORDENANZA QUE REFORMA A LA ORDENANZA
PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN
POR DESECHO INDUSTRIALES, FLORÍCOLAS Y DE SERVICIOS
EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI**

Art. 1.- Cámbiese la denominación de la ordenanza que dice “Ordenanza para la prevención y control de la contaminación por desecho industriales, florícolas y de servicios en el cantón Rumiñahui”, por el siguiente: “Ordenanza para la prevención y control de la contaminación por desechos industriales, florícolas, de servicios y otros de carácter tóxico y peligroso generados por fuentes fijas del cantón Rumiñahui”.

“Art. 3-B.- SUJETOS DE CONTROL.- Son sujetos de control de esta ordenanza los establecimientos asentados físicamente en el cantón, se hallen o no domiciliados en el mismo, dedicados a las actividades industrial, pequeña industria, agrícola, florícola, de servicios, así como en general aquellos que constituyan fuentes fijas de generación de desechos peligrosos no domésticos previstos en los Anexos del “Convenio de Basilea Sobre el Control de los Movimientos transfronterizos de los Desechos Peligrosos y su Eliminación”.

“Art. 3.- OBJETO.- Esta norma regula los mecanismos para la protección de la calidad ambiental cantonal afectada por los desechos líquidos y emisiones a la atmósfera de carácter no doméstico emitidos por los sujetos de control. Preserva, en particular, los elementos agua, aire, suelo y sus respectivos componentes bióticos y abióticos, en salvaguarda de la salud de la comunidad del cantón. Dentro de los desechos líquidos se incluyen los lodos residuales de procesos y en general, los efluentes de fuente fijas que se descarguen en los canales del alcantarillado público o directamente a los cuerpos receptores naturales, al suelo y subsuelo del cantón”.

Art. 12.- DEL CATASTRO Y REGISTRO.- Todo sujeto de control deberá ser catastrado por la Autoridad Ambiental. Sin embargo, cumplido o no este paso, todo establecimiento obligado en los términos del artículo 3-B deberá registrar en esta dependencia los datos técnicos generales que permitan la efectiva identificación de su actividad”.

Art. 13.- DEL CERTIFICADO DE REGISTRO Y PERMISO

AMBIENTAL.- Todo sujeto de control deberá obtener el Certificado de Registro Ambiental que otorga la Autoridad Ambiental, como requisito indispensable para poder funcionar legalmente. El Certificado de Registro Ambiental, es una especie valorada que se obtiene al momento en que el establecimiento se registra ante dicha autoridad. Tendrá una vigencia de tres meses de plazo. El Permiso Ambiental, lo obtienen los sujetos de control una vez demostrado su cumplimiento de los niveles máximos permisibles de contaminación, a través del Informe Técnico Demostrativo. El Permiso Ambiental será actualizado cada dos años. El Departamento de Control Ambiental proporcionará al resto de instancias municipales, una información permanente y actualizada de los certificados de registro ambiental y permisos ambientales que expida, a fin de que todas los sujetos exijan como requisitos indispensables para cualquier otra autorización que soliciten los sujetos de control”.

Anexo B

ANEXO C:



PROFORMA

Cliente	
Nombre	<u>MAURICIO CHAVEZ</u>
Dirección	_____
Ciudad	_____
Teléfono	_____
Fecha	<u>23-Feb-08</u>
Nº pedido	_____
Representante	_____
Fecha de emisión:	_____

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
350	Chalecos de competencia "LOTTO"	3,50 \$	1.225,00 \$

Detalles de pago	
<input type="radio"/>	En efectivo
<input type="radio"/>	Con cheque
<input type="radio"/>	
En cheque favor emitir a nombre de Germánico Paz Murillo	
Número	_____
	Caduca <u>8 DIAS</u>

Subtotal	1.225,00 \$
Anticipo	
IVA 12%	147,00
TOTAL	1.372,00 \$

FORMA DE PAGO: 50% a la firma del contrato y 50% a la entrega de la mercadería

Atentamente

Germánico Paz

FABRICA:

Chambo S7-66 Y Chota
Telefono: 2664-692 / 095 400-136
e-mail: bean_sport@easynet.net.ec

Quito - Ecuador

ANEXO D:

De: SCO Paulina Solano
Enviado el: martes, 29 de enero de 2008 16:59
Para: SCO Mauricio Chavez
Asunto: RV: PROFORMA CÉSPED

PROFORMA DE COMPRA DE CÉSPED SINTÉTICO

Turf solutions es la compañía que trabaja con nosotros y la garantía es de 5 años, pero en si en los estados unidos es de 8 es simplemente la garantía internacional que nos dan, tomen en cuenta que el clima de los estados unidos es mucho mas cambiante que acá, y la garantía es de 5 años el precio le puedo garantizar que somos los de menor precio.

