



**UNIVERSIDAD UTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA:  
INGENIERA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS.**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS.**

**TEMA:  
“Modelo de negocio para la creación de una cancha sintética en la  
parroquia de Yaruqui”**

**AUTORA:  
CARMEN LORENA SALAZAR PADILLA**

**DIRECTOR DE TESIS:  
ECON. LUIS BARRENO**

**QUITO – ECUADOR  
2020**


**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO  
PROYECTO DE TITULACIÓN**

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1720430683
APELLIDO Y NOMBRES:	SALAZAR CARMEN LORENA
DIRECCIÓN:	PUSUSQUI
EMAIL:	<a href="mailto:spcl24989@ute.edu.ec">spcl24989@ute.edu.ec</a>
TELÉFONO FIJO:	22292445
TELÉFONO MOVIL:	983394995
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
TITULO:	<b>Modelo de negocio para la creación de una cancha sintética en la parroquia de Yaruqui</b>
AUTOR O AUTORES:	<b>SALAZAR CARMEN LORENA</b>
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN: :	<b>10/06/2020</b>
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	<b>ECONOMISTA LUIS BARRENO BENAVIDEZ</b>
PROGRAMA	<b>PREGRADO</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b> <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	<b>Ingeniería en empresas y negocios</b>
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>Se sabe que, en el Ecuador y específicamente en Yaruqui los habitantes requieren de espacios de recreación y ocio, como una forma de salir del estrés que generan diariamente las actividades cotidianas, sin embargo, existen muy pocos lugares que ofrecen esta posibilidad, razón por la que se llevó a cabo el presente proyecto con la idea de ofrecer servicios de canchas sintéticas para realizar deporte, como el fútbol; además esto hará que su salud mejore. Los resultados del estudio arrojaron que efectivamente más de la mitad de los habitantes de Yaruqui si estarían de acuerdo con utilizar dichos</p>

	<p>servicios, además se pudo identificar que la demanda proyectada debe abarcar por lo menos el 30% de dichos habitantes, también se analizó la factibilidad técnica y operativa que debe seguir el lugar para su funcionamiento, así como los respectivos permisos de funcionamiento como son RUC, patente, licencia de bomberos, entre otros aspectos necesarios para poner en marcha el negocio. Finalmente se pudo constatar la factibilidad financiera del proyecto, donde arrojó un VAN (Valor Actual Neto) positivo, y una TIR mayor a la TMAR, así como un valor mayor de beneficio/costo; lo que da como resultado que, definitivamente sería dable la implementación de dichas canchas sintéticas en Yaruquí.</p>
<p>PALABRAS CLAVE:</p>	<p>Recreación, canchas, sintéticas, financiera, técnica, mercado.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>It is known that, in Ecuador and specifically in Yaruquí, the inhabitants require recreation and leisure spaces, as a way to get out of the stress that everyday activities generate, however, there are very few places that offer this possibility, reason why that the present project was carried out with the idea of offering synthetic courts services to perform sports, such as soccer; This will also make your health better. The</p>

	<p>results of the study showed that effectively more than half of the inhabitants of Yaruqui would agree to use these services, in addition it was possible to identify that the projected demand should cover at least 30% of said inhabitants, the technical feasibility was also analyzed, and operational that must follow the place for its operation, as well as the respective operating permits such as RUC, patent, firemen's license, among other aspects necessary to start up the business. Finally, it was possible to verify the financial feasibility of the project, which yielded a positive NPV (Net Present Value), and a TIR greater than the TMAR, as well as a higher benefit / cost value; which results in the definitive implementation of said synthetic courts in Yaruqui.</p>
<p>KEYWORDS :</p>	<p>Recreation, courts, synthetic, financial, technical, market</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f:   
 \_\_\_\_\_  
 Salazar Padilla Carmen Lorena  
 1720430683

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Carmen Lorena Salazar Padilla**, con CI. 1720430683, autora del proyecto titulado:

**Modelo de negocio para la creación de una cancha sintética en la parroquia de Yaruqui,**

previo a la obtención del título de **INGENIERO EN EMPRESAS Y NEGOCIOS** en la

Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 10 de junio del 2020



f: \_\_\_\_\_

Salazar Padilla Carmen Lorena  
1720430683.

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Director de Tesis certifico que el presente trabajo que lleva por título “ Modelo de negocio para la creación de una cancha sintética en la parroquia de Yaruqui”, para aspirar al título de Ingeniería en Empresas y Negocios fue desarrollado por la señorita Carmen Lorena Salazar Padilla, con CI: 1720430683 quien ha trabajado bajo mi tutoría y supervisión, en la Facultad de ciencias administrativas, y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Barreno', is written over a horizontal line.

Econ. LUIS BARRENO  
DIRECTOR DE TESIS

### **Declaratoria Juramentada de Autor**

Yo, Carmen Lorena Salazar Padilla, portadora de la cédula de identidad N° 1720430683, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.



f:

---

Salazar Padilla Carmen Lorena  
1720430683.

## **Dedicatoria.**

Dedico este triunfo, fruto del esfuerzo y dedicación a:

Dios por poner en mi vida a las personas indicadas que me han guiado en el transcurso de mi vida.

Les dedico a mis padres cada una de mis metas cumplidas ya que han sido mi pilar, mi fuerza y mi todo ya que, sin ellos, sin su esfuerzo y amor no habría sido quien soy ahora.

Dedico a mi esposo esta meta cumplida por su apoyo, su compañía en cada reto que tuve para culminar la carrera, por su amor incondicional y su paciencia.

Dedico mi esfuerzo a toda mi familia de quienes he recibido el ejemplo de tenacidad y constancia para obtener sus metas ya que todos han culminado con sus estudios y siguen preparándose.

Agradezco a todas las personas que de una u otra forma ayudaron a la culminación exitosa del proyecto de graduación.



## Índice General de Contenidos

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN .....	1
1.1.1 Problema a Investigar .....	1
1.1.2 Objeto de estudio teórico .....	1
1.1.3 Objeto de estudio práctico .....	1
1.1.4 Planteamiento del problema.....	1
1.1.5 Formulación del problema .....	2
1.1.6 Sistematización del problema.....	2
1.1.7 Objetivo General .....	3
1.1.8 Objetivos Específicos .....	3
1.1.9 Justificación .....	3
1.2 Marco Referencial .....	4
1.2.1 Marco Teórico .....	4
1.3 Descripción del Producto o servicio .....	9
1.4 Tecnología asociada al producto .....	9
1.5 Análisis Estratégico del negocio (Estrategia Corporativa) .....	10
1.6 Estudio de Mercado.....	11
1.6.1 La segmentación del mercado .....	12
1.6.2 Criterios para la segmentación del mercado .....	13
1.6.3 Mercado objetivo.....	13

1.6.4	Tamaño del mercado .....	13
1.6.4.1	El mercado geográfico .....	14
1.7	Estrategia comercial .....	14
1.7.1	Estrategia de Marketing.....	14
1.8	Tamaño del proyecto. ....	16
1.8.1	Variables del tamaño del proyecto. ....	16
1.8.1.1	Dimensiones del mercado .....	16
1.8.1.2	La Capacidad de financiamiento .....	17
1.8.1.3	La tecnología utilizada.....	17
1.9	Localización del proyecto .....	17
1.10	Inversión.....	18
1.11	Evaluación financiera.....	18
1	<b>CAPÍTULO II MÉTODO.</b> .....	19
1.1	Nivel de Estudio .....	19
1.2	Modalidad de Investigación.....	19
1.3	Método.....	19
1.4	Población y Muestra .....	20
1.4.1	Universo y Tamaño de la muestra.....	20
1.5	Selección instrumentos de investigación .....	20
1.6	Procesamiento de datos.....	21
1.7	Metodología Técnica .....	21

1.7.1	Metodología para el Objetivo específico 1:.....	21
1.7.2	Metodología para el Objetivo específico 2:.....	21
1.7.3	Metodología para el Objetivo específico 3:.....	22
1.7.4	Metodología para el Objetivo específico 4:.....	23
2	CAPITULO III. RESULTADOS.....	28
2.1	Recolección y Tratamiento de datos.....	28
2.1.1	Concepto y Estrategia del Negocio .....	28
2.1.1.1	Definición de la Empresa .....	28
2.1.1.2	Estructura legal de la empresa .....	30
2.1.1.3	Ventajas competitivas .....	31
2.1.1.4	Estrategias competitivas.....	32
2.1.1.5	Equipo de gestión .....	34
2.1.2	Estudio de Mercado.....	35
2.1.2.1	Objetivo General.....	35
2.1.2.2	Metodología de cuantificación de la demanda .....	35
2.1.2.3	Universo .....	36
2.1.2.4	Tamaño de la muestra .....	36
2.1.3	Demanda de la estructura del mercado actual.....	37
2.1.3.1	Mercado Objetivo .....	38
2.1.4	Diseño del cuestionario .....	39
2.1.5	Interpretación de los resultados.....	39

2.1.6	Cuantificación de la demanda .....	50
2.1.7	Demanda proyectada .....	51
2.1.8	Oferta del proyecto.....	52
2.2	Análisis Estratégico del negocio .....	52
2.2.1	Nombre de la empresa .....	52
2.2.2	Logo de la empresa.....	53
2.2.3	Misión.....	53
2.2.4	Visión.....	54
2.2.5	Objetivos de la empresa.....	54
2.2.6	Análisis Interno .....	54
2.2.7	Valores y Políticas de la empresa.....	55
2.2.8	Mix de Marketing.....	56
2.2.8.1	Servicio .....	56
2.2.8.2	Precio .....	58
2.2.8.3	Plaza.....	65
2.2.9	Estudio técnico.....	65
2.2.9.1	Tamaño del proyecto.....	65
2.2.9.2	Demanda .....	65
2.2.9.3	Materiales para la construcción de la cancha .....	66
2.2.9.4	Proveedores .....	69
2.2.9.5	Tecnología.....	70

2.2.9.6	Maquinaria y equipos.....	70
2.2.9.7	Requerimientos técnicos para la instalación del césped sintético.....	71
2.2.9.8	Ventajas del producto o servicio .....	71
2.2.9.9	Factores de diferenciación.....	73
2.2.10	Financiamiento. ....	74
2.2.11	La organización .....	74
2.2.11.1	Definición de funciones .....	75
2.2.12	Localización del proyecto .....	78
2.2.12.1	Macro localización.....	78
2.2.12.2	Micro localización .....	78
2.2.12.3	3.2.12.3 Factores para la micro localización .....	79
2.2.13	Ingeniería del proyecto.....	80
2.2.13.1	Distribución Interna.....	80
2.2.13.2	Descripción del servicio.....	81
2.2.13.3	Flujograma de procesos .....	82
2.3	Inversión y financiamiento .....	84
2.3.1	Determinación de la Inversión .....	84
2.3.2	Inversión previa a la puesta en marcha.....	84
2.3.2.1	Inversión de activos fijos o tangibles.....	85
2.3.2.2	Inversión de activos fijos intangibles.....	90
2.3.2.3	Capital de Trabajo.....	90

2.3.3	Financiamiento.....	99
2.3.3.1	Cuadro de fuentes y usos.....	100
2.3.4	Amortización de la deuda .....	101
3.3.3.4	Proyección y resumen de costos y gastos totales.....	102
2.3.5	Ingresos del proyecto.....	104
2.3.6	Evaluación financiera del proyecto .....	105
2.3.6.1	Balance de situación inicial.....	105
2.3.6.2	Estado de resultados del proyecto.....	106
2.3.6.3	Flujo de caja.....	107
2.3.6.4	Costo de capital .....	109
2.3.7	Indicadores de rentabilidad.....	109
2.3.7.1	Valor Actual Neto (VAN).....	109
2.3.7.2	Tasa interna de retorno.....	111
2.3.7.3	Periodo de recuperación de la inversión .....	111
2.3.7.4	Punto de equilibrio.....	113
2.3.8	Índices financieros.....	115
2.3.8.1	Rentabilidad sobre la inversión total .....	115
2.3.8.2	Rentabilidad sobre recursos propios .....	115
2.3.8.3	Rentabilidad sobre ventas .....	116
2.3.8.4	Índice de cobertura.....	116
3	CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	117

3.1 Conclusiones .....	117
3.2 Recomendaciones.....	118
Bibliografía .....	119
APÉNDICE.....	122
ANEXOS .....	127

## Índice de Figuras

Figura 1. modelo de Canvas: Dinámica Competitiva y Modelos de negocio .....	8
Figura 2. Ciclo de ventas.....	15
Figura 3. Pasos para constituir una empresa .....	30
Figura 4. Resultado de la ocupación.....	40
Figura 5. Tipo de género .....	41
Figura 6. Cuantas personas practican futbol .....	42
Figura 7. Implementación de la cancha sintética.....	43
Figura 8. Tipo de cancha .....	44
Figura 9. Frecuencia con la que juegan futbol .....	45
Figura 10. Horarios en los que juegan futbol.....	46
Figura 11. Ubicación de la cancha de futbol.....	47
Figura 12. Disposición de pago.....	48
Figura 13. Importancia según la ubicación, instalación, seguridad, precio y servicio .....	49
Figura 14. Logo de la empresa .....	53
Figura 15. Logo .....	60
Figura 16. Ciclo de ventas.....	64
Figura 17. Césped sintético .....	67
Figura 18. Césped sintético .....	68
Figura 19. Césped sintético .....	72
Figura 20. Equipo Multifuncional 2000.....	73
Figura 21. Organigrama estructural de la organización.....	75
Figura 22. Mapa de la parroquia de Yaruqui .....	79
Figura 23. Distribución interna de la cancha.....	81
Figura 24. Flujoograma de los procesos de la organización .....	83



## Índice de tablas

Tabla 1. Descripción de la fórmula general del VAN .....	26
Tabla 2. Dimensiones de la cancha .....	29
Tabla 3: Cuadro de datos poblacionales del INEC 2010 .....	39
Tabla 4: Ocupación.....	39
Tabla 5: <i>Tipo de género</i> .....	40
Tabla 6: <i>Tipo de género</i> .....	41
Tabla 7. Disposición a acudir .....	42
Tabla 8. Tipo de cancha.....	43
Tabla 9. Frecuencia con la que juegan futbol .....	44
Tabla 10. Horario en que prefieren jugar futbol.....	46
Tabla 11. Ubicación de la cancha.....	47
Tabla 12. Disposición de pago .....	48
Tabla 13. Grado de importancia según la ubicación, instalación, seguridad, precio y servicio .....	49
Tabla 14. Proyección de la demanda .....	51
Tabla 15. Oferta de jugadores diario y anual .....	52
Tabla 16. Análisis FODA interno y externo .....	54
Tabla 17 .....	59
Tabla 18. Listado de proveedores.....	69
Tabla 19. Funciones según el tipo de cargo .....	75
Tabla 20. Inversión total del proyecto .....	84
Tabla 21. Inversión de activos fijos.....	85
Tabla 22. Terreno .....	86
Tabla 23. Inversión para edificaciones .....	86
Tabla 24. Inversión para maquinaria y equipo .....	87

Tabla 25. Inversión para instrumentos.....	88
Tabla 26. Inversión para equipo de cómputo .....	89
Tabla 27. Inversión para muebles y encerres .....	89
Tabla 28. Inversión de activos intangibles.....	90
Tabla 29. Inversión para capital de trabajo .....	90
Tabla 30. Inversión para capital de trabajo .....	91
Tabla 31. Inversión para la mano de obra.....	92
Tabla 32. Inversión para mantenimiento y reparación .....	93
Tabla 33. Inversión para seguros.....	94
Tabla 34. Inversión para mercadería. (producto que se utilizara para ofrecer a los clientes en el área del bar) .....	94
Tabla 35. Inversión para materiales indirectos.....	95
Tabla 36. Inversión para gastos de Administración.....	96
Tabla 37. Inversión para gastos de ventas.....	96
Tabla 38. Depreciación.....	97
Tabla 39. Depreciación.....	97
Tabla 40. Depreciación.....	98
Tabla 41. Depreciación.....	99
Tabla 42. Depreciación.....	99
Tabla 43. Clasificación de los costos totales del proyecto.....	102
Tabla 44. Ingresos del proyecto. ....	104
Tabla 45. Balance de situación inicial .....	105
Tabla 46. Estado de resultados del proyecto.....	106
Tabla 47. Flujo de caja.....	107
Tabla 48. Valor actual neto del inversionista.....	110

Tabla 49. TIR del inversionista .....	111
Tabla 50. PRI del inversionista .....	112
Tabla 51. Punto de equilibrio .....	113
Tabla 52. Tabla de amortización de la deuda.....	126

# 1 CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN.

## 1.1.1 Problema a Investigar

Inexistente Plan de Negocios para la creación de una cancha sintética en la parroquia de Yaruqui.

## 1.1.2 Objeto de estudio teórico

Plan de Negocio

## 1.1.3 Objeto de estudio práctico

- Cancha sintética
- Parroquia de Yaruqui

## 1.1.4 Planteamiento del problema

Luego de recorrer la parroquia de Yaruqui se visualizó la falta de lugares para la práctica de deportes recreativos en especial la falta de canchas de futbol, dada esta circunstancia han tenido la necesidad de trasladarse hacia otros lugares para satisfacer esta necesidad, de esta manera afectando de forma directa en su tiempo e ingresos a las personas del lugar, por lo tanto de seguir así y no cambiar esta realidad habrán repercusiones en la población como podría ser la inducción en vicios como el alcohol y las drogas por parte de la juventud ya que la carencia de un lugar de esparcimiento sano podría conllevar a ello.

Por lo tanto, si se lograra ejecutar el proyecto las personas y la juventud tendrían a su disposición a precios accesibles la utilización de las canchas sintéticas lo que les permitiría satisfacer su necesidad de realizar deporte lo que cumpliría con el dicho en mente sana cuerpo sano.

La influencia del fútbol ha sido notable en nuestra cultura, por la misma razón dentro de nuestro país la práctica deportiva en la mayoría de la población se la lleva a cabo como un hábito de entretenimiento y distracción sin distinción de edad ni sexo, como consecuencia de esto, la demanda de lugares en donde se puedan realizar actividades deportivas aumenta cada día y con ello se ha visto el crecimiento de canchas sintéticas de fútbol, considerándolas como una alternativa de negocio.

Esta alternativa de negocio se ha centrado más en las ciudades y sectores altamente poblados por ello se ha pensado en la implantación de este modelo de negocio para la parroquia de Yaruqui ya que se ha tomado en cuenta aquellos lugares aislados en donde todavía no se ha explotado este tipo de negocio el cual permitiría que las personas puedan satisfacer esta necesidad que está presente en distintos géneros edades y niveles socioeconómicos; Yaruqui es una parroquia que se encuentra en pleno desarrollo, necesitando de lugares de recreación donde sus habitantes puedan pasar un momento agradable divirtiéndose y haciendo deportes con amigos y familiares.

#### **1.1.5 Formulación del problema**

- ¿Qué tan viable es la implantación de una cancha de futbol sintética demostrada a través de los estudios de un plan de negocios?

#### **1.1.6 Sistematización del problema**

- ¿Existirá el mercado potencial para la demanda del proyecto?
- ¿Cuáles son las preferencias deportivas de la población del lugar?
- ¿Cuál será la mejor alternativa técnica para la implementación del proyecto?
- ¿Cuáles son los requisitos legales necesarios para el funcionamiento de las cachas se debe aplicar para poder implantar la cacha sintética en la parroquia de Yaruqui?

- ¿Cuál será los resultados de la viabilidad financiera que determine la factibilidad del proyecto?

#### **1.1.7 Objetivo General**

- Determinar la viabilidad técnica y económica de la implantación de una cancha de futbol sintética por medio de un modelo de negocios para la parroquia de Yaruqui

#### **1.1.8 Objetivos Específicos**

- Determinar la disponibilidad del público (personas que habitan en Yaruquí) para aceptar y hacer uso del servicio de las canchas sintéticas.
- Cuantificar la demanda de clientes para el proyecto.
- Evaluar las condiciones técnicas, legales y de funcionamiento necesarias para llevar a cabo el proyecto.
- Evaluar financieramente la factibilidad del negocio.

#### **1.1.9 Justificación.**

La importancia de este proyecto radica en conocer la factibilidad del negocio en lugares en donde todavía no tienen un hábito al momento de jugar futbol por la ausencia de áreas recreacionales en la parroquia de Yaruqui, por ello se ha pensado en la implantación de una cancha sintética, sabiendo que el mercado de las canchas sintéticas ha tomado fuerza en estos últimos años en las ciudades y lugares del Ecuador, también se ha tomado en cuenta las múltiples adecuaciones y mejoras que se han producido en el césped cinético ofreciendo una gran ventaja ante el césped natural, ya que el césped sintético no necesita de mayor cuidado para su mantenimiento de esta manera exponiéndose al medio ambiente gracias a su resistencia a los cambios climáticos, sin necesidad del uso de una cubierta, también se ha tomado en cuenta la tolerancia al paso del tiempo, estas mejoras han permitido un notable crecimiento en este tipo de negocio, por ello se ha pensado en la implantación de una cancha

sintética para de esta manera crear una tendencia o habito dentro de la parroquia de Yaruqui, debido a los buenos resultados que se han obtenido en el mercado.

## **12 Marco Referencial**

### **1.2.1 Marco Teórico**

El deporte y la salud van de la mano desde tiempos muy lejanos, siendo motivo de estudio para los especialistas llegando a la conclusión general de que el deporte y la salud van de la mano, por ello:

Según el artículo publicado en la revista ShaMagazine. (SHA Wellness Clinic, 2017), la importancia que tiene el deporte en la salud juega un papel muy importante ya que ofrece excelentes beneficios para la salud ya que está comprobado que mejora la tención arteria, la resistencia a la insulina, así como regular el peso corporal ayudando de esta manera a mejorar la musculatura etc. Así como ayuda en el ámbito psicológico ya que disminuye el estrés, la actividad del ejercicio ayuda a tener un mejor descanso.

Gracias al deporte se han podido citar varios beneficios para la salud, pero se ha querido destacar los más importantes:

- Beneficios al corazón. - “El deporte disminuye la frecuencia cardiaca de reposo aumentando la cantidad de sangre, de esta manera estimulando la circulación dentro del musculo cardiaco”. (Court, 2009)
- Beneficios para el sistema circulatorio. - “Todo tipo de actividad física contribuye a la disminución de la presión arterial ya que ayuda al aumento de la circulación sanguínea mejorando nuestras venas y previniendo de esta manera los infartos o futuras trombosis” (Court, 2009).
- Beneficios para el metabolismo. - Cuando se hace alguna actividad física, cualquier tipo de deporte aumentara la oxigenación en nuestra sangre aumentando de esta manera la capacidad de aprovechamiento de oxígeno, también ayuda a disminuir el

colesterol y a aumentar el consumo de grasa de nuestro cuerpo, mejora el sistema inmunológico, mejora la tolerancia de la diabetes, fortalece el sistema óseo y muscular.

- Beneficios psicológicos. - “En el ámbito psicológico el deporte nos ayuda a disminuir el estrés mental ya que nos da una sensación de bienestar ayudando de manera consecuente a la depresión, también ayuda a disminuir la ansiedad” (Court, 2009).

Sabiendo la importancia del deporte con respecto a la salud se lo debería tomar mucho más en cuenta desde tempranas edades haciendo del mismo un hábito como parte necesaria para la salud, la importancia que radica el deporte tanto de manera física y mental es una alarma para que todos los seres humanos mejoren su calidad de vida, con el fin de sentirse mejor, ya que el mismo nos ayuda a mejorar su salud y a evitar futuras enfermedades dadas por el sedentarismo que causa un sinnúmero de problemas.

Hay que considerar que, los espacios de esparcimiento son lugares de mucha importancia para las comunidades y personas que habitan cerca de las mismas, ya que deben haber los suficientes lugares de esparcimiento para formar desde tempranas edades personas con hábitos abocados hacia el deporte y la salud, ya que esto ayudara de manera directa a que jóvenes a tempranas edades no tengan inclinaciones por vicios como las drogas, el tabaco y el alcohol, de esta manera formando personas con hábitos saludables.

Por todos estos beneficios que presenta el deporte en la salud se ha tomado en cuenta los servicios públicos dados por el estado como los lugares de esparcimiento dentro de las comunidades como las canchas de futbol sintética, parques y lugares verdes, ya que se ha demostrado que el deporte si puede influenciar de manera positiva en el rendimiento académico, Según la nutricionista Francisca Cifuentes citada por Villacís (2014) detalla que:



Lo ideal para los jóvenes que están en pleno desarrollo sería practicar dos horas diarias de deporte ya que es de suma importancia, más aún cuando los niveles de obesidad en los niños alcanzan aproximadamente el 30%. Otra de las ventajas es que ayuda a liberarse del estrés que puede generar el estudio oxigenando el cerebro por consiguiente mejora las condiciones para el aprendizaje, explica la psicóloga educativa María Belén Moscoso. (p. 49)

Además:

La Empresa Pública Metropolitana de Obras Públicas, Las tres zonas con menos parques son Tumbaco (32), Los Chillos (39) y Calderón (60). Precisamente, los escasos espacios verdes en el área rural del Distrito hacen que en esas zonas se midan 8 m<sup>2</sup> por habitante. Para Cristóbal Maldonado, urbanista, el trabajo de las autoridades es fundamental y debería ir acompañado de una campaña que ayude a entender a la población que la existencia de este tipo de áreas contribuye al mejoramiento de la calidad de vida. (El Comercio, 2017)

La gente debería valorar ya que esto ayuda a disminuir el ruido, la contaminación y motiva a practicar deportes. Para el urbanista Hernán Orbea, “las autoridades deberían además apostar a los parques pequeños de barrio, para que recuperen el espíritu con el que nacieron: lugares de encuentro entre vecinos, espacios públicos próximos, donde se puedan compartir dinámicas productivas y culturales” (El Comercio, 2017)

Justamente con el propósito anterior es que el Municipio trabaja para incrementar esta importante indumentaria, así como canchas con césped sintético y mejoramiento en general de los parques de la ciudad.

