



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO UBICADO EN EL BARRIO BRAZALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA DURANTE EL AÑO 2015”

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniería Comercial

Autora:

Digna Patricia Chango Lagla

Director:

Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa

Latacunga – Ecuador

Julio - 2016

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO UBICADO EN EL BARRIO BRAZALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA DURANTE EL AÑO 2015”**, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Chango Lagla Digna Patricia

CI 050334553-0



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR

En la calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema de Tesis **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO UBICADO EN EL BARRIO BRAZALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA DURANTE EL AÑO 2015”** de Digna Patricia Chango Lagla, considera que el presente proyecto cumple con los requerimientos Metodológicos y Aportes Científicos-Técnicas suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Validación de tesis que el Honorable Consejo Académico de la Carrera de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio.

Latacunga, Febrero del 2016

El Director

ING. ROBERTO CARLOS ARIAS FIGEROA

CI. 050212373-0



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de miembros de tribunal de grado aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones legales reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas por cuanto, la postulante: **CHANGO LAGLA DIGNA PATRICIA** con el título de tesis: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO UBICADO EN EL BARRIO BRAZALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA DURANTE EL AÑO 2015”**; ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometido a la acta de defensa de tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, julio 2016.

Para constancia firman:

.....
Ing. Efrén Montenegro
PRESIDENTE

.....
Ing. Yadira Borja
MIEMBRO

.....
Ing. Marlene Salazar
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Padre Dios quien ha sido el que me guía en todo tiempo, a mis padres quienes fueron el fundamento para yo poder estudiar y han estado siempre a mi lado en las buenas y en las malas, a mis hermanas y a mi hermano que los amo mucho por ser esos amigos incondicionales en todo tiempo, de la misma manera quiero agradecer a mi tutor Ing. Roberto Arias el cual ha sabido guiarme en el desarrollo y hasta la culminación de mi tesis, a todos muchas gracias por todo.

Chango Lagla Digna Patricia

DEDICATORIA

El esfuerzo realizado en el presente trabajo investigativo lo dedico en especial y con mucho amor, a mis padres David Chango y Clara Lagla, a mis hermanos Tatiana, Consuelo, Jhadira y Alex David quienes me enseñaron muchos valores éticos y morales para realizar cualquier actividad, y me han ayudado a culminar ésta etapa de mi vida.

A mi esposo Mentor Elías quien siempre me ha apoyado cuando más lo necesitaba demostrándome el gran cariño y amor que siente por mí, ya que esto fue un incentivo para concluir la carrera universitaria.

A mis amigas Lucia Ayala, Diana Alanuca, Martha Mise y Carolina Arequipa compañeras de aula que con el pasar del tiempo fuimos forjando una amistad sincera, como la que tenemos hoy en día, cada una poniendo un granito de arena en nuestros estudios, para así todas juntas concluir la carrera universitaria.

Chango Lagla Digna Patricia



TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO UBICADO EN EL BARRIO BRAZALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA DURANTE EL AÑO 2015”

Autora:

Chango Lagla Digna Patricia

RESUMEN

La idea de realizar un plan de negocio para la creación de una cancha de fútbol de césped sintético ubicado en el barrio Brazales de la ciudad de Latacunga durante el año 2015 , fue con el objeto de brindar servicios que vayan de acuerdo con las expectativas de las personas que buscan pasar un tiempo de entretenimiento, y por la falta de lugares apropiados puesto que es uno de los principales obstáculos que en gran medida a reducido la práctica deportiva en el sector adoptando así improvisadas canchas de fútbol en calles y aceras, obstaculizando muchas veces el tránsito y poniendo en peligro la seguridad de los jugadores y espectadores. Mediante un estudio de mercado aplicando las metodologías de investigación como es la descriptiva, documental e instrumentos como es la observación y la encuesta obteniendo así las proyecciones de la oferta y la demanda, demanda insatisfecha, también se analizó los precios tomando referencia la inflación anual proyectada. Se realizó el estudio técnico , económico y financiero el cual permitió el planteamiento de la ubicación, infraestructura, requerimientos de los recursos necesarios para la creación de la cancha de césped sintético Zona Fútbol EL CHESPI, también se elaboraron los estados financieros y la estructura del financiamiento para su puesta en marcha que se puede dar en un periodo de tiempo establecido y generar expectativas que permitan adaptarse a las tendencias del mercado fomentando en todo momento la práctica del deporte, con seguridad, confiabilidad y sobre todo en pro del desarrollo social del sector.

Palabras claves: Plan de negocios, Estudio de mercado, Estudio técnico, Estudio financiero, Estudio económico



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ADMINISTRATIVE AND HUMANISTICS SCIENCES CARRER
LATACUNGA – ECUADOR

THEME"BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A SOCCER COURT WITH SYNTHETIC GRASS LOCATED IN BRAZALES NEIGHBORHOOD LATACUNGA CITY DURING THE YEAR 2015"

Author:

Chango Lagla Patricia Digna

ABSTRACT

The idea of a business plan for the creation of a soccer court with synthetic grass located in Brazales neighborhood Latacunga city during 2015, was aiming to provide services that are aligned with people's expectations who want to have a fun time, and the lack of appropriate places since it is one of the main obstacles has reduced the sports practice in the neighborhood largely thus adopting makeshift soccer courts on streets and sidewalks, obstructing often vehicular traffic and endangering the players and spectators safety by a market study applying research methodologies such descriptive, documentary and research tools such as observation and survey obtaining projections of supply and demand, unsatisfied demand, prices were also analyzed taking the projected annual inflation reference. technical, economic and financial study were used which allowed the approach of the location, infrastructure, resource requirements needed for creation of with synthetic grass Zona Fútbol El CHESPI, the financial statements and the financing structure were also developed for its implementation that can be given over a period of time and generate expectations that can adapt to market trends by promoting at all times the sport practicing, with safety, reliability and especially for social and neighborhood development.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En la calidad de docente del idioma inglés del centro cultural de idiomas de la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**; en forma legal **CERTIFICO** que la traducción del resumen del proyecto de investigación al idioma inglés presentado por la señorita egresada Chango Lagla Digna Patricia de la Unidad Académico de Ciencias Administrativas y Humanísticas correspondiente de la carrera de Ingeniería Comercial, cuyo título versa: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO UBICADO EN EL BARRIO BRAZALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA DURANTE EL AÑO 2015”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Julio del 2016

Atentamente,

Lic. Nelson W. Guagchinga
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.I. 050324641-5

INDICE GENERAL

Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval del Director.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Aval de Traducción.....	ix
Indice General	x
Indice de Cuadros.....	xix
Indice de Graficos	xxii
Introducción	1

CAPITULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Antecedentes Investigativos.....	3
1.2. Categorización fundamental.....	6
1.2.1. Administración.....	7
1.2.1.1. Proceso administrativo	8
1.2.2. Emprendimiento.....	9
1.2.2.1. Importancia del Emprendimiento.....	9
1.2.2.2. Perfil de emprendedor	10
1.2.2.3. Tipos de Emprendimiento	11
1.2.2.3.1. Emprendimiento Empresarial.....	11
1.2.2.3.2. Emprendimiento Privado	11
1.2.2.3.3. Empresarial-Solidario	11
1.2.2.3.4. Emprendimiento Laboral	11
1.2.2.3.5. Emprendimiento Académico.....	11
1.2.2.3.6. Emprendimiento Social.....	12

1.2.3. Plan de Negocios.....	12
1.2.3.1. Importancia de un Plan de Negocio	13
1.2.3.2. Objetivos del Plan de Negocios.	13
1.2.3.3. Estructura de un Plan de Negocios.....	14
1.2.3.4. Resumen Ejecutivo.....	14
1.2.3.4.1. Definición del Negocio	14
1.2.3.4.2. Nombre del Negocio	14
1.2.3.4.3. La Descripción del Negocio.....	15
1.2.3.4.4. Características Diferenciadoras.....	15
1.2.3.4.5. Ventajas Competitivas	15
1.2.3.4.6. Público Objetivo.....	15
1.2.3.4.7. La Visión de la Empresa	15
1.2.3.4.8. La Misión de la Empresa.....	16
1.2.3.4.9. Las razones que justifican la propuesta del negocio	16
1.2.3.4.10. Los objetivos del negocio.....	16
1.2.3.4.11. Las estrategias del negocio.....	16
1.2.4. Estudio de Mercado.....	17
1.2.4.1. Objetivo del Estudio de Mercado.....	17
1.2.4.2. Beneficios de la Investigación de Mercado	18
1.2.4.3. El Mercado	18
1.2.4.4. Análisis del Sector.....	19
1.2.4.5. Segmentación de Mercados.....	19
1.2.4.6. Tipos de Mercado.....	19
1.2.4.7. Selección del Mercado Meta	20
1.2.4.8. Características del Mercado Meta.....	20
1.2.4.9. Posicionamiento en el Mercado	21
1.2.4.10. El Comportamiento del Consumidor	21
1.2.4.10.1. Aspectos culturales.....	21
1.2.4.10.2. Aspectos sociales:	22
1.2.4.10.3. Aspectos personales:	22
1.2.4.11. Demografía.....	22
1.2.4.11.1. Cambios en la Demografía del Consumidor	23

1.2.4.12. Geografía.....	23
1.2.4.13. Análisis de la Demanda.....	23
1.2.4.13.1. Tipos de Demanda.....	23
1.2.4.13.2. Demanda Actual.....	24
1.2.4.13.3. Demanda Satisfecha	24
1.2.4.13.4. Demanda Insatisfecha	24
1.2.4.13.5. Demanda Potencial.....	24
1.2.4.13.6. Pronóstico de la Demanda.....	24
1.2.4.14. Análisis de la Oferta.....	25
1.2.4.15. Análisis de la Comercialización.....	25
1.2.4.16. Categoría de Clientes	25
1.2.4.17. Segmentación por Enfoque de Nido	25
1.2.4.18. Recopilación de Información	26
1.2.5. Estudio Técnico.....	27
1.2.5.1. Requerimientos Físicos	28
1.2.5.2. Localización	28
1.2.5.3. Factores Determinantes de la Localización.....	28
1.2.5.4. Estructura Jurídica.....	29
1.2.5.5. Estructura Orgánica.....	29
1.2.5.6. Cargos y Funciones	29
1.2.5.7. Requerimiento de Personal	29
1.2.5.8. Gastos de Personal	30
1.2.6. Estudio Económico Financiero	30
1.2.6.1. Inversión Fija	31
1.2.6.2. Activos Intangibles.....	32
1.2.6.3. Capital del Trabajo.....	32
1.2.6.4. Inversión Total	33
1.2.6.5. Estructura del Financiamiento.....	33
1.2.6.6. Fuentes Financieras.....	33
1.2.6.7. El Estudio de Ingresos y Egresos	34
1.2.6.8. Presupuestos de Ingresos.....	34
1.2.6.9. Presupuestos de Egresos	34

1.2.6.10. Punto de Equilibrio	35
1.2.6.11. Flujo de Caja Proyectado	35
1.2.6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado.....	35
1.2.6.13. Balance General Proyectado	35
1.2.6.14. La Evaluación del Proyecto	36
1.2.6.15. Período de Recuperación de la Inversión.....	36
1.2.6.16. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	36
1.2.6.17. VAN y TIR.....	37

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Introducción	38
2.2. Objetivos	39
2.2.1. Objetivo General	39
2.2.2. Objetivos Específicos.....	39
2.3. Descripción y Características del Servicio.....	39
2.3.1. Descripción del producto	40
2.3.1.1. Color.....	41
2.3.1.2. Los arcos	41
2.3.1.3. Iluminación	41
2.3.1.4. Equipos de juego	41
2.3.2. Servicios adicionales.....	41
2.3.2.1. Campeonatos	41
2.3.2.2. Camerinos	42
2.3.2.3. Parqueadero.....	42
2.3.2.4. Tribunas.....	42
2.3.2.5. Bar	42
2.3.2.6. Internet, TV cable.....	42
2.3.4. Productos Sustitutos	43
2.4. Investigación de Mercados.....	43
2.4.1. Problema	43

2.4.2. Solución.....	44
2.4.3. Justificación.....	44
2.4.4. Tipos de investigación.....	45
2.4.4.1. Investigación Descriptiva.....	45
2.4.4.2. Investigación Documental.-	45
2.4.5. Metodología	46
2.4.5.1. Método empírico	46
2.4.5.2. Método deductivo.....	46
2.4.5.3. Método No Experimental.....	46
2.4.6. Técnicas de Investigación	47
2.4.6.1. La observación	47
2.4.6.2. Encuesta	47
2.4.7. Identificación del mercado meta	47
2.4.7.1. Segmentación	47
2.4.7.2. Variable de la Segmentación.....	47
2.4.7.2.1. Variables geográficas	48
2.4.7.2.2. Variable demográfica	48
2.4.7.2.3. Variables pictográficas.....	48
2.4.7.2.4. Variables conductuales.....	48
2.4.8. Población – Universo	49
2.4.8.1. Muestra.....	49
2.4.8.2. Elaboración de la prueba piloto.....	50
2.4.8.3. Plan Maestral.....	52
2.5. Análisis e Interpretación de resultados	53
2.6. Análisis de la Demanda.....	66
2.6.1 Demanda Actual.....	66
2.6.2. Demanda proyectada.....	67
2.7. Análisis de la Oferta.....	68
2.7.1. Oferta Actual.....	69
2.7.1.1. Canchas sintética que brindad servicios similares	69
2.7.1.2 Capacidad de Atención de los Ofertantes	69
2.7.2. Oferta Actual del Servicio.....	70

2.7.3. Oferta Actual Proyectada	71
2.8. Demanda Insatisfecha	72
2.9. Análisis de Precios	72
2.9.1. Precios Proyectados	73
2.10. Análisis de la Comercialización.....	74
2.10.1. Estrategias de Servicio - producto.....	74
2.10.2. Estrategias de distribución	76
2.10.3. Estrategias de Promoción y publicidad.....	78
2.10.4. Estrategias de Precio	79
2.11. Conclusiones del Estudio de Mercado	80

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Objetivos	83
3.1.1. Objetivo General	83
3.1.2. Objetivo Específico.....	83
3.2. Tamaño del Proyecto.....	83
3.2.1. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto	84
3.2.1.1. Tamaño y Mercado	84
3.2.1.2. Tamaño del proyecto en función del financiamiento.....	85
3.2.1.3. Tamaño del proyecto en función de la mano de obra	85
3.2.1.4. Tamaño en Función de la tecnología y equipos	86
3.3. Localización del Proyecto	87
3.3.1. Macro localización	88
3.3.2. Micro localización.....	88
3.4. Ingeniería del Proyecto	91
3.4.1. Diagrama de flujo.....	91
3.4.1.1. Descripción del diagrama de flujo	94
3.4.1.2. Llegada del cliente	94
3.4.1.3. Se dirige el cliente a recepción.....	94
3.4.1.4. Reservación.....	94

3.4.1.5. Verificación de datos.....	94
3.4.1.6. Cancelación del valor de la cancha	94
3.4.1.7. Entrega de implementos necesarios para el juego.....	94
3.4.1.8. Camerinos	95
3.4.1.9. Juego del partido de fútbol.....	95
3.4.1.10. Fin del juego y entrega de los implementos.....	95
3.5. Distribución de la Planta	95
3.5.1. Diseño General de la Estructura.....	95
3.5.1.1. Terrenos.....	95
3.6. Diseño de la Planta.....	96
3.7. Requerimientos del proyecto.....	97
3.8. Propuesta Administrativa	102
3.8.1. Descripción del negocia	102
3.8.2. Nombre o razón social	102
3.8.3. Logotipo de la empresa	103
3.8.4. Base filosófica de la empresa.....	103
3.8.4.1. Misión	103
3.8.4.2. Visión	103
3.8.4.3. Objetivos	104
3.8.4.4. Políticas	104
3.8.4.5. Estrategias	105
3.8.4.6. Valores y principios	105
3.8.5. Operación y administración	106
3.8.5.1. Estructura Organizacional.....	106
3.8.5.2. Estructura funcional	107
3.8.6. Descripción de cargos del equipo de trabajo de la cancha de césped sintético Zona Fútbol el CHESPI	108
3.8.6.1. Gerente General	108
3.8.6.2. Secretaria.....	109
3.8.6.3. Cajero vendedor	109
3.8.6.4. Personales de limpieza y mantenimiento	110
3.8.6.5. Personal de Seguridad.....	111

3.8.6.6. Entrenador de Fútbol.....	111
3.8.7. Constitución Jurídica.....	111
4. ESTUDIO ECONOMICO	114
4.1. Objetivos	114
4.1.1. Objetivo General	114
4.1.2. Objetivo específico.....	114
4.2. Inversión Inicial	114
4.2.1. Componentes de la Inversión	116
4.2.1.1. Inversión Fija	116
4.2.1.2. Inversión Diferida	117
4.2.1.3. Capital de Trabajo	118
4.3. Financiamiento.....	119
4.3.1. Apalancamiento Financiero	119
4.3.1.1. Financiamientos con el Capital Propio	119
4.3.1.2. Financiamientos por Medio de Crédito.....	119
4.4. Depreciación	121
4.5. Cronograma de inversión	122
4.6. Determinación de los costos de operación	123
4.7. Determinación de los ingresos	124
4.7.1. Ingresos por ventas.....	124
4.7.2. Costo Unitario de Producción	125
4.8. Punto de Equilibrio	125
4.9. Estado de Resultados.....	127
4.9.1. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	127
4.9.2. Estado de Situación Financiera.....	129
4.9.3. Flujo de Caja.....	130
4.10. Análisis de los Estados Financieros	131
4.10.1. Razones de Liquidez	131
4.10.1.1. Razón Corriente	131
4.10.1.2. Capital de Trabajo	132
4.10.2. Razones de Rentabilidad	132
4.10.2.1. Rentabilidad Sobre Ventas o Margen Neto de Utilidad.....	133

4.10.2.2. Rentabilidad Sobre Activos.....	133
4.10.2.3. Rentabilidad Sobre el Patrimonio	134
4.10.3. Razón de Endeudamiento.....	135
4.10.3.1. Razón de Endeudamiento Total	135
4.10.3.1. Razón de Pasivo a Largo Plazo a Patrimonio	136
4.11. Evaluación Financiera.....	138
4.11.1. Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (T.M.A.R.).....	138
4.11.2. Valor Actual Neto	138
4.10.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)	139
4.11.4. Período de recuperación de la inversión	141
4.11.5. Relación Costo/Beneficio.....	142
4.11.6. Análisis de Sensibilidad	143
CONCLUSIONES	144
RECOMENDACIONES	146
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	148
ANEXOS.....	151