Valor del césped americano:	20 dólares el metro cuadrado
Valor del césped chino:	18.50 dólares el metro cuadrado
Altura:	4.50 cm
Instalación:	7 dólares el metro cuadrado (incluye arena y caucho)
Geomembrana	3.25 el metro
Forma de Pago:	60%al contrato y 40% el momento de terminar la instalación.

Características de la Garantía

- Garantía de 8 años a la intemperie y 12 años cubiertos.

Saludos,

Ing. Raúl Calderón
093 545 626

ANEXO C:

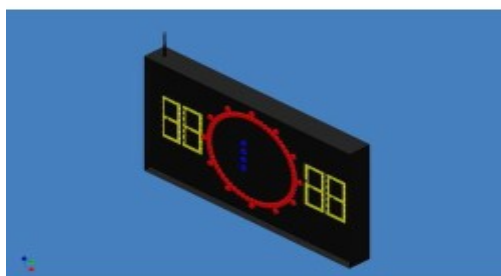
Atención a: Mauricio Chávez Espinosa
Quito



MARCDORES ELECTRONICOS PARA CANCHAS DE MINI FUTBOL

Cuenca - Ecuador

Elemento esencial para su cancha privada o de alquiler, con las dimensiones precisas para este fin.



Largo 120cm

Alto 70cm

Fondo 12cm

Implementados con tecnología inalámbrica, ligeros, removibles, resistentes a condiciones climáticas extremas, bajo consumo de potencia.

Alimentación: 90 - 240 VAC

También fabricamos marcadores para cualquier disciplina deportiva, o de cualquier dimensión.

Precio Final: US\$ 1700.00

Garantía: 6 meses

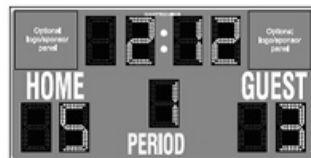
Algunos modelos comunes



Modelo **LT-BV-112-2-15-E**

Dígitos de 15 cm de altura

Dimensión: 120 cm de largo x 50 cm de altura x 6 cm fondo



Soccer - Exterior MS915

2.44 m L x 1.22 m A x 0.15 m P, 40 kg



Futbol Rápido - Interior H2111

2.438 m L x 1.219 m A x 0.152 m P, 54 kg



Casio PCR-T2000 Cash Register

(MPN: PCRT2000)

Rango de precios: **US\$279.12 - US\$349.80**

Atentamente,

BYRON CERON
Ventas Electrónica

PROYECTO DE ALQUILER DE CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO

ANEXO F: MAQUINARIA

DENOMINACION	CANTIDAD	CAPITAL PROPIO 30%	POR FINANCIAR 70%	VALOR TOTAL
MARCADORES ELECTRONICOS	2	1.020,00	2.380,00	3.400,00
CESPED SINTETICO (m2) ***	1.520	13.908,00	32.452,00	46.360,00
TOTAL		14.928,00	34.832,00	49.760,00

**/Se adjuntan proformas.

***Vabrunitario \$30,50 x m 2

ANEXO G: REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO 30%	POR FINANCIAR 70%	VALOR TOTAL
2	COMPUTADORAS PERSONALES	635,40	1.482,60	2.118,00
1	COMPUTADORA ESCRITORIO	179,70	419,30	599,00
1	IMPRESORA	29,40	68,60	98,00
1	IMPRESORA COPIADORA	75,90	177,09	252,99
2	CAJAS REGISTRADORAS	209,88	489,72	699,60
	TOTAL	1.130,28	2.637,31	3.767,59

ANEXO H: REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DENOMINACION	CAPITAL PROPIO 30%	POR FINANCIAR 70%	VALOR TOTAL
3	MUEBLES DE OFICINA	1.038,15	0	1.038,15
1	AIRE ACONDICIONADO	530,10	1.237	1.767,00
	TOTAL	1.568,25	1.237	2.805,15