En el país:

La primera vez que se hizo una medición de IVU, Índice Urbano Verde fue en el 2010 (el cual se obtiene al dividir los metros de las áreas en donde predominan los elementos naturales manejados por entidades públicas de una ciudad, para el número de sus habitantes). Allí se determinó que solo el 5% de las ciudades cumplían con la normativa: apenas 10 municipios de 221, entre ellos el de Quito. En promedio, el país contaba con 4,69 m<sup>2</sup> por cada habitante, y Pichincha fue la única provincia que cumplía con la recomendación: poseía 18,85 m<sup>2</sup> por cada habitante. (El Comercio, 2017)

Cabe recalcar la importancia de los servicios por parte del Estado y en si lo que significa un servicio público, el mismo que “ha de ser otorgado por parte de la

Administración Pública para satisfacer necesidades colectivas, el cual está sujeto a un régimen jurídico especial y al control de autoridades competentes” (Ordoñez, 2014), también cabe citar que:

Es un servicio en general, el cual es un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos. La etimología de la palabra nos indica que proviene del latín “Servitium” haciendo referencia a la acción ejercida por el verbo “Servir”. (venedemia, 2017)

Para la estructura del plan de negocio se ha tomado en cuenta la estrategia de negocio la cual se realiza por medio de un estudio detallado sobre qué idea se quiere elaborar, de qué medios se disponen y cómo se va a realizar el proyecto. El mismo que se lo realizará con el fin de alcanzar metas u objetivos específicos por medio de un plan de negocios utilizando el método de Canvas, el cual detalla de forma lógica en donde las organizaciones crean, entregan y capturan valor agregado, el proceso del diseño de negocios es fundamental para estructurar los diferentes recursos para conocer el alcance de las fortalezas y debilidades el cual se establece por medio del diagrama de nueve bloques.

Según recomienda (Pigneur, 2012) el Plan de Negocios debe contener:

- Segmentos de mercado: Son grupos de personas a los cuales se quiere ofrecer el producto o servicio, a partir del segmento de mercado se sabrá el producto que se va a ofrecer, así que se debe conocer los gustos, nivel económico y preferencias del segmento al que nos vamos a dirigir.
- Propuestas de valor: Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer las necesidades mediante propuestas.
- Canales: Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.

- Relaciones con clientes: Se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos del mercado.
- Fuentes de ingreso: Se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.
- Recursos clave: Son activos necesarios para ofrecer un servicio o producto y producto a nuestro segmento de mercado.
- Actividades clave: Son las diferentes actividades que se deben realizar para poner en marcha el proyecto.
- Asociaciones clave: Son todas aquellas actividades que se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.
- Estructura de costos: Son los diferentes elementos del modelo de negocio que conforman la estructura de costos. (p. 10)



**Figura 1. Modelo de Canvas: Dinámica Competitiva y Modelos de negocio**

**Fuente: Libro Tu Modelo de Negocio (Pigneur, 2012)**

Para realizar el modelo de Canvas es necesario tener en cuenta lo siguiente:

Saber acerca de la estrategia de negocio. - Se la realiza por medio de un estudio detallado sobre qué idea se quiere elaborar, de qué medios se disponen y cómo se va a realizar el proyecto. El mismo que se lo realizara con el fin de alcanzar metas u objetivos específicos por medio de un plan de negocios por el método de Canvas, el cual detalla de forma lógica en donde las organizaciones crean, entregan y capturan valor agregado, el proceso del diseño de negocios es fundamental para estructurar los diferentes recursos para conocer el alcance de las fortalezas y debilidades el cual se establece por medio del diagrama de nueve bloques.

Se recomienda entonces, realizar un estudio de mercado para saber acerca de las necesidades que tienen las personas que habita la parroquia de Yaruqui ya que por medio de este estudio se podrá implementar las estrategias comerciales necesarias y conocer sobre la viabilidad del negocio por medio de un estudio financiero.

### **13 Descripción del Producto o servicio**

Es necesario realizar una descripción detallada del producto y servicio incluyendo información sobre precio, nivel de calidad que vamos a ofrecer indicando de esta manera los atributos y ventajas del producto, la descripción física, la calidad y el servicio posventa que se ofrecerá a los clientes con respecto a la competencia, también se deberá detallar en la descripción las razones por las que un cliente adquirirá nuestro producto, ya que por medio de este estudio se sacará provecho para diferenciarse de la competencia. “Para la descripción del producto o servicio se debe tener en cuenta, que es lo que va a aportar el producto, conocer cuál es la necesidad del consumidor que pretende satisfacer el producto o servicio a los diferentes segmentos a los que se va a dirigir” (Eyal, 2011).

### **14 Tecnología asociada al producto**

Debido a la globalización la tecnología ha ido ganando espacio dentro de los procesos, la manera de movilizar la mercadería de forma tal de entregar los bienes correctos al cliente, cumpliendo la tecnología

su rol. El internet ha abierto un mundo nuevo con soluciones mucho más accesibles y que cubren todas las necesidades específicas ya que gracias al mismo permite a la infraestructura contar con el flujo de información necesaria para lograr operaciones eficientes. La implementación de la tecnología es una inversión, una necesidad fundamental que permite a las grandes y pequeñas empresas estar a la vanguardia de los nuevos tiempos, con procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional. (Court, 2009).

La tecnología se adaptará según el tipo de producto de acuerdo a las necesidades de cada empresa como, por ejemplo: el uso de la intranet; nos da la facilidad de que nos demos a conocer, mostrar los productos y hacer ventas en línea por medio de una página con una tienda virtual (la que contara con un catálogo, carro de compras y medios de pago) utilizando de esta manera la tecnología a nuestro favor para dar a conocer nuestros productos. Por ello cabe destacar que “la tecnología está a punto de cambiar la manera en que se gestionan los servicios, así como la forma en que interactúan los usuarios finales con los proveedores de servicios” (Cougil, 2011).

## **15 Análisis Estratégico del negocio (Estrategia Corporativa)**

Para mejorar, las empresas deben realizar periódicamente un análisis estratégico, con el fin de determinar las cosas que se deben mejorar pensando en incrementar la eficiencia de la organización y la eficacia de sus recursos, de esta manera la empresa sabrá hacia dónde quiere ir y hasta dónde quiere llegar. “El primer paso que debe dar todo negocio es clarificar cuáles son sus metas y objetivos para dar coherencia a toda su actividad” (Cougil, 2011)

El 80 % de los errores se cometen como es normal en la implantación, al momento en que el mapa no es igual al terreno, a continuación, te describimos las características generales que se deben llevar a cabo para del análisis estratégico los cuales son: “análisis y establecimiento de los objetivos del negocio, llevar a cabo el análisis externo o del entorno, realización del análisis interno del negocio” (Cougil, 2011)

## 16 Estudio de Mercado

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información que se ejecutan para saber la respuesta del mercado es decir de nuestra competencia por medio de un análisis F.O.D.A, de la demanda, la oferta, con el fin de lanzar o mejorar un nuevo producto o servicio, y expandirse a nuevos mercados.

Por medio de la información recopilada se podrá determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, el mismo que está basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos, el objetivo de la recolección de información es saber acerca de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado.

Dentro del estudio de mercado se realizará un estudio primario y secundario, en el estudio primario se utilizarán herramientas de mercado, encuestas, investigaciones en terreno, y observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al producto.

En el estudio secundario, se utilizará la información recopilada de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente, teniendo como ventaja el fácil acceso y el bajo costo a la información on line. Hay que tener en cuenta que no toda la información es válida por ello hay que asegurarse de encontrarla en fuentes seguras

Para el estudio de mercado se deberá tomar en cuenta la siguiente información:

Cliente:

- El perfil de los clientes
- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- El target al que nos vamos a dirigir (sexo, edad, ingresos, preferencias)
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

#### Producto:

- Históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera
- Estudio sobre los usos del producto.
- Test encuestas sobre su aceptación
- Si los productos o servicios vienen a aportar valores añadidos y ventajas competitivas
- Test comparativos con referencia a la competencia.
- Investigación acerca sobre sus formas, tamaños y envases.

#### Mercado:

- Investigación acerca la distribución y el tamaño del mercado
- La segmentación del mercado y el posicionamiento.
- Investigación acerca de la cobertura de producto en tiendas
- Aceptación acerca de los productos en los canales de distribución.
- Investigación y recopilación de información sobre los puntos de venta, etc.
- Buscar la información necesaria y un mínimo de datos acerca de la competencia.

#### Publicidad:

- Test para anuncios y campañas
- Estudio principal y secundario acerca de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
- Investigación sobre eficacia publicitaria, etc.

### **1.6.1 La segmentación del mercado**

Por medio de la segmentación de mercado podemos detectar clientes potenciales, definir criterios para diseñar el producto y fijar los precios, así como elegir los canales de distribución e implementar estrategias de marketing.

La finalidad de la segmentación es la de agrupar a todos los clientes que tengan comunes características tomando en cuenta lo que ofertamos, los servicios que ofrecemos y los precios.

### **1.6.2 Criterios para la segmentación del mercado.**

Para bienes de consumo:

- Criterios geográficos: país, zona, comarca, etc.
- Criterios demográficos: edad, sexo, profesión, ingresos, etc.
- Estilo de vida.
- Comportamiento: uso, aplicaciones, aficiones
- Propensión al consumo: marcas, precios, etc.

### **1.6.3 Mercado objetivo**

Es la totalidad de un espacio en donde influyen la oferta y la demanda, siendo el grupo de consumidores al que está dirigido el producto o servicio, los mismos que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico. Para saber acerca de su mercado meta se deberá hacer un análisis de las variables demográficas (Edad, sexo, ocupación, lugar de residencia, profesión), nivel socioeconómico (Es la clase social, nivel de estudios, poder adquisitivo, etc.), psicográfico (comportamientos, hábitos, estilos de vida, etc.), geográfico (Es la ubicación geográfica ya sea, calles, barrios, zonas, municipios, poblaciones, islas, regiones, países, continentes, etc.)

### **1.6.4 Tamaño del mercado.**

El tamaño del mercado es el volumen de demanda que se va a atender, se calcula tomando una muestra, es decir un porcentaje del mercado total.



#### **1.6.4.1 El mercado geográfico.**

Es el lugar en donde se encuentran personas con características similares en cuanto a cultura, religión, costumbres etc. Desde el punto de vista geográfico existen diversos tipos de mercado:

- *Mercado Internacional:* Es aquel que se encuentra en varios países
- *Mercado Nacional:* Este mercado abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- *Mercado Regional:* Este se encuentra en una zona geográfica determinada.
- *Mercado Metropolitano:* Se encuentra en un perímetro alrededor de una ciudad.
- *Mercado Local:* Es aquel que se desarrolla dentro de un área metropolitana.

### **17 Estrategia comercial.**

#### **1.7.1 Estrategia de Marketing.**

Es un conjunto de acciones que se realizan con el fin de conseguir los objetivos de negocio que se plantean en el plan de marketing.

El empleo de las estrategias permite a la empresa lograr una ventaja competitiva en el mercado y alcanzar las mayores oportunidades para aumentar las ventas con el objetivo de satisfacer a los clientes

- Para realizar las estrategias de marketing se deberá tomar en cuenta lo siguiente:
- Identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad.
- Seleccionar al público al que nos vamos a dirigir.
- Definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes
- Estrategias de marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación).

Dentro de las estrategias tenemos las ventas para ello se deberá tener muy en cuenta el ciclo de ventas ya que este hace referencia al tiempo que transcurre desde la interacción que se da por primera vez con cliente hasta que se consiga una transacción y se cierre el trato.



**Figura 2. Ciclo de ventas**

Fuente: investigación propia.

El ciclo de venta está ligado al ciclo de compra ya que para que el cliente nos contacte anteriormente el cliente deberá:

- El cliente deberá tener una necesidad
- El cliente buscará el producto o servicio
- El cliente se creará un criterio propio acerca del producto
- El cliente comprara el producto.

## **18 Tamaño del proyecto.**

Es la capacidad de producción de un producto o servicio durante un periodo de tiempo determinado, para ello siempre debemos buscar un tamaño óptimo, es decir que nos asegure la más alta rentabilidad.

Es la totalidad de un espacio en donde influyen la oferta y la demanda, siendo el grupo de consumidores al que está dirigido el producto o servicio, los mismos que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico. Para saber acerca de su mercado meta se deberá hacer un análisis de las variables demográficas ( Edad, sexo, ocupación, lugar de residencia, profesión), nivel socioeconómico (Es la clase social, nivel de estudios, poder adquisitivo, etc.), psicográfico (comportamientos, hábitos, estilos de vida, etc.), geográfico (Es la ubicación geográfica ya sea, calles, barrios, zonas, municipios, poblaciones, islas, regiones, países, continentes, etc.), para establecer mercados objetivos se deberá tomar en cuenta: Tamaño de mercado. (Trenzano, 1997)

Entre los aspectos fundamentales se encuentran:

- Necesidades de los clientes
- Competidores
- Riesgos

### **1.8.1 Variables del tamaño del proyecto.**

“Los factores que condicionan el tamaño van de la mano entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento” (Universidad Santo Tomás, 2014).

#### **1.8.1.1 Dimensiones del mercado.**

De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, “se determina la cantidad de productos o servicios y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura” (Universidad Santo Tomás, 2014).

### **1.8.1.2 La Capacidad de financiamiento.**

“El proyecto se podrá financiar con recursos propios y diferentes fuentes de financiamiento los cuales facilitan la selección del mejor tamaño”. (Universidad Santo Tomás, 2014)

### **1.8.1.3 La tecnología utilizada.**

Esta variable es condicionante del tamaño tiene que ver con “procesos tecnológicos que exigen un volumen mínimo de producción que para ello se deberá tomar en cuenta cual sería el volumen óptimo de producción para de esta manera ver si se implementaría o no algún tipo de proceso tecnológico o tecnología que no permiten la implementación” (Universidad Santo Tomás, 2014).

## **19 Localización del proyecto**

El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar de domicilio.

Lo ideal en los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obra civil de la futura empresa, este no esté condicionado, es decir, que se puedan tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio. (Orozco, 2009, pág. 180)

En la localización de un proyecto, se suelen seguir dos etapas básicas (Orozco, 2009):

Macro localización. Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto. Micro localización. Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad. (p. 184)

## **1.10 Inversión**

Los tipos de inversión que se tomarán en cuenta serán según cuánto dinero necesitamos para montar una empresa, estos recursos se necesitarán dependiendo de las características y tamaño de la empresa, podrán estar materializados en elementos físicos (tangibles e intangibles), incluyendo un monto mínimo de dinero en efectivo como, por ejemplo:

Dentro de los elementos físicos más importantes para la puesta en marcha de un plan de negocio podemos citar, bienes materiales como, por ejemplo: el local, el terreno, la maquinaria, mobiliario, herramientas y utensilios, equipos informáticos y electrónicos, vehículos para uso de la empresa etc.

- También podemos citar las inversiones inmateriales como, por ejemplo: aplicaciones informáticas como el software para el funcionamiento de los equipos informáticos, páginas web, registros de patentes y logotipo.
- Cabe recalcar que también habrá gastos para la puesta en funcionamiento como, por ejemplo: los indispensables para construir legalmente la empresa, la publicidad, etc.

Será necesario el dinero en efectivo que necesitara la empresa para poder sobrevivir los primeros meses, suponiendo que las entradas en ventas no sean lo suficiente para cubrir los gastos normales del día a día, para ello la empresa deberá contar con un colchón para poder pagar estos pagos los mismos que podrían ser: pago de sueldos de empleados, agua, luz, teléfono, gastos de mantenimiento, seguros del negocio etc. (Perez, 2012).

## **1.11 Evaluación financiera.**

Se la realiza con la finalidad de saber acerca de la rentabilidad que va a tener el proyecto, con la finalidad de saber que tan factible es el proyecto, ya que se podrá ver si lo mejor es invertir o no en el presente proyecto, para ello se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- Balance de situación inicial.
- Estado de resultados del proyecto.
- Flujo de caja
- Costo de capital.
- Indicadores financieros para la aceptación de proyectos.
  - Valor actual neto.
  - Tasa Interna de Retorno.
  - Periodo de recuperación de la inversión.

## **2 CAPÍTULO II MÉTODO.**

### **21 Nivel de Estudio.**

Dentro del estudio utilizaremos el estudio exploratorio ya que la información acerca del tema es escasa, para ello se aplicarán encuestas las mismas que nos ayudarán a obtener conclusiones sobre el objetivo abordando.

### **22 Modalidad de Investigación.**

El tipo de investigación a emplear será de campo ya que se deberá recolectar toda la información y datos necesarios acerca del lugar en donde se piensa implantar la cancha sintética.

También se utilizará la investigación documental ya que se recolectará también información de registros impresos y electrónicos con la finalidad de profundizar y obtener más información acerca del tema a investigar.

### **23 Método.**

El método a emplearse será el método Inductivo el mismo que partirá de lo general a lo específico, de esta manera se tomará en cuenta toda la información recopilada con el fin

de llegar a un punto específico, es decir a una conclusión. También se empleará el método analítico con el propósito de conocer más acerca del objeto a estudiar.

## **24 Población y Muestra.**

### **2.4.1 Universo y Tamaño de la muestra.**

El universo a utilizar serán los habitantes que conforman la población de clase media alta de la parroquia de Yaruqui.

El cual pertenece al distrito metropolitano de Quito, se utilizará como instrumento la encuesta para lo cual se aplicará la fórmula de muestras finitas para sacar el tamaño de la muestra.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

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

En el cual:

**z** = Intervalo de confianza que vamos a utilizar

**p** = Probabilidad de que acudan

**q** = Probabilidad de que no acudan

**e** = Factor de error.

## **25 Selección instrumentos de investigación**

El instrumento de investigación a utilizarse serán la encuesta, la misma que será aplicada a la población de ingresos medios altos, la encuesta estará realizada con preguntas

abiertas, de opción múltiple, se realizará en lugares abiertos como en el parque central y la iglesia principal de la parroquia de manera aleatoria.

## **26 Procesamiento de datos**

El procesamiento de datos recopilados por medio de las encuestas se lo realizará en el programa de Excel en el cual se tabulará, se escribirá un análisis o interpretación y se aplicará una tabla dinámica y grafico por cada pregunta.

## **27 Metodología Técnica**

### **2.7.1 Metodología para el Objetivo específico 1:**

- Determinar la disposición a aceptar el servicio de las canchas de las personas que habitan en esta parroquia.

Para determinar la disposición a aceptar el servicio que vamos a ofrecer la herramienta que se utilizará será la encuesta, la misma que se realizará en la parroquia de Yaruqui en el parque central en hora pico, esta se la hará de manera aleatoria a las personas que estén en los alrededores, utilizando esta herramienta podremos conocer las necesidades de nuestros futuros clientes.

### **2.7.2 Metodología para el Objetivo específico 2:**

- Cuantificar la demanda de clientes para el proyecto.

Para cuantificar la demanda investigaremos en fuentes primarias como estadísticas de censo realizadas por el INEC en donde nos dará el dato exacto del número de personas de nivel medio alto que existe en la ciudad de Quito, dato con el cual podremos saber cuál es el mercado objetivo al que nos vamos a enfocar, de esta manera se conocerá las características de los posibles clientes con el fin de saber si será o no aceptada la cancha sintética y si la inversión se justifica, cabe recalcar que, de este dato podremos sacar la muestra y el número exacto de encuestas que deberemos emplear para hacer el respectivo estudio, también se



utilizará para corroborar la investigación de fuentes secundarias, por medio de sitios web, revistas y libros.

Se deberá ver los datos históricos investigando a la competencia con el fin de determinar si es que la demanda es estacional o es una demanda estable y de esta manera saber qué tipo de servicio se deberá ofrecer y que estrategias se deberá plantear.

### **2.7.3 Metodología para el Objetivo específico 3:**

- Evaluar las condiciones técnicas, legales y de funcionamiento necesarias para llevar a cabo el proyecto.

Para las condiciones técnicas se tendrá en cuenta el tamaño del proyecto será según la demanda y según el tipo de cancha que se implantara con el fin de saber las dimensiones del terreno, también se tomará en cuenta en la parte técnica a los proveedores los mismos que serán los encargados de poner el césped sintético, el caucho, de aplanar el terreno para que se encuentre en óptimas condiciones y de colocar el enmallado externo.

Para la parte legal se ha tomado en cuenta el método inductivo por medio del cual podremos investigar información de las diferentes entidades públicas y municipios con el fin de saber acerca de los requisitos que se necesitan en la actualidad para el funcionamiento.

La información se obtendrá por medio de la recopilación de medios impresos dados por las instituciones del distrito metropolitano para los permisos de funcionamiento, permiso de bomberos, tramites en la dirección de salud, tramites respectivos en el Servicio de Rentas Internas, y por medio de medios electrónicos es decir la investigación a emplearse será de manera documental.

Cabe recalcar que para evaluar las condiciones técnicas y de funcionamiento necesarias para llevar a cabo el proyecto se procederá a enfocarnos en el servicio que vamos a ofrecer con el fin de satisfacer a los clientes lo cual se logrará con un servicio de alta calidad, para ello se deberá hacer un análisis de los futuros proveedores con el fin de crear alianzas

estratégicas con los mismos ya que de esta manera podemos obtener los productos a tiempo, en buen estado, obtener descuentos por pronto pago o inclusive se podría manejar una línea de crédito si lo amerita, esta buena relación con nuestros proveedores nos ayudará a futuro para poder ofrecer a los clientes un mejor producto y servicio. Se establecerá que deberemos tomar en cuenta con respecto al producto, para ello se deberá tomar en cuenta la marca, es decir qué tipo de césped vamos a ofrecer para ello se deberá buscar la mejor alternativa dentro del mercado, siendo un producto de excelente característica, certificación de calidad e instalación completa con personal especializado en instalación de césped de esta manera siendo una marca de césped que nos ofrezca y cubra las necesidades según el tipo de clima y lugar en donde se va a instalar, ya analizada las diferentes alternativas en tanto a nuestros proveedores se deberá tomar en cuenta el estudio técnico el mismo que se realizará con el fin de conocer cuál será nuestra maquinaria, equipos y requerimientos técnicos que se deberán utilizar al momento de instalar la cancha sintética.

#### **2.7.4 Metodología para el Objetivo específico 4:**

- Evaluar financieramente la factibilidad del negocio.

Para ello se deberá hacer un estudio financiero con la finalidad de saber la capacidad de inversión, los costos del proyecto, la rentabilidad, de esta manera se sabrá si se puede o no invertir en el proyecto.

Para este objetivo se lo realizará con la metodología Canvas, el cual emplea la estructura de costes, también el proyecto se realizará con un financiamiento dado por parte de los socios y lo restante se lo realizará por medio de un préstamo bancario, para de esta manera cubrir con todos los gastos necesarios para la implantación de la cancha sintética y lo necesario que se requiera tanto para equipar el área del bar y las diferentes zonas de servicio como camerinos, área de enfermería y punto de hidratación. Para ello se empezará con un balance

general el cual nos permitirá observar el estado inicial del proyecto, en este se incluye todos los recursos nuestros activos, pasivos, obligaciones y patrimonio del proyecto.

- Análisis y determinación del tipo de demanda al que nos vamos a dirigir.
- Determinar los costos fijos, variables e inversión.
- Determinar los gastos
- Determinar las fuentes y usos.
- Costos directos, fijos y variables, e ingresos
- Análisis del punto de equilibrio
- Balance de situación inicial.
- Flujos de caja
- Índices Financieros.
- Indicadores VAN y TIR, PRI.

#### **Determinación de la demanda:**

La demanda que se tomara en cuenta en el plan de negocios para la creación de la cancha sintética, estará basada en la cantidad de campeonatos y en las beses que se alquile la cancha a los clientes, tomando en cuenta las beses que le cliente esté dispuesto a adquirir este servicio, dependiendo de la demanda se establecerá un precio. (Court, 2009)

**Determinación de los costos:** Se determinará por el costo que nos representa el ofrecer el servicio de alquiler de la cancha sintética, entre estos tenemos los costos directos e indirectos.

**Determinar la inversión:** Para ello se tomará en cuenta los activos fijos operacionales ya que se deberá invertir en bienes tangibles como maquinaria, muebles y enseres. Para determinar la inversión dentro del proyecto se tomará en cuenta todos los gastos administrativos, muebles y enseres, equipos de cómputo y sus respectivas depreciaciones,

también para el proyecto se deberán tomar en cuenta todos aquellos activos intangibles como derechos de patente, permisos municipales, trámites para la legalización de la cancha sintética. Para finalizar se deberá tomar en cuenta el capital de trabajo el mismo que se necesitará para el funcionamiento del establecimiento como: insumos y mano de obra.

**Determinar los gastos:** Para ello se deberá tener en cuenta los gastos indirectos y los gastos de administración, los mismos que están ligados de manera directa con el funcionamiento para proporcionar el servicio de alquiler de la cancha sintética, también se deberá tener en cuenta los gastos de publicidad ya que deberemos promocionar nuestro servicio y por último se deberá tomar en cuenta los gastos financieros se darán por los intereses que nos generan los préstamos realizados.

**Análisis del punto de equilibrio:** Para el análisis se tomará en cuenta los costos fijos y variables que intervienen para la creación de la cancha sintética.

**Flujos de caja:** Para el flujo de caja se tendrá en consideración todos los ingresos y egresos que se obtengan por la renta de las canchas sintéticas, para tener en cuenta cual es nuestro flujo de caja se deberá realizar un cuadro de fuentes y usos con la finalidad de saber cuáles son nuestros recursos propios, así como cuál es el porcentaje de endeudamiento que necesitamos para poner el proyecto en marcha.