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1. Variables de la Segmentación	48
CUADRO N° 2. Población.....	49
CUADRO N° 3. Prueba Piloto	50
CUADRO N° 4. Plan Muestral.....	52
CUADRO N° 5. Edad.....	53
CUADRO N° 6. Ocupación Actual	54
CUADRO N° 7. Factor Socio Económico	55
CUADRO N° 8. Le Gusta Jugar Fútbol	56
CUADRO N° 9. Frecuencia de Práctica Fútbol	57
CUADRO N° 10. Conoce o Asistido a una canchas de césped sintético	58
CUADRO N° 11. Horarios de juego.....	59
CUADRO N° 12. Tipo de Canchas	60
CUADRO N° 13. Pago de servicio de alquiler	61
CUADRO N° 14. Aspectos a considerar al momento de escoger el lugar:	62
CUADRO N° 15. Conoce el Sector Brazales	63
CUADRO N° 16. Crear de una cancha de césped sintético.....	64
CUADRO N° 17. Medios de comunicación	65
CUADRO N° 18. Crear de una cancha de césped sintético.....	66
CUADRO N° 19. Demanda actual	66
CUADRO N° 20. Demanda proyectada	67
CUADRO N° 21. Oferta actual.....	69
CUADRO N° 22. Total de la oferta.....	70
CUADRO N° 23. Oferta proyectada.....	71
CUADRO N° 24. Demanda Insatisfecha.....	72
CUADRO N° 25. Precios Actuales.....	73
CUADRO N° 26. Precios Proyectados año 2016-2020.....	73
CUADRO N° 27. Estrategia de producto	74
CUADRO N° 28. Presupuesto estrategia realizar campeonatos de indor futbol masculino y femenino	75
CUADRO N° 29. Estrategias de producto.....	75

CUADRO N° 30. Presupuesto estrategias diseños de tarjetas dE presentacion ..	76
CUADRO N° 31. Estrategia de Distribución.....	77
CUADRO N° 32. Presupuesto crear una Página Web de la Cancha Sintética Zona Fútbol el Chespi.....	78
CUADRO N° 33. Estrategia de publicidad.....	78
CUADRO N° 34. Estrategia de promocion	79
CUADRO N° 35. Estrategia de precio.....	80
CUADRO N° 36. Capacidad de la cancha.....	84
CUADRO N° 37. Tamaño del proyecto y la demanda	85
CUADRO N° 38. Tecnologías y Equipo	86
CUADRO N° 39. Evaluación de alternativas	90
CUADRO N° 40. Terreno.....	97
CUADRO N° 41. Césped sintético	97
CUADRO N° 42. Edificio y construcciones.....	97
CUADRO N° 43. Útiles de aseo	98
CUADRO N° 44. Servicios básicos.....	98
CUADRO N° 45. Maquinaria y equipo	99
CUADRO N° 46. Muebles y enseres	99
CUADRO N° 47. Equipos de cómputo	100
CUADRO N° 48. Equipos de oficina	100
CUADRO N° 49. Gastos diferidos	100
CUADRO N° 50. Publicidad y propaganda.....	100
CUADRO N° 51. Suministros de oficina	101
CUADRO N° 52. Mano de obra indirecta	101
CUADRO N° 53. Mano de obra directa	101
CUADRO N° 54. Sueldos y salarios	101
CUADRO N° 55. Inversión inicial	115
CUADRO N° 56. Inversión fija.....	117
CUADRO N° 57. Inversión diferida.....	117
CUADRO N° 58. Inversión del capital de trabajo.....	118
CUADRO N° 59. Inversión inicial	119
CUADRO N° 60. Estructura del financiamiento	120

CUADRO N° 61. Amortización de la deuda en dólares.....	120
CUADRO N° 62. Amortización	120
CUADRO N° 63. Depreciación de activos fijos.....	121
CUADRO N° 64. Costos anuales proyectados	123
CUADRO N° 65. Proyección de ingresos anuales	125
CUADRO N° 66. Punto de Equilibrio Cancha De césped sintético Zona Futbol el Chespi.....	126
CUADRO N° 67. Estado de resultados	128
CUADRO N° 68. Balance general.....	129
CUADRO N° 69. Flujo de caja.....	130
CUADRO N° 70. Razón corriente.....	131
CUADRO N° 71. Capitales de trabajo.....	132
CUADRO N° 72. Margen de utilidad neta	133
CUADRO N° 73. Rendimiento de la inversión	134
CUADRO N° 74. Rendimiento del patrimonio	134
CUADRO N° 75. Razón endeudamiento total.....	135
CUADRO N° 76. Razón de pasivo a largo plazo a patrimonio.....	136
CUADRO N° 77. Resumen de los análisis financieros	137
CUADRO N° 78. Tasas	138
CUADRO N° 79. calculo del VAN	139
CUADRO N° 80. Cálculo del VAN 2	140
CUADRO N° 81. Periodo de recuperación	142
CUADRO N° 82. Relación costo/beneficio.....	142
CUADRO N° 83. Análisis de la Sensibilidad.....	143

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N° 1. Categorización de las Variables del Proyecto	6
GRÁFICO N° 2. Cancha de Césped Sintético	39
GRÁFICO N° 3: Césped Sintético	40
GRÁFICO N° 4. Edad.....	53
GRÁFICO N° 5. Ocupación Actual	54
GRÁFICO N° 6. Factor Socio Económico	55
GRÁFICO N° 7. Le gusta jugar fútbol.....	56
GRÁFICO N° 8. Frecuencia de práctica fútbol	57
GRÁFICO N° 9. Conoce o asistido a una canchas de césped sintético	58
GRÁFICO N° 10. Horarios de juego	59
GRÁFICO N° 11. Tipo de canchas.....	60
GRÁFICO N° 12. Pago de servicio de alquiler.....	61
GRÁFICO N° 13. Aspectos a considerar al momento de escoger el lugar	62
GRÁFICO N° 14. Conoce el Sector Brazales.....	63
GRÁFICO N° 15. Crear de una cancha de césped sintético	64
GRÁFICO N° 16. Crear de una cancha de césped sintético	65
GRÁFICO N° 17. Demanda Proyectada.....	68
GRÁFICO N° 18. Oferta Proyectada	71
GRÁFICO N° 19. Mapa de Macrolocalización	88
GRÁFICO N° 20. Mapa de Microlocalización	91
GRÁFICO N° 21. Nomenclatura del diagrama de flujo	92
GRÁFICO N° 22. Diagrama de flujo.....	93
GRÁFICO N° 23. Diseño de la planta	96
GRÁFICO N° 24. Razón social	102
GRÁFICO N° 25. Logotipo Zona Futbol el Chespi.....	103
GRÁFICO N° 26. Organigrama Estructural.....	106
GRÁFICO N° 27. Organigrama Funcional	107
GRÁFICO N° 28. Punto de Equilibrio.....	127

INTRODUCCIÓN

La actividad deportiva es la base fundamental para el mantenimiento, distracción y desarrollo de los seres humanos así mismo para conservar y tener una salud adecuada, el fútbol es el deporte de mayor aceptación y práctica en la parroquia, esta parte de la ciudad se ha tenido un considerable crecimiento de la población en los últimos años, sin embargo, no se han desarrollado sitios apropiados para la práctica deportiva en general ocasionando problemas sociales ya que al no existir lugares de distracción y que fomenten el deporte se dedican a otro tipo de actividades.

Al no desarrollar este proyecto se puede perder la oportunidad del progreso económico ya que el deporte atrae una gran cantidad de ingresos, además es uno de los principales pilares de integración de las personas, dejando a un lado las diferencias entre sectores sociales, culturales y económicos así mejorando la imagen del barrio a través de la práctica del deporte.

El tema principal dentro del PRIMER CAPÍTULO es el marco teórico que tiene como finalidad el dar a conocer fuentes y citas bibliográficas que serán de gran utilidad para aclarar términos y teorías necesarias para el desarrollo complementario del proyecto en el que se hizo una recopilación de información fundamentada en bibliografía con respecto a temas administrativos, de emprendimiento y plan de negocios.

En el SEGUNDO CAPÍTULO está relacionado con el estudio de mercado que permite conocer varias características demográficas para crear una idea general de la provincia y del sector en donde se da a conocer aspectos principales como indicadores económicos, aspectos sociales y culturales, políticos legales y aspectos tecnológicos que facilitan el contenido de un diagnóstico situacional.

Información recopilada y anexada de fuentes primarias, además de estudios estadísticos facilitados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

y el Banco Central del Ecuador (BCE), enfocados en la población y su forma de vida.

De la misma permite investigar las características del mercado como la identificación del servicio a ofrecer, identificación del mercado meta, análisis de la demanda, análisis de la oferta, análisis de la demanda insatisfecha, precios, y comercialización, a través de técnicas, como la guía de observación la encuesta y la entrevista para su respectiva interpretación de resultados.

El TERCER CAPÍTULO manifiesta el estudio técnico de la empresa, el mismo que contiene la parte de la ingeniería constructiva y operativa del proyecto, la distribución por áreas conformada por administrativa, mantenimiento y seguridad, alojamiento, recreación y esparcimiento y de alimentos y bebidas se encuentran detalladas, así como también las actividades recreativas que se pretende realizar, estableciendo así la propuesta administrativa.

Dentro de este capítulo también se indica principalmente la constitución empresarial, los puestos, responsabilidades y funciones que tendrán las personas involucradas en el proyecto, las mismas que serán las responsables de operar, administrar, dirigir y controlar, todas las actividades que se den pertinentes al mismo.

Y por último uno de los elementos más importantes del estudio como tal, es el estudio financiero que se verá desarrollado en su estructura de financiamiento, la misma que permitirá la evaluación financiera como es la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN) y la relación costo – beneficio que son los indicadores utilizados para poder saber si el proyecto es factible y viable de manera económica, confirmando la rentabilidad del proyecto.

CAPITULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Antecedentes Investigativos

(CACERES, y otr, 2010) en su trabajo de tesis “Elaboración de un plan de negocios para la creación de una cancha sintética en la ciudad de Guaranda en el año 2010”. El presente trabajo de tesis nos ayudó a tener una visión clara del desarrollo y ejecución de nuestro proyecto y determinar propias idas identificando varios aspectos para alcanzar el éxito que se desea, desarrollar un buen plan de negocio permite demostrar con claridad a los inversionistas los beneficios que se obtendrá con el desarrollo del proyecto.

(ZAPATA, 2011)En su tema "Plan de negocios para la creación de un complejo turístico – deportivo en el Barrio Rio blanco Bajo de Lasso Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi” Manifiesta que es muy importante crear fuentes de distracción que brinde servicios de acuerdo a las expectativas de las personas en cual puedan tener un tiempo de ocio agradable, al igual que este proyecto se plantea realizar una investigación de campo en la cual se pueda obtener información valiosa que ayuden a la elaboración de este proyecto notando la factibilidad y la viabilidad de ponerlo en marcha.

(HERRERA, 2012) En su trabajo cuyo tema de investigación es “Proceso de gestión administrativa y su incidencia en la productividad de la empresa C.D.G. muebles Carvajal del sector Pelileo” afirma lo siguiente:

El presente trabajo está enfocado a contribuir con los resultados esperados por la organización, es decir generar mayores utilidades, el crecimiento y desarrollo de

la empresa, su personal y de la sociedad, utilizando herramientas de administración que contribuyan a desarrollar la Gestión administrativa, y de esta manera incrementar su producción y mantenimiento en el mercado con el proceso de Planificar, Organizar, Dirigir, y Controlar.

(FIGUEROA , y otros, 2013) Manifiestan en su tesis con el tema “Diseño de un plan de negocios para la creación de un complejo turístico para personas con discapacidad ubicado en la parroquia de Pintag, Cantón Quito, Provincia de Pichincha

Que su proyecto es un tema de emprendimiento con el propósito de diseñar un centro turístico para personas con discapacidad física que deseen recuperarse o a la vez realizar alguna actividades de distracción del mismo modo incentivar a personas con dichas condiciones a crear proyectos de emprendimiento que contribuyen a la sociedad y a la vez a la industria del sector.

De este modo al igual que este tema mi proyecto de tesis busca que las personas tengan un lugar donde puedan distraerse y que mejor haciendo deporte en la disciplina de fútbol, si bien es cierto es uno de los deporte más conocidos y practicado a nivel mundial y por ende ayuda a llevar un estilo de vida mejor y a la vez saludable

(GALIANO , y otros, 2011) Con el tema “Plan de negocios de una empresa procesadora y distribuidora de café en forma de tableta en la ciudad de Guayaquil a desarrollarse entre el año 2010 y 2011”

Es importante señalar que el proyecto tiene como objetivo la creación de fuentes de ingresos para las familias del país, la oportunidad de desarrollar el negocio es viable sin arriesgar la inversión al desarrollar el proyecto, recomendando implantar acciones publicitarias, informando de las bondades del café, también de las consecuencias en su abuso y en casos especiales.

Los trabajos expuestos han sido de aporte en el desarrollo del proyecto para posteriormente ejecutarla de manera segura y responsable manejando el comportamiento y las necesidades de los consumidores y del mercado de modo que estén sujetos a los servicios que se ofrecen, de esta manera también sirvió de aporte para darnos cuenta que el emprendimiento de crear las canchas sintéticas generaran los recursos económicos esperados por los inversionistas, por medio de una atención de calidad estimulando para que las personas acudan al lugar a realizar esta actividad deportiva como es el futbol.

1.2. Categorización fundamental

GRÁFICO N° 1: CATEGORIZACIÓN DE LAS VARIABLES DEL PROYECTO



Fuente: Investigación
Elaborado por: El Investiga

1.2.1. Administración

ARENAS, (2014) sostiene “la administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado” (pág. 5)

GALINDO Y MARTINEZ, (2014) “La Administración es el proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad” (pág17).

De esta forma logramos considerar a la administración como el trascurso de diseñar y conservar un ambiente en el que las personas trabajen en conjunto para lograr alcanzar con eficiencia objetivos determinados. La administración es aplicable a cualquier tipo de organización sin importar que sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas o puede ser a las industrias manufactureras, de servicio etc.

En fin la administración busca darle forma, de manera consistente y constante a todas las organizaciones ya sea pequeñas o grandes sin importar a la actividad que realizan con el fin de alcanzar sus metas, para esto es necesario una persona que esté al frente de dicha actividad el cual puedes de ser llamado Gerente, administradores etc.

En cambio otros autores manifiestan otro tipo de significado a la administración como:

BLACK, determina a la administración “Proceso que estructura y utiliza un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo tareas en un entorno organizacional” (pág. 8)

La administración permite llegar a la consecución de objetivos planteados por una organización mediante la optimización de los recursos que existen dentro de una empresa, por medio de las funciones como la planificación, organización,

dirección y control estos componentes permiten tomar decisiones con las cuales se logra encaminar de una manera correcta a la organización y al personal involucrado generando la gestión administrativa.

La administración reduce el trabajo pues establece, métodos y procedimientos dentro de la organización, para lograr mayor rapidez, efectividad, además es indispensable para un adecuado funcionamiento en cualquier empresa ya que optimiza recursos, realza la productividad, la eficiencia y mejora el ambiente laboral haciéndolo más óptimo.

Por lo tanto se puede señalar que la administración son actividades de direccionamiento en las desistan entidades posibles optimizando es so de recursos y mejorando totalmente su organización; establecer una visión colectiva de crecimiento organizacional en lo colectivo y profesional.

1.2.1.1. Proceso administrativo

KOTLER, Philip, LANE, Kevin, (2009) “El proceso administración consiste en desarrollar y mantener un equilibrio adecuado entre los objetivos, las habilidades y recursos de la empresa, y sus oportunidades de mercado” (pág. 67)

El proceso administrativo siempre sirve de aporte a las personas que dirigen la empresa como pueden ser el gerente los administradores por medio de una metodología integrada para manejar de una forma correcta un organismo o institución.

Dentro de un proceso administrativo intervienen algunos aspectos tanto externos como internos de una empresa o institución, que quiere dar un tratamiento a los recursos de la empresa para que contribuyan al cumplimiento y direccionamiento de lo organizacional, a través de la implantación de estrategias para llegar a la consecución de los mismos.

Un proceso muy particular consiste en las actividades de planeación, organización, dirección, ejecución y control, desempeñadas para establecer y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos”

1.2.2. Emprendimiento

MARTÍN, Victoria E. (2009) “El emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas” (pág. 17).

El emprendimiento es un término actualmente muy utilizado en todo el mundo, Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente desde mucho tiempo atrás en la humanidad en los últimos años, este término se ha vuelto de vital interés, ante la necesidad de destacar los constantes y progresivos problemas económicos.

La palabra emprendimiento procede del francés entrepreneur que significa (pionero), y se describe a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo para llegar a concluir una meta u objetivo, se utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, expresión que después fue aprovechado por financieros que fueron innovadores o adicionaban valor a un producto o proceso ya existente.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de una persona o grupo de personas que tienen ideas innovadoras y aceptan realizar esos retos o nuevos proyectos, esto permite adelantar un paso e ir más lejos de donde ya se ha llegado o se está. El emprendimiento hace que un individuo esté insatisfecho con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

1.2.2.1. Importancia del Emprendimiento.

El emprendimiento en la época actual ha llegado a ser de suma importancia por:

- La necesidad que tienen muchas personas por llegar a obtener una estabilidad económica adecuada y la posibilidad de convertirse en empresarios independientes.
- Para generar sus ingresos sin dependencia de otras personas poniendo en marcha sus propios negocios y a ser sus propios jefes.
- Para crear alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la vida de las personas.

1.2.2.2. Perfil de emprendedor

Al emprendedor no es fácil darle un término pero si se puede establecer algunos aspectos de ellos y se puede manifestar que tienen una serie de actitudes y características que son relevantes y los distinguen de los demás.

- Personalidad idealista y astuta preocupada por hacer dinero pero no obsesionados.
- Le gusta demostrar lo que saben, pueden y valen.
- Tienen capacidad de concentración para resolver y buscar salidas exitosas a problemas.
- No les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar los riesgos si son planificados.
- No tienen todo claro, por lo que tienen miedo como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan.
- Son capaces de sacrificarse por su obra pero sin perder la cordura, son ansiosos y buscan vender un producto o servicio de calidad superior distinto y destacado.

1.2.2.3. Tipos de Emprendimiento

1.2.2.3.1. Emprendimiento Empresarial

Es aquel emprendimiento que permite al ser humano identificar y establecer oportunidades de negocio en su entorno y plantear propuestas empresariales organizadas encaminadas a desarrollar rentabilidad. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como Empresario.

1.2.2.3.2. Emprendimiento Privado

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a desarrollar en entidades particulares, privadas enfocadas a la generación y aumento de riqueza, o de tener una rentabilidad por la inversión realizada.

1.2.2.3.3. Empresarial-Solidario

El emprendimiento que lleva a una persona a trabajar con los individuos de una comunidad de tal forma que logren desarrollar rentabilidad en proyectos propios del territorio y generar bienestar común entre los habitantes.