ANEXO I.- INVERSIONES INICIALES Y SU FINANCIAMIENTO

DESCRIPCION	Capital propio	Capital Financiado	Total de Inversión
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			
Maquinaria	14.928,00	34.832,00	49.760,00
Equipo de oficina	1.130,28	2.637,31	3.767,59
Muebles y Enseres	1.568,25	1.236,90	2.805,15
Edificios	114.972,75	268.269,70	383.242,45
SUMAN	132.599,28	306.975,91	439.575,19
	30	70	
ACTIVO INTANGIBLE			
Gasto de constitución	300,00	0,00	300,00
Gasto de capacitación	400,00	0,00	400,00
Estudios	800,00	0,00	800,00
Gastos de puesta en marcha	500,00	0,00	500,00
SUMAN	2.000,00	0,00	2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO :			
Insumos y materiales	163,37	381,20	544,57
Mano de Obra Directa *	186,00	434,00	620,00
Gastos Generales */	15,50	36,17	51,67
Gastos de Administración	940,74	2.195,06	3.135,81
Gastos de Ventas	328,37	766,19	1.094,56
SUMAN	1.633,98	3.812,62	5.446,60
TOTAL INVERSION	136.233,26	310.788,53	447.021,79
%	30%	70%	100%

*/ EXCLUYE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

* Se entenderá como MOD al personal de limpieza, utileros, guardias y cajeros

Elaboración: Mauricio Chávez

ANEXO J: CALCULO DEL CAPITAL OPERACIONAL

PARAMETROS:

Número de usuarios estimado: mensual	2.997	anual * :	35.968
Tiempo de operacion inicial (meses):	1	1	
Modalidad de cobro :			
-Contado	100%		
-Credito, 0 días :	0%		
Ciclo de comercialización = (SUM%modalidad cobro * #días crédito) / 30 días	0,03		

CAPITAL DE TRABAJO = ciclo operación inic.+ ciclo efectivo

CICLO de PRODUCCIÓN = 1,03 meses

CAPITAL DE TRABAJO:	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos y materiales	544,57	544,57	544,57	544,57	544,57
Mano de Obra Directa**	620,00	620,00	620,00	620,00	620,00
Gastos Generales */	51,67	51,67	51,67	51,67	51,67
Gastos de administración	3.135,81	3.199,05	3.268,61	3.345,13	3.429,30
Gastos de ventas	1.094,56	1.094,56	1.094,56	1.094,56	1.094,56
TOTAL	5.446,60	5.509,84	5.579,40	5.655,92	5.740,09

*/ EXCLUYE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

** Se entenderá como MOD al personal de limpieza, utileros, guardias y cajeros

ANEXO K: INSUMOS Y MATERIALES

CONCEPTO	CANT. REQ. TRIMESTRAL	VALOR UNITARIO	VALOR MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
				VALOR TOTAL	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL
REDES	6	13,50	27,00	324,00	324,00	324,00	324,00	324,00
BALONES	4	32,00	42,67	512,00	512,00	512,00	512,00	512,00
CHALECOS	392	3,50	457,33	5488,00	5488,00	5488,00	5488,00	5488,00
TOTAL		49,00	527,00	6324,00	6324,00	6324,00	6324,00	6324,00

NÚMERO DE USUARIOS AL AÑO * 35968

Incremento anual en la demanda (%) 2,140

AÑO 1	35968
AÑO 2	36738
AÑO 3	37524
AÑO 4	38327
AÑO 5	39147
AÑO 6	39985

* Esta cifra, cubre al 5,45% de la PEA del cantón Rumiñahui

** El incremento de la demanda esta en base al incremento de la PEA del cantón Rumiñahui

ANEXO L: GASTOS GENERALES

	DENOMINACION	VALOR TRIMESTRAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MATERIALES INDIRECTOS:						
F	Suministros de limpieza	150,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
T**	DEPRECIACIONES						
5	Maquinaria	2.488,00	9.952,00	9.952,00	9.952,00	9.952,00	9.952,00
3	Equipos de oficina*	313,97	1.255,86	1.255,86	1.255,86	0,00	0,00
5	Muebles y Enseres	140,26	561,03	561,03	561,03	561,03	561,03
5	Edificios	19.162,12	76.648,49	76.648,49	76.648,49	76.648,49	76.648,49
T**	AMORTIZACION INTANGIBLES						
5	Estudios	40,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
5	Puesta en marcha	25,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
5	Gasto de Constitución	15,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
5	Gasto de Capacitación	20,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
	TOTAL GGF	22.354,35	89.417,38	89.417,38	89.417,38	88.161,52	88.161,52
	GGF */Excl.Deprec.y Amortiz.	150,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
	Valor Depreciación	22.104,35	88.417,38	88.417,38	88.417,38	87.161,52	87.161,52
	Valor Amortización	100,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