**Indicadores:** Estos indicadores nos ayudaran con la evaluación del proyecto, dentro de esto tendremos en cuenta la determinación mínima de la tasa de descuento ya que para poner en marcha el proyecto se espera una rentabilidad mínima la misma que nos indicara si es factible ponerlo en marcha o no el proyecto, para ello haremos uso de la tasa de descuento, también se tomará como referencia para el cálculo de la misma el riesgo país.

**Valor Actual Neto (VAN):** Según (Urbina G. B., 2010) sostiene que el valor actual neto es el valor monetario que resulta de la resta de la suma de los flujos descontados menos el valor de la inversión inicial de esta manera se podrá evaluar inversiones futuras al presente, descontados a un cierto tipo de interés o tasa de descuento.

Según (Eduardo Court M., 2009), el VAN nos da la pauta para la toma de decisión que se deberá hacer según sea el caso, por ejemplo:

- 1) Si el VAN es mayor que cero, se debe aceptar.
- 2) Si el VAN es igual a cero, se debe ser indiferente.
- 3) Si el VAN es menor que cero, se debe rechazar.

Fórmula general del VAN según, (Eduardo Court M., 2009)

$$VAN_{(i)} = \left( \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n} \right) - INV_0$$

Dónde:

**Tabla 1. Descripción de la fórmula general del VAN.**

$INV_0$	Inversión inicial en el momento cero de la evaluación.
$FC_1, FC_2, \dots, FC_n$	Flujo de caja del proyecto.
$i$	Tasa de descuento o costo de oportunidad del capital.
$n$	Vida útil del proyecto, expresado en periodos de composición.

Nota: Recuperado de (Eduardo Court M., 2009)

### **Tasa interna de retorno (TIR):**

La tasa interna de retorno TIR, complementa casi siempre la información proporcionada por el VAN. Independientemente de los resultados de la TIR que se obtenga, éste deberá confrontarse con la tasa de descuento del proyecto.

Según (Aching Guzmán, 2006) Mide la rentabilidad como un porcentaje y muestra el porcentaje de rentabilidad promedio por período. La tasa interna de retorno TIR, complementa casi siempre la información proporcionada por el VAN.

Según (Eduardo Court M., 2009), la regla de la TIR, que indica qué decisión tomar, es:

- 1) Si la TIR es mayor que la tasa de descuento se debe aceptar.
- 2) Si la TIR es igual a la tasa de descuento, se debe ser indiferente.
- 3) Si la TIR es menor que la tasa de descuento se debe rechazar.

Formula:

$$TIR = D_2 - VAN_2 \frac{D_2 - D_1}{VAN_2 - VAN_1}$$

### **Dónde**

**D**= Tasa de descuento

**VAN**= Valor Actual Neto

**Periodo de recuperación (PRI):**“Es el tiempo en años que tardará en recuperar la inversión inicial empleada para la creación de la cancha sintética”. (Gava & Ubierna, 2008).

**Análisis de sensibilidad:** “El análisis de sensibilidad, revela el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad de esta manera analizando las distintas variables que ocasionan los cambios en la demanda y el precio”. (Gava & Ubierna, 2008)

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios que son:

Pesimista: Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto. Probable: Éste sería el resultado más probable que supusiéramos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible. Optimista: Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo. (Gava & Ubierna, 2008).

### **3 CAPITULO III. RESULTADOS**

#### **3.1 Recolección y Tratamiento de datos**

##### **3.1.1 Concepto y Estrategia del Negocio**

###### **3.1.1.1 Definición de la Empresa.**

La idea de la implantación del negocio de la cancha sintética se dio por la falta de lugares recreacionales en la parroquia de Yaruqui, en donde se decidió crear la empresa Football Club para la creación de la cancha sintética.

Se ha pensado en un centro recreativo en donde se piensa en el desarrollo social, físico y personal de las personas que habitan en el lugar, para ello se implantará una cancha de fútbol 7 con césped sintético que cuente con las características necesarias para el buen desempeño de esta actividad, el tamaño del campo será de 25 metros de largo por 45 metros de ancho: Según las la Federación Internacional de la FIFA se ha tomado en cuenta las siguientes medidas ( Consejo Superior de Deportes, 2011).

**Tabla 2.** Dimensiones de la cancha

<b>DIMENSIONES</b>	<b>Longitud (m)</b>	<b>Anchura (m)</b>
<b>Máximo</b>	30	50
<b>Mínimo</b>	25	45

Nota. Adaptado de Consejo superior de deportes, (Consejo Superior de Deportes, 2011).

En este plan de negocios el servicio a ofrecer es el de alquiler de la cancha sintética por horas o por campeonatos, para alquiler de eventos de carácter empresarial o personal, este servicio se enfocará en aquellas personas que desean realizar esta actividad ya sea de manera constante o como pasatiempo, parte del servicio ofrecido será el uso de la cancha sintética la cual se encuentra al intemperie, uso de instalaciones, uso de canceles y punto de hidratación.

Para la instalación del césped sintético se contratará con la empresa Césped Ecuador la misma que se encargará de proporcionarnos el césped sintético para la cancha esta empresa cuenta con hierbas de imitación las mismas que están hechas de materiales más blandos así los jugadores terminan con menos tensiones de tobillo, rodilla y lesiones en la cabeza. Cuando los niños utilizan césped artificial, y cuando llegan a caer sobre él, el césped sintético es capaz de soportar el impacto y causar menos lesiones. Por lo general:

El césped artificial está hecho de polietileno, estas hojas de hierba sintética por lo general, no se manchan con bacterias o insectos nocivos como los organismos vivos ya que no podrán prosperar en ellos, este tipo de césped fue pensado en los niños ya que cuando jueguen sobre césped artificial no recibirán ninguna infección, este césped no es tóxico y perjudicial. (Grupo Fopadi, 2017).

Se ha escogido a este proveedor ya que se han hecho ensayos y una gran cantidad de investigación en los campos de césped sintético por parte de esta empresa. Algunas de las pruebas incluyen el control de la duración de la superficie del césped después de muchas

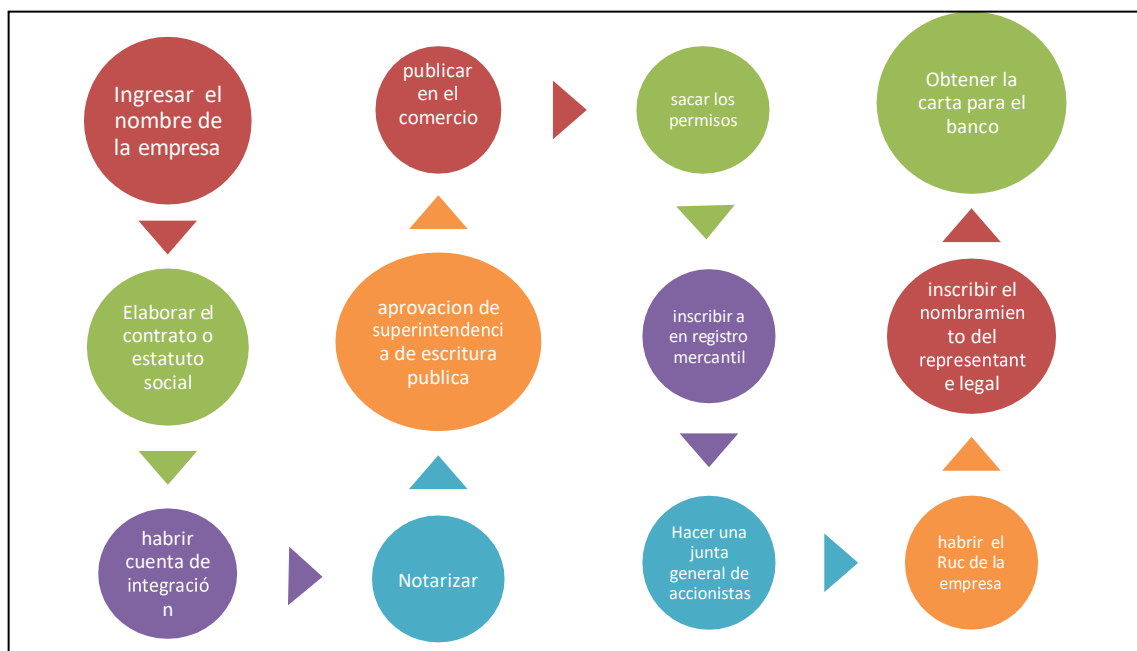


horas de su uso, para comprobar si las hojas de césped se tumban o se rompen debido a la exposición al calor y la luz del sol. “También se comprueba cómo los rellenos de goma reaccionan a todo tipo de estrés y cuánto y durante cuánto tiempo la absorción del choque.” (Grupo Fopadi, 2017)

### 3.1.1.2 Estructura legal de la empresa.

Para la estructura legal de la empresa se ha tomado en cuenta que sea una sociedad limitada ya que se ha pensado en una empresa de tipo familiar, la misma que estará establecida por dos personas (los socios) que aportaran de igual manera y de forma individual la aportación del capital para poner en marcha el negocio.

Los pasos que se han tomado en cuenta para constituir la empresa son los siguientes:



**Figura 3.** Pasos para constituir una empresa.

Fuente: investigación propia.

- Ingresar el nombre de la empresa en la superintendencia de compañías
- Elaborar el contrato que regirá a la sociedad mediante una minuta firmada por un abogado

- Se tendrá que abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco, los requisitos varían según el banco, pero podrían ser:
  - o Capital mínimo de 400 dólares
  - o Carta de socios en donde se detallará la participación de cada socio
  - o Copia de cédulas y papeleta de votación de los socios.
- Notariar la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
- Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
- La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario.
- Sacar los permisos municipales, para ello se deberá:
  - o Pagar la patente municipal
  - o Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
- Inscribir la sociedad en el registro mercantil con todos los papeles sacados anteriormente.
- Hacer junta general la cual servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.).
- Con la inscripción en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
- En el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación.

### **3.1.1.3 Ventajas competitivas.**

Dentro de las ventajas competitivas podemos citar las siguientes:

- El césped será de alta calidad realizado con alta tecnología gracias a su estructura lisa y en espiral de cada una de las fibras lo que hará que el césped se mantenga levantado dando una sensación de acolchonado para una mayor comodidad.
- Habrá un punto de hidratación para los jugadores los cuales pueden tomar agua las veces que deseen.
- Se comprará un Equipo Multifuncional 2000 el cual nos permitirá tener la cancha limpia, con el césped nivelado a cualquier hora del día, brindándonos más horas de servicio para el alquiler.

#### **3.1.1.4 Estrategias competitivas.**

Para las estrategias competitivas se ha tomado en cuenta como herramienta el libro Competitive Strategy de Michael E. Porter, ya que para este análisis se tomara en cuenta las cinco fuerzas de Michael Porter con el fin de maximizar los recursos que tenemos y de esta manera mejorar a la competencia, según Porter “existen cinco fuerzas las mismas que nos ayudará a la determinación de la rentabilidad a largo plazo, para ello se deberá hacer una evaluación de nuestros recursos y objetivos” (Porter, 1980 ). De la siguiente forma:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores.**

Dentro de las amenazas directas son los nuevos participantes que ingresan con nuevos recursos, nuevos productos o servicios para ingresar al mercado y captar clientes.

Para ello se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- **Barreras de entrada**
  - Vías de acceso para el ingreso al terreno
  - Zona de ubicación del terreno en donde se va a implantar la cancha de fútbol.
  - Papeles legales para el ingreso y funcionamiento de la cancha sintética.

- **Barreras de salida.**

- En caso de que el terreno sea arrendado la liquidación del arrendamiento o terminación del contrato.
- Cambio de uso de la utilización del terreno.
- Liquidación de las existencias del negocio
- Liquidación de los empleados y pago de proveedores.

- **La rivalidad entre los competidores.**

Dentro de la rivalidad que se puede presentar con la competencia podemos citar: la competencia de precios, los costos de la empresa versus los costos de la competencia, la entrada de nuevos productos, la entrada de nuevos servicios, promociones, publicidad comparativa.

En este caso no posee competidores directos ya que en toda la parroquia de Yaruqui no existe un lugar que ofrezca este servicio, pero la competencia que ofrece servicios similares dentro de la parroquia son el parque central de Yaruqui y el estadio ya que en estos espacios se puede hacer uso de las canchas.

- **Poder de negociación de los proveedores.**

Cada vez son más los proveedores de césped sintético y empresas que ofrecen la implantación de canchas sintéticas y la infraestructura necesaria que necesitamos para la puesta en marcha del negocio haciendo que el poder de negociación por parte de los proveedores sea menor gracias a la competencia.

Referente a la ubicación del terreno en este caso específico se lo escogió ya que es un terreno propio el cual se dio por parte de uno de los socios, el cual se encuentra a dos cuadras

del parque central y el mismo que por su ubicación y por ser el único que ofrecerá este servicio tendrá un mayor poder de negociación hacia los proveedores.

- **Poder de negociación de los compradores.**

El poder de negociación de los compradores es mayor gracias a la oferta existente de lugares que ofrecen el servicio de césped sintético e infraestructura, por ello los compradores tienen el poder de escoger a un menor precio la materia prima.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos.**

La amenaza de productos sustitutos aparece cuando ingresan al mercado productos con mayores avances tecnológicos, productos que presenten características similares a un menor precio.

Actualmente se han presentado muchos espacios de este tipo en plena expansión, los mismos que compiten en precio, muchos de estos son una aportación del municipio de Quito como por ejemplo, las canchas de futbol del parque de la Carolina, también podríamos considerar como otro tipo de servicio sustituto a todos aquellos complejos que ofrecen similar tipo de servicio los mismos que cuentan con canchas sintéticas para el esparcimiento, como clubs privados familiares como ejemplo tenemos al Club Jacaranda el cual cuenta con varias áreas deportivas y canchas de futbol ofreciendo un servicio de esparcimiento similar, club la campiña el cual cuenta con 5 canchas de futbol de césped natural en el cual te puedes asociar por una cantidad de dinero, el mismo que abren de martes a domingo.

### **3.1.1.5 Equipo de gestión.**

El equipo de gestión a utilizarse será de dos socios, en el cual uno se encargará de la parte administrativa, el otro socio se encargará de la atención al cliente, marketing y publicidad de torneos y servicios, contarán con una recepcionista y con un colaborador en el área de

mantenimiento la misma que se encarga de revisar que todo esté en óptimas condiciones, así como de mantener el césped y de la seguridad del lugar, cabe recalcar que la distribución de funciones en el equipo de gestión será a acorde con la experiencia indicada.

La fortaleza del equipo de gestión será la buena comunicación y la capacitación que cada uno tendrá ya que estarán debidamente capacitados para desenvolverse en sus áreas con el fin de obtener resultados según los objetivos en común planteados.

### **3.1.2 Estudio de Mercado.**

Por medio del estudio de mercado se desarrollará una investigación mediante la cual se pueda determinar la demanda, el tamaño que tiene el mercado al que está dirigido el producto o servicio, la competencia y estrategias comerciales que se pondrán en marcha para saber la conveniencia de ofrecer un servicio, por medio de esta recopilación de información se sabrá acerca de quiénes serán los clientes potenciales y saber el por qué los clientes potenciales requieren nuestro producto.

#### **3.1.2.1 Objetivo General.**

Confirmar la existencia de una demanda la cual justifique la puesta en marcha de la cancha de futbol sintética en la parroquia de Yaruqui.

#### **3.1.2.2 Metodología de cuantificación de la demanda.**

La metodología a utilizarse para la cuantificación de la demanda es por medio de una investigación de campo en la cual se aplicaron encuestas con la finalidad de recolectar la información necesaria y con el fin de saber si se implantaría una cancha sintética en la parroquia de Yaruqui, para saber si las personas estarían dispuestas a acudir, que estarían dispuestos a pagar, y que sería lo más importante al momento de utilizar este tipo de servicio.

### 3.1.2.3 Universo.

El universo es la población sobre la cual se va a realizar la inferencia, la misma que se basará en la información de la muestra, en este caso el universo está conformado por el total de 20.214 habitantes pertenecientes a la parroquia de Yaruqui.

### 3.1.2.4 Tamaño de la muestra

Para saber el tamaño del mercado, el universo a utilizar se ha tomado en cuenta a los habitantes que conforman la parroquia de Yaruqui los mismos que son 20.214.

Cabe recalcar que como la parroquia de Yaruqui pertenece al cantón Quito de la provincia de Pichincha, para sacar el tamaño del mercado se ha sumado el índice del nivel socio económico perteneciente a la población media y media alta de la ciudad de Quito, el mismo que según datos de Markop son: (Markop, 2010).

- Clase media = 26,9%
- Clase media alta = 4,9%.

Para sacar N es decir el número de habitantes de clase media alta se ha multiplicado por el total de habitantes de la parroquia de Yaruqui el mismo que se a sumado los índices de la clase media y media alta dándonos:

$$N = 20.214 * (26,9\% + 4,9\%) = 6.428.$$

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{(N - 1)e^2 + z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{1.96^2 \times (0.79 \times 0.21) \times 6428}{(6428 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \times (0.79 \times 0.21)}$$

En el cual:

**z** = Intervalo de confianza que vamos a utilizar = 95% (1,96)

**p** = Probabilidad de que acudan = 0.79%

**q** = Probabilidad de que no acudan = 0.21%

**e** = Factor de error =  $\pm 5\%$

**n** =  $245.2 = 245$  Encuestas.

El número de las encuestas a aplicar será de 245 la misma que se realizará en la parroquia de Yaruqui de manera aleatoria por parte de los encuestadores, con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de los potenciales consumidores del servicio.

### **3.1.3 Demanda de la estructura del mercado actual.**

Como datos referenciales que refuerzan el criterio para que las personas utilicen las canchas, se ha tomado en cuenta, publicaciones realizadas en el diario el Telégrafo sobre una investigación relacionadas al tema en las que se concluye que “el mercado actual que hace uso de este servicio son los jóvenes de colegio, universitarios y empleados de oficinas, los cuales en su mayoría frecuentan en horarios de 7am. a 10 pm” (El Telégrafo, 2015).

Otro dato del mismo estudio señala que “el 24,2% de las personas entre 18 y 59 años dedica a la semana 150 minutos a la actividad física en su tiempo libre. El 69,2% lo hace en espacios públicos, el 30,9% en establecimientos educativos, mientras que el 7,7% lo hace en su propia casa”. (El Telégrafo, 2015).

En donde los habitantes que conforman la población de clase alta según índices “en el 4,9 perteneciente a Quito estimando que el 35,6% de los hombres, de entre 18 y 59 años, dedican 150 minutos a la semana a actividades físicas y el 13,5% de mujeres lo hace en ese mismo periodo”. (El Telégrafo, 2015).



### 3.1.3.1 Mercado Objetivo.

Nuestro mercado objetivo está enfocado a las personas de clase media y de media alta, el rango de edad al que nos vamos a enfocar es de 15 años a 64 años ya que según estudios realizados por el telégrafo el mercado actual que hace uso de este servicio de manera habitual son los jóvenes de colegio, universitarios y empleados de oficinas indistintamente del género al que pertenezcan, para ello se ha tomado datos del INEC del rango de edad que va de 15 años a 64 años “siendo el 66,7% del Distrito Metropolitano de Quito” (INEC, 2017).

Para obtener el mercado objetivo se ha tomado como referencia para el cálculo los datos del Cantón Quito para poder obtener la tasa de crecimiento actual, ya que no existe la proyección de crecimiento al año 2017 de los habitantes de la parroquia de Yaruqui, para ello se procedió a proyectar en función de la tasa de crecimiento de la población del Cantón Quito siendo del 13,216% pasando de 17.854 habitantes del año 2010 a 20.214 habitantes del año 2017.

A esta población se procedió a multiplicar el porcentaje de la población media y media alta de Quito dándonos 6.428 habitantes, ese resultado por 66,7% correspondiente a las edades de 15 a 64 años dándonos como resultado 4.795 habitantes, lo cual es nuestro mercado objetivo al que nos vamos a enfocar.

Según datos del INEC la población de Quito perteneciente al año 2010 es de 2.319.671 en la cual se aplicó la tasa de crecimiento perteneciente a la población del 2017 la cual es de 264.414, con estos datos se realizó tasa de crecimiento referencial la misma que es de:

$0,0188 * 7 \text{ años (2010 al 2017)} = 0,13216$  este se aplicó a la proyección de la población de los habitantes de la parroquia de Yaruqui al año 2017 quedando de la siguiente manera:

- Población perteneciente a la parroquia de Yaruqui del año 2010 es de 17.854

$$17.854 * 0.13216 = 2.359,6 + 17.854 = 20.214 \text{ habitantes en el 2017.}$$

**Tabla 3:** Cuadro de datos poblacionales del INEC 2010



Código	Nombre de provincia	Nombre de canton	Nombre de parroquia	Población	Superficie de la parroquia
170185	PICHINCHA	QUITO	YARUQUI	17.854	71,95
170186	PICHINCHA	QUITO	ZAMBIZA	4.017	7,41
170250	PICHINCHA	CAYAMBE	CAYAMBE	50.829	382,41
170251	PICHINCHA	CAYAMBE	ASCAZUBI	5.050	37,03
170252	PICHINCHA	CAYAMBE	CANGAHUA	16.231	332,37
170253	PICHINCHA	CAYAMBE	OLMEDO (PESILLO)	6.772	392,61
170254	PICHINCHA	CAYAMBE	OTON	2.766	24,35
170255	PICHINCHA	CAYAMBE	SANTA ROSA DE CUZUBAMBA	4.147	21,60
170350	PICHINCHA	MEJIA	MACHACHI	27.623	467,98
170351	PICHINCHA	MEJIA	ALCAG	9.237	235,47

Fuente: Instituto nacional de Estadísticas y Censos

### 3.1.4 Diseño del cuestionario.

Para el diseño del cuestionario se utilizarán preguntas cerradas, y de opción múltiple, desarrollando un cuestionario de 10 preguntas.

### 3.1.5 Interpretación de los resultados.

Para la interpretación de resultados se ha tomado en cuenta el siguiente modelo de encuesta el mismo que se ha utilizado para poder sacar la información y tabulación que se presentará a continuación.

## 1. ¿CUAL ES SU OCUPACIÓN?

**Tabla 4:** Ocupación

OCUPACIÓN	RESPUESTA	UNIVERSO
Estudia	91	1.781
Trabaja	103	2.016
Otro	51	998
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>4.795</b>

Fuente: investigación propia.



**Figura 4.**Resultado de la ocupación

**Fuente:** investigación propia.

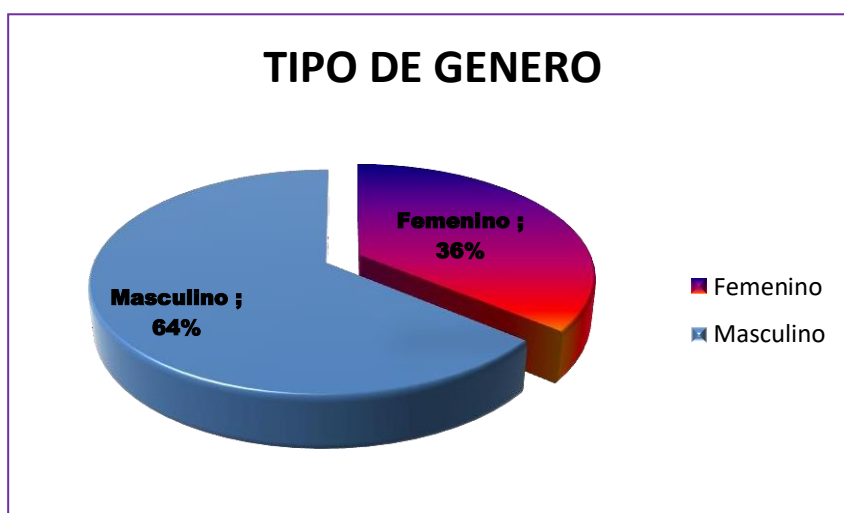
**Análisis:** Podemos observar como resultado de la investigación que la mayoría de las personas encuestadas trabajan siendo el 42% de la totalidad; seguido por el 37% el cual pertenece a las personas que estudian y el 21% el cual pertenece a las personas que realizan otras actividades.

## 2. ¿CUAL ES SU GÉNERO?

**Tabla 5:** *Tipo de género*

GÉNERO	RESPUEST	UNIVERS
	A	O
Femenino	88	1.722
Masculino	157	3.073
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>4.795</b>

Fuente: investigación propia.



*Figura 5.* Tipo de género

Fuente: investigación propia.

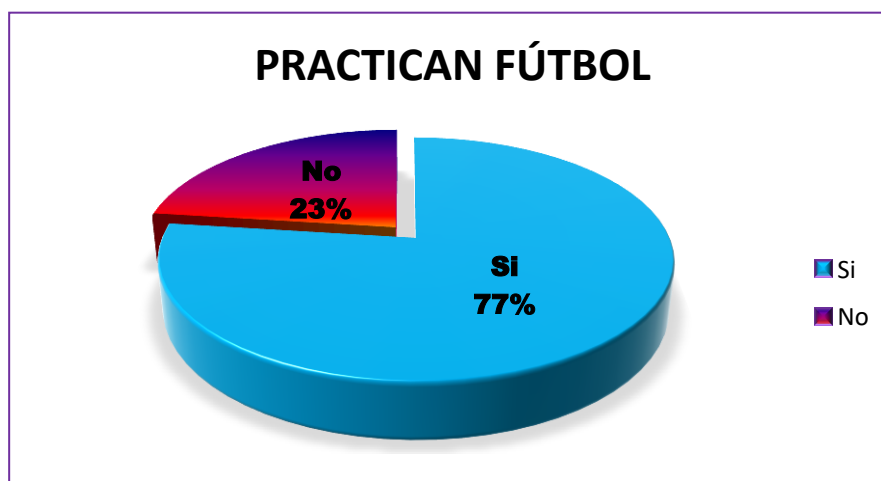
**Análisis:** Podemos observar como resultado de la investigación que la mayoría de las personas encuestadas son de género masculino siendo el 64% y de género femenino el 36%.