1.2.2.3.4. Emprendimiento Laboral

Es el emprendimiento que permite al ser humano, desarrollar labores al interior de una organización, establece nuevas estrategias, procesos, planes o ideas que permitan tener un mejoramiento de la organización, en términos administrativos, productivos, comerciales entre otros, pero que no implica la creación de nuevas instituciones. El individuo que se desarrolla en este campo se reconoce como quien lidera, propone y que busca el desarrollo contante de la organización.

1.2.2.3.5. Emprendimiento Académico

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a mejorar su formación con el objeto de profundizar en un campo de acción específico, para desarrollar conocimientos mediante la aplicación de procesos investigativos y de desarrollo.

El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como un investigador, quien toma como vital importancia el conocimiento

1.2.2.3.6. Emprendimiento Social

Emprendimiento que lleva a la persona a identificar las necesidades de una comunidad, dando a conocer el inconformismo, el interés en modificar las condiciones para satisfacer las necesidades mediante el desarrollo de proyectos y propuestas dirigidas a generar bienestar global para las comunidades. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como emprendedor social. Pueden ser iniciativas para la creación de entidades sociales o solidarias, las mismas que se orientan a la ayuda benéfica en este ámbito están las organizaciones no gubernamentales, (ONGS).

1.2.3. Plan de Negocios

GONZÁLEZ, Luis M. (2010) “ UN plan de negocios se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa, así como una guía que facilita la creación o el emprendimiento de una empresa” (pág. 39)

El plan de negocios se basa fundamentalmente en la acumulación de objetivos para desarrollar una idea de un negocio o una empresa y saber si el proyecto tendrá los ingresos que se desea y su factibilidad dentro del mercado, de esta manera se podrá inclinar a los inversionistas al desarrollo del proyecto o trabajo sin temor a que la entidad creada fracase.

El plan de negocios es un modelo que se deberá seguir durante su implementación y en el transcurso de su funcionamiento para que el proyecto sea de beneficio a los inversionistas y lo realiza sin ningún tipo de dificultad, ya que cuenta con información muy importante y necesaria de lo que tiene que ser la empresa o

negocio. En definitiva el plan de negocios son los pasos escritos que se deben seguir para la conformación de una empresa y para poder ponerla en marcha.

1.2.3.1. Importancia de un Plan de Negocio

El plan de negocio nos ayuda a valorar la actividad de una institución o empresa, así como los diferentes caminos que se debe tomar para direccionarla dependiendo el lugar en el que se encuentre. Un plan de negocio sirve para ofrecer información a quienes van a poner en marcha cualquier proyecto en este caso para que los inversionistas tengan claro de que es lo que se pretende realizar y sea confiable para que ellos aporten en la ejecución del proyecto y no tengan dudas de dar su apoyo financiero.

1.2.3.2. Objetivos del Plan de Negocios.

El Plan de Negocios tiene como objetivo ayudar a alcanzar un conocimiento amplio de la empresa o la actividad que pretende poner en marcha. Al mismo tiempo encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir reunir los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

El plan de negocios puede servir como un elemento de planeación de la empresa con dos objetivos principales:

- Organización interna de la empresa.
- Puente de comunicación entre la empresa y terceros para obtener apoyo financiero o técnico.

El plan de negocios tiene como intención demostrar la viabilidad económica y financiera de un proyecto. En el caso de los planes de negocios se hace hincapié en el análisis de mercado además sirve para justificar ante los inversionistas y promotores del proyecto, la conviencia de llevar a cabo el proyecto de inversión.

1.2.3.3. Estructura de un Plan de Negocios

La mayoría de las personas creen que un plan de negocios solo se desarrolla cuando va a emprender con un negocio o servicio, sin conocer que también se realiza cuando un negocio ya está en funcionamiento, puede ser al momento de poner un nuevo producto o incrementar el área de mercado, entre otros.

De la misma manera muchos piensan que un plan de negocios solo es para las grandes empresas que tienen una gran cantidad de producción o servicios, un plan de negocios siempre debe aplicar el emprendedor sin importar el tamaño de la entidad sea grande o pequeña, en especial en la actualidad ya que existe mucha competencia y es cada día más difícil sacar un producto al mercado tratando siempre que el negocio salga adelante y sobresalga de los demás.

1.2.3.4. Resumen Ejecutivo

Se compone de un breve resumen de las partes que tiene un plan de negocios, las condiciones que justifican el desarrollo del proyecto, los recursos requeridos y la viabilidad del proyecto.

1.2.3.4.1. Definición del Negocio

En esta parte se establece cual es la empresa, negocio o servicio que se pretende poner en marcha también se establece los objetivos, estrategias el nombre de la institución y su localización.

1.2.3.4.2. Nombre del Negocio

Debe ser claro y sencillo que se pueda pronunciar a más de ello se describe la ubicación el tipo de empresa al que corresponde, la actividad que va a realizar por ende conocer su mercado meta

1.2.3.4.3. La Descripción del Negocio

En esta parte se debe realizar una breve explicación de la empresa o negocio y describir el producto o servicio que se está ofertando señalando sus características principales

1.2.3.4.4. Características Diferenciadoras

En esta parte se va a detallar los atributos que posee el negocio o el producto con la finalidad que se pueda identificar o distinguirlo de la competencia es decir a aquí vamos a dar a conocer cuál es el valor agregado que hace que sea diferente a los demás.

1.2.3.4.5. Ventajas Competitivas

Es la capacidad o la ventaja que posee una empresa a diferencia de otras empresas del mismo sector o mercado con la cual puede seguir cumpliendo con sus objetivos de la mejor manera pero sin embargo hay que estar a la vanguardia ya que el mercado sufre cambios constantes.

1.2.3.4.6. Público Objetivo

El mercado objetivo al cual se dirige, por sus principales características que tiene el consumidor, en primer lugar se deberá realizar una segmentación de mercados que me permitió elegir al mercado más atractivo para incursionar con la idea del negocio.

1.2.3.4.7. La Visión de la Empresa

La en focalización de la empresa, la visión es la cual indicará hacia dónde se dirige éste proyecto a largo plazo o mediano plazo, aquello en lo que pretende convertirse en el futuro.

1.2.3.4.8. La Misión de la Empresa

La creación de la misión permitirá indicar el objeto, propósito o razón de ser a lo que la empresa se va a dedicar, la misión tendrá en forma global el pensamiento permitiendo ver a dónde quiere llegar con el tiempo dentro del mercado de las canchas de césped sintético.

1.2.3.4.9. Las razones que justifican la propuesta del negocio

Son las razones por la que encontrado atractiva la idea de negocio, por lo que considero la idea como una oportunidad de negocio, o porque se piensa que el proyecto tendrá éxito, razones como pueden ser, una necesidad insatisfecha, un mercado en crecimiento, alguna ventaja competitiva y quiera aprovechar, etc.

1.2.3.4.10. Los objetivos del negocio

Los objetivos del negocio tanto generales como específicos, busca el éxito una vez que este puesto en marcha el negocio, aumentar las ventas en el sector, llegando ser líder en el mercado local y porque no regional, además de examinar nuevas alternativas de servicio para los clientes.

1.2.3.4.11. Las estrategias del negocio

Las principales estrategias del negocio que se utilizarán y que permitirá alcanzar los objetivos propuestos, son estrategias que llegarán a ser la diferencia en cuanto al servicio que se ofrecerá, el contar con servicios de primera calidad, será una de la fortalezas de la empresa, el establecer estratégicamente los canales de distribución, ayudará mantener contacto de una forma más directa con los clientes, el desarrollar políticas de comercialización, diseñar estrategias de marketing, entre otras cosas, establecerá un direccionamiento correcto del proyecto.

1.2.4. Estudio de Mercado

Según BACA Urbina (2006), Manifiesta que: Estudio de mercado es la primera parte de la investigación en la que determinamos y cuantificamos la demanda y oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización, través la identificación, recopilación y análisis de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia (Pg. 7)

El estudio de mercado radica en el estudio, observación y análisis de los resultados que se presentan al realizar una investigación, lo que permitirá identificar cual va a ser el mercado en el cual se examina los elementos que intervienen como la demanda, oferta y competencia, de la misma manera cómo se ejecutará la comercialización o diseño las estrategias.

Dentro de este estudio vincula absolutamente a todos los participantes, es decir a todos los que intervienen en el mercado como son los proveedores, clientes, competencia, para poder determinar cuáles son las oportunidades de la misma manera también las debilidades y amenazas, de esta manera se realizan estrategias óptimas para satisfacer la demanda existente de los clientes potenciales.

1.2.4.1. Objetivo del Estudio de Mercado

El estudio de mercado sirve para obtener una noción de la cantidad de consumidores que ocupan un servicio o adquieren algún producto que se oferta en un lapso de tiempo que puede ser a mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. También el estudio de mercado indica si los elementos y descripciones del servicio o producto pertenecen a las que el cliente desea adquirir. De la misma manera el estudio nos señalará qué tipo de clientes son los interesados en adquirir dicho producto o servicio y así poder dirigir la producción en base a esas necesidades. Por último, el estudio de mercado facilitará la información para poner un precio apropiado en el producto o servicio y combatir

dentro del mercado actual, o bien asignar un precio más razonable pero con una razón previamente justificada.

1.2.4.2. Beneficios de la Investigación de Mercado

- La información es más amplia y de mejor para tomar decisiones acertadas las cuales ayuden siempre en el desarrollo de las empresas.
- Suministra información real y acertada en términos exactos que sean muy útiles y ayuden con éxito a solucionar problemas que se presentan en los negocios.
- Permite identificar el tamaño del mercado el cual se desea cubrir al vender o dar un servicio y también al momento de introducir un producto.
- Sirve para establecer qué tipo de producto que debe elaborar o comercializar, con base en las necesidades presentadas por los consumidores.
- Establece el método de ventas más apropiado, en base a o lo que el mercado está solicitando.
- Precisa las características de los consumidores al que satisface o intenta satisfacer la empresa en cuanto a los diferentes gustos, preferencias, costumbres de compra, estatus económico, entre otra cosas.
- Aporta para saber cómo surgen y cambian los gustos y preferencias de los usuarios, para que de esta manera la empresa responda y se adapte a ellos y no quede fuera del mercado.

1.2.4.3. El Mercado

Es un espacio físico o virtual que está compuesto por cientos de personas, empresas asaciones con aspectos muy diferentes como la cultura, las preferencias de comprar, los estilos, deseos, la capacidad de compra, etc. En síntesis el mercado es el espacio donde se realizan transacciones de compra y venta de bienes o servicios es decir de intercambio de bienes por dinero.

1.2.4.4. Análisis del Sector

El análisis del sector consiste en una descripción del negocio en el cual se va a ubicar, así como de los antecedentes de ésta, y de cómo ha ido evolucionando en cuanto al crecimiento del sector en las ventas pasadas, actuales y futuras, las fuentes primarias y secundarias de donde se buscará la información para el respectivo análisis.

1.2.4.5. Segmentación de Mercados

Es un proceso de dividir los diferentes segmentos de un mercado en grupos reducidos con diferentes gustos y preferencias que realiza la empresa con el propósito de llegar a cada una de ellas utilizando diferentes estrategias o mezclas del marketing de esa forma busca mejorar la ventaja competitiva

1.2.4.6. Tipos de Mercado

Los tipos de mercado se subdividen en tres partes de acuerdo a las características de las personas o empresas:

- ✓ Mercado de consumidores: está compuesto por personas que adquieren un producto o servicio para su consumo propio mas no para obtener algún tipo de utilidad o beneficio.
- ✓ Mercados industriales: está compuesto por personas, empresas u organizaciones que adquieren productos para transformarlos en otros productos y es utilizado para la labor diaria, es decir, compran materia prima.
- ✓ Mercado de revendedores: está compuesto por intermediarios que adquieren diversos productos en gran cantidad a precios reducidos para luego volver a venderlos con el fin de obtener utilidades.

1.2.4.7. Selección del Mercado Meta

KOTLER y ARMSTRONG, consideran que un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"(Pág. 7)

KOTLER y ARMSTRONG, la determinación de mercados meta es el proceso de evaluar qué tan atractivo es cada segmento de mercado y escoger el o los segmentos en los que se ingresará. (Pág. 7)

En ese sentido, ambos autores sugieren que las empresas deben enfocarse hacia segmentos en los que puedan generar el mayor valor posible para los clientes, de manera rentable y sostenible a través del tiempo

Es una parte del mercado a donde la empresa apunta para prestar sus servicios ya que una organización no puede atraer a todos los consumidores porque son exageradamente numerosos varían en sus necesidades y costumbres al adquirir un producto.

Debido a la existencia de un gran número de consumidores una empresa debe elegir su mercado meta este consiste en un proceso de evaluación de cada uno de los segmentos y selección de uno o más que permitirá obtener utilidades o algún beneficio en conclusión es importante y obligatorio que una organización identifique y seleccione su mercado meta para que conozca y diseñe una mezcla de marketing adecuada.

1.2.4.8. Características del Mercado Meta

Las características principales son:

- Es necesario elegir el o los mercados meta porque existe grandes cantidades de clientes y es muy difícil que una empresa pueda satisfacer sus necesidades.

- Ve las oportunidades de un negocio donde este pueda satisfacer las necesidades.
- Permite realizar estrategias de marketing adecuadas.
- Ayuda a conocer mercados propios donde no existe competencias aumentando posibilidades de crecer día con día.

1.2.4.9. Posicionamiento en el Mercado

Existen gran variedad de productos o servicios por lo mismo el consumidor no puede identificar a todos al momento de comprar es por ello que ha optado en simplificar la decisión de compra en categorías es decir a dar posicionamiento a cada producto en su mente identificando los atributos del producto sea este en su tamaño, calidad, precio, etc. En si el posicionamiento se puede definir como la imagen de un producto gravado en la mente de los posibles consumidores en relación con otro y a la vez que compitan con otro de igual características o similar.

1.2.4.10. El Comportamiento del Consumidor

ARELLANO (2004) denomina el comportamiento del consumidor como aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios. (Pg. 10)

HOFFMAN (2007) define al comportamiento del consumidor como el conjunto de reacciones de un sujeto ante un producto o servicio que puede llegar a satisfacer sus necesidades o deseos, los cuales son provocados por el posicionamiento del producto o la influencia del medio (Pg. 17).

1.2.4.10.1. Aspectos culturales

Son las características que ejercen la influencia más amplia y profunda sobre el comportamiento del cliente. Éstas son:

Cultura
Clase social
Creencias
Costumbres

1.2.4.10.2. Aspectos sociales:

En el comportamiento del consumidor repercuten asimismo en factores que tienen que ver con los grupos sociales que la rodea, entre ellos están:

Grupos de referencia

- Familia
- Estatus

1.2.4.10.3. Aspectos personales:

En las decisiones de un comprador influyen las características externas, las cuales no son manejables por las empresas pero puede adaptarse a ellas, si se toma las medidas correctas, sobre todo:

- Edad y etapa del ciclo de vida
- Ocupación
- Circunstancias económicas
- Estilo de vida
- Personalidad
- Moda

1.2.4.11. Demografía

El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad. Lo más común es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas.

1.2.4.11.1. Cambios en la Demografía del Consumidor

Los cambios en la demografía es decir, la distribución por edades, ingresos, educación, composición étnica y estructura de hogares de la población afectan las actividades de los comercializadores. Por ejemplo, un cambio importante en la estructura de un hogar ha sido la disminución en el número de integrantes de la familia. Ahora, la mayoría está conformada por tres integrantes.

Por lo siguiente, los comercializadores de muchos productos, tienen que tomar en cuenta la repercusión de los hogares más pequeños en la preparación de comidas, el tamaño de aparatos electrodomésticos y los tamaños de los envases.

1.2.4.12. Geografía

Los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunas, barrios. Debe tenerse en cuenta que algunos productos son sensibles a la cultura de una nación, pueblo o región.

1.2.4.13. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda es quizá la parte más importante del estudio de mercado, consiste en analizar el público objetivo al cual se dirigirá, conocer sus principales características, y procurar descifrar qué tan dispuesto estaría el consumidor en adquirir nuestros productos o servicios además en donde se encuentra el mercado meta para enfocar y dirigir nuestra propuesta de negocio.

1.2.4.13.1 Tipos de Demanda

Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto, es que el producto o servicio tenga un mercado establecido, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, esto permitirá el ingresar a un nuevo mercado y lo segundo a crecer.

1.2.4.13.2. Demanda Actual

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esa sería la demanda real.

1.2.4.13.3. Demanda Satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez habrían consumido una hamburguesa y al final que habrá dicho que bien que está (bueno esta es una satisfecha porque quedaste conforme y a la vez accediste al producto)

1.2.4.13.4. Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez habría Una hoja de afeitar y al momento de utilizarla pareciera que hubiese sido reciclado y por consiguiente se sentían estafados (bueno esta es una demanda insatisfecha)

1.2.4.13.5. Demanda Potencial

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real, por ejemplo, para los que ofrecen pañales descartables, las mujeres embarazadas constituyen una demanda potencial (por al niño que está por venir)

1.2.4.13.6. Pronóstico de la Demanda

Para ello, al momento de hacer el análisis de la demanda se procurará descifrar las intenciones de compra del nuevo producto por parte de los consumidores y el grado de aceptabilidad que el servicio o el producto tendrá.

1.2.4.14. Análisis de la Oferta

El análisis de la oferta es el estudio realizado a las empresas que competirán con el negocio, ya sean estas empresas que produzcan o vendan productos similares al nuestro (competencia directa), o empresas que elaboren productos o servicios sustitutos al nuestro.

1.2.4.15. Análisis de la Comercialización

El diseño de estrategias donde quiero poner en práctica para la comercialización para el producto o servicio, y los canales de distribución que desearía ocupar también si debería aplicar marketing MIX donde se diseña estrategias para el producto, precio, plaza, promoción.

1.2.4.16. Categoría de Clientes

Los mercados pueden dividirse de acuerdo al tamaño de la población y éstas según sean del sector gubernamental, privado o sin ánimo de lucro. En cada clasificación el proceso en la decisión de compra tiene características diferentes que está determinado por distintas reglas, normas, sistemas de evaluación, y también por distintos niveles de especialización en la compra.

Las anteriores variables para la segmentación están orientadas hacia los mercados de consumo. Sin embargo, los mercados industriales pueden segmentarse utilizando también estas variables pero también otra muy importante como es la segmentación por enfoque de nido.

1.2.4.17. Segmentación por Enfoque de Nido

Se le llama de nido porque es una estructura de criterios que se va construyendo de afuera hacia adentro. Estos criterios son factores demográficos, variables operativas tales como tamaño, la necesidad de servicios y de tecnología; lo

enfoques de compra del cliente son las estructuras al poder adquirir un bien o servicio de una empresa, criterios y políticas de compras; factores situacionales como la urgencia, el tamaño del período para aplicación específica del producto.

En el núcleo del nido estarán las características personales del comprador como son su actitud hacia el riesgo, lealtad hacia el proveedor, semejanzas entre vendedor y comprador.