* Aplica incremento del 0% desde el 4to año

** Reglamento Ley de Régimen Tributario Interno. Art. 17

ANEXO M: GASTOS ADMINISTRATIVOS

CANT.	DENOMINACION	V. TRIMESTRAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PERSONAL ADMINISTRATIVO						
1	Secretaria	900,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
1	Administrador	2.100,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
2	Cajeros	250,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
	COMUNICACIONES:						
	Teléfono y fax	162,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00
	SUMINISTROS Y MATERIALES:						
	Útiles de oficina	49,50	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00
	COSTOS OCUPACIONALES:						
	Agua potable	297,84	1.191,36	1.191,36	1.191,36	1.191,36	1.191,36
	Energía eléctrica	1.225,80	4.903,20	4.903,20	4.903,20	4.903,20	4.903,20
	Arriendo terreno*	1.800,00	7.200,00	7.920,00	8.712,00	9.583,20	10.541,52
	PRESTACIONES Y BENEFICIOS DE LEY						
	De personal administrativo, ventas y MOD	2.230,81	6.692,44	6.692,44	6.692,44	6.692,44	6.692,44
	IMPREVISTOS 2% (sin contar prestaciones)	135,70	582,81	597,21	613,05	630,48	649,64
	TOTAL	9.151,66	36.415,81	37.150,21	37.958,05	38.846,68	39.824,16

Elaboración: Mauricio Chávez

CALCULO DE SERVICIOS BASICOS	CANTIDAD	VALOR MES	0% Produc	100% Administr
AGUA	177m3	99,28	0	99,28
LUZ	4540KWH	408,6	0	408,6
TELEFONO	6.000,00	54,00	0	54,00

* Incremento de arriendo del 10% anual

ANEXO N: GASTOS DE VENTAS						
DENOMINACION	VALOR TRIMESTRAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERSONAL DE VENTAS						
Free-lance 1 *	600	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Free-lance 2 *	600	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Asistente de ventas	300	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
GASTOS DE PROMOCION Y PROPAGANDA:						
Publicidad	750	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
GASTOS DE COMUNICACIÓN						
Internet	265,44	1.062	1.062	1.062	1.062	1.062
IMPREVISTOS 2%	50	249	249	249	249	249
TOTAL	2.566	12.711	12.711	12.711	12.711	12.711

* Ganan por comisiones. Se supone una base de 200 dólares mensuales como comisión

Elaboración: Mauricio Chávez

ANEXO O: CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO					
RUBROS	AÑO # 1	AÑO # 2	AÑO # 3	AÑO # 4	AÑO # 5
Insumos y Materiales (1,03 meses)	544,57	544,57	544,57	544,57	544,57
Mano Obra Directa * (1,03 meses)	620,00	620,00	620,00	620,00	620,00
Gastos Generales */ (1,03 meses)	51,67	51,67	51,67	51,67	51,67
Gastos Administrativos (1,03 meses)	3.135,81	3.199,05	3.268,61	3.345,13	3.429,30
Gastos de Ventas (1,03 meses)	1.094,56	1.094,56	1.094,56	1.094,56	1.094,56
TOTAL	5.446,60	5.509,84	5.579,40	5.655,92	5.740,09
Valor de Incremento		63,24	69,56	76,52	84,17
% variación		1,16%	1,26%	1,37%	1,49%
*/ EXCLUYE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES					
* Se entenderá como MOD al personal de limpieza, utileros, guardias y cajeros					

ANEXO Q: FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	136.233	30%
PRESTAMO SOLICITADO	310.789	70%
TOTAL FINANCIAMIENTO	447.022	100%
Elaboración: Mauricio Chávez		