### 3. ¿LE GUSTA JUGAR FÚTBOL?

*Tabla 6: Tipo de género*

<b>PRACTICAN FUTBOL</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>UNIVERSO</b>
Si	189	3.699
No	56	1.096
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>4.795</b>

Fuente: investigación propia.



**Figura 6.** Cuantas personas practican futbol.

Fuente: investigación propia.

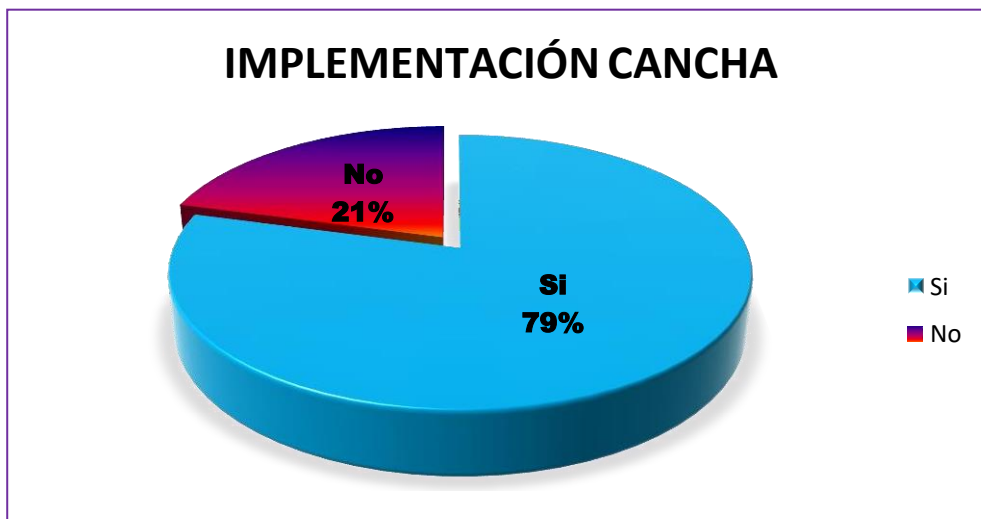
**Análisis:** Podemos observar como resultado de la investigación que a la mayoría de las personas siendo en total 189 personas que les gusta jugar futbol, y lo practican conformando el 77% del total de los encuestados mientras que al 23% restante del total de los encuestados no les gusta jugar futbol.

**4. ¿SI EXISTIERA UNA OFERTA DE UNA CANCHA DE FUTBOL SINTÉTICA EN LA PARROQUIA DE YARUQUI, ESTARÍA USTED DISPUESTO A ACUDIR A ELLA?**

**Tabla 7.** Disposición a acudir.

IMPLEMENTACIÓN CANCHA	RESPUESTA	UNIVERSO
Si	149	2.916
No	40	783
<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>3.699</b>

Fuente: investigación propia



**Figura 7.** Implementación de la cancha sintética

Fuente: investigación propia.

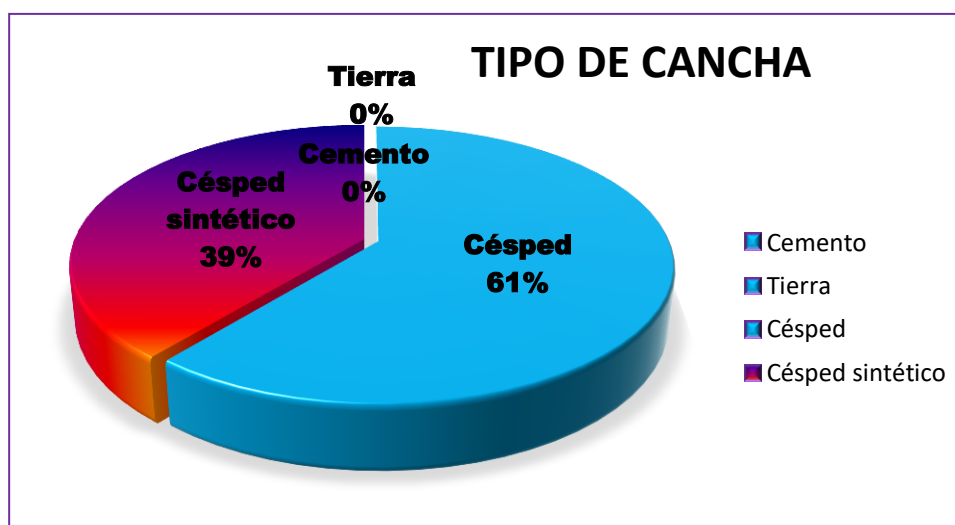
**Análisis:** Para el análisis de esta pregunta hemos partido desde 149 personas que juegan fútbol y que conforman un universo de 2.916 en la cual pudimos observar en el resultado de la encuesta que el 79% de las personas encuestadas creen que es necesario la implementación de una nueva cancha de fútbol en la parroquia de Yaruqui, también podemos observar que el 21% del total de las personas encuestadas no creen que sea necesario la implementación de una cancha de fútbol.

**5. ¿AL MOMENTO DE JUGAR FUTBOL PREFERE USTED JUGAR EN CANCHAS ELABORADAS DE:**

**Tabla 8.** Tipo de cancha

TIPO DE CANCHA	RESPUESTA	UNIVERSO
Cemento	0	0
Tierra	0	0
Césped	91	1.781
Césped sintético	58	1.135
<b>Total</b>	<b>149</b>	<b>2.916</b>

Fuente: investigación propia.



*Figura 8.* Tipo de cancha

Fuente: investigación propia.

**Análisis:** En esta pregunta podemos conocer que 58 personas encuestadas prefieren jugar en cancha de césped sintético, es decir que nuestro universo es de 1.135, según lo observado en la encuesta se pudo saber que las preferencias al momento de jugar fútbol por parte de los encuestados es jugar en canchas de césped natural, siendo el 61% del total de los encuestados, y el 39% pertenece a las personas que prefieren jugar en canchas de césped sintético.

## 6. ¿CUAL ES LA FRECUENCIA QUE REALIZA ESTE DEPORTE?

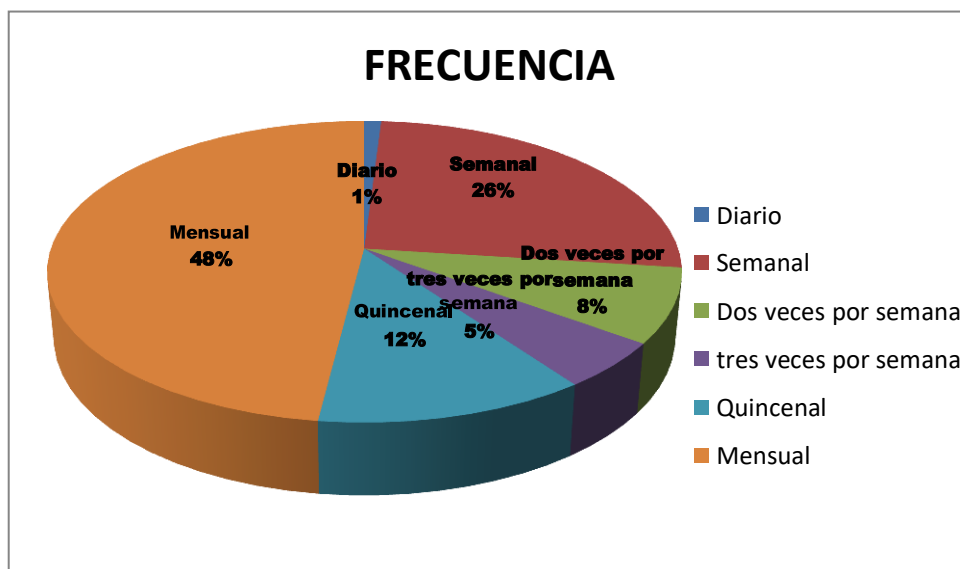
**Tabla 9.** Frecuencia con la que juegan fútbol.

FRECUENCIA	RESPUESTA	UNIVERSO	ANUAL
Diario	1	20	7.300
Semanal	15	294	15.288
Dos veces por Semana	4	78	8.112
Tres veces por semana juegan	3	59	9.204

fútbol.

Quincenal	7	137	3.288
Mensual	28	547	6.564
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>	<b>49.756</b>

Fuente: investigación propia.



*Figura 9.* Frecuencia con la que juegan fútbol.

Fuente: investigación propia.

**Análisis:** A partir de nuestro universo el cual es de 1.135, siendo un total de 58 encuestados, con estos resultados podemos observar la frecuencia con la que asistirían a la cancha sintética, ya que del total de los encuestados, el 1% asistirían diariamente; seguido por el 26% que practica este deporte asistirían semanalmente, el 12% que lo practica asistirían de manera quincenal, el 8% que lo practican asistirían dos veces por semana, el 5% que juegan fútbol asistirían tres veces por semana y el 48% que practican este deporte asistirían de manera mensual.



## 7. ¿EN QUÉ HORARIO PREFERE REALIZAR ESTE DEPORTE?

Tabla 10. Horario en que prefieren jugar futbol

HORARIO	RESPUESTA	UNIVERSO
Mañana	20	391
Tarde	17	333
Noche	21	411
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>

Fuente: investigación propia.

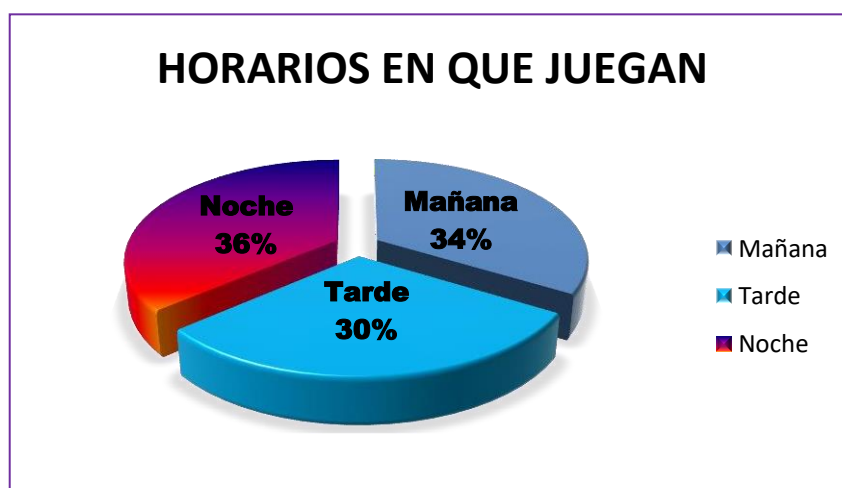


Figura 10. Horarios en los que juegan futbol.

Fuente: investigación propia.

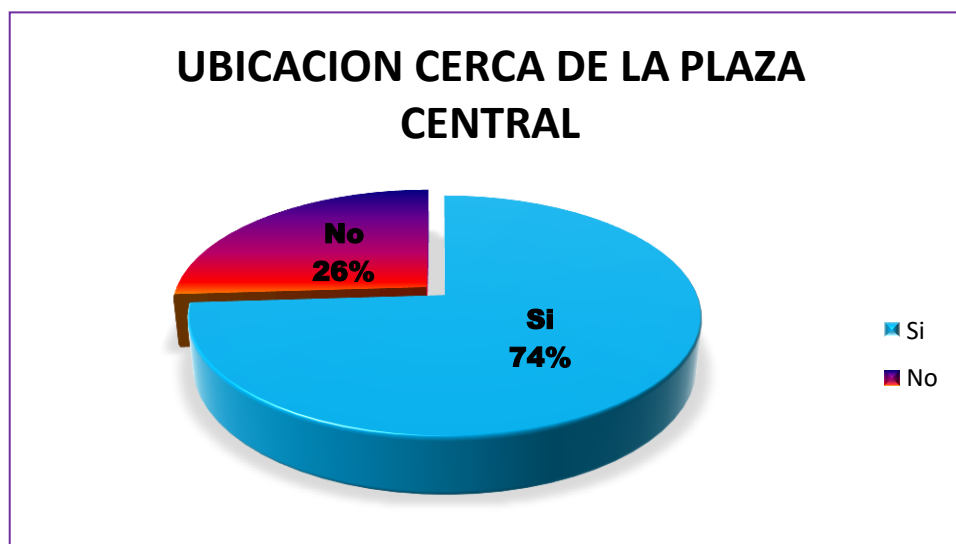
**Análisis:** A partir de nuestro universo el cual es de 1.135, siendo un total de 58 encuestados, se ha tomado en cuenta los horarios en que prefieren jugar, según los resultados obtenidos podemos observar que el horario de mayor preferencia para los encuestados es el horario de la noche siendo el 36% de la totalidad, seguido por el horario de la mañana siendo el 34% de la totalidad de los encuestados mientras que el horario de la tarde el cual pertenece al 30 % de la totalidad, es el menos atractivo para los encuestados.

## 8. ¿LE GUSTARÍA QUE ESTE UBICADA LA CANCHA CERCA DE LA PLAZA CENTRAL DE LA PARROQUIA?

**Tabla 11.** Ubicación de la cancha

UBICACIÓN	RESPUESTA	UNIVERSO
Si	43	841
No	15	294
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>

Fuente: investigación propia.



*Figura 11.* Ubicación de la cancha de fútbol.

Fuente: investigación propia.

**Análisis:** En los resultados de la encuesta pudimos observar que la mayoría de las personas encuestadas se encuentran de acuerdo con la ubicación de la cancha sintética ya que al 74% de la totalidad de los encuestados les gustaría que este ubicada la cancha cerca de la plaza central de la parroquia, y con respecto al resto de los encuestados los mismos que conforman el 26% no se encuentra de acuerdo con la ubicación de la cancha sintética.

**9. ¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR DE \$25 A 35 DÓLARES POR UNA HORA DE FUTBOL 7 EN UNA CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO?**

**Tabla 12.** Disposición de pago

<b>PAGARÍA DE 25 A 35 DÓLARES</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>UNIVERSO</b>	<b>ANUAL</b>
SI	31	607	26610
NO	27	528	23146
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>	<b>49.756</b>

Fuente: investigación propia.



**Figura 12.** Disposición de pago.

Fuente: investigación propia.

**Análisis:** La finalidad de esta pregunta es el conocer si las personas están dispuestas a pagar un rango de 25 a 35 dólares por el servicio de renta de la cancha sintética para un partido de 14 personas por el tiempo de una hora, según los resultados de la encuesta se pudo observar que el 53 % de los encuestados están dispuestos a pagar de 25 a 35 dólares por equipo la hora de alquiler de la cancha de futbol, mientras que el 47% de los encuestados no

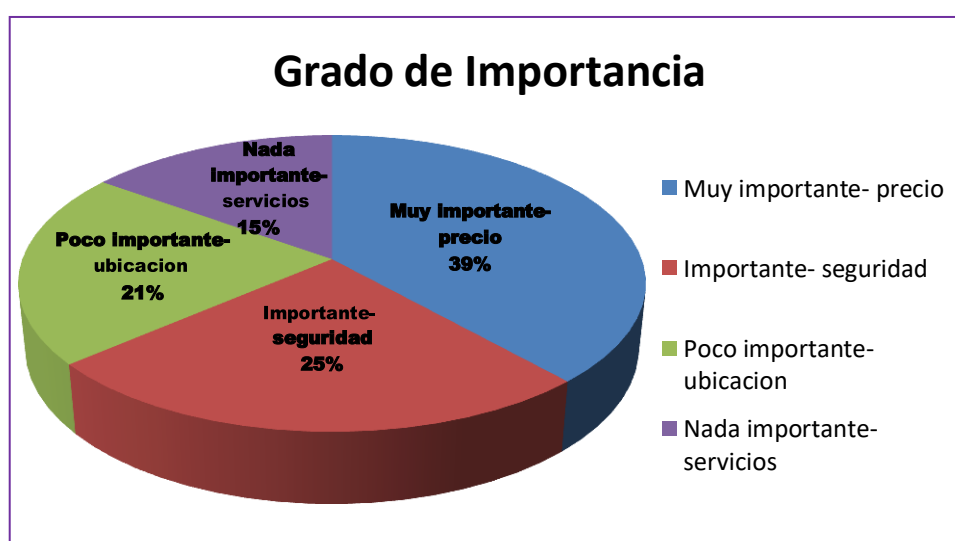
están dispuestos a pagar esta cantidad de dinero por el servicio de alquiler de la cancha de fútbol ya que les parece caro.

**10. ACORDEA LA IMPORTANCIA CALIFIQUE DEL 1 AL 4 SIENDO 1=MUY IMPORTANTE, 2=IMPORTANTE, 3=POCO IMPORTANTE, 4= NADA IMPORTANTE, ¿QUÉ FACTORES USTED CONSIDERA AL MOMENTO DE ESCOGER UN LUGAR PARA PRACTICAR ESTE DEPORTE?**

**Tabla 13.** Grado de importancia según la ubicación, instalación, seguridad, precio y servicio.

Grado de Importancia	Ubicación	Universo	Instalación	Universo	Seguridad	Universo	Precio	Universo	Servicios	Universo
-Muy importante	23	450	23	450	23	450	32	626	13	254
-Importante	13	255	20	391	21	411	14	274	16	313
-Poco importante	18	352	8	157	8	157	7	137	17	333
-Nada importante	4	78	7	137	6	117	5	98	12	235
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>	<b>58</b>	<b>1.135</b>

Fuente: investigación propia.



**Figura 13.** Importancia según la ubicación, instalación, seguridad, precio y servicio.

Fuente: investigación propia.

**Análisis:** Con esta pregunta se pretende saber el grado de importancia de cada uno de los ítems para los encuestados con la finalidad de ofrecer un servicio que se ajuste a sus

necesidades, se ha observado en las encuestas que según el orden de importancia lo más importante para los encuestados es el precio conformando el 39%, seguido de la seguridad ya que los encuestados piensan que es importante lo cual es el 25%, como poco importante con un 21% se encuentra la ubicación en donde se localizará la cancha sintética y por ultimo como nada importante están los servicios extras conformando el 15% de la totalidad.

### **3.1.6 Cuantificación de la demanda.**

Para la cuantificación de la demanda se ha considerado a la población perteneciente a la parroquia de Yaruqui la cual tiene como universo 20.214 habitantes dato que pertenece al año 2017.

Para obtener el número de personas que están dispuestas a ocupar este servicio se utilizó preguntas discriminatorias tales como: En la pregunta #3 ¿Le gusta jugar futbol? 77% que equivale a 3.699 personas de esto se tomó en cuenta pregunta #5 discriminatoria ¿Al momento de jugar futbol prefiere usted jugar en canchas elaboradas de cemento, césped, césped sintético?, de estas preguntas se obtuvo como resultado de aceptación por el césped sintético el 39% de aceptación, quedando como potencial mercado 1.135 personas.

A continuación se consideró las repuesta a las frecuencias de utilización y alquiler de las canchas las que sumadas todas las frecuencias, considerando que una misma persona si la frecuencia es diaria sería 365 veces cliente y así sucesivamente para las otra frecuencias tal como se señala en la tabla 9 perteneciente a la pregunta 6 de la encuesta, con respecto a las frecuencias la suma da como resultado que en el año las personas que utilizarían en diferentes frecuencias suman una totalidad de 49.756, este número de personas, se multiplicó por el porcentaje obtenido correspondiente a la pregunta 9 de la encuesta, referente a la disposición de pago \$ 25 a 35 dólares el mismo que es 47% quedando de la siguiente manera quedando 26.610 personas.

### 3.1.7 Demanda proyectada.

Para la demanda proyectada se tomó los siguientes datos: el total del universo anual de las personas que están dispuestas a pagar y juegan en canchas sintéticas de futbol el mismo que es  $26.610 * 0,15$  que corresponde lo máximo de credibilidad que se puede considerar en las respuestas de las encuestas frente a la realidad o demanda real correspondiendo a 3.992 de la cuál para iniciar en el primer año como no se puede proyectar al 100% de su máxima capacidad, se tomó el 70% de la misma, entonces se iniciará con 2.795 clientes potenciales.

Para la proyección del año 2 al 10 hemos utilizado la tasa de crecimiento para el incremento anual hasta el año 10 correspondiente a:

$$i = \frac{n\sqrt[M]{C}}{C} - 1$$

$$i = \frac{9\sqrt[9]{3.992}}{2.795} - 1$$

$$i = 4,04\%$$

Para el cálculo del segundo año hasta el décimo año se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$\text{La proyección del primer año } 2.795 * (1 + 0,04)^1 = 2.908$$

$$2.795 * (1 + 0,04)^2 = 3.025$$

**Tabla 14.** Proyección de la demanda.

Años	Proyección (personas que juegan futbol)
1	2.795
2	2.908
3	3.025

<b>4</b>	3.148
<b>5</b>	3.275
<b>6</b>	3.407
<b>7</b>	3.545
<b>8</b>	3.688
<b>9</b>	3.837
<b>10</b>	3.992

Fuente: investigación propia.

### 3.1.8 Oferta del proyecto.

**Tabla 15.** Oferta de jugadores diario y anual.

<b>Años</b>	<b>Jugadores diarios</b>	<b>Total anual jugadores</b>
<b>1</b>	100	36.500
<b>2</b>	104	37.975
<b>3</b>	108	39.509
<b>4</b>	113	41.105
<b>5</b>	117	42.766
<b>6</b>	122	44.493
<b>7</b>	127	46.291
<b>8</b>	132	48.161
<b>9</b>	137	50.107
<b>10</b>	143	52.131

Fuente: investigación propia.

El estudio realizado demuestra que puede brindar sus servicios a 36.500 personas al año es decir un mínimo de cinco partidos al día para iniciar el proyecto en el año uno.

## 3.2 Análisis Estratégico del negocio.

### 3.2.1 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es FootballClub se pensó en este nombre ya que es fácil de recordar y se familiariza con la actividad del fútbol, también se pensó en la palabra club ya

que representa un lugar al que pueden ir familias y grupos de personas a divertirse y pasar un tiempo de esparcimiento.

### 3.2.2 Logo de la empresa

El logo de la empresa se lo realizó pensando en los deportes y en las personas que disfrutan del mismo.



*Figura 14.* Logo de la empresa

Fuente: investigación propia.

- Nuestro eslogan será: La aventura del futbol a un paso de la cancha.

### 3.2.3 Misión.

La misión de FoodballClub es brindar el mejor servicio para idealizar a nuestros clientes, es ofrecer a las personas de la parroquia de Yaruqui un lugar de esparcimiento donde encuentren un servicio de alquiler de canchas de césped sintético en un lugar seguro y cómodo con modernas instalaciones.



### 3.2.4 Visión.

Destacarnos en el mercado por nuestro servicio de esta manera posicionándonos así en la mente de los clientes como una empresa líder en el mercado.

### 3.2.5 Objetivos de la empresa.

- Ser reconocidos en el mercado.
- Brindar un excelente servicio.
- Incrementar nuevos servicios a medida en que vaya creciendo.

### 3.2.6 Análisis Interno

En este análisis interno veremos cuáles son nuestras fortalezas, los recurso con los que contamos, así como el saber cuáles son nuestras debilidades, teniendo este conocimiento podremos formar estrategias que nos ayuden a mejorar las fortalezas y a disminuir nuestras debilidades para ello se ha tomado en cuenta como herramienta el Análisis FODA.

**Tabla 16.** Análisis FODA interno y externo.

Cancha sintética FUTBOLCLUB		Análisis Interno		2017
		Pueden generar PROBLEMAS	Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS	
INTERNAS	D	Debilidades	F	Fortalezas
	1	Nuevo en el mercado	1	No tenemos una competencia del mismo negocio dentro de la parroquia de yaruqui
	2	Costo elebado en el césped sintético	2	Modernas y comodas instalaciones a corde a las necesidades del cliente.
	3	La competencia de los lugares aledaños	3	Alta calidad en el servicio.
	4		4	Facilidad de acceso para los moradores de la parroquia y para las personas de sectores aledaños
	5		5	El césped sintético tienen materiales de la más alta calidadel cual brinda seguridad a los clientes.

Cancha sintética FUTBOLCLUB		Análisis Externo		2017
Entorno del ENTORNO	A	Amenazas	O	Oportunidades
	1	Posibles dificultades en épocas de invierno	1	Un lugar de esparcimiento para integración de las personas de la parroquia.
	2	Inestabilidad económica del país	2	Falta de competidores dentro de la Parroquia
	3		3	Utilización de las canchas para otros tipos de eventos
	4		4	Es un deporte realizado por personas de todas las edades

Fuente: investigación propia.

### 3.2.7 Valores y Políticas de la empresa.

Los valores de FoodballClub son pensados en beneficio de los clientes como:

- Integridad: en cada acuerdo que se ofrezca al cliente, de esta manera cumpliendo en lo que se ha quedado.
- Compromiso: haciendo de nuestras metas las metas de la empresa comprometiéndonos con el negocio, en su mejora y en un servicio para que cada vez sea mejor.
- Entrega al servicio: dar un servicio de primera estando disponibles de manera permanente para los clientes, ofreciendo un servicio personalizado con vocación y calidez.
- Respeto: ofrecer un ambiente de mutuo respeto para nuestros clientes en donde la cordialidad y el buen trato sean el eje principal de la atención, valorando y respetando las opiniones y puntos de vista del cliente.

Las políticas de la empresa de FoodballClub son las siguientes:

- Ofrecer un servicio ágil y oportuno.
- Ofrecer las instalaciones en excelentes condiciones.
- Ofrecer un servicio de alta calidad, con personal calificado.

- La empresa cumplirá con lo acordado con los clientes.
- Valorar y tratar al cliente como parte de la familia de FootballClub.

### **3.2.8 Mix de Marketing.**

Por medio de estas estrategias definiremos como vamos a alcanzar los objetivos deseados, también por medio de estas estrategias sabremos cómo haremos para llegar al cliente y qué haremos para permanecer en el mercado.