1.2.4.18. Recopilación de Información

Una de las cosas que debería tener claro, en el mundo de los negocios, es que existe la necesidad de recopilar información sobre lo que piensan las personas (público objetivo) del producto o servicio que se ofertaría. Un grave error nuestro sería pensar que todos pueden tener el mismo pensamiento frente al producto o servicio que se piensa introducir al mercado, por tal motivo el proceso de recopilación de información tanto cuantitativa y cualitativamente permitirá tomar decisiones relacionadas con el producto o servicio a ofrecer; también podrá establecer una política de precios, determinar los canales de distribución para llegar de una mejor manera a nuestro público objetivo, etc. El procesamiento de la información contempla dos tipos de fuentes

- Primarias.- Estas están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, es la información que se levanta a través de una investigación de campo, la cual se realiza al mercado y a los integrantes del mismo, así tendré.
 - ✓ Método de observación.- Consiste en ir con el usuario y observar su conducta.
 - ✓ Método de experimentación.- Consiste en usar u observar los cambios de conducta.
 - ✓ Acercamiento y conversación directa del usuario.
- Secundaria.- Son aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa.

- ✓ Ajenas. A la empresa, como las estadísticas de las cámaras de comercio, las revistas especializadas, organizaciones gremiales entre otras fuentes de estudio en las que se pueda tener información sobre el tema.
- ✓ Provenientes. De la empresa, como lo es toda información que se reciba a diario por el solo funcionamiento de la empresa, como lo son las facturas de venta, esta información puede no solo ser útil sino la única disponible por el estudio, esta información por la característica que es interna es muy delicada al momento de su manejo, porque puede utilizarse de forma incorrecta y causar daño a la empresa que facilito la información.

1.2.5. Estudio Técnico

BACA Gabriel (2006), Estudio Técnico es: “El análisis y la determinación de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”. (Pág. 91)

El estudio técnico es un plan operativo que muestra los requerimientos físico, funcionamiento y planteamiento del proceso de un negocio, la capacidad y cantidad de producir, la infraestructura de la entidad en donde realiza su producción, mediante este estudio se determina estos aspectos para un correcto funcionamiento de la empresa.

En el estudio técnico se conoce los procesos y métodos adecuados e idóneos que se aplicaran para la elaboración de un producto, mediante este estudio se puede determinar la maquinaria necesaria y los implementos adecuados para la producción además de ellos se establece la mano de obra de especialistas y producción para llegar a cumplir los objetivos propuestos de una manera óptima, se pude también realizar la correcta distribución de la planta para mejorar los tiempos en desarrollar las actividades y elaborar un producto para cubrir la demanda del mercado en un tiempo establecido.

1.2.5.1. Requerimientos Físicos

En esta parte se presentan los recursos físicos que se necesitan para poner en marcha la empresa o entidad según la necesidad que se tenga como son maquinaria, herramientas, infraestructura mobiliario, materia prima entre otros.

Estos aspectos mencionados anteriormente son de suma importancia para desarrollar un negocio, con algunos de estos requerimientos se conseguirá poner en marcha el plan de negocios que se está planteando en esta propuesta.

1.2.5.2. Localización

En esta parte se presentan los recursos físicos que se necesitan para poner en marcha la empresa o entidad según la necesidad que se tenga como son maquinaria, herramientas, infraestructura mobiliario, materia prima entre otros.

Estos aspectos mencionados anteriormente son de suma importancia para desarrollar un negocio, con algunos de estos requerimientos se conseguirá poner en marcha el plan de negocios que se está planteando en esta propuesta.

1.2.5.3. Factores Determinantes de la Localización

Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación fija de una entidad, existen componentes a veces influyen en la decisión final de la localización de la empresa, así tenemos:

- La política tributaria del gobierno
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- Disposiciones municipales

1.2.5.4. Estructura Jurídica

Es el carácter jurídico que tiene o tendrá un negocio o empresa para el futuro, bajo qué constitución se va establecer como persona natural o jurídica, en una empresa individual o en sociedad.

1.2.5.5. Estructura Orgánica

Se trazará la descripción organizacional o estructural del negocio es decir la división de las áreas o departamentos que disponga en la organización, para tener un ordenado flujo de actividades dentro de la empresa y de las relaciones jerárquicas.

1.2.5.6. Cargos y Funciones

En esta parte se señala los puestos de trabajo y cargos asignados a cada persona que conforman las áreas de la empresa, como son sus diferentes departamentos o unidad orgánica, así como las funciones dadas que tendrán que cumplir cada una de las personas que integra la entidad.

También se numera las funciones y tareas de cada puesto, así como sus responsabilidades y obligaciones.

1.2.5.7. Requerimiento de Personal

De la misma manera se menciona que el personal requerido para los diferentes puestos deben ser adecuadamente asignados según el puesto o área de trabajo en el cual va a ejercer sus actividades, por eso se debe señalar cual es la cantidad necesaria de vacantes el cargo que van a ejercer y el perfil profesional que deben tener las personas que postularán por un puesto de trabajo

Para la selección es necesario dejar claro cuál es el perfil que debe cumplir el personal las características que debe poseer como las habilidades, experiencia, destrezas adecuadas para poder postular, mediante una adecuada selección del personal.

1.2.5.8. Gastos de Personal

En esta parte se determina el salario que van a tener los trabajadores según el cargo que ejercen dentro de la empresa también se establece sus beneficios.

Por otra parte también se demuestra la proyección de los gastos totales que se emplearan para el personal para el lapso de tiempo en que se proyecta el plan de negocios.

1.2.6. Estudio Económico Financiero

Según **BACA** Gabriel (2006), El Estudio Económico Financiero es: “Cualquier nuevo negocio presupone la cuantificación del volumen de capital que será necesario invertir para desarrollar la actividad elegida. El volumen de los recursos financieros a invertir dependerá de las características del negocio y fundamentalmente de la capacidad de inversión del emprendedor”. (pág. 73)

MENESES ÁLVAREZ, Edilberto (2001) el estudio financiero “constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y, finalmente la estructura financiera expresada por el balance general proyectado”.

El estudio económico y financiero de un trabajo de investigación o un proyecto representa a un proceso que busca la mejor alternativa para desarrollarlo, es decir, que permita identificar si el proyecto generara ingresos durante el transcurso de

funcionamiento, con el objetivo de mejorar el financiamiento y sirve para la toma de decisiones importantes como son:

- La decisión de inversión
- La decisión de financiamiento.

En el estudio que se realiza para el plan de negocios se deberá incluir la inversión fija requerida, los activos intangibles, el capital de trabajo, la inversión total requerida, la estructura del financiamiento, y las fuentes financieras. Donde se expondrá la inversión inicial detallando los elementos relacionados con el estudio financiero para conocer lo que se requiere y poner en marcha el proyecto.

Es importante determinar apropiados niveles de inversión para cubrir rubros relacionados a la contratación del personal, adquisición de materias primas y el pago de determinados costos de fabricación, dichos rubros se los considera como capital de trabajo los mismos que deberán ser cuantificados por lo menos para el tiempo en que la empresa empezará a generar ventas.

1.2.6.1. Inversión Fija

MENESES ÁLVAREZ, Edilberto (2001) la inversión fija se refiere “a las adquisiciones de ciertos bienes que tienen un carácter operativo para la empresa, como son terrenos, edificios, maquinaria y equipo, muebles y enseres, etc. Y cuyo fin es dar soporte a la actividad de producción de bienes y servicios”.

La propuesta de negocio se realizara por medio de una lista de activos fijos como son todos los objetos tangibles que se utilizan para el correcto funcionamiento del negocio, también se determina el valor de cada, los mismos que se establecerá en el plan de negocios.

- Muebles y enseres: son los equipos y mobiliario que tiene la empresa como, por ejemplo, teléfono, registradora, sillas, extintores, mesas en los que están dentro del presupuesto que se establecerá para el local.

- Maquinaria y equipos: comprende lo necesario para la elaboración de un producto o puede ser para prestar un servicio como taladros, herramientas, maquinas, entre otros.
- Terrenos y edificios: es la infraestructura que se requiere para poner en funcionamiento la empresa y la inversión requerida estos comprenden los terrenos, edificios, pintura, acabados, entre otros

1.2.6.2. Activos Intangibles

MENESES ÁLVAREZ, Edilberto (2001) manifiesta que la inversión diferida “es todo aquello que se realiza sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar”.

Son los activos a utilizar que no se pueden ver pero estarán presentes en la empresa se denominan elementos intangibles y de ellos también depende el funcionamiento de la empresa

- Investigación y desarrollo: Investigación de mercados, diseño de servicios, capacitaciones de utilización de los materiales y los accesorios, etc.
- Gastos de constitución y legalización: legalización de la empresa, permisos, registros, entre otros, Que serán obtenidos en las instituciones pertinentes que van en conformidad con la actividad.
- Imprevistos: inversión determinada para los gastos que son inesperados.

1.2.6.3. Capital del Trabajo

BACA URBINA, Gabriel (2006) el capital de trabajo “es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico,

está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa”.

Este capital es necesario para poner en funcionamiento la empresa en el transcurso del primer periodo de producción hasta obtener un posicionamiento en el mercado y contar con las cantidades suficientes para seguir operando normalmente, sin requerir de mayor inversión es lo que se plateará con los índices financieros.

1.2.6.4. Inversión Total

Es la capital total que se invirtió en el desarrollo del proyecto como los activos intangibles y el presupuesto de trabajo, además de los elementos que se necesitarán para la propuesta en la cual se está planteando el monto de la inversión, ya que es un proyecto emprendedor con el cual se facilitara las necesidades de las personas que gustan del deporte.

1.2.6.5. Estructura del Financiamiento

Aquí se verá si el proyecto será solo financiado con capital propio o si es necesario el aporte de alguna entidad financiera.

De darse el caso de necesitar del aporte de una entidad externa el porcentaje del total de la inversión que se cubrirá con el financiamiento y con capital propio, más el capital externo.

1.2.6.6. Fuentes Financieras

En caso de hacer uso de un financiamiento externo, deberá conocerse de antemano la fuente que otorgará el crédito, una breve descripción de las condiciones o requisitos a cumplir para acceder a un préstamo bancario, el banco o una entidad financiera me otorgará el crédito y señalará las características del préstamo

1.2.6.7. El Estudio de Ingresos y Egresos

El estudio de los ingresos y egresos señala los futuros ingresos y egresos del negocio para el período de tiempo en que está proyectado el plan de negocios. Este debe incluir los presupuestos, el punto de equilibrio, el flujo de caja proyectado, el estado de ganancias y pérdidas proyectado, el balance general proyectado, luego del estudio de la inversión, el financiamiento, la siguiente parte o sección de un plan de negocios es el estudio de los ingresos y egresos, en el cual se señalará lo futuras entradas y salidas de capital, para el período en el que estará proyectado el plan de negocios para la comercialización de materiales para el sector.

1.2.6.8. Presupuestos de Ingresos

En este punto se desarrollará los presupuestos de ingresos para el período de tiempo en que se irá a proyectar el plan para la creación de la comercializadora, dependerá de los objetivos de la propuesta y del tipo de negocio que planteó realizar, lo recomendable es hacer una proyección de 3 a 5 años, realizando proyecciones mensuales para los primeros 12 meses, y luego proyecciones anuales para los siguientes 2, 3 o 4 años.

A menos que no existan otros tipos de ingresos, los presupuestos serán y estarán básicamente conformados por los siguientes presupuestos:

Presupuesto de venta

Presupuesto de cobros

1.2.6.9. Presupuestos de Egresos

Los presupuestos de egresos para el mismo período de tiempo en que estará proyectado la empresa, los ingresos son los que se tendrá en cuenta en los siguientes presupuestos básicos.

En una empresa comercializadora (dedicada a la compra y venta de productos):

- ✓ Presupuesto de compras
- ✓ Presupuesto de pagos
- ✓ Presupuesto de gastos administrativos
- ✓ Presupuesto de gastos de ventas
- ✓ Depreciación
- ✓ Amortización de intangibles
- ✓ Presupuesto del pago de la deuda

1.2.6.10. Punto de Equilibrio

Es el punto de equilibrio del negocio, es decir, el punto de la actividad en que la empresa debe buscar que los ingresos (las ventas) sean iguales a los egresos que tendrá manejar en el momento de realizar sus operaciones.

1.2.6.11. Flujo de Caja Proyectado

En este punto desarrollara el flujo de caja proyectado o presupuesto de efectivo el que se manejará en el plan de negocio, para conocer cómo estará el flujo del dinero en la empresa.

1.2.6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado

Se desarrolló el estado de ganancias y pérdidas proyectado o presupuesto operativo el cual dará los ingresos y los gastos que se tendrá en la puesta en del proyecto, conociendo un estimado para los próximos años de las actividades del negocio.

1.2.6.13. Balance General Proyectado

Y finalmente, se desarrollará el balance proyectado de la de los servicios y productos que ofrece el negocio, donde estará toda la información financiera de las actividades que la empresa.

1.2.6.14. La Evaluación del Proyecto

La evaluación del proyecto describe el desarrollo de la investigación financiera realizada al proyecto, en esta se deberá incluir el período de recuperación de lo invertido y los resultados de los indicadores de rentabilidad utilizados.

1.2.6.15. Período de Recuperación de la Inversión

En este periodo se determina el tiempo de recuperación del capital que se invirtió durante el transcurso y desarrollo del proyecto, se debe tomar en cuenta el estudio y el financiamiento

1.2.6.16. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Cuando existe el capital necesario para llevar a cabo un proyecto aportado totalmente por una persona física, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). La referencia para que ésta tasa será determinada en el índice inflacionario. Sin embargo, cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino más bien que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento en el crecimiento en su dinero.

Se define a la TMAR como:

$$TMAR = i + f + if$$

Dónde:

f= inflación

i= premio al riesgo

Cuando se evalúa un proyecto en un horizonte de tiempo de más o menos 5 años, la TMAR calculado deberá ser válida no solo en el momento de la evaluación, sino durante los años o período de evaluación del proyecto. El índice inflacionario para calcular la TMAR debe ser el promedio del índice inflacionario pronosticado para el período de tiempo en que se ha decidido evaluar el proyecto. Los pronósticos deben ser de varias fuentes nacionales o extranjeras.

1.2.6.17. VAN y TIR

En un trabajo siempre es importante investigar la rentabilidad que tendrá el proyecto y ver si será o no viable.

El valor actual neto (VAN) calcula la rentabilidad y ganancia que genera el proyecto es decir en un indicador financiero que determina los ingresos y egresos a futuro que tendrá el proyecto para identificar si luego del periodo establecido aparte de la inversión nos quedara alguna ganancia.

El (TIR) hace referencia a la tasa interna de retorno de una inversión que llega a tener un proyecto. Para poder encontrar el TIR es necesario encontrar el tamaño de la inversión y el flujo de caja neto.

La mayoría de personas piensan que el TIR y el Van solo se aplica para la inversión y el desarrollo de nuevos proyectos y no es así, también se utiliza para realizar inversiones en empresas que ya están desarrollando sus actividades y se aplica para la nueva adquisición de maquinaria o elaboración de un nuevo producto.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Introducción

El estudio de mercado es una herramienta que nos ayuda a obtener información, datos, resultados que de una u otra manera estos serán analizados y procesados mediante la utilización de herramientas estadísticas y de esa forma permite conocer la aceptación o no del negocio y las complicaciones del servicio dentro del mercado.

El estudio de mercado también sirve para conocer si existe o no la demanda insatisfecha si satisface sus necesidades, si supera las expectativas con este plan de negocios que permitirá la creación de una cancha de césped sintético en el barrio brazales de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi en el cual se analizara la demanda, la oferta, la distribución de los consumidores del servicio tomando en cuenta el sector geográfico, sexo, edad, necesidades, deseos del consumidor, presentación del servicio, las publicidad, precios, la capacidad de la adquisición de los clientes presentes y futuros las probabilidades de venta a corto plazo, la competencia, las condiciones económicas, todo esto para conocer qué es lo que necesariamente buscan los consumidores en el servicio a ofertar en definitiva se determina los principales puntos del estudio de mercado con la cual se va a tomar mejor las decisiones al considerar la creación de una nueva cancha de césped sintético.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo General

Identificar la cantidad de clientes reales y potenciales que ocuparan el servicio de alquiler de una cancha de césped sintético en el barrio Brazales de la ciudad de Latacunga

2.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar el precio del servicio de alquiler de la cancha.
- Determinar oferta actual del servicio de alquiler de la cancha.
- Identificar la demanda potencial que utilizaran el servicio de alquiler.
- Identificar la demanda insatisfecha para la creación de una cancha de césped sintética en el barrio Brazales Cantón Latacunga.

2.3. Descripción y Características del Servicio

GRÁFICO N° 2. CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO



Fuente: <https://www.google.com>

Para ofrecer el servicio de alquiler de una cancha de fútbol es necesario que el césped sea de calidad y resistente, el mismo tendrá canales de aguas de lluvias debido a que estará a la intemperie, además como los partidos se harán en la noche contara con una iluminaria adecuada, también contara con implementos necesarios como equipos de juego, servicio de bar, minimarket, camerinos, etc., para que el consumidor se sienta a gusto y cómodo al momento de hacer su

deporte favorito, en conclusión se busca brindar un buen servicio que sea completo y de calidad para los clientes.

Dimensiones del terreno de juego no tiene como regla un solo tamaño más bien esto varía de acuerdo a la capacidad económica y al tamaño del terreno, por este motivo las canchas sintéticas varían sus dimensiones, naturalmente una cancha debe ser rectangular para especificar de forma detallada como va estar construida se especifica a continuación en metros cuadrados 30 ms. de largo por 15 ms. de ancho es decir de 450 m² de terreno de juego, alrededor está formado por cerramiento o muro construidos por mallas con una altura de 2.5 metros de altura aproximado adicional a esto también se debe ubicar mallas de pescador con una altura aproximada de 4 a 5 metro de esa forma queda un cerramiento de 7.5 metro de altura.

2.3.1. Descripción del producto

- ❖ Color bicolor
- ❖ Backing doble reforzado
- ❖ 50mm de altura
- ❖ 5/8 de galga
- ❖ Certificado ISO 900, ISO 14001
- ❖ Protección 100% U.V.
- ❖ Polietileno 100%

GRÁFICO N° 3: CÉSPED SINTÉTICO



Fuente: <https://www.google.com>

2.3.1.1 Color

Para este tipo de deporte comúnmente es el color verde y a más de ello es el que más se asemeja al césped natural lo cual hará sentir al usuario la sensación de la naturalidad.

2.3.1.2 Los arcos

Las dimensiones de los arcos es de 3.5 metro de largo por 2 metro de alto esto nos ayuda a que se pueda tener mayor cantidad de goles y que la adrenalina aumente en cada encuentro.

2.3.1.3 Iluminación

Esto es muy importante dentro del campo de juego de esta manera no dificultará la visión de los jugadores, del árbitro y de los espectadores por lo general se usa ocho reflectores que son colocados en los tubos del cerramiento en una altura aproximada de 7.5 metro.