ANEXO R: TABLAS DE AMORTIZACION Y GASTOS FINANCIEROS

PARTE 1/2

PRESTAMO PARA CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL \$3.812,62

PLAZO 2 años

INTERES 8,34%

FORMA DE PAGO: mensual

PERIODO DE GRACIA: 0 meses

PERIODO (mensual)	CAPITAL O DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO	INTERES	SERVICIO DE LA DEUDA	GASTOS FINANCIEROS X AÑO	AMORTIZACION DE LA DEUDA
0	0,00	3.812,62	0,00	3.812,62		
1	158,86	3.653,76	13,25	172,11		
2	158,86	3.494,90	12,70	171,56		
3	158,86	3.336,04	12,14	171,00		
4	158,86	3.177,18	11,59	170,45		
5	158,86	3.018,32	11,04	169,90		
6	158,86	2.859,46	10,49	169,35		
7	158,86	2.700,60	9,94	168,80		
8	158,86	2.541,75	9,38	168,24		
9	158,86	2.382,89	8,83	167,69		
10	158,86	2.224,03	8,28	167,14		
11	158,86	2.065,17	7,73	166,59		
12	158,86	1.906,31	7,18	166,04	122,55	1.906,31
13	158,86	1.747,45	6,62	165,48		
14	158,86	1.588,59	6,07	164,93		
15	158,86	1.429,73	5,52	164,38		
16	158,86	1.270,87	4,97	163,83		
17	158,86	1.112,01	4,42	163,28		
18	158,86	953,15	3,86	162,72		
19	158,86	794,30	3,31	162,17		
20	158,86	635,44	2,76	161,62		
21	158,86	476,58	2,21	161,07		
22	158,86	317,72	1,66	160,52		
23	158,86	158,86	1,10	159,96		
24	158,86	0,00	0,55	159,41	43,06	1.906,31
TOTAL:	3.812,62		165,61	663,04	165,61	3.812,62

PRESTAMO PARA ACTIVO FIJO TANGIBLE

CAPITAL: \$306.975,91
 PLAZO: 3 años
 INTERES: 9,89%

9,89

FORMA DE PAGO: mensual

PERIODO (mensual)	CAPITAL O DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO	INTERES	SERVICIO DE LA DEUDA	GASTOS FINANCIEROS X año	AMORTIZACION DE LA DEUDA
0	0,00	306.975,91	0,00	306.975,91		
1	8.527,11	298.448,80	843,33	9.370,44		
2	8.527,11	289.921,69	819,91	9.347,01		
3	8.527,11	281.394,58	796,48	9.323,59		
4	8.527,11	272.867,48	773,05	9.300,16		
5	8.527,11	264.340,37	749,63	9.276,74		
6	8.527,11	255.813,26	726,20	9.253,31		
7	8.527,11	247.286,15	702,78	9.229,88		
8	8.527,11	238.759,04	679,35	9.206,46		
9	8.527,11	230.231,93	655,92	9.183,03		
10	8.527,11	221.704,82	632,50	9.159,61		
11	8.527,11	213.177,72	609,07	9.136,18		
12	8.527,11	204.650,61	585,65	9.112,76	8.573,87	102.325,30
13	8.527,11	196.123,50	562,22	9.089,33		
14	8.527,11	187.596,39	538,79	9.065,90		
15	8.527,11	179.069,28	515,37	9.042,48		
16	8.527,11	170.542,17	491,94	9.019,05		
17	8.527,11	162.015,06	468,52	8.995,63		
18	8.527,11	153.487,96	445,09	8.972,20		
19	8.527,11	144.960,85	421,67	8.948,77		
20	8.527,11	136.433,74	398,24	8.925,35		
21	8.527,11	127.906,63	374,81	8.901,92		
22	8.527,11	119.379,52	351,39	8.878,50		
23	8.527,11	110.852,41	327,96	8.855,07		
24	8.527,11	102.325,30	304,54	8.831,64	5.200,54	107.525,84
25	8.527,11	93.798,19	281,11	8.808,22		
26	8.527,11	85.271,09	257,68	8.784,79		
27	8.527,11	76.743,98	234,26	8.761,37		
28	8.527,11	68.216,87	210,83	8.737,94		
29	8.527,11	59.689,76	187,41	8.714,52		
30	8.527,11	51.162,65	163,98	8.691,09		
31	8.527,11	42.635,54	140,56	8.667,66		
32	8.527,11	34.108,43	117,13	8.644,24		
33	8.527,11	25.581,33	93,70	8.620,81		
34	8.527,11	17.054,22	70,28	8.597,39		
35	8.527,11	8.527,11	46,85	8.573,96		
36	8.527,11	0,00	23,43	8.550,53	1.827,22	104.152,52
TOTAL:	306.975,91	5.372.078,43	15.601,62	322.577,53	15.601,62	314.003,67

TOTAL PRESTAMO SOLICITADO: \$310.788,53

ANOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4-5
Prestamo CT	122,55	43,06	0,00	0,00
Préstamo AF	8.573,87	5.200,54	1.827,22	0,00
GASTOS FINANC	8.696,42	5.243,60	1.827,22	0,00
AMORTIZ. DEUDA	104.231,61	109.432,15	104.152,52	0,00
SERV. DEUDA	112.928,03	114.675,75	105.979,74	0,00

Elaboración: Mauricio Chávez