Para establecer estas estrategias nos hemos referido a la mezcla de mercado en donde citaremos las 4P ya que la mayoría de las decisiones operativas se enmarcan en las mismas las cuales son:

- Producto/ Servicio
- Precio
- Promoción
- Plaza

#### **3.2.8.1 Servicio:**

- El servicio consiste en el alquiler de la cancha de futbol 7 de césped sintético la cual mide 25 de ancho por 45 de largo, se ofrecerá en el horario de: 10am a 10 pm este horario se tomó en cuenta ya que en las encuestas nos dio un porcentaje de aceptación similar por los horarios de tarde y noche, mientras que el en el horario de la mañana el porcentaje de aceptación es menor.
- Se ofrecerá en las instalaciones un área de bar para los acompañantes y jugadores, contará con un área de camerinos con canceles y duchas, un punto de hidratación gratuito para los jugadores, habrá graderío para las familias y amigos que quieran ir,

contaremos con un área de recepción en donde se encontrarán las oficinas en donde el cliente podrá informarse de los servicios que se prestarán y de los horarios.

- Parte del servicio es ofrecer asesoramiento nutricional según el tipo de persona ya que de esta manera se busca optimizar el rendimiento y la salud de los clientes.
- Parte de nuestro servicio es mantener a nuestros clientes informados acerca de las promociones, campeonatos, y eventos que se van a realizar, lo cual se lo hará vía e-mail de manera personalizada y también se podrá encontrar información en la página web de FootballClub.
- Parte de un buen servicio es atender a las quejas y sugerencias de los clientes, para ello en el área de recepción se pondrá un buzón para que los clientes depositen sus inquietudes y a futuro puedan ser atendidas, de esta manera podremos cubrir y saber acerca de las necesidades de los clientes.
- Se buscaría realizar alianzas estratégicas con marcas de alimentos sanos, con el fin de promocionar la salud y el deporte por medio de estas empresas, las mismas que podrían patrocinar a los equipos a cambio de poner su publicidad en los chalecos de los jugadores.
- Se buscará alianzas estratégicas con las empresas cercanas ofreciéndoles beneficios y promociones por torneos realizados.

- Para brindar un servicio de alta calidad se darán charlas y capacitaciones a las personas que se encargan de las diferentes áreas para de esta manera saber cuáles son sus falencias y poder reforzar y fortalecerles en el servicio, promoviendo la motivación a través de sesiones grupales que orienten el cómo promocionar el servicio y publicidad para mejorar el nivel de ventas que realizan.
- Para brindar un servicio al alcance de sus manos hemos pensado en la comodidad del cliente haciendo que ellos puedan hacer las reservas de la cancha de futbol por medio de las páginas web y por medio de llamadas telefónicas para así dar mayor eficacia en la prestación de nuestros servicios.

### **3.2.8.2 Precio:**

Para la fijación del precio se ha tomado en cuenta a los precios de la competencia, dentro del precio se incluye: el alquiler de la cancha sintética por el tiempo de una hora, el balón, los petos, servicio de árbitro, para el alquiler de la cancha se lo deberá realizar con un anticipo del 40%.

Para la fijación del precio se ha utilizado como dato referencial al precio por persona que paga por la hora de alquiler, así como el precio del alquiler por hora del equipo es decir de los 14 jugadores de la competencia más representativa, ya que con esta información podremos saber el precio por persona que se fijara para ofrecer el servicio de alquiler de la cancha sintética en FootballClub, para los precios referenciales se ha tomado en cuenta a la parroquia Checa por su cercanía y a lugares que ofrecen servicios similares en la parroquia de Yaruqui, los precios referenciales son:

**Tabla 17**

*Precios de la competencia.*

<b>CANCHA DE FUTBOL SINTÉTICA EN CHECA</b>	<b>PRECIO POR PERSONA</b>	<b>PRECIO POR EQUIPO (14)</b>
<b>-Cancha de fútbol</b> (cancha de fútbol de tierra en Yaruqui)	3,00 dólares la hora por persona	42 dólares la hora
<b>-Escuela de fútbol en el estadio de Yaruqui</b>	2,50 dólares la hora por persona	35 dólares la hora

Fuente: investigación propia.

Dentro del precio se deberá considerar cubrir los costos de operación, los costos de publicidad y mantenimiento, además de generar utilidad para la empresa, para fijar el precio se deberá tomar en cuenta el precio de la competencia con el fin de establecer un precio promedio que sea comparado con los costos y gastos unitarios del negocio, también se deberá tomar en cuenta que en las encuestas están el 47% de las personas dispuestas a pagar de 25 a 35 dólares por la hora de alquiler del equipo, todo esto se tomará en cuenta con el fin de establecer un precio promedio.

- **Política de fijación de precios y descuentos.**

Nuestra política es dar más por menos, es decir dar más en un servicio personalizado, más en instalaciones de primera las mismas que cuenten con todos los servicios necesarios, es decir camerinos limpios y en excelente estado, baños, duchas, bancas, etc. Que estén a la disposición de los clientes, así como ofrecer una cancha limpia y cepillada, dar un servicio de información acerca de la alimentación más adecuada, dependiendo el estilo de vida del cliente, ofreciendo un precio menor que la competencia actual teniendo en cuenta los precios que maneja la competencia.

Por ello se ha tomado en cuenta la política de imitación o comparación ya que nos hemos fijado en los precios de la competencia, hemos determinado las fortalezas y debilidades de nuestro producto/servicio, ya realizado este análisis para poder ganar al mercado se ha pensado en alinear nuestro precio por debajo de la competencia.

También se ha tomado en cuenta una política de descuentos con la finalidad de ofrecer más y afianzar la confianza de los clientes, para la política de los descuentos hemos tomado en cuenta con el fin de posicionarnos en la mente del consumidor, descuentos por apertura y descuentos a clientes continuos y corporativos.

### **Promoción:**

Para la promoción se ha creado el logotipo de FootballClub el cual será nuestra representación para los clientes de nuestro servicio el mismo que es:



**Figura 15.**Logo

Fuente: investigación propia.

Para la promoción se tomará en cuenta lo siguiente:

- Publicidad
- Marketing directo
- Relaciones públicas
- Ventas
- Promociones

- **Publicidad.**

- Para el desarrollo de la campaña publicitaria se ha tomado en cuenta medios publicitarios como la radio con el fin de captar nuevo mercado en donde se anunciará las promociones por apertura e incluso se regalará una hora de alquiler a una de las personas que se comunique con la radio.
- Se entregará a los ganadores de los torneos camisetas con el logo de FootballClub, el mismo que irá en flyers, en vallas de información, promoción y publicidad.
- Se realizarán gigantografías con el logo del local.
- Otra estrategia publicitaria es la de dar espacios publicitarios alrededor de la cancha y en las puertas en la parte externa del lugar, con el fin de dar un ambiente futbolístico y de informar a nuestros clientes de nuestras promociones y también informar acerca de nuestro servicio a las personas que pasen cerca del lugar.
- Se harán impresiones de flyers para repartirlas a la salida de eventos especiales como son los partidos de futbol.
- Se utilizarán banners publicitarios con el fin de direccionar al cliente la ubicación de la cancha sintética.

- **Marketing directo.**

Por medio del marketing directo podremos acercarnos de manera directa facilitándonos el contacto inmediato con el posible comprador, para ello se utilizará medios como el telemarketing, e-mails, páginas web, buzoneo.

- Se realizará telemarketing es decir se realizarán llamadas telefónicas informando a los clientes de nuestras promociones, el servicio que ofrecemos, precios y la dirección en donde se encuentra FootballClub.



- Se utilizará como medios publicitarios a diferentes tipos de redes sociales como son: twitter, facebook, página web.
- Se publicarán todas las promociones, descuentos, eventos por medio de una página web de futbol club en donde los clientes pueden chatear, preguntar, escribir comentarios e inscribirse para los torneos y eventos que se publiquen.
- Se enviarán e mails de manera personalizada a cada uno de los clientes informando acerca de torneos, descuentos y promociones.
- Se realizará marketing por buzoneo el mismo que se realizará entregando de casa en casa publicidad acerca del servicio que ofrece FootballClub.

- **Relaciones públicas.**

Estas se han tomado en cuenta con la finalidad de mantener la buena imagen del negocio ante nuestros clientes y trabajadores que conforman FootballClub, para ello se ha pensado en eventos deportivos, eventos culturales, eventos sociales como:

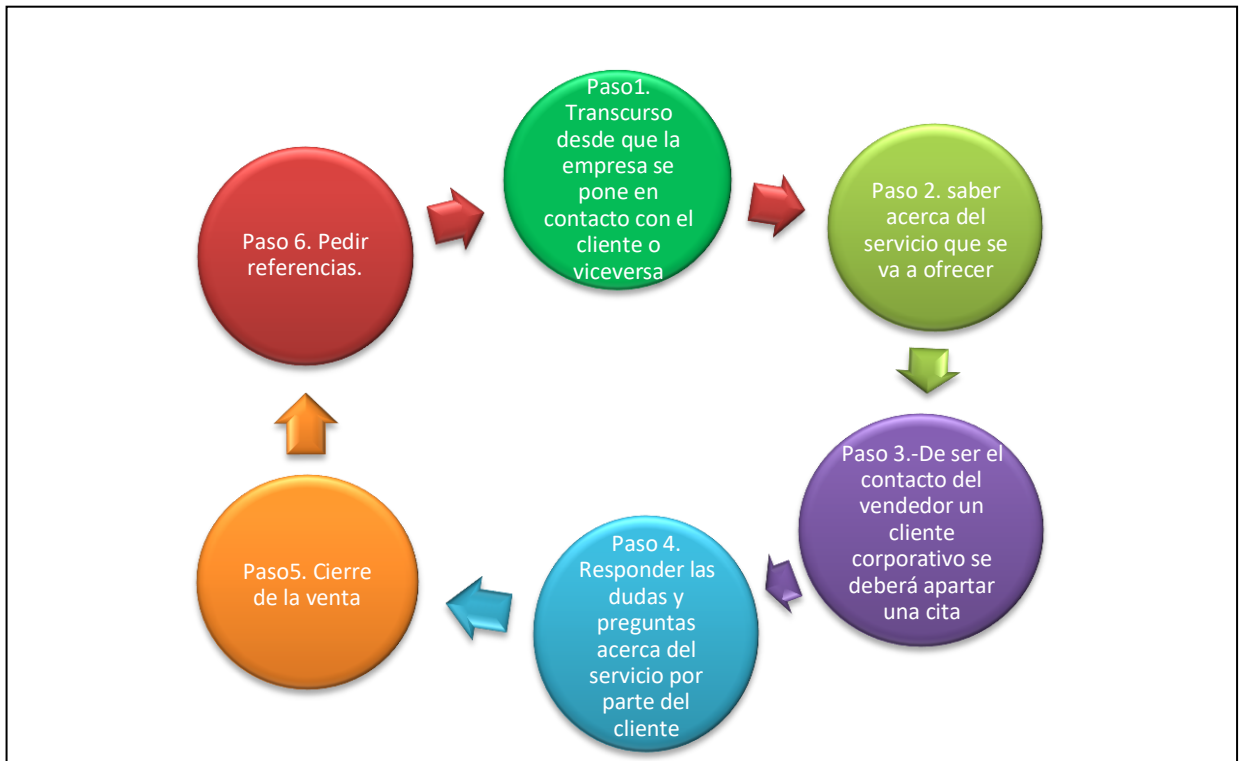
- La realización de torneos anuales los cuales pueden ser por parte de las empresas y por parte de la casa, para ello habrá una inscripción por equipo los mismos que ganarán como premio un valor en efectivo y membrecías.
- Eventos en los días de apertura en los cuales habrá descuento por días de apertura, se dará los tres primeros días el 50% de descuento en el alquiler de la cancha con la finalidad de que las personas conozcan las instalaciones.
- Mantener canales de comunicación con revistas, radio, etc.
- Publicar contenidos referentes al negocio ya sean fotos o noticias.
- Realizar eventos con la finalidad de fortalecer las relaciones con los clientes.

- **Ventas.**

Para las ventas se ha tomado en cuenta una estrategia de ventas en donde se detallará de mejor manera en la descripción del ciclo de ventas el cual se ha tomado en cuenta con el fin de conseguir buenos resultados económicos y crece como empresa ante los competidores.

- **Descripción del ciclo de ventas**

- Se ha tomado en cuenta como ciclo de ventas al tiempo de transcurso desde que la empresa se pone en contacto con el cliente o a su modo desde que el cliente se pone en contacto con la empresa hasta el momento en que se cierra la venta del servicio.
- Para tener en claro este ciclo se deberá primeramente saber acerca del servicio que se va a ofrecer, siendo este un paso básico para informar y convencer al cliente.
- En caso de ser el contacto del vendedor un cliente corporativo se deberá apartar una cita con la finalidad de reunirse e indicar acerca de los servicios precios y promociones que se les puede ofrecer.
- El vendedor deberá responder las dudas y preguntas acerca del servicio por parte del cliente, en esta etapa es primordial que el vendedor esté capacitado y sepa acerca del servicio y los beneficios que ofrece nuestro producto ya que de esto dependerá la venta final.
- El siguiente paso a seguir será el cierre de la venta de manera adecuada.
- Y como paso final se deberá pedir referencias lo cual nos abre puertas para poder realizar nuevas ventas y ofrecer nuestros servicios.



**Figura 16.** Ciclo de ventas.

Fuente: investigación propia.

- **Promociones.**

- Se realizará en fechas clave cupones de descuento para los clientes que quieran hacer uso de nuestro servicio, estos cupones los podrán imprimir directamente de la página web de FootballClub.
- Se realizarán eventos promocionando las épocas de torneos y también los torneos que se realicen para empresas, con la finalidad de que la gente de la zona se informe.
- Se promocionará por redes sociales los eventos que se realizarán.
- Poner nuestro logo y de los auspiciantes en las camisetas o chalecos de los jugadores.

### **3.2.8.3 Plaza:**

Luego de definir la selección de la ubicación estratégica donde se encontrará el proyecto, la cual queda a dos cuadras del centro de la parroquia de Yaruqui el mismo que es un lugar concurrido y fácil de ubicar y que según datos de la investigación tuvo una aceptación del 74% por parte de los encuestados.

Para hacer uso de esta plaza se ofrecerá de manera directa la disponibilidad y reservas del servicio por medio de llamadas telefónicas, por medio de mensajes por Facebook, correos electrónicos, reservas en nuestra página web, entre otros.

### **3.2.9 Estudio técnico**

Este se lo realiza con la finalidad de determinar las condiciones reales que se utilizarán para la implementación de la cancha sintética, estudiando las características técnicas para poder realizar y llevar a cabo el proyecto.

#### **3.2.9.1 Tamaño del proyecto.**

Para el tamaño del proyecto se lo realizará buscando el resultado económico más favorable para el proyecto buscando el tamaño óptimo, para ello se hará un análisis de cada uno de los factores que determinan el tamaño.

#### **3.2.9.2 Demanda**

Como se demostró al cuantificar la demanda, en el estudio la demanda potencial insatisfecha es de 26.610 de la cual se tomara el 15% de la misma dándonos 3.992 del cual se realizó la proyección del primer año que es 2.795 personas que corresponde al 70% de la capacidad total hasta llegar al año 10 a su máxima capacidad de las cuales se les podrá ofrecer los servicios de alquiler de la cancha sintética, lo que implica que para poder iniciar el proyecto recibirá 100 personas diarias, esto quiere decir que como mínimo para arrancar el

proyecto deberán realizarse 5 partidos diarios el primer año, y en el año diez el proyecto recibirá 143 personas diarias, esto quiere decir que deberán realizarse 5 partidos diarios, por lo tanto, el tamaño propuesto es inferior a la demanda potencial lo cual quiere decir que no es un limitante.

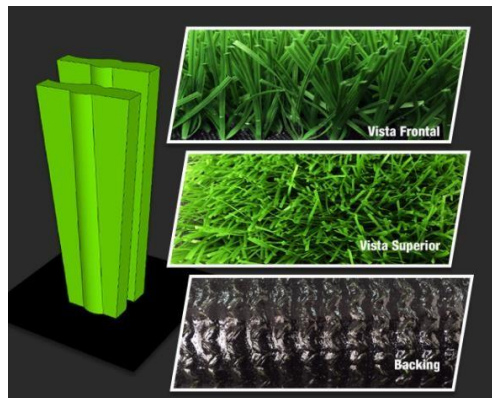
### **3.2.9.3 Materiales para la construcción de la cancha.**

Dentro de los parámetros técnicos de la infraestructura y de los materiales a utilizarse se ha tomado en cuenta las normas del comité ejecutivo de la Federación Ecuatoriana de fútbol lo siguiente (Fútbol, 2017), los materiales a utilizarse son:

- Manta geotextil: Se la utiliza para evitar brotes de hierba sobre el terreno preparado antes de la colocación del césped sintético.
- Arena y grava: Esto se pondrá sobre el terreno aproximadamente 15 cm de espesor con la finalidad de favorecer el drenaje de la superficie.
- Césped sintético: El cual será proporcionado por la empresa Césped Ecuador la misma que se encargará de la preparación del terreno, de colocar los royos de césped sintético, de la colocación de líneas, arcos en la cancha, de la arena, del caucho para el césped y por último el cepillado del césped, cabe mencionar que todas estas normas que manejan para la instalación de césped sintético se apegará a las normas del Art. 13.- El terreno de juego dispondrá de un drenaje adecuado, a fin de poder evacuar la superficie en condiciones de extremada pluviosidad y no permitir la formación de charcos. (Fútbol, 2017).
- Para la colocación del césped se ha tomado en cuenta como proveedor Césped Ecuador, el mismo que nos ofrece un césped de última generación que combina los beneficios del monofilamento con tecnología avanzada de la columna central de cada fibra reforzado con una capa de poliuretano brillante que lo hace resistente a las

condiciones climáticas más extremas. (Fopadi, 2017). Para ello hemos destacado las siguientes características:

- Su uso: Fútbol Profesional.
- Altura de la fibra: 50 mm
- Backing: 1/2
- Estructura: Monofilamento con Columna Central.
- Efectos UV: Escala de grises 5
- Primer relleno: Arena.
- Segundo relleno: Caucho Granulado.



*Figura 17.* Césped sintético

Fuente: Césped Ecuador, (Grupo Fopadi, 2017).

- Mallas para cubrir la cancha de futbol, material (NYLON).
- Cerramiento metálico. - Se instalará un cerramiento metálico de color verde el cual contará con una puerta de doble hoja para el acceso de los clientes

- Pintura de color blanco según Art. 14.- “Las líneas de demarcación de la cancha de juego y sus zonas deberán ser pintadas con materiales adecuados y tener la misma anchura, como máximo doce (12) centímetros”. (Fútbol, 2017)
- Caucho granulado para césped, “es el material de relleno que se utiliza para la cancha, el cual ayuda al rendimiento deportivo, resistente a los rayos UV y no es perjudicial para la salud”. (Grupo Fopadi, 2017).



*Figura 18.* Césped sintético

Fuente: Césped Ecuador, (Grupo Fopadi, 2017).

- Reflectores para la iluminación: La cancha sintética debe contar con una iluminación adecuada para que los equipos puedan jugar sin ningún tipo de limitación visual y a su vez los espectadores puedan observar de manera clara los movimientos de los jugadores, ya que se rentará también en el horario de la noche, para ello se ha pensado en poner las torres de iluminación en dos líneas paralelas a las líneas de banda, disponiendo de dos en cada línea, la colocación lateral de las luminarias proporciona una buena uniformidad ( Consejo Superior de Deportes, 2011).
- El graderío será de cemento las mismas que contarán tres hileras de asientos con una altura de 1.07m, mide 3m de frente y 2m de desarrollo y su capacidad es para 18 personas.

- Los arcos: Ubicados en la cancha según las normas de la federación Ecuatoriana establecidas en el Art 25.- “La red tendrá una dimensión de 1.50 metros desde el arco hacia la parte posterior podrá ser de hilos de fibras naturales o sintéticas, el diámetro del hilo será de 2mm como mínimo, el ancho de la malla será como máximo de 12cm”. (Fútbol, 2017)
- El marcador: “Este se colocará en situación de perfecta visibilidad para árbitros, jugadores y público”. ( Consejo Superior de Deportes, 2011).
- Redes para arcos de futbol
- Balones de futbol
- Petos Deportivos, son aquellas camisetas sin mangas e colores fuertes o chalecos deportivos para distinguir a los equipos al momento de jugar un partido.

### 3.2.9.4 Proveedores.

**Tabla 18.** Listado de proveedores.

PROVEEDOR	INSUMO	UBICACIÓN	CONTACTO
<b>CÉSPED ECUADOR</b>	Césped sintético	Calle De Los Naranjos N44-353 y Av. De Los Granados. Detrás de Gama Tv	0958982980 1700CESPED
<b>CÉSPED ECUADOR</b>	Caucho para césped y reflectores para la iluminación	Calle De Los Naranjos N44-353 y Av. De Los Granados. Detrás de Gama Tv	0958982980 1700CESPED
<b>CÉSPED ECUADOR</b>	Arena y grava Preparación terreno por profesionales	Calle De Los Naranjos N44-353 y Av. De Los Granados. Detrás de Gama Tv	0958982980 1700CESPED
<b>MEGASPORT</b>	Mallas de futbol	Asunción oe3-121 y	0225526826



<b>(IMPORTADORES)</b>	(NYLON)	América edif.	0984660771 0998824598
<b>MEGASPORT</b>	Redes para arcos	Asunción oe3-121 y	0225526826
<b>(IMPORTADORES)</b>	de futbol	América edif.	0984660771 0998824598
<b>MEGASPORT</b>	Balón de Fútbol	Asunción oe3-121 y	0225526826
<b>(IMPORTADORES)</b>	,Petos Deportivos	América edif.	0984660771 0998824598

**Fuente:** investigación propia.

### 3.2.9.5 Tecnología

La tecnología a utilizarse para el diseño de la cancha se lo realizará utilizando el programa Cad- Cam por parte de la empresa Césped Ecuador la misma que nos proveerá el césped sintético, este programa se utiliza con el fin de garantizar especificaciones precisas para la instalación del sistema de drenaje, la colocación del césped sintético y la construcción de los demás componentes que van a realizarse alrededor de la cancha como graderíos, punto de hidratación, zona de snacks, oficina de recepción.

### 3.2.9.6 Maquinaria y equipos

Para la preparación del terreno se deberá contar con la siguiente maquinaria con la finalidad de que quede el terreno firme y compacto, para que se asiente bien el césped sintético para ello se utilizará la siguiente maquinaria por parte de la empresa Césped Ecuador quien nos ofrecerá este servicio de instalación:

- Retroexcavadora que se utilizará para la excavación con la finalidad de eliminar las irregularidades del terreno,
- Rodillo el cual se utilizará para compactar y al mismo tiempo nivelar
- Máquina para limpieza y cepillado de césped

### **3.2.9.7 Requerimientos técnicos para la instalación del césped sintético**

- Para ello se iniciará con la excavación y relleno en las áreas que necesite el terreno
- Se deberá compactar y nivelar el terreno.
- Se realizarán canales de drenaje con la finalidad de que no se empozara la cancha en caso de lluvia.
- Se asfaltará.
- Una vez que el material arriba a su destino, los técnicos de césped estiran los rollos de césped sintético en la superficie a instalar. Las uniones del pasto artificial se pegan utilizando cinta de unión especializada. (Grupo Fopadi, 2017).
- Se realizará el delineado de color blanco y la colocación de arcos.
- Se regará en el césped artificial una mezcla de arena y caucho granulado.
- Por último, se realizará el cepillado en la cancha de césped sintético.

### **3.2.9.8 Ventajas del producto o servicio.**

- Las ventajas de una cancha de césped sintético es el ahorro en la utilización de agua ya que en una cancha de césped natural la cantidad de riego es alta.
- El césped sintético se mantiene siempre verde frondoso y resistente a altas temperaturas sin importar la época del año.
- A diferencia del césped natural el césped artificial no necesita de tantos cuidados y recursos como se necesita con una cancha natural, ya que el césped sintético no necesita de un constante mantenimiento por ende el recurso económico a emplearse en él será mínimo como: se deberá realizar un barrido con la finalidad de levantar las fibras que componen el césped y eliminar basuras y residuos que hayan quedado por el uso del mismo, aparte del barrido se deberá poner caucho

sintético sobre todo en temporadas de sol, de esta manera podrá tener el césped una duración de hasta 15 años con los cuidados necesarios.

- Otra ventaja la podemos tener al momento del uso de las canchas ya que se puede utilizar en todo momento ya que el césped artificial permite hacer un uso de 250 horas en cualquier condición climatológica.
- El césped artificial a diferencia del césped natural conserva sus propiedades como la elasticidad la misma que lo hace suave al tacto.



*Figura 19.* Césped sintético

Fuente: Césped Ecuador, (Grupo Fopadi, 2017).

- “Las horas de uso de una cancha sintética con grama sintética puede ser usada de manera intensiva, a diferencia de una natural ya que esta tiene un promedio máximo de uso de 300 horas y requiere de constante mantenimiento”. (López, 2016)
- Otra ventaja es que el césped artificial será a gusto del comprador ya que podrá poner el diseño, color y el relieve que desee.
- “Con el césped sintético las lluvias nunca serán un problema ya que gracias a la grama de material permeable ayuda a la evacuación del agua hacia las tuberías de drenaje”. (López, 2016).

### 3.2.9.9 Factores de diferenciación

Dentro de los factores que diferencian a nuestro producto o servicio cabe destacar el uso de un Equipo Multifuncional 2000, es una máquina la misma que nos dará una ventaja competitiva ya que en cuestión de poco tiempo podremos hacer el barrido de la cancha completa, esta máquina ofrece una velocidad entre 10 y 20 km/h. ofreciendo a los clientes una cancha limpia e incrementando más horas de diversión ya que gracias a esta maquinaria no deberá el cliente esperar o hacer uso de una cancha en malas condiciones, ya que hará uso de la cancha en excelentes condiciones con el césped cepillado, limpio y des compacto como si fuese el primer alquiler del día, también gracias al uso de esta máquina se podrá ofrecer más horas para el alquiler.