2.3.1.4 Equipos de juego

Contará con chalecos, estos serán de primera calidad para que se puedan distinguir de un equipo con el otro y puedan jugar cómodos sin inconvenientes en el caso de no tener uniforme o los colores de su uniforme sean parecidos, balones estos serán de marca reconocida como Puma Nike etc.

2.3.2. Servicios adicionales

2.3.2.1. Campeonatos

Se organiza tres torneos masculinos en el año y dos torneos femeninos en el año, se especificará un valor para la inscripción por cada equipo y el equipo ganador recibirá un premio económico, trofeos, medallas.

2.3.2.2. Camerinos

Se implementara un camerino de 15 metro cuadrados con dos duchas y con puertas individuales dos baños y cuatro lavamanos en dos de ellos con espejo para la comodidad del usuario.

2.3.2.3. Parqueadero

Se establecerá de un lugar para los clientes puedan estacionar su vehículo para evitar robos y accidentes este cotara con un guardia de seguridad.

2.3.2.4. Tribunas

Dentro de las instalaciones contaremos con graderíos a cada lado para todas las personas que vienen a ver los encuentros y a la vez para los jugadores que esperan tiempo de juego.

2.3.3.5. Bar

Este lugar es el más importante porque en él se dispondrá de bebidas caliente y frías bocaditos snack, comida de casa para las personas que se encuentre en las instalaciones de Zona Fútbol el “CHESPT”.

2.3.2.6. Internet, TV cable

Estos son servicio adicionales pero de suma importancia ya que las personas que venga solo por a acompañar pueda distraerse en el internet o lo que es más puedan observar por TV cable los partidos más importantes sean de localidad o internacionales.

2.3.4. Productos Sustitutos

Este negocio no posee productos sustitutos ya que son servicios que comúnmente se da en un centro deportivo .pero cabe señalar que existe lugares sustitutos que pueden sustituir a las canchas de césped sintético como;

- Calles
- Estadios
- Escuelas
- Universidades
- Terrenos baldíos
- Plazas centrales

2.4. Investigación de Mercados

Ayuda a recopilar, analizar, difundir y aprovechar los datos e información recolectados en la investigación, fortaleciendo los conocimientos adquiridos para la toma de decisiones en la ejecución del servicio.

2.4.1. Problema

La actividad deportiva es la base fundamental para el mantenimiento, distracción y desarrollo de los seres humanos así mismo para conservar y tener una salud buena, el fútbol es el deporte de mayor aceptación y práctica en la ciudad , esta parte de la ciudad se ha tenido un considerable crecimiento de la población en los últimos años, en la actualidad debido a la falta de canchas de fútbol de césped sintético muchas personas tiene la necesita de viajar a otros cantones como Pujili e inclusive otras parroquias como es la parroquia de San Buenaventura existe el Tenis Club, vía Salcedo es donde existen más afluencia de canchas como es a el Maracaná, Zona Fútbol 5, a lado del Ranchito . Esto ocasiona que las personas de esta parroquia realicen actividad deportiva de modo no muy segura como es en las

calles, canchas de cemento, de tierra o de arena en la cual corren riesgos de lastimarse o sufrir algún accidente vehicular etc.

2.4.2. Solución

Por lo anteriormente dicho el proyecto consiste en la creación de una cancha de fútbol de césped sintética en el Barrio Brazales Cantón Latacunga; con cual se ofrece un servicio sano y de distracción las instalaciones estará disponible todos los días de la semana con horarios atractivos para las personas que requieran practicar este deporte si bien es cierto la mayoría de las persona lo hacen después de sus actividades diarias o laborales, pero siempre buscando satisfacer sus necesidades y sobre todos la seguridad y su bienestar.

2.4.3. Justificación

El beneficio de las actividades deportivas es sin duda alguna un punto importante en la vida de cada habitante del país, ya que se constituye dentro de la población de distintas edades como un medio para mejorar o mantener su salud, también es tomada como una actividad de sana recreación y diversión entre los mismos.

Tomando en cuenta lo antes expuesto y de acuerdo a los estudios realizados sobre el interés de la población por emprender en negocios novedosos y además una posible demanda de los servicios a ofrecer, se ha llegado a la conclusión, el interés de la comunidad por acceder a los servicios de canchas sintéticas, el mismo que estará direccionado a satisfacer sus necesidades bajo parámetros de calidad y satisfacción.

Es inevitable, observar la desmotivación de algunas personas al no contar con el suficiente espacio físico; ocupado para las diversas actividades agrícolas existente en el medio, el mismo que serviría de mucho en el emprendimiento de nuevos y novedosos proyectos con miras hacia mejorar su nivel económico.

Por tal motivo, es viable la construcción de canchas sintéticas dentro de la localidad, la misma que estará administrada por profesionales responsables y honestos, además esta traerá beneficios de nuevas plazas de empleo, motivando a sí a la creación de nuevos emprendimientos que de una u otra manera aportaran al desarrollo económico del Cantón.

2.4.4. Tipos de investigación

El trabajo de investigación se sustentará en la base de la información secundaria acerca del tema de investigación planteado a través de libros, textos, periódicos, revistas, Internet, así como de documentos fiables y confiables de modo que la información sea veraz.

2.4.4.1. Investigación Descriptiva

Según **SALKIND J.** (1999) “El propósito de la investigación descriptiva es describir la situación prevaleciente en el momento de realizarse el estudio” (Pág. 210)

Este tipo de investigación permitirá describir la situación real de los hombres y mujeres que practica el fútbol como una actividad recreativa, la cual es objeto de estudio en la que se establecerá formas que permitirán establecer la creación de unas nuevas canchas sintéticas.

2.4.4.2. Investigación Documental.-

MORA, Maurice (2006) dice que “La investigación documental es aquella que depende exclusivamente de fuentes de datos secundarios, o sea, aquella información que existe en material o índole permanente” (Pág. 26)

Se utilizara este tipo de investigación debido a que se aplicara un instrumento como es la encuesta done se recopila información cualitativa y cuantitativa que

nos ayudara a tener claro que estrategias se podrá establecer al momento de crear la cancha de futbol de césped sintético.

2.4.5. Metodología

2.4.5.1. Método empírico

El método de investigación a utilizar en la elaboración de un plan de negocios para la creación de una cancha de césped sintético es el método empírico debido a que este método ayuda a obtener herramientas que permiten facilitar la recolección de información que se solicite en la duración del estudio propuesto desde ya sabiendo que este método cuenta con las principales herramientas como es la encuesta, entrevista y observación que son aprovechadas de acuerdo a las necesidades del investigador

2.4.5.2. Método deductivo

El método a utilizar en el desarrollo del plan de negocios será el deductivo ya que parte de lo general a lo particular, el mismo será aplicado para conocer la situación actual de los negocios de canchas deportivas y establecer estrategias que logren una mayor rentabilidad, así también su posicionamiento en el mercado

2.4.5.3. Método No Experimental

GÓMEZ, Marcelo (2006) “La investigación no experimental tienen relación con la investigación cuantitativa y se subdivide en diseños transversales y diseño longitudinales” (Pág. 86)

Esta investigación es no experimental puesto que no existe manipulación de las variables y se estudia el hecho o fenómeno en el lugar que se dan los hechos, es decir este estudio permite conocer la necesidad de la población en encontrar un lugar donde se pueda socializar a través de la práctica deportiva como es el futbol.

2.4.6. Técnicas de Investigación

2.4.6.1. La observación

En el trabajo de investigación se empleará la técnica de la observación la misma que permitirá conocer el proceso del negocio es decir obtener información útil de la entidad para posteriormente poder mejorar las debilidades encontradas en el proyecto.

2.4.6.2. Encuesta

Para la presente investigación se realizará las encuestas la población económicamente activa la ciudad de Latacunga sector urbano, comprendido entre las edades de 19 a 65 años en los lugares donde practican el deporte del fútbol, mediante la aplicación del cuestionario y así podrá establecer estrategias que ayudarán a mejorar la promoción y la puesta en marcha de la ejecución de las canchas sintéticas.

2.4.7. Identificación del mercado meta

2.4.7.1. Segmentación

El presente proyecto para la creación de una cancha de fútbol de césped sintético en el barrio Brazales Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi la segmentación se basa en conocer cuáles son sus consumidores en relación a sus expectativas, gustos y preferencias.

2.4.7.2. Variable de la Segmentación

Son bases o características de individuos, grupos u organizaciones que divide un mercado total en diferentes partes, las bases de la segmentación es concluyente porque si se plante estrategias inadecuadas es posible que se produzca perdidas de ventas y las oportunidades que se presenten.

2.4.7.2.1. Variables geográficas

Son mercados que se dividen en diferentes unidades por ejemplo en barrios, ciudades, provincia, regiones, países, etc.

2.4.7.2.2. Variable demográfica

Son grupos de estudios tales como sexo, edad, cultura, región, nacionalidad, etc.

2.4.7.2.3. Variables pictográficas

El mercado se divide en sinnúmero de grupos que se basa en factores socioeconómicos de los consumidores tales como clases sociales, estilos de vida, etc.

2.4.7.2.4. Variables conductuales

Divide a los mercados en grupos que comparten gustos y preferencia algo similares.

CUADRO N° 1: VARIABLES DE LA SEGMENTACIÓN

VARIABLE GEOGRÁFICAS	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Zona	Urbana
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Población económicamente activa (PEA)	33.103 habitante de la ciudad de Latacunga sector urbano
Edad	16 a 65 años de edad
Nivel económico	clase media clase media alta clase alta
VARIABLE CONDUCTUAL	
Preferencias	Ofrecer un servicio con el objetivo de satisfacer las necesidades de las personas que gustan del deporte.

Fuente: Observación Directa
Laborado por: El Investigador

2.4.8. Población – Universo

El mercado al que está orientado este trabajo de investigación está compuesto por la población económicamente activa PEA de la ciudad de Latacunga sector urbano con 33.103 habitantes, datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010.

CUADRO N° 2: POBLACIÓN

SECTORES	NÚMERO DE HABITANTES
Eloy Alfaro	9.710
Ignacio Flores	7.395
Juan Montalvo	6.108
La Matriz	7.696
San Buenaventura	2.194
TOTAL POBLACIÓN	33.103

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado Por: La investigadora

2.4.8.1. Muestra

Para calcular la muestra se ha realizado la proyección respectiva debido a que se tomó datos de la población económicamente activa PEA de la ciudad de Latacunga, sector urbano del último censo del año 2010, que fue 30.159 habitantes y la proyección se realizó hasta el año 2015 conformado actualmente de 33.103 habitantes. En vista que se cuenta con una población extensa, como investigadora he considerado pertinente determinar una muestra que facilite la recolección de información mediante la aplicación del instrumento de investigación (prueba piloto).

Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N * PQ}{(N-1) (E/K)^2 + (P) (Q)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N=Universo

P=Probabilidad de aceptación

Q=Probabilidad de no aceptación

E=Error admisible determina el investigador

K=Constante

2.4.8.2. Elaboración de la prueba piloto

Definido una vez el estudio de mercado se procede realizar el primer paso es la elaboración de la prueba piloto en la cual se formula algunas preguntas planteadas de forma estratégica con la finalidad de determina la probabilidad de aceptación y de rechazo por parte de la población objetivo para el servicio de alquiler de una cancha de césped sintético

Se realizó un cuestionario de dos preguntas que se aplicó a 10 personas para evitar posible errores en la información obtenida, estas dos preguntas ayudaran a establecer el tamaño de la muestra y por ende la probabilidad de aceptación y rechazo del proyecto. Los resultados obtenidos se presentan a continuación:

CUADRO N° 3. PRUEBA PILOTO

PREGUNTAS	SI	NO
¿Le gusta jugar fútbol?	7	3
¿Usted estaría dispuesto a utilizar el servicio de alquiler de una cancha de césped sintético en el barrio Brazales de la ciudad de Latacunga?	7	3
PROBABILIDADES DE ACEPTACIÓN	70%	
PROBABILIDADES DE RECHAZO	30%	
TOTAL	100%	

Fuente: Prueba Piloto

Elaborado Por: La investigadora

Una vez aplicada la prueba piloto de forma aleatoria se determinó que la probabilidad de aceptación por parte de la población para la creación de una cancha de fútbol de césped sintético es de 70% y el otro 30% representa la probabilidad de rechazo por parte de las tres personas restantes.

Dónde:

n= Tamaño de la muestra?

N=Universo **33.103**

P=Probabilidad de aceptación **0.7**

Q=Probabilidad de no aceptación **0.3**

E=Error admisible determina el investigador **0.7**

K=Constante **2**

$$n = \frac{33103 * (0.7) (0.3)}{(33103 - 1) (0.7/2)^2 + (0.7) (0.3)}$$

$$n = \frac{33103 (0.21)}{(33102) (0.01225) + 0.21}$$

$$n = \frac{6951.63}{40.572175}$$

n = 171

El tamaño de la muestra fijada para el proyecto es de 171 personas a las cuales se les aplicara una encuesta para poder medir la aceptabilidad que se tendrá en la creación de una cancha de césped sintético, mediante la proyección realizada con datos de la población económicamente activa de la ciudad de Latacunga sector urbano que cuenta con 30.103 habitantes los cuales se aplicó el 1.88% de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Latacunga.

2.4.8.3. Plan Maestral

En plan maestral se realizó con la finalidad de dividir la muestra, es decir para poder determinar el número de encuesta que se debe aplicar en los diferentes sectores urbanos de la ciudad de Latacunga.

CUADRO N° 4. PLAN MUESTRAL

SECTORES	NÚMERO DE HABITANTES	MUESTRA	%
Alfaro Eloy	9.710	50	29%
Ignacio Flores	7.395	38	22%
Juan Montalvo	6.108	32	18%
La Matriz	7.696	40	23%
San Buenaventura	2.194	11	7%
TOTAL POBLACIÓN	33.103	171	100%

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado Por: La investigadora

Como se puede observar en este cuadro, se detalla el número de encuesta que se va aplicar en la ciudad de Latacunga zona urbana, siendo así el 29% se aplicara en sector de Eloy Alfaro que representa un total de 50 encuestas, mientras el 23% en el sector de La Matriz con un total de 40 encuestas, seguido el 22% en el sector Ignacio Flores que representa 38 encuestas, mientras el 18% en sector Juan Montalvo que representa 32 encuestas y finalmente tenemos el 7% en el sector de San Buenaventura que representa 11 encuestas a aplicarse.

2.5. Análisis e Interpretación de resultados

1.- Edad.

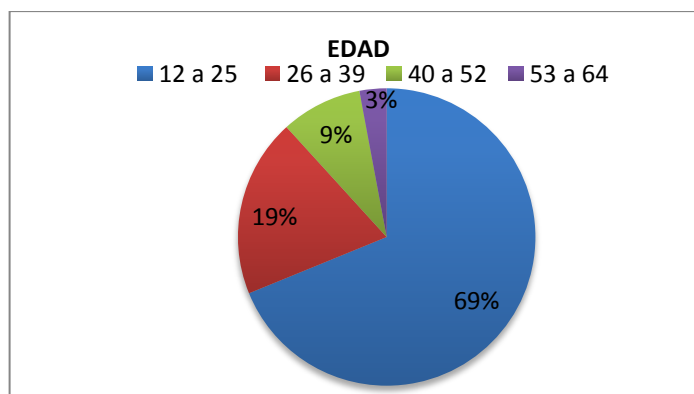
CUADRO N° 5. EDAD

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
12 a 25	117	69%
26 a 39	33	19%
40 a 52	15	9%
53 a 64	5	3%
TOTAL	170	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 4. EDAD



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

Los rangos de edades se pudo observar que 69% está representada por personas comprendidas entre 12 – 25 años de edad, mientras que el 19% de 26- 39años, siguiendo el 9% de 40 – 52 años y por ultimo tenemos el 3% de 53 a 64 años.

Interpretación

Se observar que los adolescente y adultos jóvenes representan la mayoría esto significa que el nuevo negocio que se pretende encaminar si tendrá acogida en la ciudad de Latacunga, debido a que la mayoría de la población gusta del fútbol y requieren de un lugar donde puedan pasar momentos agradable en compañía de sus familiares o amigos.

2.- Señale cuál es su ocupación actual.

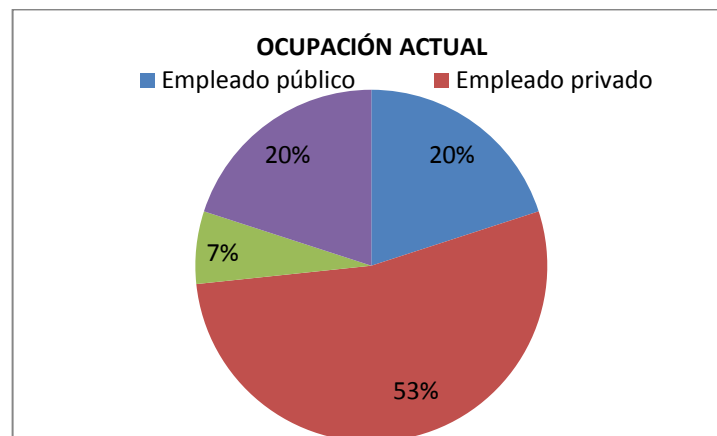
CUADRO N° 6. OCUPACIÓN ACTUAL

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
Empleado público	33	19%
Empleado privado	88	52%
Estudiantes	11	7%
Trabajador independiente	38	22%
TOTAL	170	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 5. OCUPACIÓN ACTUAL



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

De acuerdo a las 171 personas encuestadas el 52% trabajan en el sector privado, mientras que el 20% trabajan independientemente y de igual manera el otro 20% trabajan en el sector público, mientras 7% son estudiantes.

Interpretación

Con la aplicación de la encuesta se puede observar que la mayoría de los encuestados son trabajadores privados los cuales presentan ingresos mensuales y por ende a este tipo de clientes se debe apuntar el servicios y por ultimo tenemos a los estudiantes lo cual se deberá realizar estrategias considerando a este tipo de clientes con el objetivo de atraerlos a las instalaciones.

3.- ¿A qué factor socio económico considera que pertenece?

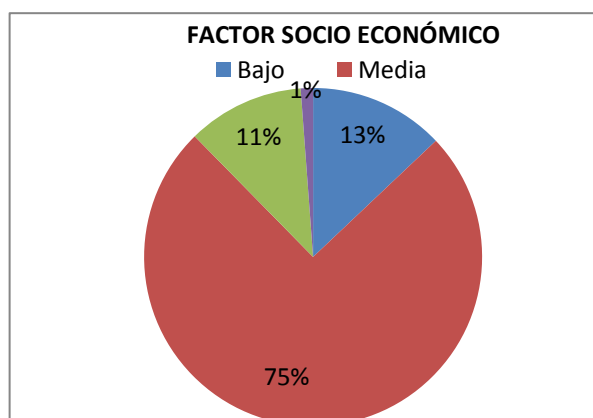
CUADRO N° 7. FACTOR SOCIO ECONÓMICO

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
Bajo	22	13%
Media	127	75%
Media alta	19	11%
Alta	2	1%
TOTAL	170	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 6. FACTOR SOCIO ECONÓMICO



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

En el cuadro se puede observar que el 75% de los encuestados son de clase media, el 13% corresponden a la clase media alta; el 11% representan la clase baja; y el 1% son de clase alta.