*Figura 20.*Equipo Multifuncional 2000

Fuente: Lantana S.A

Nuestro servicio se diferenciará por la atención personalizada, la simpatía, el buen humor, la flexibilidad en el precio por ser nuevos clientes o clientes fieles al momento del alquiler en campeonatos.

Para poder realizar a cabo esta diferenciación se deberá realizarlo siguiente:

- Adquisición de máquina barredora y utilización de la misma antes de abrir el local y en la tarde, para ofrecer al cliente una cancha limpia con el césped nivelado ya que la máquina levanta finalmente el pelo, limpia y des compacta.
- Capacitar al personal de manera semanal para poder brindar a los clientes un servicio de primera que nos diferencie de la competencia haciendo sentir al cliente que se encuentra en casa.

### **3.2.10 Financiamiento.**

El proyecto se realizará con un financiamiento el cual será del 21% con recursos propios y el 79% con financiamiento de recursos ajenos, los mismos que se obtendrán por parte de la banca privada o pública, de esta manera cubrir con todos los gastos necesarios para la implantación de la cancha sintética.

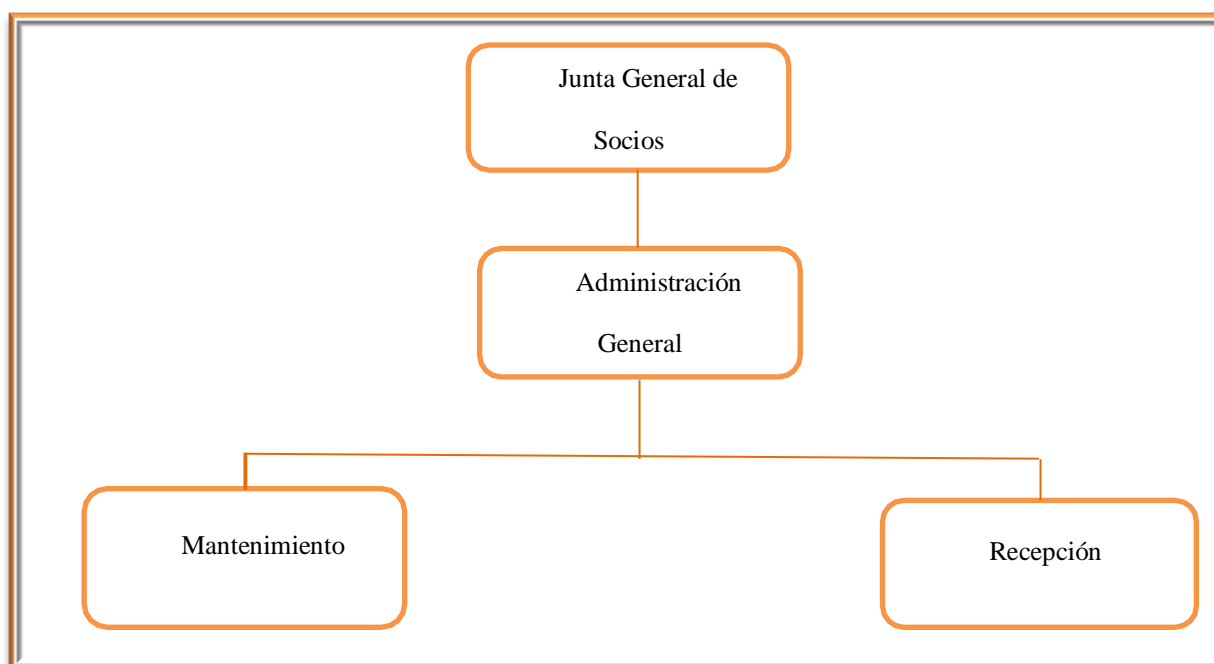
### **3.2.11 La organización.**

Analizaremos la estructura orgánico-administrativa que tendrá la organización para su buen desarrollo y distribución correcta de sus tareas para sus operaciones cotidianas, el personal requerido para el buen funcionamiento del negocio.

El diseño organizacional es un proceso el cual se deberá tomar en cuenta los altos mandos para elegir la estructura organizacional adecuada que cumpla con los objetivos de la organización.

En el siguiente organigrama podremos ver la estructura organizativa de la empresa, es decir plasma las áreas y departamentos de la empresa y el Organigrama de posición que detalla los cargos que se desempeñará en cada área.

## Organigrama Estructural de FootballClub



**Figura 21.** Organigrama estructural de la organización.

Fuente: investigación propia.

### 3.2.11.1 Definición de funciones.

Se especificará cada una de las funciones a desempeñar en cada uno de los cargos que conforman la estructura organizacional de FootballClub la misma que es una es una sociedad de responsabilidad limitada, ya que se ha pensado en una empresa de tipo familiar.

**Tabla 19.** Funciones según el tipo de cargo.

CARGO	FUNCIONES
<b>Asamblea General de Socios.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toma de decisiones.</li> <li>- La distribución de las utilidades.</li> <li>- Revisar la situación económica, financiera, administrativa y contable de la sociedad.</li> <li>- El nombramiento y remoción de los administradores.</li> </ul>

---

**Administrador General (profesional)**

**Hombre o mujer de 24 a 37 años de edad, excelente presencia graduado o egresado en carreras administrativas. Experiencia mínima tres años en cargos similares**

- Aprobar estados financieros.
  - Designar los funcionarios correspondientes como: gerente, suplente del gerente, miembros de la junta directiva, revisor fiscal y contador.
  - Es el responsable de llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar metas.
  - Se encarga de controlar, planificar, liderar para cumplir los objetivos planteados por la empresa.
  - Se encarga de administrar los recursos de la empresa enfocándose en los resultados.
  - Encargado de la capacitación y seguimiento del personal.
  - Controlar la calidad del servicio ya sea en las ventas, atención al cliente, recepción y arbitraje.
  - Presentar y vender el servicio a las organizaciones corporativas
-

---

**Mantenimiento**

**Hombre de 23 a 37 años que sepa de mantenimiento y electricidad.**

**Experiencia mínima dos años en cargos similares.**

- Mantener comunicación constante con el Coordinador del área en cuanto a las labores que se realizan diariamente.
- Responsable del surtimiento de materiales e insumos.
- Ejecutar las compras de materiales e insumos necesarios
- Se encarga de la revisión de las instalaciones.
- Realiza los pedidos de los diferentes suministros.
- Se encarga de la seguridad que brindan las instalaciones, que el lugar sea un lugar libre de daños que puedan atentar contra la integridad física de los clientes.

**Recepción**

- Se encargará de atender al cliente y llevar un registro de horarios y reservas diarias
- Se encargará del cobro e informar al cliente acerca de los servicios.
- Se encargará de informar acerca de las promociones y dará la publicidad necesaria.
- Responderá el teléfono y encargada de tele mercadeo, estará al tanto de contestar e-mails y atender las dudas vía on line por parte de los clientes

---

Fuente: investigación propia.



### **3.2.12 Localización del proyecto.**

La localización del proyecto debe ser la más óptima para la rentabilidad del negocio, por ello se ha tomado en cuenta la aceptación por parte de las personas encuestadas la cual ha sido del 74%.

#### **3.2.12.1 Macro localización**

Es la determinación de la zona en general en donde se instalará el proyecto el mismo que estará situado en Ecuador al nor-oriente de la ciudad de Quito en la falda occidental de la Cordillera Central en la ciudad de Quito - en la parroquia de Yaruqui.

#### **Datos Generales**

- Altitud: 2.527 metros sobre el nivel del mar
- Temperatura: 12 - 28 Grados Centígrados
- Superficie Aproximada: 3.116,28 Km<sup>2</sup> (Yaruquí, 2017)

#### **Límites**

- Norte: Parroquia rural de Checa
- Sur: Parroquias rurales de Pifo y Tababela
- Este: Cordillera Central, provincia de Napo
- Oeste: Parroquias rurales de Tababela y Guayllabamba (Yaruquí, 2017)

#### **3.2.12.2 Micro localización**

La ubicación de la cancha se encuentra en la parroquia de Yaruqui, a dos cuadras de la plaza principal del centro de la parroquia, en las calles Eugenio Espejo y Línea Férrea, en sus alrededores se encuentra la escuela Pedro Bouguer y la iglesia de Yaruqui.

“La ubicación fue pensada en los clientes ya que la misma queda cerca de la plaza en donde se facilitaría la ubicación de la misma y según las encuestas gracias a la cercanía a la plaza central la aceptación fue del 74%”. (Yaruquí, 2017).



**Figura 22.** Mapa de la parroquia de Yaruquí.

Fuente: (Yaruquí, 2017).

### 3.2.12.3 Factores para la micro localización.

- Condiciones climatológicas.- el clima de este lugar es de 12 - 28 grados centígrados por lo cual este factor no representa un limitante para llevar a cabo las actividades físicas, no se presenta una fecha precisa para época de lluvia ya que el clima en si es muy cambiante, hay que tomar en cuenta que la cancha posee drenaje y por su material de césped sintético no habría problema alguno ya que el mismo no se empoza, por esta razón puede ser utilizado de manera inmediata luego de una lluvia.
- Vías de comunicación. - las canchas de futbol se encuentran a tres minutos de la vía principal que se conecta con Tumbaco, Quito, el Quinche, hay servicio de transporte público, las vías son asfaltadas y bien señalizadas.
- Existencia de infraestructura urbana. - El terreno de la cancha se encuentra ubicado en la zona rosa la cual es una zona comercial de Yaruquí rodeado por bares y

lugares de venta de alimentos, a una cuadra del parque central del lugar, a su alrededor también pude apreciar varias residencias, posee energía eléctrica, servicio de alcantarillado, centro de salud cercano, recolección de basura, agua potable, teléfono.

- Mano de obra disponible. - la mano de obra es abundante y en caso de que no estaría capacitada habría problema ya que se dará capacitaciones continuas por parte del administrador con la finalidad de dar un servicio excelente.

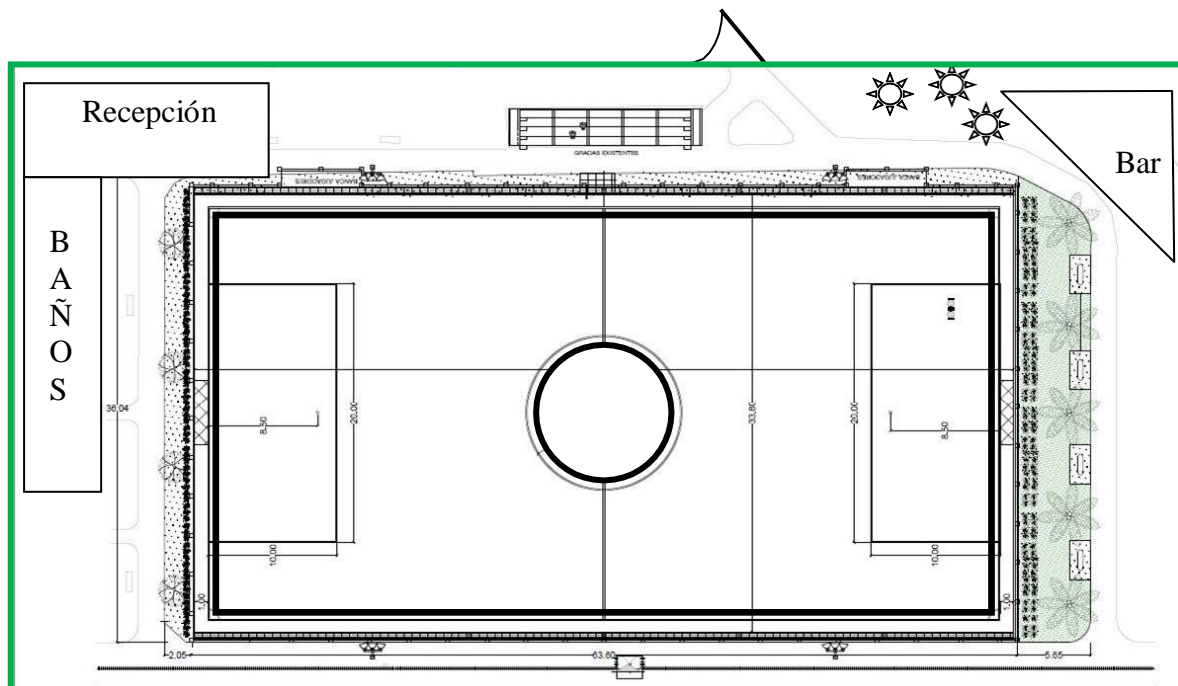
### **3.2.13 Ingeniería del proyecto.**

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función en que el servicio optimice la utilización de los recursos disponibles. Lo más importante es definir las actividades para la operación del servicio. Una vez seleccionadas las actividades se podrán deducir las necesidades de insumos y los requerimientos necesarios para el personal, además se establecerá la disposición de las instalaciones y las necesidades de espacios físicos.

Para ello se realizará un diagrama de flujo fue elaborado con la finalidad de representar gráficamente el proceso de servicio del proyecto. Este proceso se inicia con el ingreso del cliente a las instalaciones, se dirige a recepción, solicita información de disponibilidad de canchas, utiliza el servicio y se retira del establecimiento.

#### **3.2.13.1 Distribución Interna.**

En la distribución interna se demostrará por medio del siguiente plano la distribución de cada una de las áreas.



**Figura 23.** Distribución interna de la cancha.

Fuente: investigación propia.

### 3.2.13.2 Descripción del servicio

Referente al servicio que se va a ofrecer fue pensado por la falta de centros de esparcimiento en la parroquia, poniendo como parte importante lo que ofrece el deporte al practicarlo tanto en la salud mental y física, con el fin de brindar a la parroquia de Yaruqui una área de esparcimiento que satisfaga las necesidades físicas y proporcionar un lugar de esparcimiento sano que beneficia a corto plazo la salud de las personas que lo practican dentro de la parroquia, de esta manera se busca satisfacer las necesidades de esparcimiento y de actividad deportiva de las personas que practican este deporte.

El servicio a ofrecer es una cancha sintética externa de futbol 7 la misma que contara con:

- Una cancha de futbol 7 de césped sintético para ser alquilada por una hora la misma que deberá ser alquilada con previa reserva del 40% de anticipo y tendrá un máximo de 7 jugadores por equipo.
- Se realizarán varios torneos anuales los cuales pueden ser por parte de las empresas que deseen realizar y también habrán torneos por parte de la casa, para ello se

realizará una inscripción por equipo los mismos que ganarán como premio un valor en efectivo y membrecías.

- Se podrá hacer uso de los camerinos por parte de los clientes para que puedan cambiarse antes y después del partido, las mismas que contarán con duchas para mayor comodidad de los clientes.
- Se ofrecerá un punto de hidratación gratuito para las personas que alquilan la cancha al momento del partido las mismas que pueden hidratarse las veces que deseen.
- Área de snacks, esta área tendrá snacks y diversas bebidas como sodas de varios sabores, cervezas. Para que las personas antes y después de los partidos puedan degustar y pasar en familia o con amigos. El área de snacks contará con sillas y mesas para ofrecer una mayor comodidad
- Como parte del servicio se ofrecerán chalecos distintivos y balones oficiales.
- El plus a ofrecer a nuestros clientes es una atención personalizada por personal capacitado, se ofrecerá el servicio de escuela de fútbol.
- Se ofrecerá de manera gratuita información nutricional para un mayor desempeño de los jugadores, así como información personalizada para que puedan tener una dieta correcta para bajar de peso o subir masa muscular.
- Se dará como parte del servicio información de nuestras ofertas, beneficios y torneos por medio de nuestra página web y también se enviarán correos electrónicos a cada uno de los clientes.

### **3.2.13.3 Flujograma de procesos**

En el siguiente flujograma de procesos se presenta la información para la renta del servicio de alquiler de la cancha sintética:

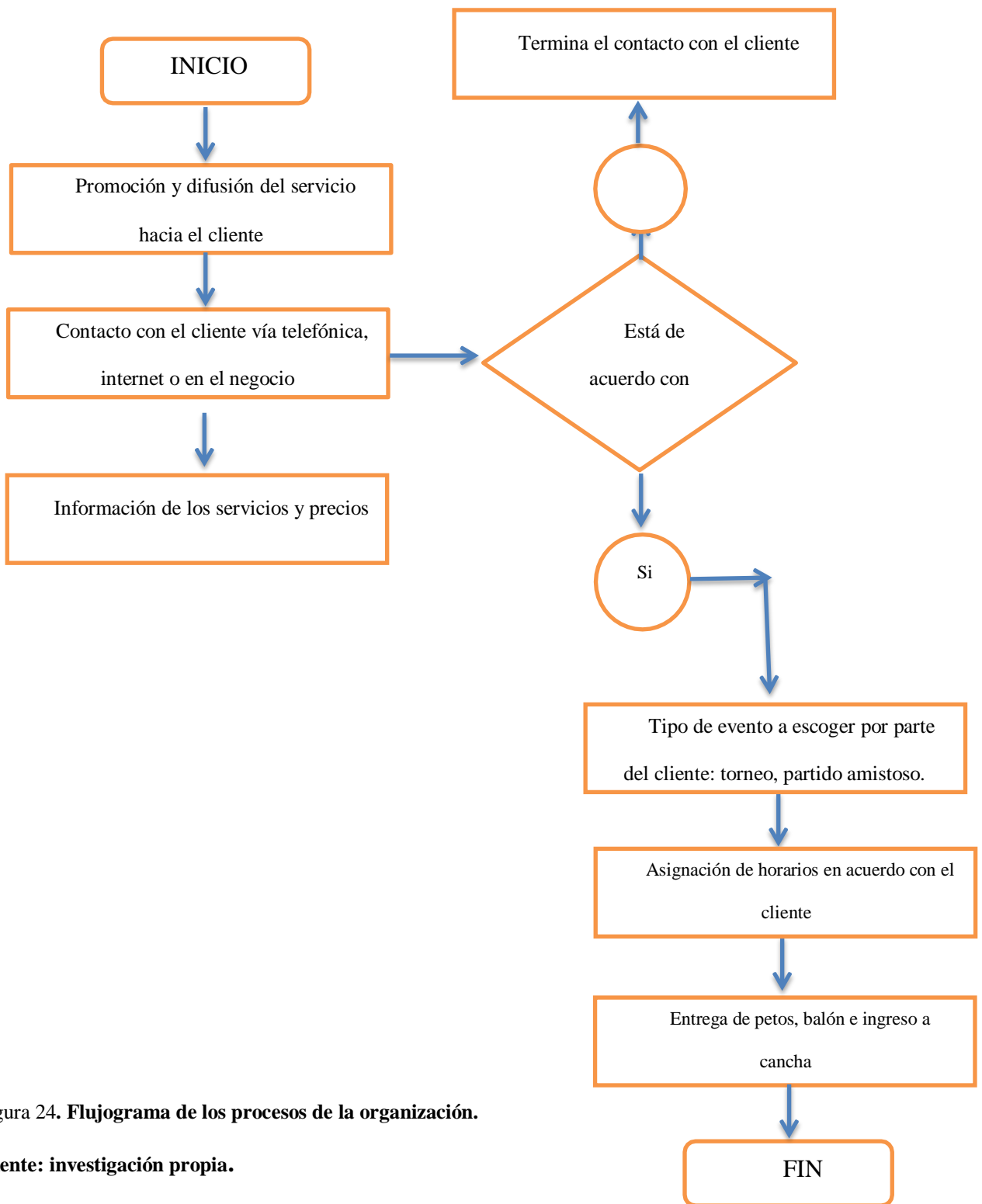


Figura 24. **Flujograma de los procesos de la organización.**

**Fuente: investigación propia.**

### 3.3 Inversión y financiamiento.

#### 3.3.1 Determinación de la Inversión.

Se determinará la cantidad de dinero que se necesitará para la puesta en marcha del servicio de la cancha sintética en la parroquia de Yaruqui, para esto es necesario determinar las inversiones que se necesitan.

#### 3.3.2 Inversión previa a la puesta en marcha

Esta consta de todas las inversiones generadas antes de poner en marcha el negocio para ello se tomará en cuenta:

- Activos fijos.
- Activos intangibles.
- Capital de trabajo.

Para el trabajo de la inversión inicial se ha tomado en cuenta las proformas que se encuentran en los anexos como documentación de respaldo.

**Tabla 20.** Inversión total del proyecto.

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
Activos Fijos Tangibles	63.743,9
Activos Fijos Intangibles	1.632,0
Capital de Trabajo	4.196,1
<b>Inversión Total</b>	<b>6.9572</b>

Fuente: investigación propia.

### 3.3.2.1 Inversión de activos fijos o tangibles.

Son todas aquellas inversiones en bienes tangibles de la empresa que se requerirán para la implantación de la cancha sintética, ya sean estos materiales o insumos para ofrecer un servicio, también se tomara en cuenta aquellos que sirvan de apoyo en las operaciones del proyecto.

**Tabla 21.** Inversión de activos fijos.

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Terreno	27.540,0
Maquinaria y Equipo	2.399,0
Equipo de Computo	871,1
Muebles y Enseres	214,2
Instrumentos	91,8
<b>TOTAL</b>	<b>63.743,9</b>

Fuente: investigación propia.

A continuación, se presentarán los siguientes cuadros detallando la información obtenida para el cuadro de inversión de activos fijos.

- **Terreno.**

El terreno donde se construirá la cancha sintética se encuentra en la parroquia de Yaruqui, localizado en una zona comercial llamada la Zona Rosa, el terreno medirá 1800 m<sup>2</sup>, el valor de adquisición por metro cuadrado es de 15 dólares.



**Tabla 22.** Terreno.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Terreno	m <sup>2</sup>	1.800	15	27.000
			<b>Subtotal</b>	<b>27.000</b>
			<b>Imprevistos</b>	<b>540,0</b>
			<b>2%</b>	
			<b>Total</b>	<b>27.540,0</b>

Fuente: investigación propia.

- **Edificación y construcción.**

La construcción de la cancha medirá 45m de largo por 25 de ancho dando 1125, el graderío medirá 6m<sup>2</sup>, la recepción 3m de largo por 3m de ancho dando 9 m<sup>2</sup> y bodega medirá 2m de largo por 2m de ancho lo que nos da 4m<sup>2</sup>, el área de Bar medirá 3m de largo por 3 metros de ancho lo que nos da 9m<sup>2</sup>, el área de camerinos, vestuario y duchas medirá 3 metros de ancho por 4m de largo dando 12 m<sup>2</sup>.

Cabe recalcar el precio de \$24 dólares por m<sup>2</sup> de césped sintético incluye pega de poliuretano, cinta de unión de alta adherencia, delineado, caucho granulado, arena instalación, mano de obra y transporte como podemos ver en el ( Anexo 1 y 2).

Dentro de la construcción incluye el material, transporte, mano de obra, instalación de puntos y tomas de agua, instalación eléctrica, acabados y pintura.

**Tabla 23.** Inversión para edificaciones.

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Césped sintético	m <sup>2</sup>	1125	24	27000,00
Graderío	m <sup>2</sup>	6	30	180,00
Bodega	m <sup>2</sup>	4	80	320,00
Bar	m <sup>2</sup>	9	80	720,00
Camerinos, sanitarios y duchas	m <sup>2</sup>	12	150	1800,00
iluminación (400w)	Unidad	12	104	1.248,00
			<b>SUBTOTAL</b>	31.988,00
			<b>Imprevisto</b>	639,76
			<b>2%</b>	
			<b>TOTAL</b>	<b>32.627,8</b>

Fuente: investigación propia.

- **Maquinaria y equipos**

En el cuadro de inversión de podemos ver que se ha adquirido una máquina barredora la cual se la adquirió con la finalidad de mejorar los tiempos de servicio, la misma que cumple las funciones de cepillado y limpieza de la cancha sintética, ofreciendo de esta manera una cancha en perfectas condiciones tanto al inicio de la jornada del día como al final de la jornada del día.

**Tabla 24.** Inversión para maquinaria y equipo.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Máquina barredora	unidad	1	680	680
Marcador electrónico	unidad	2	280	560
Banca para jugadores	unidad	1	30	30
Pizarra de tiza liquida	unidad	1	20	20
Mesas plásticas	unidad	2	25	50
Sillas plásticas	unidad	6	7	42
Vitrina de vidrio	unidad	1	150	150
Arcos	Unidad	2	350	700
Espejos	Unidad	2	25	50
Secadora de manos	Unidad	1	70	70
			<b>Subtotal</b>	<b>2.352</b>
			<b>Imprevistos</b>	<b>47</b>
			<b>2%</b>	
			<b>Total</b>	<b>2.399</b>

Fuente: investigación propia.

- **Instrumentos.**

En el cuadro de inversión de podemos ver que se ha adquirido varios instrumentos de trabajo con la finalidad de mejorar el servicio.

**Tabla 25.** Inversión para instrumentos.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Basureros	Unidad	4	6	24
Dispensador de jabón	Unidad	2	18	36
Dispensador de papel higiénico	Unidad	2	15	30
			<b>Subtotal</b>	<b>90,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>1,8</b>
			<b>Total</b>	<b>91,8</b>

Fuente: investigación propia.

## Equipo de cómputo.

Tabla 26. Inversión para equipo de cómputo.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Laptop	Unidad	1	500	500
Teléfono	Unidad	1	24	24
Caja registradora	Unidad	1	180	180
Impresora	Unidad	1	150	150
			<b>Subtotal</b>	<b>854</b>
			<b>Imprevistos</b>	<b>17,1</b>
			<b>2%</b>	
			<b>Total</b>	<b>871,1</b>

Fuente: investigación propia.

- **Muebles y enseres.**

En el cuadro de muebles y enseres se ha puesto estación de trabajo la misma que comprende: tres sillas a \$20 dólares c/u, un escritorio a \$ 100 dólares, un archivero a \$ 50 dólares.

Tabla 27. Inversión para muebles y enseres.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Estación de trabajo	Unidades	1	210,00	210,00
			<b>Subtotal</b>	<b>210,0</b>
			<b>Imprevistos</b>	<b>4,2</b>
			<b>2%</b>	
			<b>Total</b>	<b>214,2</b>

Fuente: investigación propia

### 3.3.2.2 Inversión de activos fijos intangibles.

Son todos aquellos gastos que no se encuentran de manera física, pero son necesarios para la puesta en marcha del negocio como:

**Tabla 28.** Inversión de activos intangibles.

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Gastos de constitución	1.100
Estudio y diseño definitivo	500
<b>Subtotal</b>	<b>1.600</b>
<b>Imprevistos 2%</b>	<b>32</b>
<b>Total</b>	<b>1.632</b>

Fuente: investigación propia.

### 3.3.2.3 Capital de Trabajo.

Es necesario saber el monto de capital que se va a necesitar para la puesta en marcha del negocio, la misma que se la hará de manera mensual y anual, con la finalidad de llevar a cabo las actividades diarias de corto plazo, para ello se ha tomado en cuenta lo siguiente:

**Tabla 29.** Inversión para capital de trabajo

<b>Descripción</b>	<b>Valor Anual</b>	<b>Total</b>	<b>Valor Mensual</b>
Insumos	6.521,5		543,5
Mano de Obra directa	15.912,0		1.326,0
Mantenimiento y Reparación	783,6		65,3
Seguros	776,9		64,7
Materia prima	6.173,2		514,4
Materiales indirectos	2.452,1		204,3
Gastos Administrativos y Generales	15.300,0		1.275,0
Gastos de Ventas	2.433,7		202,8
<b>Total</b>	<b>50.353,0</b>		<b>4.196,1</b>

Fuente: investigación propia.

A continuación, se detallará cada uno de los elementos que se utilizó para la realización del cuadro de inversiones del capital de trabajo.

- **Insumos.**

Para el funcionamiento de “FoodballClub” es necesario calcular la mensualidad y el gasto anual de los insumos como: luz, agua e insumos para la limpieza, cabe recalcar que el kit de limpieza incluye: desinfectante, jabón, papel, recogedor, detergente, limpiadores, guantes, escoba, trapeador y recogedor de basura, los insumos para este kid se encuentran detallado en el (Anexo 3).

Para el cálculo de la electricidad se lo ha realizado con datos de la empresa eléctrica Quito siendo el valor por 0,084 el KWH.

Para el cálculo del agua se ha tomado en datos de la EPMAPS – 2012 en donde de acuerdo a la información el consumo de agua por habitante en la ciudad de Quito es de 266 litros por día o 0,26m<sup>3</sup>, en este caso se ha tomado en cuenta el número de trabajadores más el número de jugadores mínimo por día que se necesita para arrancar el proyecto quedando un total de 31 personas, el dato del valor del metro cubico de agua se ha tomado de la información de la página de la EPMAPS (EPMAPS, 2015)

**Tabla 30.** Inversión para capital de trabajo.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor anual.</b>	<b>Valor mensual.</b>
Energía eléctrica	KW/h	3.698	0,84	3.106,32	258,86
Agua potable	M3	1.471	1,99	2.927,29	243,94
Kit de	Kit	12	30	360,00	30,00

Limpieza			
	<b>Subtotal</b>	<b>6.393,61</b>	<b>532,80</b>
	<b>Imprevisto</b>	<b>127,87</b>	<b>10,66</b>
	<b>2%</b>		
	<b>TOTAL</b>	<b>6.521,48</b>	<b>543,46</b>

Fuente: investigación propia.

- **Mano de obra directa.**

Es considerado como mano de obra directa cuando se manipula de forma directa ya sea el producto o el servicio, en este caso el servicio que se dará de manera directa al cliente será por parte de la persona encargado de recepción la misma que ofrecerá una atención personalizada y la entrega de los diferentes accesorios necesarios para que el cliente puede jugar en la cancha de futbol, también tenemos a la persona que se va a encargar del mantenimiento el mismo que mantendrá la cancha de césped sintético y las instalaciones en perfectas condiciones.

**Tabla 31.** Inversión para la mano de obra.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Recepcionista	profesional	1	700	8.400
Mantenimiento	profesional	1	600	7.200
			<b>Subtotal</b>	<b>15.600</b>
			<b>Imprevistos</b>	<b>312</b>
			<b>2%</b>	
			<b>Total</b>	<b>15.912</b>

Fuente: investigación propia.

- **Mantenimiento y reparación.**

Estos son gastos indirectos que no se lo pueden atribuir a un trabajo específico, pero son gastos necesarios ya que nos ayudan a alargar la vida útil de los equipos, para ello se deberá pagar un valor el cual se destinará para el mantenimiento de la maquinaria y equipo,



edificación, equipo de cómputo, muebles y enseres, instrumentos, así como los seguros, para calcular los mismos se han tomado en cuenta los porcentajes asignados por la ley tributaria del país.

**Tabla 32.** Inversión para mantenimiento y reparación.

Descripción	Valor	%	Valor	Valor Total	Valor Total
			Unitario	Mensual	Anual
Maquinaria y equipo	2.399,0	0,03	72,0	6,0	72,0
Edificios	32.627,8	0,02	652,6	54,4	652,6
Equipos de Computo	871,1	0,04	34,8	2,9	34,8
Muebles y enseres	214,2	0,02	4,3	0,4	4,3
Instrumentos	91,8	0,05	4,6	0,4	4,6
				<b>Subtotal</b>	<b>768,2</b>
				<b>Imprevistos</b>	<b>15,4</b>
				<b>2%</b>	
				<b>Total</b>	<b>783,6</b>

Fuente: investigación propia.

- **Seguros**

El seguro es el pago que se realiza a la aseguradora por medio de pólizas las mismas que se pagarán anualmente, con la finalidad de proteger los activos que tienen el negocio ya sea que pueda suceder eventualidades como desastres naturales, incendio, robo, daños en maquinarias etc.

**Tabla 33.** Inversión para seguros.

Descripción	Valor	%	Valor	Valor Total	Valor Total
			Unitario	Mensual	Anual
Maquinaria y equipo	2.399,04	0,03	71,97	6,0	71,97
Edificios	32.627,8	0,02	652,55	54,4	652,55
Equipos de computo	871,08	0,03	26,13	2,2	26,13
Muebles y enseres	214,2	0,03	6,42	0,5	6,42
Vehículo	91,8	0,05	4,59	0,4	4,59
				<b>Subtotal</b>	<b>761,7</b>
				<b>Imprevistos</b>	<b>15,2</b>
				<b>2%</b>	
				<b>Total</b>	<b>776,9</b>

Fuente: investigación propia.

- **Mercadería.**

**Tabla 34.** Inversión para mercadería. (producto que se utilizará para ofrecer a los clientes en el área del bar).

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Snaks (papas, nachos y doritos)	Unidades	2.412	0,75	1.809
Chitos	Unidades	804	0,15	120,6
Tostitos	Unidades	804	0,65	522,6
Colas	Unidades	4.800	0,25	1.200
Cerveza	Unidades	2.400	1	2.400
			<b>Subtotal</b>	<b>6.052</b>
			<b>Imprevistos</b>	<b>121</b>
			<b>2%</b>	
			<b>Total</b>	<b>6.173</b>

Fuente: investigación propia.

- **Materiales indirectos.**

Son todos aquellos materiales que no inciden de manera directa en el producto ni en el proceso de producción del mismo, en nuestro caso son complemento para ofrecer un servicio al momento del uso de la cancha de futbol.

Se deberá aplicar 1kg por metro cuadrado cada 60 horas de uso de la cancha, para poder mantenerla en perfecto estado, la cancha mide 1.125 m<sup>2</sup>, se ha considerado una cantidad de 1.500 ya que siempre hay un desperdicio.

**Tabla 35.** Inversión para materiales indirectos.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Conos	Unidad	15	3	45
Petos	Unidad	48	3	144
Caucho granulado	Kg	1.500	1,13	1.695
Redes para arcos	Unidad	4	80	320
Balones de futbol	Unidad	8	25	200
			<b>Subtotal</b>	<b>2.404</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>48</b>
			<b>Total</b>	<b>2.452</b>

Fuente: investigación propia

- **Gastos administrativos y generales.**

Son todos aquellos gastos o desembolsos que no se encuentran ligados directamente a la actividad productiva, es decir son aquellos que se generan de la actividad administrativa como el sueldo del administrador, los útiles de oficina e internet.

**Tabla 36.** Inversión para gastos de Administración.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Valor Total Anual</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Administrador	Profesional	1	1.200,00	1.200	14.400,0
Útiles de oficina	Unidad	1	20,00	20	240,0
<b>GASTOS GENERALES</b>					
Internet	Paquete	1	30,00	30,0	360,0
			<b>Subtotal</b>	<b>1.250</b>	<b>15.000,0</b>
				<b>Subtotal</b>	<b>15.000,0</b>
				<b>Imprevistos</b>	<b>300,0</b>
				<b>2%</b>	
				<b>Total</b>	<b>15.300,0</b>

Fuente: investigación propia.

- **Gasto de ventas.**

Son todos aquellos gastos que se realizan con la finalidad de que el servicio o producto sea conocido para que pueda salir a la venta y el cliente tenga la información necesaria para poder adquirir en nuestro caso el servicio de alquiler de la cancha.

**Tabla 37.** Inversión para gastos de ventas.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Página web	Unidades	1	250	250,0	250,0
Vallas publicitarias	Unidades	6	100	100,0	1200
Volantes	Unidades	3000	0,026	78,0	936,0
				<b>Subtotal</b>	<b>2.386</b>

	<b>Imprevistos 2%</b>	<b>47,72</b>
	<b>Total</b>	<b>2.433,72</b>

Fuente: investigación propia.

- **Depreciación.**

La depreciación se la realizará con la finalidad de saber el valor real de sus bienes durante su vida útil, con la finalidad de saber los recursos que se necesitan al momento de reponer los bienes, para la depreciación de los bienes de este proyecto se ha utilizado el método de línea recta.

**Tabla 38.** Depreciación.

<b>Concepto</b>	<b>Inversión</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>%</b>	<b>Valor Total Anual</b>
<b>Depreciación Línea Recta</b>				
Edificios	32.627,8	20	5%	1.631,4
Maquinaria y Equipo	2.399,0	10	10%	239,9
Equipo de Computo	871,1	3	33%	287,5
Muebles y Enseres	214,2	10	10%	21,4
<b>Total</b>				<b>2.180,2</b>

Fuente: investigación propia.

- **Edificios.**

**Tabla 39.** Depreciación.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>CUOTA</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>SEGURO 3%</b>
Edificios	32.627,8			978,8
Vida Útil		20	1.631,4	32.627,8
Porcentaje		5	1.631,4	30.996,4
			1.631,4	29.365,0
			1.631,4	27.733,6
			1.631,4	26.102,2
			1.631,4	24.470,8
			1.631,4	22.839,4

	1.631,4	21.208,0	424,2
	1.631,4	19.576,7	391,5
	1.631,4	17.945,3	358,9

Fuente: investigación propia.

- **Maquinaria y Equipo.**

**Tabla 40.** Depreciación.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>CUOTA</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>SEGURO 3%</b>
Maquinaria y Equipo	2.399,0			72,0
Vida Útil	10	239,9	2.399,0	72,0
Porcentaje	10	239,9	2.159,1	64,8
		239,9	1.919,2	57,6
		239,9	1.679,3	50,4
		239,9	1.439,4	43,2
		239,9	1.199,5	36,0
		239,9	959,6	28,8
		239,9	719,7	21,6
		239,9	479,8	14,4
		239,9	239,9	7,2

Fuente: investigación propia.

- **Equipo de Cómputo.**

**Tabla 41.** Depreciación.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>CUOTA</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>SEGURO 3%</b>
Equipo de Cómputo	871,1			26,1
Vida Útil	3	287,5	871,1	26,1
Porcentaje	33,33	287,5	583,6	17,5
		287,5	296,2	8,9

Fuente: investigación propia.

- **Muebles y Enseres.**

**Tabla 42.** Depreciación.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>CUOTA</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>SEGURO 3%</b>
Muebles y Enseres	214,2			6,4
Vida Útil	10	21,4	214,2	6,4
Porcentaje	10	21,4	192,8	5,8
		21,4	171,4	5,1
		21,4	149,9	4,5
		21,4	128,5	3,9
		21,4	107,1	3,2
		21,4	85,7	2,6
		21,4	64,3	1,9
		21,4	42,8	1,3
		21,4	21,4	0,6

Fuente: investigación propia.

### **3.3.3 Financiamiento.**

El financiamiento será del 79% por parte de préstamo bancario el cual será otorgado por el banco del pacifico, y el 21% será financiado con recursos propios. Para poner en marcha

el proyecto necesitará en su totalidad de \$69.572 dólares, de los cuales \$54.841,7 dólares son obtenidos por parte de un financiamiento por medio de una cooperativa y \$ 14.730,2 dólares son por recursos propios.

### 3.3.3.1 Cuadro de fuentes y usos.

En el cuadro se detallará lo invertido para la puesta en marcha del proyecto, se clasificará cada uno de los rubros los cuales están financiados con recursos propios o con préstamo bancario.

**Tabla 43.** Cuadro de fuentes y usos. (Inversión para la puesta en marcha del proyecto).

Concepto	Valor	Préstamo		Recursos Propios	
		Valor	%	Valor	%
Maquinaria y Equipo	2.399,0	50	1.199,5	50	1.199,52
Terreno	27.540,0	100	27.540		
Edificios	32.627,8	80	26.102	20	6.526
Equipos de computo	871,1			100	871
Instrumentos	91,8			100	91,8
Muebles y Enseres	214,2			100	214,2
Activos Fijos	16.32,0			100	1.632,0
Intangibles					
Capital de Trabajo	4.196,1			100	4.196,1
<b>Total</b>	<b>69.572,0</b>	<b>0,79</b>	<b>54.841,7</b>	<b>0,21</b>	<b>14.730,2</b>

Fuente: investigación propia.

Se ha tomado como criterio el financiar los activos fijos tangibles con recursos ajenos por medio de un préstamo a una cooperativa siendo el 79%, y el restante será cubierto por los socios de la empresa siendo el 21%.



### 3.3.4 Amortización de la deuda.

Se indicará la tabla de amortización en donde podremos ver la totalidad del monto del préstamo adquirido por parte de la cooperativa, el cual es de 54.841,70 el mismo que se lo pagará en un plazo de 5 años, con un interés del 15% anual, el cual se lo realizará en pagos trimestrales.

Para hacer el pago de las cuotas trimestrales se la ha realizado de la siguiente manera:

$$\text{Cuotas trimestrales} = \frac{C * i (1+n)^n}{(1+n)^n - 1}$$

$$\text{Cuotas trimestrales} = \frac{54.841,7 * 0,0375 *(1 +0,0375)^{20}}{(1+0,0375)^{20} - 1}$$

$$\text{Cuotas trimestrales} = 3.946,5$$

### 3.3.3.4 Proyección y resumen de costos y gastos totales.

(Se detalla los costos fijos y variables que se van a necesitar para poner en marcha el proyecto)

**Tabla 43.** Clasificación de los costos totales del proyecto.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS DIRECTOS</b>										
Mano de obra directa	15.912,00	16.554,84	17.223,66	17.919,50	18.643,44	19.396,64	20.180,26	20.995,55	21.843,77	22.726,25
Insumos	6521,48	6784,95	7059,06	7344,25	7640,96	7949,65	8270,82	8604,96	8952,60	9314,28
Mercadería	6173,24	6422,64	6682,12	6952,08	7232,94	7525,15	7829,17	8145,46	8474,54	8816,91
Materiales indirectos	2452,08	2551,14	2654,21	2761,44	2873,00	2989,07	3109,83	3235,47	3366,18	3502,17
Mantenimiento y Reparación	783,61	791,44	799,28	807,12	814,95	822,79	830,62	838,46	846,30	854,13
Seguros	756,57	707,65	658,73	609,55	569,08	528,62	488,15	447,68	407,21	366,75
Depreciaciones	2174,53	2174,53	2174,53	2174,53	2174,53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total costos producción del servicio</b>	<b>34.773,52</b>	<b>35.987,21</b>	<b>37.251,59</b>	<b>38.568,46</b>	<b>39.948,91</b>	<b>39.211,92</b>	<b>40.708,85</b>	<b>42.267,58</b>	<b>43.890,59</b>	<b>45.580,50</b>
Gastos Administrativos	15300,00	15300,00	15300,00	15300,00	15300,00	15300,00	15300,00	15300,00	15300,00	15300,00
Gastos Ventas	2433,72	2433,72	2433,72	2433,72	2433,72	2433,72	2433,72	2433,72	2433,72	2433,72
Gastos Financieros	7790,29	6521,75	5051,95	3348,98	1375,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>60297,53</b>	<b>60242,68</b>	<b>60037,27</b>	<b>59651,16</b>	<b>59058,45</b>	<b>56945,64</b>	<b>58442,57</b>	<b>60001,30</b>	<b>61624,31</b>	<b>63314,22</b>

Fuente: investigación propia

Para la clasificación de los costos totales del proyecto se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento anteriormente calculada la misma que es del 4.04% anual, con la cual se realizaron las correspondientes proyecciones a 10 años, también se ha incorporado los gastos administrativos, de ventas y gastos financieros correspondientes a 5 años del préstamo adquirido.

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Seguros	756,57	707,65	658,73	609,55	569,08	528,62	488,15	447,68	407,21	366,75
Depreciaciones	2.174,53	2.174,53	2.174,53	2.174,53	2.174,53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Administrativos	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00	15.300,00
Gastos Ventas	2.433,72	2.433,72	2.433,72	2.433,72	2.433,72	2.433,72	2.433,72	2.433,72	2.433,72	2.433,72
Gastos Financieros	7790,29	6521,75	5051,95	3348,98	1375,82					
Mantenimiento y Reparación	783,61	791,44	799,28	807,12	814,95	822,79	830,62	838,46	846,30	854,13
<b>TOTAL FIJOS</b>	<b>26.605,17</b>	<b>25.640,59</b>	<b>24.575,93</b>	<b>23.406,97</b>	<b>22.129,65</b>	<b>19.085,12</b>	<b>19.052,49</b>	<b>19.019,86</b>	<b>18.987,23</b>	<b>18.954,60</b>
Mercadería	6.173,24	6.422,64	6.682,12	6.952,08	7.232,94	7.525,15	7.829,17	8.145,46	8.474,54	8.816,91
Mano de obra directa	15.912,00	16.554,84	17.223,66	17.919,50	18.643,44	19.396,64	20.180,26	20.995,55	21.843,77	22.726,25
Materiales directos	2.452,08	2.551,14	2.654,21	2.761,44	2.873,00	2.989,07	3.109,83	3.235,47	3.366,18	3.502,17
Insumos	6.521,48	6.784,95	7.059,06	7.344,25	7.640,96	7.949,65	8.270,82	8.604,96	8.952,60	9.314,28
<b>TOTAL VARIABLES</b>	<b>31.058,81</b>	<b>32.313,58</b>	<b>33.619,05</b>	<b>34.977,26</b>	<b>36.390,34</b>	<b>37.860,51</b>	<b>39.390,08</b>	<b>40.981,44</b>	<b>42.637,09</b>	<b>44.359,62</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>57.663,98</b>	<b>57.952,17</b>	<b>58.194,98</b>	<b>58.384,23</b>	<b>58.519,99</b>	<b>56.945,64</b>	<b>58.442,57</b>	<b>60.001,30</b>	<b>61.624,31</b>	<b>63.314,22</b>

Fuente: investigación propia.

### 3.3.5 Ingresos del proyecto.

Los ingresos de los proyectos consideran a todos aquellos que se encuentran representados por el dinero que ingresa de las ventas de la renta de la cancha sintética ya sea por campeonatos, eventos o uso en general.

**Tabla 44** Ingresos del proyecto.

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	57663,98	57952,17	58194,98	58384,23	58519,99	56945,64	58442,57	60001,30	61624,31	63314,22
<b>Número de clientes</b>	36500	37975	39509	41105	42766	44493	46291	48161	50107	52131
<b>Costo unitario</b>	1,6	1,5	1,5	1,4	1,4	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2
<b>Margen de utilidad</b>	0,40	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,79
<b>Precio de venta</b>	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>Ingresos Anuales</b>	73000	75949	79018	82210	85531	88987	92582	96322	100213	104262

Fuente: investigación propia.

Los ingresos se determinaron a partir del cálculo de los costos proyectados a 10 años, el dato del número de clientes se tomó en cuenta la oferta de jugadores al año, el dato se sacó de un mínimo de cinco partidos al día con un total de 20 jugadores 7 personas por equipo y 3 personas para cambios.

### 3.3.6 Evaluación financiera del proyecto.

Al tener ya la información de los costos que genera la realización del proyecto podremos por medio de la evaluación financiera saber si es conveniente o no la realización del proyecto, también se podrá saber la rentabilidad del mismo por medio del análisis de los ingresos y egresos del proyecto, para ello se ha realizado lo siguiente:

#### 3.3.6.1 Balance de situación inicial.

En el balance de situación inicial se puede visualizar la representación de la situación financiera que se dará para el inicio de las operaciones, tanto como los activos que posee, así como las obligaciones o pasivos que se presentan para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 45. Balance de situación inicial.

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b><u>Activo Corriente</u></b>		<b><u>Pasivos a Largo Plazo</u></b>	
Caja/Bancos	4196,1	Préstamo Largo Plazo	54841,7
Total Activo Corriente	4196,1	<b>Total Pasivo Largo Plazo</b>	54841,7
<b><u>Activo Fijo</u></b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Terreno	27540,0		
Edificaciones	32627,8		
Maquinaria y Equipos	2399,0	<b>Total Patrimonio</b>	14730,2
Equipos de Computo	871,1		
Muebles y Enseres	214,2		
Instrumentos	91,8		
<b>Total Activo Fijo</b>	63743,9		
<b><u>Activos Diferidos</u></b>	1632,0		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>69572,0</b>	<b>TOTAL PAS. + PATRIM.</b>	<b>69572,0</b>

Fuente: investigación propia

### 3.3.6.2 Estado de resultados del proyecto.

El estado de resultados es el medio por el cual se puede determinar la pérdida o ganancia real del proyecto en un periodo de tiempo.

**Tabla 46.** Estado de resultados del proyecto.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>	73000	75949	79018	82210	85531	88987	92582	96322	100213	104262
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	34.773,5	35.987,2	37.251,6	38.568,5	39.948,9	39.211,9	40.708,8	42.267,6	43.890,6	45.580,5
UTILIDAD BRUTA	38226	39962	41766	43641	45582	49775	51873	54054	56323	58681
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	15300	15300	15300	15300	15300	15300	15300	15300	15300	15300
<b>GASTO DE VENTAS</b>	2434	2434	2434	2434	2434	2434	2434	2434	2434	2434
UTILIDAD OPERACIONAL	20493	22228	24032	25908	27849	32041	34139	36321	38589	40948
<b>GASTO FINANCIERO</b>	7790	6522	5052	3349	1376	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	12702	15707	18980	22559	26473	32041	34139	36321	38589	40948
<b>15% REPARTO TRABAJADOR</b>	1905	2356	2847	3384	3971	4806	5121	5448	5788	6142
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	10797	13351	16133	19175	22502	27235	29018	30873	32801	34806
<b>25% DE IMPUESTO RENTA</b>	2699	3338	4033	4794	5625	6809	7255	7718	8200	8701
UTILIDAD NETA	8098	10013	12100	14381	16876	20426	21764	23154	24601	26104

Fuente: investigación propia.

El estado de resultados presenta a lo largo de su proyección un buen desempeño, ya que en cada uno de los años se muestran utilidades, por lo tanto, la empresa muestra que la producción del servicio está en economía de escala.

### 3.3.6.3 Flujo de caja.

Por medio del flujo de caja se podrá determinar cuáles son los ingresos que se darán por el arrendamiento de la cancha sintética ya que la suma de todos los ingresos que se presenten serán restados todos los egresos o pagos que se deban realizar, de esta manera se podrá saber la liquidez de dinero que tiene el negocio.

**Tabla 47.** Flujo de caja

AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRE Y AMOR	VALOR RESIDUAL	C.TRABAJO	INV. INICIAL	PRÉSTAMO	AMORTIZACIÓN	FNC
<b>0</b>					69572,0	54841,7		-14730,2
<b>1</b>	8098	2175					7995,8	2276,5
<b>2</b>	10013	2175					9264,4	2923,5
<b>3</b>	12100	2175					10734,1	3540,3
<b>4</b>	14381	2175			854		12437,1	3264,6
<b>5</b>	16876	2175					14410,3	4640,6
<b>6</b>	20426	1893						22318,8
<b>7</b>	21764	1893			854			22802,4
<b>8</b>	23154	1893						25047,1
<b>9</b>	24601	1893						26493,2
<b>10</b>	26104	1893	16895	4196,1	854			48233,6

Fuente: investigación propia.

El flujo de caja del inversionista muestra la rentabilidad tomando como base a los recursos propios invertidos en el proyecto, para efecto del mismo se registran los rubros que se muestran en la tabla, y se realizan los correspondientes cálculos.

<b>Valor residual</b>	<b>Valor</b>
Edificaciones	16313,88
Equipos de computo	580,7
<b>Total</b>	<b>16894,6</b>

Fuente: investigación propia

Al finalizar el proyecto se debe realizar el cálculo del valor residual de los activos fijos tangibles que aun poseen vida útil, es decir un valor monetario después de acabar con el periodo de proyección.