Interpretación

La mayoría del número de habitantes de ciudad de Latacunga del sector urbano, como se puede observar pertenece a la clase social media la cual es favorable para el proyecto puesto que son personas que están en posibilidades de pagar por el consumo de este tipo de servicio.

4.- ¿Le gusta jugar fútbol? (Si su respuesta es negativa termina la encuesta)

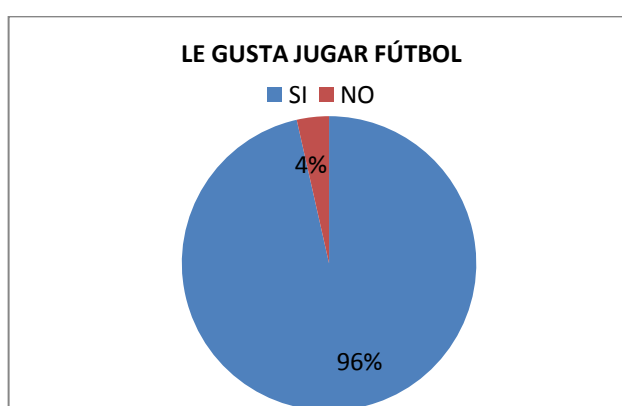
CUADRO N° 8. LE GUSTA JUGAR FÚTBOL

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
SI	164	96%
NO	6	4%
TOTAL	170	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 7. LE GUSTA JUGAR FÚTBOL



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

Con respecto a los gustos y preferencias de los consumidores en esta pregunta se puede observar que el 96% de las personas encuestadas les gusta jugar fútbol mientras que el 4% no les gusta practicar este deporte.

Interpretación

El alquiler de las canchas tiene la oportunidad de contar con un alto grado de aceptabilidad de las personas encuestadas, puesto que las personas manifestaron que si les gusta hacer deporte en especial jugar fútbol. Además cabe señalar que esta pregunta se tomara en cuenta para realizar el cálculo y obtener nuestra posible demanda, la cual utilizara nuestro servicio.

5.- ¿Con qué frecuencia práctica esta actividad deportiva?

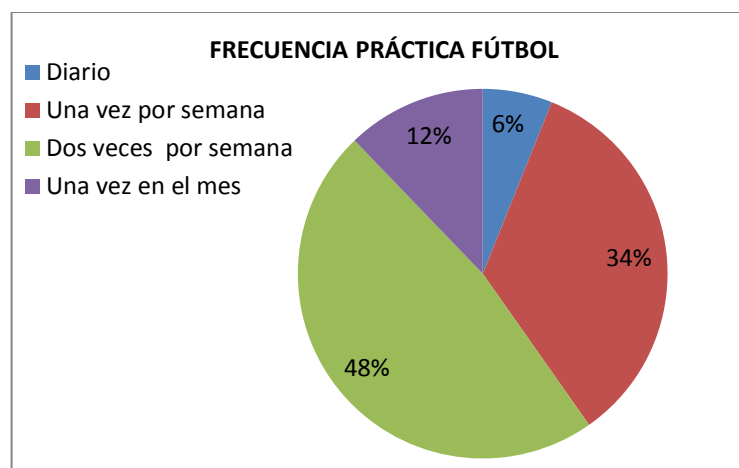
CUADRO N° 9. FRECUENCIA DE PRÁCTICA FÚTBOL

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
Diario	10	6%
Una vez por semana	56	48%
Dos veces por semana	78	34%
Una vez en el mes	20	12%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 8. FRECUENCIA DE PRÁCTICA FÚTBOL



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

El 48% de las personas encuestadas disfrutan practicar este deporte dos veces por semana mientras que, el 34% una vez por semana, el 12% una vez al mes, y el 6% diario.

Interpretación

En conclusión se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas practican este deporte dos veces a la semana lo que nos da a conocer con esto es que si existe una gran demanda en el mercado que se pretende encaminar.

6.- ¿Conoce o asistido algunas vez a una cancha de césped sintético?

CUADRO N° 10. CONOCE O ASISTIDO A UNA CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
SI	160	98%
NO	4	2%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 9. CONOCE O ASISTIDO A UNA CANCHAS DE CÉSPED SINTÉTICO



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

De las 164 personas encuestadas la mayoría respondió que si conocen y han ocupado este tipo de instalaciones así tenemos el 98% que ha asistido y el 2% que no han tenido la oportunidad de jugar en este tipo de canchas.

Interpretación

La mayoría de las personas conocen y salen a practicar este deporte y no solo por gusto sino también por diversión y por pasar momentos de distracción con sus familias o amigos, esto significa que para el nuevo negocio es un factor positivo porque la gente conoce los servicios que oferta este tipo de empresas y lo que se debería hacer es plantear estrategia que conozcan la ubicación de las nuevas canchas de césped sintético en la ciudad.

7.- ¿Que horario prefiere para jugar fútbol?

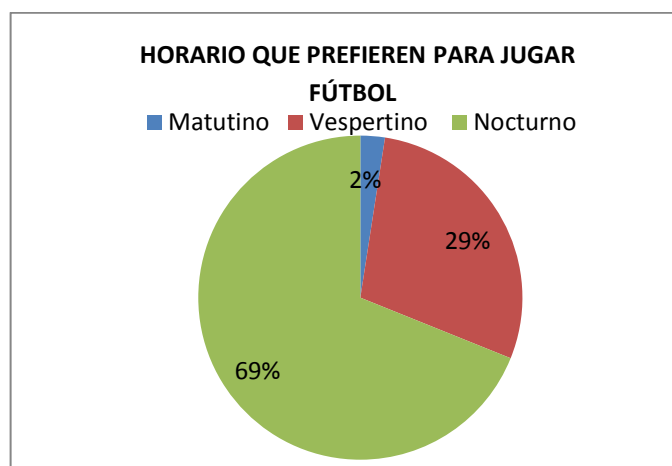
CUADRO N° 11. HORARIOS DE JUEGO

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
Matutino	4	2%
Vespertino	47	29%
Nocturno	113	69%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 10. HORARIOS DE JUEGO



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

El 69% prefiere practicar este deporte en horario nocturno mientras que el 29% en el horario vespertino, y por último el 2% horario matutino.

Interpretación

En la ciudad de Latacunga la mayoría de las personas practican este deporte en las noches debido a que realizan actividades laborales en el día y por ende no pueden hacerlo en la mañana ni en la tarde a diferencia de las persona que estudian, esto nos hace pensar que es mucho mejor que este negocio atienda en las noches, es decir que el nuevo negocio debe considerar el tiempo disponible de las personas que les gusta el deporte.

8.- ¿En las canchas que usted práctica este deporte esta elaboradas de?

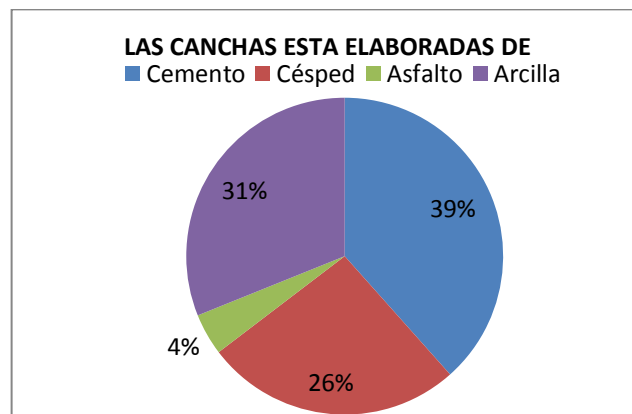
CUADRO N° 12. TIPO DE CANCHAS

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
Cemento	63	38%
Césped	43	26%
Asfalto	7	4%
Arcilla	51	31%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 11. TIPO DE CANCHAS



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

El 39% practica este deporte en canchas elaboradas de cemento, mientras que el 31% arcilla, mientras que el 26% en césped, y por último tenemos con el 4% es de asfalto.

Interpretación

Se puede observar que en nuestra ciudad la mayoría lo hace en cancha de cemento y de arcilla cabe indicar que esta pregunta es muy importante aplicar porque con ello se evaluará el tipo de material de las canchas en donde practican este deporte.

9.- ¿Qué valor económico paga por acceder a una hora de este servicio de alquileres?

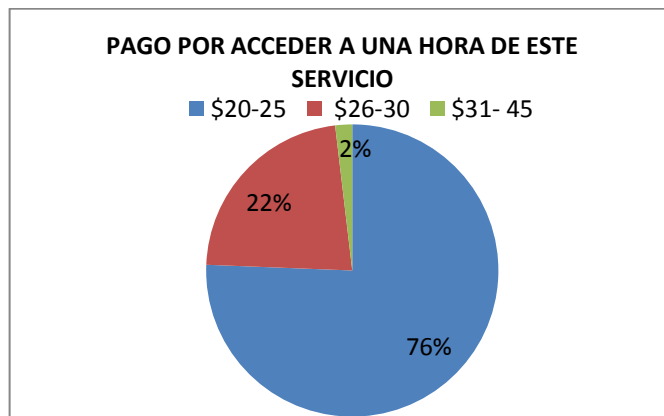
CUADRO N° 13. PAGO DE SERVICIO DE ALQUILER

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
\$20-25	121	76%
\$26-30	36	23%
\$31- 45	3	2%
TOTAL	160	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 12. PAGO DE SERVICIO DE ALQUILER



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

Se puede observar con 76% de los usuarios cancelan de \$20-25 mientras el 22% cancelan de \$26-30 y por ultimo tenemos el 2% que cancelan \$35-45 dólares.

Interpretación

La mayoría de las personas paga alrededor de \$25 dólares por una hora de alquiler este factor ayuda a fijar el precio del servicio y por ende no podemos bajar el margen de utilidad porque sería menor el arriendo de la cancha, también es favorable para los jugadores porque no paga uno solo sino que se dividen para las 12 personas que forman los equipos de juego que sale un valor cómodo de 1.50 ctvs. a 2 dólares cada uno.

10.- ¿Qué aspectos considera usted a la hora de escoger el lugar para practicar este deporte?

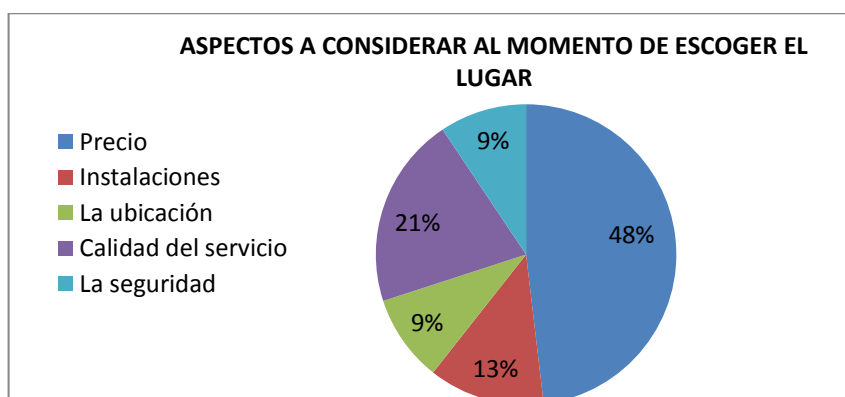
CUADRO N° 14. ASPECTOS A CONSIDERAR AL MOMENTO DE ESCOGER EL LUGAR:

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
Precio	77	48%
Instalaciones	20	13%
La ubicación	15	9%
Calidad del servicio	33	21%
La seguridad	15	9%
TOTAL	160	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 13. ASPECTOS A CONSIDERAR AL MOMENTO DE ESCOGER EL LUGAR



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

El 48% de las personas encuestadas toman como factor importante el precio mientras que el 21% ven la calidad del servicio, el 13% toma en cuenta las instalaciones y por último el 9% la seguridad y la ubicación del lugar.

Interpretación

Se puede decir que para las persona lo importante es disfruta de su deporte a precios cómodos y acorde a su economía en un ambiente cálido y cómodo con la finalidad de satisfacer las necesidad de los clientes y a la vez ganar confianza y la fidelidad de los consumidores con la nueva empresa.

11.- ¿Conoce o a escuchado del sector Brazales?

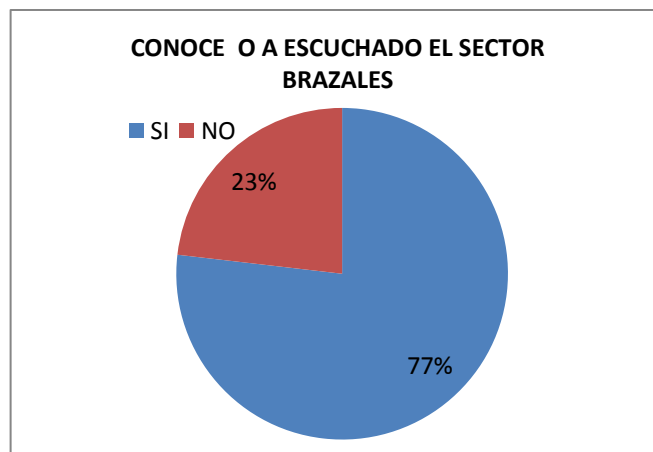
CUADRO N° 15. CONOCE EL SECTOR BRAZALES

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
SI	126	77%
NO	38	23%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 14. CONOCE EL SECTOR BRAZALES



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

De acuerdo con esta pregunta el 77% respondió que si conocen o han escuchado del barrio brazales y mientras el 23% dijeron que no conocían el lugar.

Interpretación

Se puede observar que las personas si tienen conocimiento del lugar esto significa que la nueva cancha de césped sintético tiene gran posibilidad de tener acogida y apreciación en el sector por razones de que si conocen el lugar

12.- ¿Usted estaría dispuesto a utilizar el servicio de alquiler de una cancha de césped sintético en el barrio Brazales de la ciudad de Latacunga?

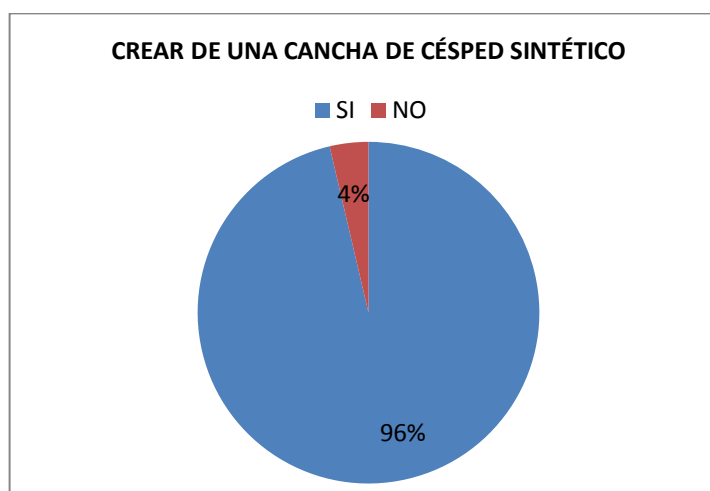
CUADRO N° 16. CREAR DE UNA CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
SI	158	96%
NO	6	4%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 15. CREAR DE UNA CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO



Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

En esta pregunta se puede observar que el 96% de los encuestados están de acuerdo que se cree una cancha de fútbol de césped sintético en el barrio brazales y mientras que el 4% no están de acuerdo.

Interpretación

Para la creación de una cancha de fútbol de césped sintético existe una gran aceptación por parte de la población de Latacunga.

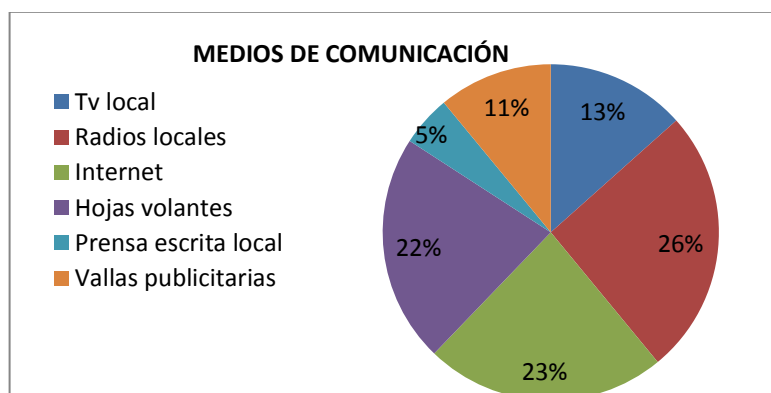
13.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se difunda la existencia de una nueva cancha de césped sintético?

CUADRO N° 17. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
Tv local	22	13%
Radios locales	42	26%
Internet	38	23%
Hojas volantes	36	22%
Prensa escrita local	8	5%
Vallas publicitarias	18	11%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 16. CREAR DE UNA CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO



Fuente: Encuesta
Elaborado Por: La Investigadora

Análisis

De la encuesta realizada el 26% desea que la cancha de fútbol de césped sintético se dé a conocer por la radio local, el 23% por medio del internet siguiendo de cerca el 22% por hojas volantes, el 13% por la tv local, el 11% vallas publicitarias y por ultimo tenemos 5% por la prensa escrita local.

Interpretación

Es muy importante la forma de cómo se dará a conocer la nueva cancha de fútbol de césped sintético ya que representa una inversión, por lo mismo se tomara el uso de estos medios de comunicación es decir que la nueva empresa deberá invertir en publicidad haciendo uso de las radios y medios televisivos de la ciudad.

2.6. Análisis de la Demanda

Como se ha indicado la población que se ha tomado en cuenta para efectos del estudio es la ciudad de Latacunga zona urbana que se basó en proyecciones efectuada a partir del último censo poblacional del año 2010 esta población estarán dispuestas hasta el año 2015.

2.6.1. Demanda Actual

La demanda actual que se tiene para el proyecto es 31.779 personas que apoyan a la idea que se cree la nueva cancha de césped sintético ubicado en el barrio Brazales de la ciudad de Latacunga.

12.- ¿Usted estaría dispuesto a utilizar el servicio de alquiler de una cancha de césped sintético en el barrio Brazales de la ciudad de Latacunga?

CUADRO N° 18. CREAR DE UNA CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICO

PREGUNTA	FRECUENCIA	%
SI	158	96%
NO	6	4%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 19. DEMANDA ACTUAL

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN LATACUNGA SECTOR URBANO		
Mercado Meta	% De Aceptación	Demanda Actual
33.103	96%	31.779

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: La Investigadora

Una vez realizado el estudio de campo y el respectivo análisis y tabulación de los datos, se ha determinado el porcentaje de las personas que les interesa que se cree la nueva cancha de césped sintético es del 96% que equivale a 158 personas que habitan en sector urbano de la ciudad.