### 3.3.6.4 Costo de capital.

Se lo considera a la tasa de rendimiento que se saca sobre el valor de las inversiones de largo plazo realizadas en el proyecto

- **Cálculo de la tasa de descuento.**

Para calcular la tasa de descuento se ha tomado en cuenta la siguiente fórmula:

**Tasa de descuento** = (TP\* Inver. recursos propios) + ( (TA \* t)\*Inver. recursos aj.) + TLR.

**TP** = 0,04

**Inversión recursos propios** = 0,21

**TA** =0,1

**t** = 0,3625

**Inversión recursos ajenos** = 0,79

**TLR** = 0,08

**Tasa de descuento** = (0,04 \*0,21)+ ((0,1 \* 0,3625))+0,08).

**Tasa de descuento** =0,1170375.

### 3.3.7 Indicadores de rentabilidad.

#### 3.3.7.1 Valor Actual Neto (VAN).

“El valor actual neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica. En función de estos resultados, este criterio sugiere que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN), es igual o superior a cero”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>Eco. Barreno, Luis, Obra antes citada, pág. 121.

El valor actual neto se obtiene a través del cálculo del factor simple de actualización (FNCA), tal como se muestra en la siguiente fórmula.

$$FNCA = \frac{1}{(1 + TD)^n} \times FNC$$

Se realizarán los cálculos correspondientes a cada uno de los años analizado en el presente proyecto.

$$FNCA(\text{Año 1}) = \frac{1}{(1 + 0,1618)^1} \times 2.277 = 1.959$$

$$FNCA(\text{Año 2}) = \frac{1}{(1 + 0,1618)^2} \times 2.923 = 2.165$$

**Tabla 48.** Valor actual neto del inversionista.

PERIODO	FNC	FNCA
0	-14730	-14730
1	2277	1959
2	2923	2165
3	3540	2257
4	3265	1792
5	4641	2192
6	22319	9074
7	22802	7979
8	25047	7544
9	26493	6868
10	65128	14531
		56360
	VAN	\$41.630,13

Fuente: investigación propia.

El valor presente acumulados obtenidos en los 10 años del proyecto de 41.630 dólares.

### 3.3.7.2 Tasa interna de retorno.

Tabla 49. TIR del inversionista.

AÑOS	FNC	TASA 41,73	TASA 43,73
0	-14730	-14730	-14730
1	2277	1606	1584
2	2923	1455	1415
3	3540	1243	1192
4	3265	809	765
5	4641	811	756
6	22319	2753	2531
7	22802	1984	1799
8	25047	1538	1375
9	26493	1148	1012
10	65128	1990	1730
		606,5229	-572,744

Fuente: investigación propia.

La (TIR ) es un indicador que nos muestra el retorno de la inversión, este se lo calcula a partir del flujo de caja neto, en el proyecto se ha obtenido una TIR del 42,7%, esto quiere decir que los socios tendrán una rentabilidad de 0,43 centavos por cada dólar que ha invertido.

La TIR por interpolación se obtiene a través de la fórmula del valor actual neto, en el caso del proyecto es de 41,73% y 43,73%; de la última se debe tener un valor negativo al realizar su sumatoria, a su vez se debe obtener un valor positivo de la tasa menor, tal y como se muestra en la tabla.

### 3.3.7.3 Periodo de recuperación de la inversión.

Este cálculo nos indica el tiempo o periodo de recuperación de la inversión con la finalidad de saber el tiempo en el que se recuperar el dinero que se invirtió inicialmente en el proyecto.

**Tabla 50.**PRI del inversionista.

<b>PERIODO</b>	<b>FNC</b>	<b>FNCA</b>	<b>FNCAA</b>
<b>0</b>	-14730	-14730	-14730
<b>1</b>	2277	1959	-12771
<b>2</b>	2923	2165	-10605
<b>3</b>	3540	2257	-8348
<b>4</b>	3265	1792	-6556
<b>5</b>	4641	2192	-4364
<b>6</b>	22319	9074	4709
<b>7</b>	22802	7979	12688
<b>8</b>	25047	7544	20232
<b>9</b>	26493	6868	27099
<b>10</b>	65128	14531	41630

Fuente: investigación propia.

Como se puede ver en el cuadro, lo que se ha invertido al inicio del proyecto se recuperará al quinto año.

### 3.3.7.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel que nos permite saber cuál es el nivel mínimo de ventas, en nuestro caso el número de veces que se deberá rentar la cancha sintética para no tener ni ganancia ni pérdida, es decir el punto en que los costos fijos y variables sean igual a los ingresos totales a recibir del alquiler de la cancha sintética.

**Tabla 51.** Punto de equilibrio.

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO FIJO	26605,1705	25640,590 5	24575,932 3	23406,965 5	22129,647 6	19085,123 9	19052,492 5	19019,861 1	18987,229 7	18954,598 3
COSTO VARIABLE	31058,81	32313,58	33619,05	34977,26	36390,34	37860,51	39390,08	40981,44	42637,09	44359,62
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>57663,97</b>	<b>57952,17</b>	<b>58194,98</b>	<b>58384,22</b>	<b>58519,98</b>	<b>56945,63</b>	<b>58442,56</b>	<b>60001,29</b>	<b>61624,31</b>	<b>63314,22</b>
INGRESOS	73000	75949	79018	82210	85531	88987	92582	96322	100213	104262
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>46307,2</b>	<b>44624,8</b>	<b>42775,2</b>	<b>40740,6</b>	<b>38517,4</b>	<b>33218,3</b>	<b>33161,5</b>	<b>33104,7</b>	<b>33047,9</b>	<b>32991,1</b>
NUMERO DE SERVICIOS	36500	37974,6	39508,773 8	41104,928 3	42765,567 4	44493,296 3	46290,825 5	48160,974 9	50106,678 2	52130,988
COSTO VARIABLE UNITARIO	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
PRECIO DE VENTA UNITARIO	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN SERVICIO</b>	<b>23154</b>	<b>22314</b>	<b>21388</b>	<b>20370</b>	<b>19259</b>	<b>16609</b>	<b>16581</b>	<b>16552</b>	<b>16524</b>	<b>16496</b>

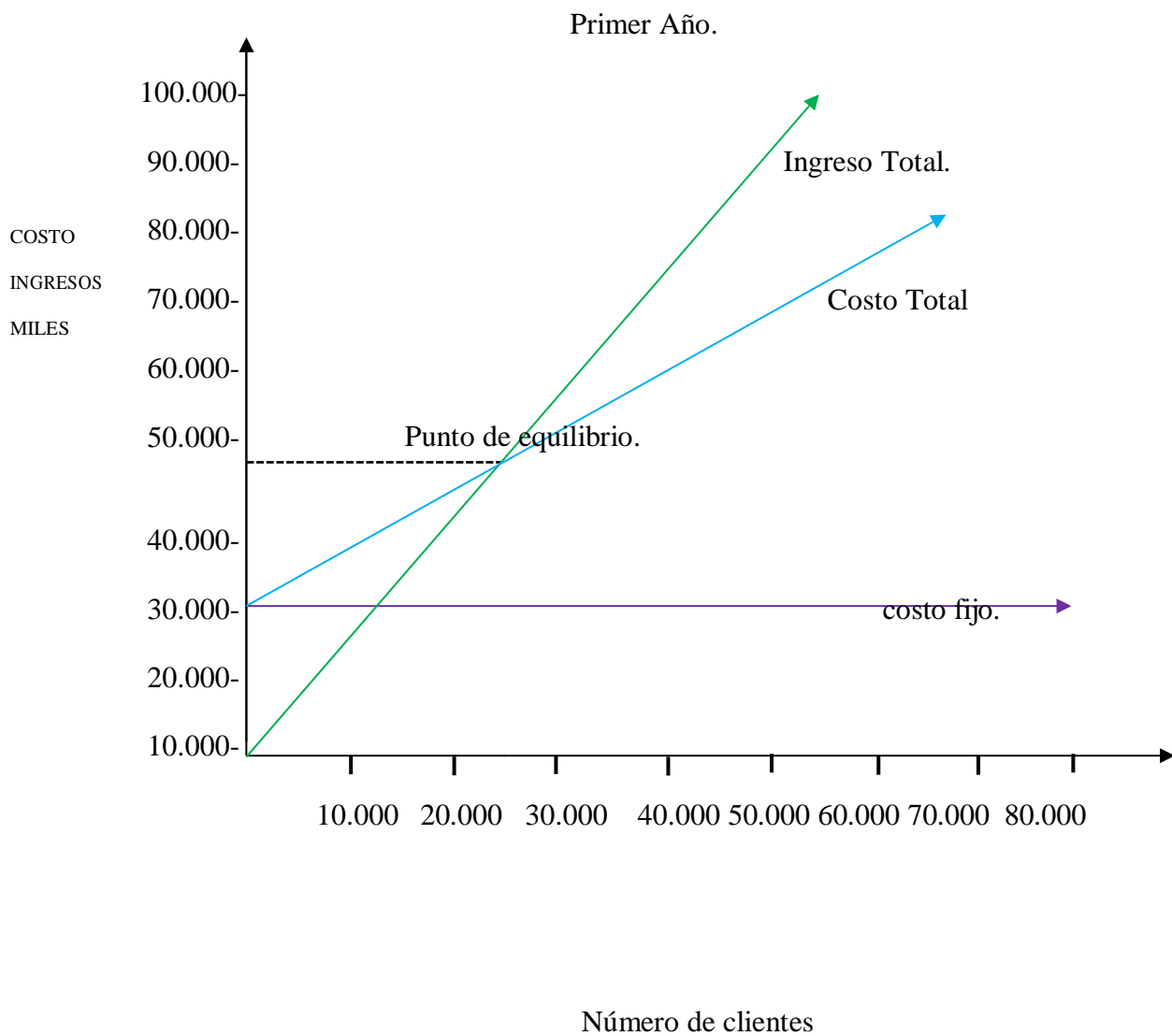
Fuente: investigación propia.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario.}}$$

Figura 11. Punto de Equilibrio



### 3.3.8 Índices financieros.

#### 3.3.8.1 Rentabilidad sobre la inversión total.

Es aquel índice financiero que nos permite determinar cuál será la rentabilidad a obtener de la inversión que se ha realizado en el proyecto.

Para el cálculo de la rentabilidad se utilizará la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión total}} \times 100$$

$$\frac{8.098}{69.572,0} \times 100 = 11,63 \%$$

Mediante esta herramienta financiera se demuestra que el proyecto tendrá un rendimiento sobre la inversión inicial del 11,63%

#### 3.3.8.2 Rentabilidad sobre recursos propios.

A este se lo conoce como ROE ( Return on Equity), es un índice financiero que nos permite medir la rentabilidad que se obtendrá de los fondos invertidos en el proyecto de los accionistas siendo el rendimiento del capital, siendo la capacidad que tiene la empresa para poder remunerar a los accionistas.

La fórmula que se ha utilizado para hacer el cálculo del ROE es:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión de recursos propios.}} \times 100$$
$$\frac{8.098}{14730,2} \times 100 = 54,97\%$$

La rentabilidad sobre los recursos propios nos indica una capacidad de rentabilidad del 54,97% la cual fue realizada en base a la fuente de inversión interna del proyecto.

### 3.3.8.3 Rentabilidad sobre ventas.

Este índice financiero nos permite saber acerca de la utilidad que se obtendrá sobre las ventas, para hacer este cálculo se ha utilizado la siguiente formula.

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingreso Ventas}} \times 100$$
$$\frac{8.098}{73.000} \times 100 = 11,09\%.$$

Esto quiere decir que hay una rentabilidad del 11,09% sobre las ventas realizadas, esto nos indica que la empresa cumple con un margen de utilidad de sus operaciones.

### 3.3.8.4 Índice de cobertura.

El índice de cobertura es un índice financiero por medio del cual podremos saber la capacidad de pagos a terceros que tiene el negocio, este índice se lo realiza a partir de la utilidad operacional, para el cálculo de este se ha utilizado la siguiente formula.

$$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Interés + Capital}}$$
$$\frac{20.493}{7.790 + 7.996} = 1,30 \text{ veces.}$$

El índice de cobertura del proyecto es de 1.30, esto indica que al ser mayor a uno nos indica que la empresa tiene una buena capacidad de pago ante sus deudas u obligaciones.



## 4 CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones.

- Se pudo constatar que, más de la mitad de las personas que habitan en Yaruquí, estarían de acuerdo con hacer uso de los servicios de canchas sintéticas para realizar deporte como parte de actividades de esparcimiento y mejora de la salud.
- Se pudo identificar que la demanda proyectada abarca alrededor del 30% de los habitantes de Yaruquí, siendo una cantidad significativa, especialmente centrados en clase media, y en habitantes hombres, quienes disfrutaban más del juego de indor-futbol.
- Fue posible evaluar que, la empresa debe cumplir con lineamientos en cuanto a infraestructura, beneficios de ley para sus empleados, RUC, patente, entre otras situaciones que son necesarias para poner en marcha el negocio.
- Fue posible determinar mediante la evaluación financiera que, verdaderamente si existe rentabilidad en un negocio de canchas sintéticas en Yaruquí, pues el Van fue mayor a 0 y la TIR (Tasa Interna de Retorno) mayor a la TMAR (Tasa Mínima de Retorno Aceptada) lo cual indica que el proyecto es totalmente factible.

## 4.2 Recomendaciones

- Se recomienda incentivar a la incorporación de canchas sintéticas en Yaruqui, pues con la existencia de inversores en este negocio sería adecuada su implementación.
- Las autoridades municipales deberían realizar estudios de factibilidad, pues también sería pertinente que incluyan canchas sintéticas al servicio de la comunidad.
- El presente proyecto, también puede ser puesto en marcha en otros lugares de Quito, tomando en cuenta especialmente a parroquias como Calderón, en la que existen menos canchas y espacios de entretenimiento y recreación.
- Es posible agregar nuevos planes de negocio o de marketing para otros tipos de negocios enfocados en ofrecer servicios de entretenimiento y deporte, como uno de los objetivos para mejorar la calidad de vida de las personas.

## Bibliografía

Consejo Superior de Deportes. (octubre de 2011). *Normativa sobre instalaciones deportivas (NIDE)*.

Obtenido de <https://elnousafareig.files.wordpress.com/2015/12/normativa-instalaciones-deportivas-y-esparcimiento.pdf>

Aching Guzmán, C. (2006). *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*.

Artificialgrass. (s.f.). *Artificial grass.info*. Recuperado el 9 de septiembre de 2017.

<http://www.artificialgrass.info/es/todo-sobre-cespedartificial/instalacion-y-mantenimiento.html>

Cougil, M. (2011). *Inclusión de objetivos estratégicos*. New York.

Court, N. (2009). *Demanda*. México.

Crediconfiar. (2017). *Crdiconfiar*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Eduardo Court M., C. A. (2009). MATEMATICAS FINANCIERAS. En C. A. Guzmán, *MATEMATICAS FINANCIERAS* (págs. 309 – 321). Argentina: CENGAGE Learning.

El Comercio. (05 de 2017).

Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/quito-capital-ecuador-espacios-verdes.html>

El Telegrafo. (24 de Julio de 2015). El 41,8% de los ecuatorianos practica algún deporte. *El Telegrafo* .

EPMAPS. (junio de 2015). Pliego tarifario EPMAPS. QUITO, Pichincha, Ecuador.

Escuela de futbol Gad Checa. (19 de 10 de 2017). Escuela de futbol Gad Checa. Quito, Checa, Ecuador.

Eyal, M. (2011). *El buen servicio*. Madrid.

Fopadi, G. (2017). *Cesped Ecuador*. Quito, Ecuador.

Fútbol, F. E. (2017). *Federación Ecuatoriana de Fútbol*. Recuperado el 5 de septiembre de 2017, de Sitio Oficial de la Federación Ecuatoriana de Fútbol:  
<http://www.ecuafutbol.org/web/reglamentos/10-ReglamentoCalificaciondeEstadios.pdf>

Gava, & Ubierna, R. &. (2008). *Evaluación de Proyectos*. Quito.

Grupo Fopadi. (2017). *ecuacesped*. Obtenido de ecuacesped:  
<http://www.ecuacesped.com/productos>

INEC. (2017). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Quito, Quito, Ecuador.

López, H. (10 de octubre de 2016). Proyectos y Montajes ‘Gramas sintéticas’: Una empresa con mucha cancha. *DIARIO LA OPINIÓN* .

Markop. (2010). *Indice Estadístico Ecuador*. Quito: Alfa Digital S.A .

Ordoñez, S. (2014). *Gestión de Espacios Verdes*. Quito.

Orozco, N. (2009). *Evaluación de Proyectos*. México: MC Hill.

Pigneur, A. O. (2012). *Generación de Modelso de Negocio*. España: Deusto.

Porter, M. E. ( 1980 ). *Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. TOUCHSTONE (SIMON & SCHUSTER).

Pymex. (14 de octubre de 2013). Funciones y Responsabilidades del Contador.

Pymex. (28 de enero de 2015). Funciones y roles del Jefe de Mantenimiento.

SHA Wellness Clinic. (2017). La importancia del deporte para la salud . *ShaMagazine* , párr.2.

Soporte Jurídico. (2016). *Asamblea General y Juntas de Socios*. Recuperado el 26 de octubre de 2017, de soportejuridico.com:  
<http://soportejuridico.com/>

Sport services. (2015). sport services. Ecuador.

Todos con Medellin. (11 de octubre de 2007). Riesgos de las canchas sintéticas. *Todos con Medellin* .

Trenzano, M. (1997). *Estudio de Mercado*. Madrid.

Tumbaco, A. Z. (07 de junio de 2017). Niños felices en escuela de fútbol de Yaruqui. *Prensa agencia publica de noticias de Quito* , pág. 01.

Universidad Santo Tomás. (2014). *Variables del tamaño del proyecto*.

Urbina, B. (2003). En B. Urbina.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de proyectos 6ta edicion* . México, D. F.: McGRAW-HILL.

Venedemia. (04 de 01 de 2017). *La cultura del Buen Servicio*. Obtenido de

<https://plepso.blogspot.com/2017/01/la-cultura-del-buen-servicio.html>

Yaruquí, G. A. (2017). *Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Yaruquí "libre como el condor"*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Yaruquí "libre como el condor":

<http://www.yaruqui.gob.ec/web/index.php/contacto/formulario>

## **APÉNDICE**

## ENCUESTA

### PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CANCHA SINTÉTICA EN LA PARROQUIA DE YARUQUI.

#### 1. ¿CUAL ES SU OCUPACIÓN?

Estudia      Trabaja      Otro  
                       

#### 2. ¿CUAL ES SU GÉNERO?

       
Femenino Masculino

#### 3. ¿LE GUSTA JUGAR FUTBOL?(SI LA RESPUESTA ES NO, TERMINA LA ENCUESTA)

Si  No

#### 4. ¿CREE USTED QUE ES NECESARIO LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA NUEVA CANCHA DE FUTBOL SINTÉTICA EN LA PARROQUIA DE YARUQUI?

SI  NO

#### 5. ¿AL MOMENTO DE JUGAR FUTBOL PREFIERE USTED JUGAR EN CANCHAS ELABORADAS DE:

Cemento        
Tierra

Césped   
Césped sintético

**6. ¿CUAL ES LA FRECUENCIA CON LA QUE REALIZA ESTE DEPORTE?**

Diario   
Semanal   
Dos veces por semana   
Tres veces por semana   
Quincenal   
Mensual

**7. ¿EN QUÉ HORARIO PREFERE REALIZAR ESTE DEPORTE?**

Mañana  Tarde  Noche

**8. ¿LE GUSTARÍA QUE ESTE UBICADA LA CANCHA CERCA DE LA PLAZA CENTRAL DE LA PARROQUIA?**

SI  NO

**9. ¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR DE \$25 A 35 DÓLARES POR UNA HORA DE FUTBOL 7 EN UNA CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO?**

SI  NO

**10. ACORDEA LA IMPORTANCIA CALIFIQUE DEL 1 AL 4 SIENDO 1=MUY IMPORTANTE, 2=IMPORTANTE, 3=POCO IMPORTANTE, 4= NADA IMPORTANTE, ¿QUÉ FACTORES USTED CONSIDERA AL MOMENTO DE ESCOGER UN LUGAR PARA PRACTICAR ESTE DEPORTE?**



<b>FACTORES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Ubicación				
Instalaciones				
Seguridad				
Precio				
Servicios Adicionales				

En el siguiente cuadro se detallará de manera resumida la depreciación de cada uno de los activos fijos y la inversión que se realizara de manera mensual.

*Resumen de la depreciación.*

<b>Años</b>	<b>RESUMEN DE SEGUROS</b>				
	<b>Edificios</b>	<b>Maq. Y Eq</b>	<b>Equi. De computo</b>	<b>M y E</b>	<b>Total</b>
1	652,6	72,0	25,6	6,4	756,6
2	619,9	64,8	17,2	5,8	707,7
3	587,3	57,6	8,7	5,1	658,7
4	554,7	50,4		4,5	609,5
5	522,0	43,2		3,9	569,1
6	489,4	36,0		3,2	528,6
7	456,8	28,8		2,6	488,1
8	424,2	21,6		1,9	447,7
9	391,5	14,4		1,3	407,2
10	358,9	7,2		0,6	366,7

Fuente: investigación propia.

Periodo	Pagos Periódicos	Interés	Amortización	Saldo Insoluto	Pago Anual Interés	Amortización Anual
Periodos	<b>Trimestre</b>					
	<b>54841,7</b>					
1	52951,8	3946,5	2056,6	1890,0	52951,8	
2	50990,9	3946,5	1985,7	1960,8	50990,9	
3	48956,6	3946,5	1912,2	2034,4	48956,6	
4	46845,9	3946,5	1835,9	2110,7	46845,9	7790,3
5	44656,1	3946,5	1756,7	2189,8	44656,1	
6	42384,2	3946,5	1674,6	2271,9	42384,2	
7	40027,1	3946,5	1589,4	2357,1	40027,1	
8	37581,6	3946,5	1501,0	2445,5	37581,6	6521,7
9	35044,3	3946,5	1409,3	2537,2	35044,3	
10	32412,0	3946,5	1314,2	2632,4	32412,0	
11	29680,9	3946,5	1215,4	2731,1	29680,9	
12	26847,4	3946,5	1113,0	2833,5	26847,4	5052,0
13	23907,7	3946,5	1006,8	2939,7	23907,7	
14	20857,7	3946,5	896,5	3050,0	20857,7	
15	17693,3	3946,5	782,2	3164,4	17693,3	
16	14410,3	3946,5	663,5	3283,0	14410,3	3349,0
17	11004,1	3946,5	540,4	3406,1	11004,1	
18	7470,3	3946,5	412,7	3533,9	7470,3	
19	3803,9	3946,5	280,1	3666,4	3803,9	
20	0,0	3946,5	142,6	3803,9	0,0	1375,8
						14410,3

**Tabla 52.** Tabla de amortización de la deuda.

## **ANEXOS**

(Anexo 1) Precios para calcular el gasto de materiales e insumos.  
La cotización fue recibida vía e-mail.



**FIFA QUALITY Preferred Producer**

Fecha: 02 02 18

**DEPORTIVO**

**CESPED ECUADOR .COM**

Asesor: Lcda. Cristina Sanchez      Teléfono: 0983125694

Cliente: Srta. Lorena Salazar      Teléfono: 0983394995

RUC / C.I.:      Ciudad: Yaruqui

Proyecto: CANCHA      Cantidad a cotizar: 1 m2

**Quito**  
Calle De Los Naranjos 144-353  
y Av. De Los Ganados, Dato de GamalTV.  
Teléfono: 0958 98 29 80 / (02) 381 4940

**Quito**  
Centro de distribución  
Av. Panamericana Norte y García Moreno esq.  
Ingreso a Llano Grande (frente a Harina YA).

**Guayaquil**  
Jorge Jara Grau y Av. Guillermo Cubillo,  
Solar 4, Manzana 102, a dos cuadras de  
planta Coca Cola, Sector Ciudadela Alborada.

www.cespedecuador.com  
info@cespedecuador.com

1700 CESPED 237733  
0958 98 29 80



**Monofilamento recovery PROFESIONAL**

1700 CESPED 237733  
0958 98 29 80  
www.cespedecuador.com

FIFA DIN EN REACH WOTTS LAMINADO GREEN LIFE SGS

Columna Central 50mm

1/2

Vista Frontal Vista Superior Backing

**Colores disponibles:**

Green Lime

**PRECIO INCLUYE:**

- ✓ Pega Poliuretano Bicomponente.
- ✓ Cinta de unión de alta adherencia.
- ✓ Delineado.
- ✓ Caucho granulado.
- ✓ Arena.
- ✓ Instalación.
- ✓ Mano de Obra Experimentada.
- ✓ Transporte.

Precio Mt2	\$ 21.92
Metros	1
Subtotal	\$ 21.92
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24.55</b>

3 Meses sin intereses y hasta 12 con Interés.

VISA MasterCard AMERICAN EXPRESS Direct Club Pay Club



COLEGIO ORTEGA Y GASSET  
 QUITO

**Cientes**  
 satisfechos

COMPLEJO MARACANAZO  
 IBARRA

ACADEMIA MILITAR ALMIRANTE NELSON  
 QUITO

1700 CESPED  
 237733

0958 98 29 80  
[www.cespedecuador.com](http://www.cespedecuador.com)

(Anexo 2) Precios para calcular el gasto de materiales e insumos.

The screenshot shows the Mercado Libre website interface. At the top, there is a yellow navigation bar with the Mercado Libre logo, a search bar, and links for 'Regístrate', 'Ingresa', and 'Vender'. Below the navigation bar, the main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Preguntas y respuestas' and contains a text input field with the placeholder 'Escribe una pregunta...' and a blue 'Preguntar' button. Below this, there is a section for 'Últimas preguntas' with two entries: 'cual es el costo del kg de caucho?' and 'EL SACO DE 25 KILOS DE CAUCHO GRANULADO TIENE UN COSTO DE 22.00' dated '28/2/2018 11:17'. The right column displays a product listing for 'Caucho Granulado Para...' priced at 'U\$S 1' with a blue 'Comprar' button. Below the product listing is a map showing the location 'AERONAUTICO BORJA DE ARQUI' and 'FRANKLIN TELLO', with buttons for 'SITIO WEB' and 'CÓMO LLEGAR'. A 'Publicidad' label is visible at the bottom right of the map area.