Al realizar los cálculos correspondientes se ha determinado que la demanda actual del servicio que va a ofertar la cancha de césped sintético en la ciudad de Latacunga barrio Brazales, es de 31.779 habitantes, esto significa que existe una demanda aceptable que beneficia al proyecto, lo cual da a pensar que es factible la nueva empresa que se pretende crear.

2.6.2. Demanda proyectada

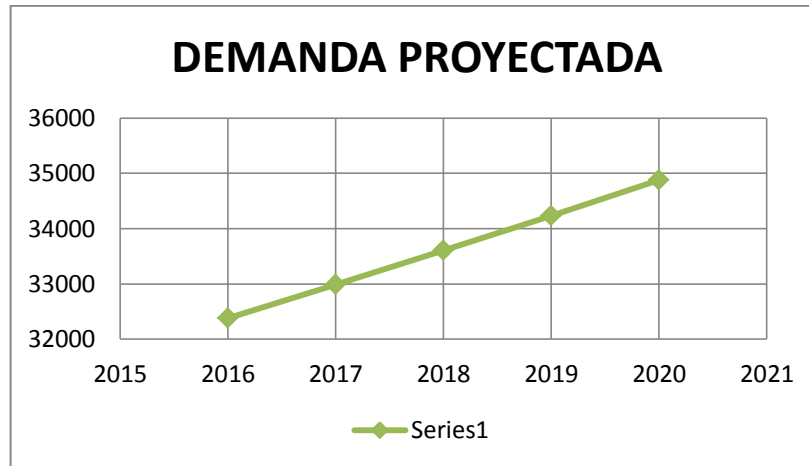
Para la proyección de la demanda se utilizó el método de datos móviles, para lo cual se estimara el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Latacunga, de acuerdo a los datos del INEC es del 1.88%, y lo que se hizo es proyectar para cinco años próximos con el objetivo de conocer a nuestros clientes futuros que puedan hacer uso de nuestros servicios durante los años programados.

CUADRO N° 20. DEMANDA PROYECTADA

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
	31.779
2016	32.376
2017	32.985
2018	33.605
2019	34.237
2020	34.881

Fuente: INEC Tasa de Crecimiento Poblacional
Elaborado Por: La investigadora

GRÁFICO N° 17. DEMANDA PROYECTADA



Fuente: INEC Tasa de Crecimiento Poblacional
Elaborado Por: La investigadora

Determinando el resultado de la proyección de la demanda para cinco años tenemos desde el año 2016 al año 2020, para el primer año es de 32.376 demandantes y para el último año es de 34.881 demandantes es así como se puede cuantificar el crecimiento de la demanda.

2.7. Análisis de la Oferta

Con la aplicación de la encuesta a la población de la ciudad de Latacunga se ha podido obtener información útil sobre el número de canchas sintéticas que existen en la ciudad, de la misma forma determinar los servicios que ofertan a los consumidores, como también precio que estos cobran por prestar este tipo de servicios y lo que es más importante saber dónde se encuentran ubicadas, en definitiva todos estos datos nos sirve para que la nueva cancha de césped sintético pueda ofertar su servicio igual o superior a su competencia

En fin se puede decir que las nuevas canchas de césped sintético se encuentra en un mercado de competencias o libre debido a que existe otro lugares que ofertan el mismo servicio como es el alquiler de canchas.

2.7.1. Oferta Actual

Para realizar este estudio se ha tomado en cuenta las cancha de césped sintético existentes en la ciudad de Latacunga y los que se encuentran cerca al lugar donde se pretende crear la nueva cancha de césped sintético, a más de ello se realizó un análisis con la finalidad de adquirir datos importantes para poder desarrollar el proyecto

2.7.1.1. Canchas sintética que brindad servicios similares

Actualmente en la ciudad de Latacunga existe varias canchas de césped sintético que brindan este tipo de servicios su principal enfoque es ofrecer cancha de calidad con promociones de precios que generen valor agregado al servicio de alquiler.

- El maracaná
- Zona Fútbol 5
- Tenis club
- La bombonera

2.7.1.2. Capacidad de Atención de los Ofertantes

CUADRO N° 21. OFERTA ACTUAL

CANCHA SINTÉTICAS DE LA CIUDAD	PROMEDIO DE HORAS DE ALQUILER SEMANAL	TOTAL DE PARTIDOS MENSUALES	CAPACIDAD N° DE JUGADORES POR CANCHA	N° DE JUGADORES MENSUALES	TOTAL DE PARTIDOS ANUALES	TOTAL OFERTA N° DE JUGADORES ANUAL
Maracaná	18	72	14	1008	864	2096
El Ranchito	15	60	14	840	720	1080
Tenis Club	11	44	14	630	540	760
La Bombonera	4	16	14	224	192	608
TOTAL	48	192	56	2720	2316	6720

Fuente: Observación Directa

Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 22. TOTAL DE LA OFERTA

TOTAL OFERTA DE JUGADORES	TOTAL OFERTA PERSONAS	TOTAL OFERTA EQUIPO
6720	168	12

Fuente: Observación Directa

Elaborado Por: La Investigadora

Para el total de la oferta lo que se hizo fue dividir el total de la oferta de los jugadores anuales 6720 para el total de número de partidos mensuales 192 la cual nos da como resultado el número total de personas 35 y por ultimo para obtener el total de número de equipos se dividió el total de oferta de personas para 12 personas que juegan en un partido.

Como se puede observar en la tabla el resultado la oferta actual se encuentra en 6720 la cual permite conocer la capacidad de las canchas sintéticas de forma clara y sencilla también estos datos ayuda a proyectar la oferta para los próximos años de la mejor forma.

2.7.2. Oferta Actual del Servicio

Mediante el resultado obtenido de la oferta actual, se procede a realizar los respectivos cálculos para determinar la oferta proyectada para los próximos cinco años para ello se utiliza el método de promedios móviles, dichos cálculos se los realizara con el resultado de la oferta de la competencia y con la tasa de crecimiento poblacional del 1.88% anual dato obtenido del INEC.

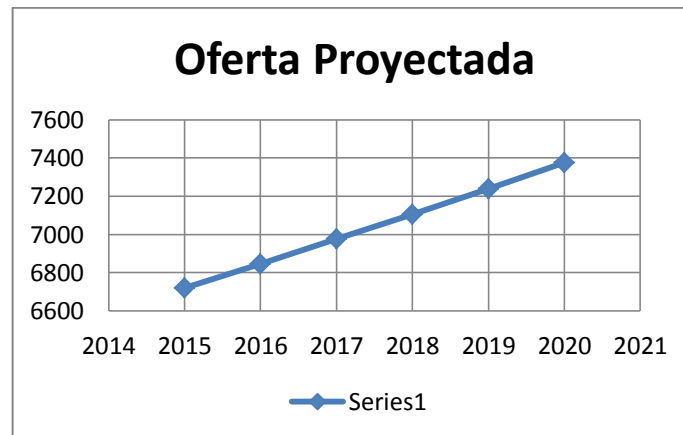
2.7.3. Oferta Actual Proyectada

CUADRO N° 23. OFERTA PROYECTADA

AÑOS	TOTAL OFERTA PROYECTADA
	6720
2016	6846
2017	6975
2018	7106
2019	7240
2020	7376

Fuente: INEC Tasa de Crecimiento Poblacional
Elaborado Por: La Investigadora

GRÁFICO N° 18. OFERTA PROYECTADA



Fuente: INEC Tasa de Crecimiento Poblacional
Elaborado Por: La Investigadora

Se puede observar en los cálculos realizados anteriormente un breve crecimiento en el total de la oferta proyectada lo cual servirá para determinar la demanda insatisfecha esperada.

2.8. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquel mercado que no se ha podido cubrir en totalidad para lo cual el presente proyecto pretende cubrir.

CUADRO N° 24. DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	32.376	6.846	25.530
2017	32.985	6.975	26.010
2018	33.605	7.106	26.499
2019	34.237	7.240	26.997
2020	34. 881	7.376	27.505

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

Se puede determinar de acuerdo a los resultados obtenidos en esta tabla que existe una demanda insatisfecha que no ha sido completamente cubierta, pero con el presente proyecto se pretende cubrir en su mayoría prestando servicios que requiera y cumpliendo con las necesidades y expectativas de los clientes.

2.9. Análisis de Precios

En esta parte se realiza un análisis del precio del servicio que oferta en relación con la competencia del proyecto con el tema “Plan de negocios para la Creación de una Cancha de Fútbol de Césped”. Se trabajará con precios actuales que ofrece la competencia por este tipo de servicio, similar al que va ofrecer el proyecto para realizar las respectivas comparaciones.

CUADRO N° 25. PRECIOS ACTUALES

CANCHAS SINTÉTICAS DE LA CIUDAD	PRECIO DE ALQUILER
Maracaná	\$25.00
El Ranchito	\$30.00
Tenis Club	\$35.00
La Bombonera	\$30.00

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

La forma de pago de las personas que gustan del deporte y hacen uso de este tipo de servicio es de contado, puesto que el precio es económico y popular es importante señalar que no paga una persona ya que dichos equipo son formado por un promedio máximo de 12 a 14 personas las cuales todos colaboran para dicho pago, es decir, que cada integrante del equipo colaboraría con un valor de \$1.50 hasta \$2.00. Con esta apreciación es necesario que el proyecto cuente con tecnología que permita realizar el respectivo cobro de forma adecuada y que de beneficios para el proyecto de inversión.

2.9.1. Precios Proyectados

Para poder determinar los precios proyectado para los próximos cinco años se ha considerado la tasa de inflación de 3.38% del año 2015 dato tomado del Banco Central del Ecuador.

CUADRO N° 26. PRECIOS PROYECTADOS AÑO 2016-2020

CANCHAS SINTÉTICAS DE LA CIUDAD	PRECIO DE ALQUILER	INFLACIÓN	AÑOS				
			2016	2017	2018	2019	2020
Maracaná	25\$	3,38%	25,85	26,72	27,62	28,56	29,52
El Ranchito	30\$	3,38%	31,01	32,06	33,15	34,27	35,42
Tenis Club	35\$	3,38%	36,18	37,41	38,67	39,98	41,33
La Bombonera	30\$	3,38%	31,01	32,06	33,15	34,27	35,42

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

2.10. Análisis de la Comercialización

Para el análisis de comercialización se determina estrategias de producto plaza, promoción, y precios con el fin de ofrecer un servicio satisfactorio tanto para la empresa como para el mercado objetivo de tal forma que permita plantear estrategias para adquirir ventaja ante los competidores y de esa manera poder servir de la mejor manera la necesidades y deseos del mercado meta.

2.10.1. Estrategias de Servicio - producto

CUADRO N° 27. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

REALIZAR CAMPEONATOS DE INDOR FUTBOL MASCULINO Y FEMENINO	
ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campeonatos de hombres y mujeres es decir ofrecer otro un servicio más puesto que con los campeonatos en Zona Fútbol EL CHESPI existirá mayor afluencia de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer publicidad del campeonato de indor fútbol hombres y mujeres elaborando hojas volantes. (<u>ver anexo 2</u>)
OBJETIVO	RECURSOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtener mayores ingresos para la empresa ofreciendo un nuevo servicio y esté al alcance de nuestros clientes que gustan de este deporte. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recurso económico ✓ Recursos humanos ✓ Recursos materiales
META	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar esta actividad deportiva eficientemente para así captar más clientes e ingresos en un 15%. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Durante el 2015
POLÍTICA	RESPONSABLES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se inscribirá a todos los equipos que deseen participar con un valor de 30\$ por equipo. ✓ Entrega de carnet, calendario de juego y el respectivo reglamento a los equipos participantes. ✓ Cada equipo debe identificarse con su respectivo nombre y 10 jugadores. ✓ Cada equipo deberá cancelar del árbitro y de la inscripción. ✓ El finalista recibirá un premio económico, trofeo, medallas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Departamento de administración.

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

**CUADRO N° 28. PRESUPUESTO ESTRATEGIA REALIZAR
CAMPEONATOS DE INDOR FUTBOL MASCULINO Y FEMENINO**

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	RECURSOS A UTILIZAR	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Realizar campeonatos de indor futbol masculino y femenino	Publicidad de la realización del campeonato	Holas volante	100	0.01	10.00
	Elaboración de carnet	Cartulinas Impresiones	500	0.04	20.00
	Elaboración de calendario y reglamento	Papel boom impresiones	50	0.50	25.00
	Entrega de premios al 1,2 y3 lugar	Dinero en efectivo	-	350.00	350.00
		Trofeos	3	30.00	90.00
		Medallas	30	1.10	33.00
VALOR TOTAL					528.00

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 29. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

DISEÑAR TARJETAS DE PRESENTACIÓN	
ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN
✓ Diseñar tarjetas de presentación con la finalidad que nuestros clientes potenciales conozca las instalaciones y hagan uso de los servicios que ofrece Zona Fútbol EL CHESPI.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buscar un diseñador grafico ✓ Pedir cotizaciones de precios y modelos. ✓ Escoger el modelo ✓ Adquisición de las tarjetas de presentación (ver anexo 4)
OBJETIVO	RECURSOS
✓ Incentivar la adquisición del servicio con la cual permita identificarnos con las personas que gusten de las actividades deportivas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recurso económico ✓ Recursos humanos ✓ Recursos materiales
META	TIEMPO
✓ Entregar estas tarjetas a nuestros clientes potenciales con la finalidad de captar e incrementar clientes en un 20%.	✓ Durante el 2015

POLÍTICA	RESPONSABLES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se entregaran las tarjetas a personas que gusten de las actividades deportivas ✓ Dirigirse a estadios, canchas barriales, complejos deportivos etc., para entregar las tarjetas ✓ En cada tarjeta se dará a conocer la dirección, números telefónicos para reservaciones y por ende todos los servicios que ofrece la cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Departamento de ventas

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 30. PRESUPUESTO ESTRATEGIAS DISEÑOS DE TARJETAS DE PRESENTACION

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Diseño de tarjetas de presentación de la cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI	1000	0.02ctvs	20.00
VALOR TOTAL			20.00

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

2.10.2. Estrategias de distribución

- Para desarrollar los canales de distribución y poder incrementar la penetración del servicio en el mercado objetivo se utilizara la siguiente estrategia:

CUADRO N° 31. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

CREAR UNA PÁGINA WEB DE LA CANCHA SINTÉTICA ZONA FÚTBOL EL CHESPI	
ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar una página web donde se describa el tipo de empresa, los servicios que ofrece .las promociones, precios, etc. De esta forma manteniendo informando a nuestro s clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una página virtual. <u>(Ver anexo 5)</u> ✓ Realizar un listado de los servicios que ofrece la empresa. ✓ Tomar fotografías de las instalaciones y servicios de cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI ✓ Subir las fotografías, la filosofía de la empresa al internet.
OBJETIVO	RECURSOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar un servicio directo con el fin que los clientes puedan realizar reservaciones de las canchas mediante la página web, Facebook y telefónicamente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recurso económico ✓ Recursos humanos ✓ Recursos materiales
META	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer conocer a la cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI a los clientes en un 25%. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Durante el 2015
POLÍTICA	RESPONSABLES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se ofrecerá solo los servicios disponibles al internet. ✓ Se ofrecerá descuentos y promociones ✓ En la página se mantendrá a diario informando sobre los campeonatos, partidos de juegos y diferentes actividades deportivas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Departamento de ventas

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

**CUADRO N° 32. PRESUPUESTO CREAR UNA PÁGINA WEB DE LA
CANCHA SINTÉTICA ZONA FÚTBOL EL CHESPI**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	RECURSOS HUMANOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Crear una página web de la cancha sintética zona fútbol EL CHESPI	1	Departamento de marketing	250.00\$	250.00\$
VALOR TOTAL				250.00\$

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

2.10.3. Estrategias de Promoción y publicidad

CUADRO N° 33. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

DAR A CONOCER LOS DIFERENTES SERVICIOS	
DESCRIPCIÓN	PLAN DE ACCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar convenios con los principales medios de comunicación como Tv Color para establecer campañas publicitarias enfocadas a las necesidades de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cotizar los servicios de publicidad que ofrece la Tv Color. ✓ Contratar los servicios publicitarios del canal local TV Color.(3 propagandas diarias).(<u>ver anexo 6</u>) ✓ Colocar vallas publicitarias en puntos estratégicos del Cantón. (<u>ver anexo 7</u>)
OBJETIVO	RECURSOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Captar e incrementar las visitas de nuestros clientes potenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos Económicos ✓ Recursos Humanos ✓ Recursos Materiales
META	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Que todos los radio escuchas y televidentes de la ciudad de Latacunga conozcan de la existencia y alcance el reconocimiento local por parte de los clientes en un 20% en la ciudad de Latacunga. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se realizara en el 2016 y 2017 en la televisión en medio año por un periodo de 15 días.
POLITICA	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La publicidad será de forma permanente con la finalidad de llegar a la mayoría de los usuarios. ✓ Las propagandas de la cancha sintética se realizaran en la radio en horarios de mayor sintonía 	Departamento de Marketing

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 34. ESTRATEGIA DE PROMOCION

Por cada dos horas de alquiler de la cancha la tercera es gratis	
ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Esta estrategia consiste en que las personas que visiten la cancha sintética de manera que se sientan a gusto y compartan momentos agradables con sus amigos o familiares. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar que los clientes ocupen las dos horas de juego. <u>(Ver anexo 8)</u>
OBJETIVO	RECURSOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fidelizar clientes reales y potenciales que visiten la cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recurso económico ✓ Recursos humanos ✓ Recursos materiales
META	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar clientes que utilicen los servicios de la cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI de un 25%. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Durante el 2015
POLÍTICA	RESPONSABLES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se dará una hora adicional solo a los equipos que pagan dos horas seguidas de juego. ✓ En la tercera hora no podrán invitar a otras personas solo son para las que empezaron el juego. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Departamento de administración

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

2.10.4. Estrategias de Precio

El precio dentro de un negocio es importante por lo mismo no debe sobrepasarse del precio que actualmente está en el mercado es así que para poder fijar el precio se ha tenido en cuenta los resultados de las encuestas realizadas por lo cual se mantendrá los precios de acuerdo a la competencia.

CUADRO N° 35. ESTRATEGIA DE PRECIO

Crear una escuela de entrenamiento de futbol	
ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN
La escuela de entrenamiento de fútbol con precios que se ajusten a la economía del visitante de esta forma podemos lograr una penetración y acogida en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar hojas volantes para hacer publicidad de la existencia de una escuela para entrenamiento de fútbol (<u>ver anexo 9</u>) ✓ Contratar un entrenador de fútbol.
OBJETIVO	RECURSOS
Crear una escuela entrenamiento de fútbol para mejorar, los servicios que ofrece la cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recurso económico ✓ Recursos humanos ✓ Recursos materiales
META	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar conocer la cancha sintética Zona Fútbol el CHESPI a nuestro mercado en un 20%. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Durante el 2015
POLÍTICA	RESPONSABLES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se podrán inscribir persona entre 5 años de edad hasta 15años con un valor de 15\$. ✓ El curso durara 5 meses. ✓ El costo del curso es de 25\$ mensual. ✓ En el curso se entregara un equipo para su respectivo entrenamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Departamento de administración

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

2.11. Conclusiones del Estudio de Mercado

- Una vez realizado el estudio de mercado mediante la aplicación de la encuesta se pude determinar que en la ciudad de Latacunga hace falta de un lugar adecuado donde puedan practicar su deporte favorito, puesto que el 96% de las persona manifestaron que si les gusta hacer deporte en especial jugar fútbol.

- El proyecto determino su demanda actual, histórica así como también su proyección para los próximos cinco años la cual fue de gran ayuda para conocer la demanda insatisfecha que existe en el mercado, al cual está dirigido este proyecto
- También se hizo el respectivo análisis de la oferta donde se determinó la oferta histórica, actual y la proyectada para los próximos cinco años, es decir es la que proporciono información sobre el mercado, con la cual se hizo una comparación entre la oferta proyectada y la demanda proyectada.
- También se pudo realizar el análisis del precio de los servicios que existen dentro del segmento al cual está dirigido el proyecto en relación con los servicios que se ofrecerá, esta información se obtuvo de las personas encuestadas que a menudo utilizan este tipo de servicio es así que se determinó los precios más accesibles que el cliente puede pagar y a vez que sean competitivos con respecto a la competencia.
- Cabe señalar que el precio de alquiler es un factor muy importante y favorable para la nueva empresa porque por la ocupación de este servicio no solo paga una persona sino que el valor se divide para todo el equipo que sería de \$ 1.50 hasta 2 dólares por persona.
- Este tipo de servicio para que pueda llegar a nuestros clientes debe pasar por un canal de mercadeo adecuado para ello este proyecto deberá plantear estrategias con la cual pueda llegar al mercado meta.
- En el presente proyecto el mercado meta que se eligió para su respectivo estudio es la Población Económicamente Activa PEA del Cantón Latacunga zona urbana de 33.103 habitantes.
- Con la aplicación de las encuestas se pudo determinar que 97% de la población encuestada comparte la idea de crear una cancha de fútbol de césped sintético, debido a que existe un alto índice de consumidores de este servicio.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

Una vez concluido con el estudio de mercado se pudo determinar la demanda potencial insatisfecha de la población del sector urbano de la ciudad de Latacunga con relación al consumo de los servicios que ofertan las canchas sintéticas existentes en la ciudad, el estudio técnico ayudará a determinar aspectos de gran importancia para poner en marcha el nuevo negocio, es decir la parte técnica del proyecto como es el tamaño de la empresa, la localización adecuada para la creación de las canchas de césped sintético, los requerimientos tecnológicos y humanos.

Cabe indicar que en el estudio técnico se identificará los métodos y procesos que se debe seguir para la ejecución del proyecto, con la finalidad de establecer todos los requerimientos necesarios para su realización como puede ser: maquinaria, y equipos que se va utilizar para brindar un buen servicio al cliente, mano de obra adecuada para lograr los objetivos planteados, una correcta división de la planta para su implementación, también es importante efectuar un análisis para administrar la capacidad del servicio para satisfacer la demanda, a más de ello ayuda a definir la inversión a nivel de costos de producción ,de la maquinaria de la mano de obra , en definitiva cada uno de los factores que conforman el estudio técnico permiten conocer la inversión con la cual posteriormente se determinara la viabilidad económica del nueva empresa.

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo General

Determinar los recursos técnicos del plan de negocios para la creación de una cancha de césped sintético en la ciudad de Latacunga en el barrio Brazales con el propósito de determinar si es viable y factible el proyecto.

3.1.2. Objetivo Específico

- Determinar el tamaño y la división adecuada y eficiente de la cancha de césped sintético con la intención de evitar contra tiempos.
- Establecer la ubicación apropiada para el funcionamiento de la cancha de césped sintético en la ciudad.
- Definir la capacidad del proyecto en base a los requerimientos tecnológicos y humanos para la creación de la cancha de césped sintético.
- Realizar una propuesta tentativa del plan de negocios del proyecto a investigar.

3.2. Tamaño del Proyecto

Para conocer el tamaño del proyecto es importante tomar en cuenta el primer paso que es el estudio de mercado, el cual brinda información para poder determinar la capacidad del proyecto, para ello se ha tomado como base el horario de funcionamiento de la semana.

Es decir, el horario de atención será de 8 h00 a 24 h00 los siete días de la semana. Se estima que habrá 10 partidos y jugarán 6 personas por equipo de lunes a viernes, puesto que los fines de semana se organizarán campeonatos.

El terreno es de 1.500 m², 23 metros de ancho por 50 metros de largo, las medidas de la cancha es de 15 metro de ancho por 30 metro de largo medidas reglamentarias para jugar partidos de seis contra seis personas.

7.- ¿Que horario prefiere para jugar fútbol?

CUADRO N° 36. CAPACIDAD DE LA CANCHA

CAPACIDAD DEL PROYECTO	N° DE HORAS DIARIAS QUE JUEGAN	N° DE PARTIDOS JUGADOS DIARIOS	DÍAS DE ATENCIÓN AL AÑO	TOTAL DE PARTIDOS ANUALES
Máxima 100%	15	18	250	4500
Media 75%	15	10	206	2060
Mínima 50%	15	4	190	760

Fuente: observación directa

Elaborado Por: La Investigadora

El proyecto se va a realizar con el 75% de su capacidad máxima, pero a medida que vaya penetrando en el mercado, ira incrementando la capacidad mínima que se utilizó hasta llegar a la capacidad máxima que es el 100%.

3.2.1. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto

En este punto se analiza los distintos elementos que ayudan a definir cuantos servicios está en capacidad de ofrecer, los escenarios que pueden ayudar a determinar el tamaño adecuado del proyecto son:

3.2.1.1. Tamaño y Mercado

Para determinar el tamaño del proyecto se ha tomado en cuenta la demanda que existe en el mercado debido a que la población día a día va creciendo, cabe señalar que este es uno de los principales factores para poder determinar el tamaño del proyecto.

Con la realización del estudio de mercado se ha podido determinar que existe una demanda insatisfecha actual de 25.530 habitantes, para lo cual la empresa ha optado cubrir con el 27 % del total para el primer año.

El resultado se obtuvo mediante el cálculo entre la oferta y la demanda proyectada aplicando una regla de tres simple.

CUADRO N° 37. TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	OFERTA	COBERTURA
2016	25.530	6.846	27%
2017	26.010	6.975	27%
2018	26.499	7.106	27%
2019	26.997	7.240	27%
2020	27.505	7.376	27%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: La Investigadora

3.2.1.2. Tamaño del proyecto en función del financiamiento

Los recursos financieros para la creación de la cancha de césped sintético son mínimos por lo que se financia en dos formas, es decir que una parte económica aportara dos inversionista y la otra se obtendrá mediante un financiamiento por parte de las instituciones financieras.

3.2.1.3. Tamaño del proyecto en función de la mano de obra





Para la operación de las canchas de césped sintético se ha tomado en cuenta tanto la mano de obra directa como el personal administrativo que va a trabajar dentro de la nueva empresa, siendo así que el manejo y dirección del proyecto va a estar a cargo de 6 personas encargadas del buen funcionamiento y brindar un buen servicio a todos los clientes.

- ✓ Administrador
- ✓ Secretaria
- ✓ Personal de ventas
- ✓ Personal de limpieza
- ✓ Profesor de fútbol
- ✓ Guardia

3.2.1.4. *Tamaño en Función de la tecnología y equipos*

Para ofrecer servicios de calidad y eficientes a los clientes es necesario de tecnologías; cabe señalar que para la creación de una cancha de césped sintético es necesario de un césped de calidad, además la cancha necesita una estructura metálica, reflectores, graderíos, baños, camerinos, etc.

CUADRO N° 38. TECNOLOGÍAS Y EQUIPO

Pelotas de futbol	
Chalecos	
Reflectores	
Arcos	

Escobas	
Parlante	
Computadoras	
Televisión	

Elaborado Por: La Investigadora

3.3. Localización del Proyecto

Para la ubicación de la cancha de césped sintético se tomó en cuenta algunos aspectos demográficos importantes como: el lugar debe ser cercano para las personas, fácil acceso a la localidad, que cuente con todos los servicios básicos todo esto con la finalidad de que los consumidores puedan acercarse a las instalaciones sin ningún problema y puedan divertirse sanamente.

Para la localización del proyecto se ha considerado dos aspectos:

3.3.1. Macro localización

Las canchas de césped sintético, estará localizada en la zona geográfica del Ecuador en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Barrio Brazales.

A los alrededores de la ciudad de Latacunga tenemos:

- **Norte:** Saquisilí
- **Sur:** Salcedo
- **Este:** Pujilí
- **Oeste:** San Buenaventura

GRÁFICO N° 19. MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

3.3.2. Micro localización

Una vez definida la localización se procede a determinar el lugar definitivo donde se establecerá las instalaciones de la cancha de césped sintético, por lo cual se realizara un análisis de las alternativas de ubicación.

Para determinar el lugar adecuado se utilizó el método cualitativo lo cual será calificado bajo una puntuación los siguientes parámetros: infraestructura, acceso fácil, transporte, servicios básicos.

Así tenemos:

- Determinar los lugares adecuados
- Establecer las variables de impacto
- Fijar un peso a cada variable
- Calificar con una escala del 1 al 10
- Seleccionar la mejor alternativa

Para la ubicación del proyecto se ha tomado en cuenta los Barrios de San Felipe, Pitihua, Brazales con lo cual se procura analizar los aspectos de disponibilidad de cada sector como es:

Costos de los metros cuadrados de terreno.- es muy importante conocer el costo de un terreno puesto que de esto también dependerá el tiempo de recuperación de la inversión.

Vías de acceso y transporte.- para llegar a la ubicación del proyecto se debe contar con buenas vías de acceso, donde las personas acudan a las instalaciones en óptimas condiciones y en poco tiempo, el barrio brazales cuenta con vías asfaltadas e incluso transporte público y el tiempo de llegada al barrio es de 8 a 10 minutos.

Disponibilidad de servicios básicos.- son servicios de vital importancia para que la nueva empresa que se pretende encaminar, pueda ejecutar sus funciones y por ende debe contar con los principales servicios básicos como es: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, medios de transporte y comunicación.

Factibilidad de la mano de obra.- en la ciudad de Latacunga existe centros educativos en las cuales especializan hombre y mujeres en el área administrativa, emprendimiento, deportivo como ejemplo tenemos a la Universidad Técnica de Cotopaxi por ende tenemos mano de obra altamente calificada.

CUADRO N° 39. EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

VARIABLES	PONDE RACIÓ N TOTAL	GUAPULO		PITIHUA		BRAZALES	
		Cali ficac ión	Ponder ación	Calific ación	Ponder ación	Calific ación	Ponder ación
Cercanía del Lugar	10%	10	1	7	0,7	9	0,9
Servicios Básicos	20%	9	1,8	6	1,2	8	1,6
Vías de Acceso y Transporte	25%	8	2	7	1,75	9	2,25
Factibilidad de Mano de Obra	15%	8	1,2	6	0,9	8	1,2
Costo del Terreno	30%	6	1,8	7	2,1	9	2,7
TOTAL	100%	41	8	33	6,65	43	8,65

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

De acuerdo al cuadro de las alternativas, el lugar más apropiado es el barrio Brazales, parroquia Eloy Alfaro, este sector dispone de los principales servicios básicos como es: energía eléctrica, agua potable, servicios de transporte y por supuesto medios de comunicación, además de encontrarse dentro de la ciudad es de fácil acceso para los consumidores, puesto que se demora en la llegar a las instalaciones de la nueva cancha de 8 a 10 minutos.

GRÁFICO N° 20. MAPA DE MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

3.4. Ingeniería del Proyecto

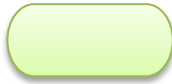




La ingeniería del proyecto tiene como objetivo resolver todo lo relacionado a la instalación y funcionamiento de la cancha de césped sintético, desde la descripción del proceso, diseño optima de planta, adquisición de las maquinarias y equipos hasta determinar la estructura jurídica y organizacional que debe tener la empresa.

3.4.1. Diagrama de flujo

Por medio del diagrama de flujo se determinara las actividades más importantes con relación al servicio de alquiler de la cancha, por lo cual se hizo un análisis minucioso de secuencia entre requerimientos de equipo, tecnología, recurso humano, tiempo y espacio.

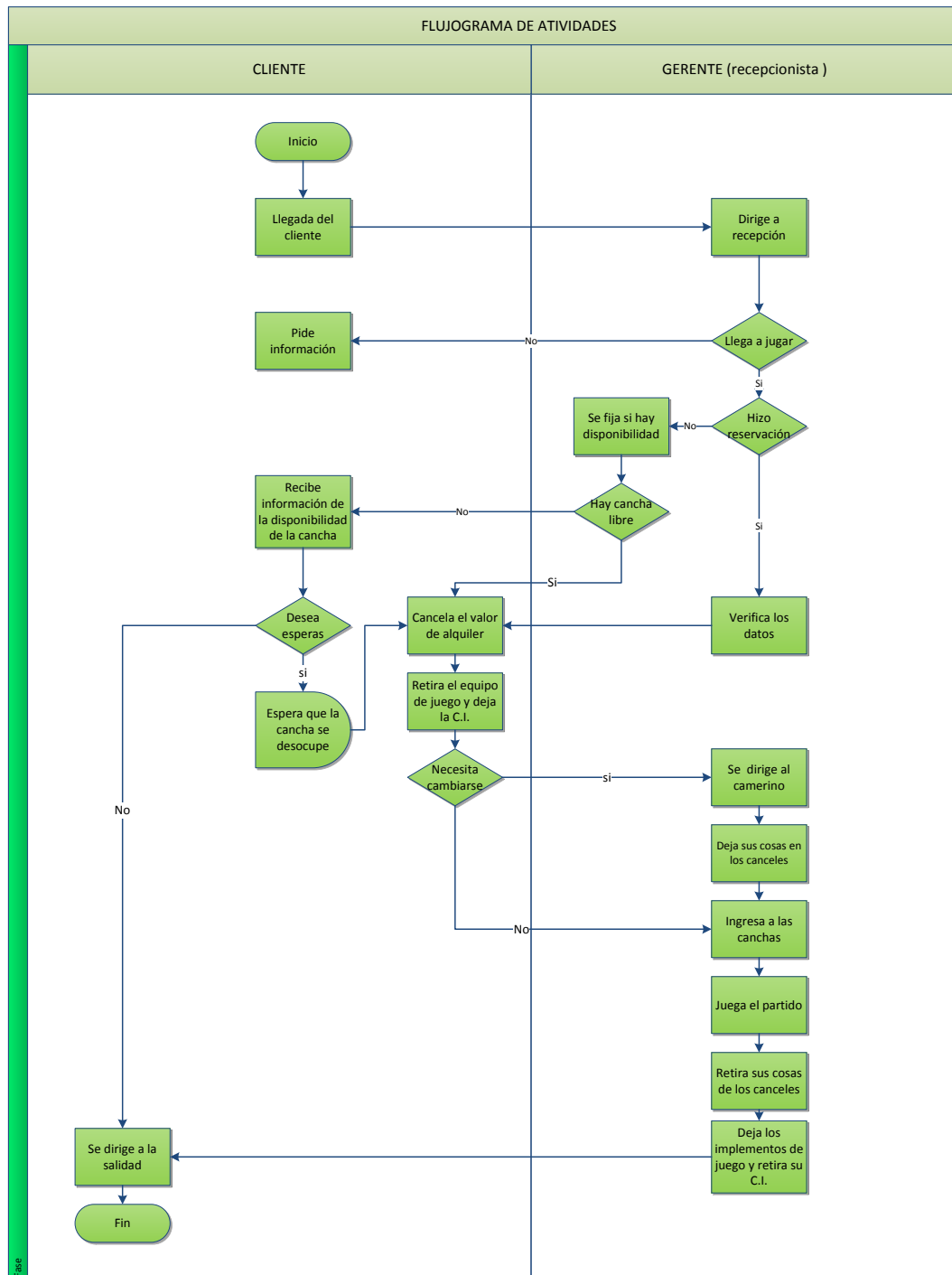
A continuación se presenta un diagrama de flujo en donde se determina el proceso las diferentes actividades a realizar para la prestación del servicio de alquiler de la cancha.

GRÁFICO N° 21. NOMENCLATURA DEL DIAGRAMA DE FLUJO

Inicio y fin	
Decisión	
Proceso	
Datos	
Espera o retraso	

Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigador

GRÁFICO N° 22. DIAGRAMA DE FLUJO



Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigador

3.4.1.1. Descripción del diagrama de flujo

3.4.1.2. Llegada del cliente

A las instalaciones de Zona Fútbol el CHESPI para realizar actividades deportivas como es jugar un partido de fútbol.

3.4.1.3. Se dirige el cliente a recepción

Estos se encargan de atender a los clientes proporcionando algunos datos como por ejemplo precio, tiempo, reservación, etc.

3.4.1.4. Reservación

Esta es una estrategia que utilizan las diferentes empresas con la finalidad de ofrecer un buen servicio a los clientes.

3.4.1.5. Verificación de datos

Esto se lo hace con el propósito de conocer al cliente y así tener responsables para el correcto uso de las instalaciones, para mantener en buenas condiciones la cancha.

3.4.1.6. Cancelación del valor de la cancha

El equipo conformado de 6 personas cancelara la cantidad de \$25 dólares valor que se cobrara por cada hora de juego.

3.4.1.7. Entrega de implementos necesarios para el juego

A la empresa le corresponde entregar implementos necesarios para los equipos, que consiste en balones, chalecos si son los partidos en la noche se contará con

iluminación adecuada para el juego, en el caso de campeonatos la empresa se encargara de proporcionar el arbitraje.

3.4.1.8. Camerinos

Las instalaciones de Zona Fútbol el Chespi contara con camerino para que los jugadores puedan cambiarse y se alisten para jugar el partido de fútbol.

3.4.1.9. Juego del partido de fútbol

Este partido se dará de seis contra seis, durante una hora, o más dependiendo de las horas reservada.

3.4.1.10. Fin del juego y entrega de los implementos

Una vez finalizado el partido, el cliente tienen la obligación de acercarse a administración para entregar todo el equipo que se prestó para el juego.

3.5. Distribución de la Planta

3.5.1. Diseño General de la Estructura

Una vez determinado la disponibilidad física es necesario que se distribuya cada una de las áreas que va a contar la cancha de césped sintético, por lo cual se ha considerado las actividades que se va a realizar en las instalaciones.

3.5.1.1. Terrenos

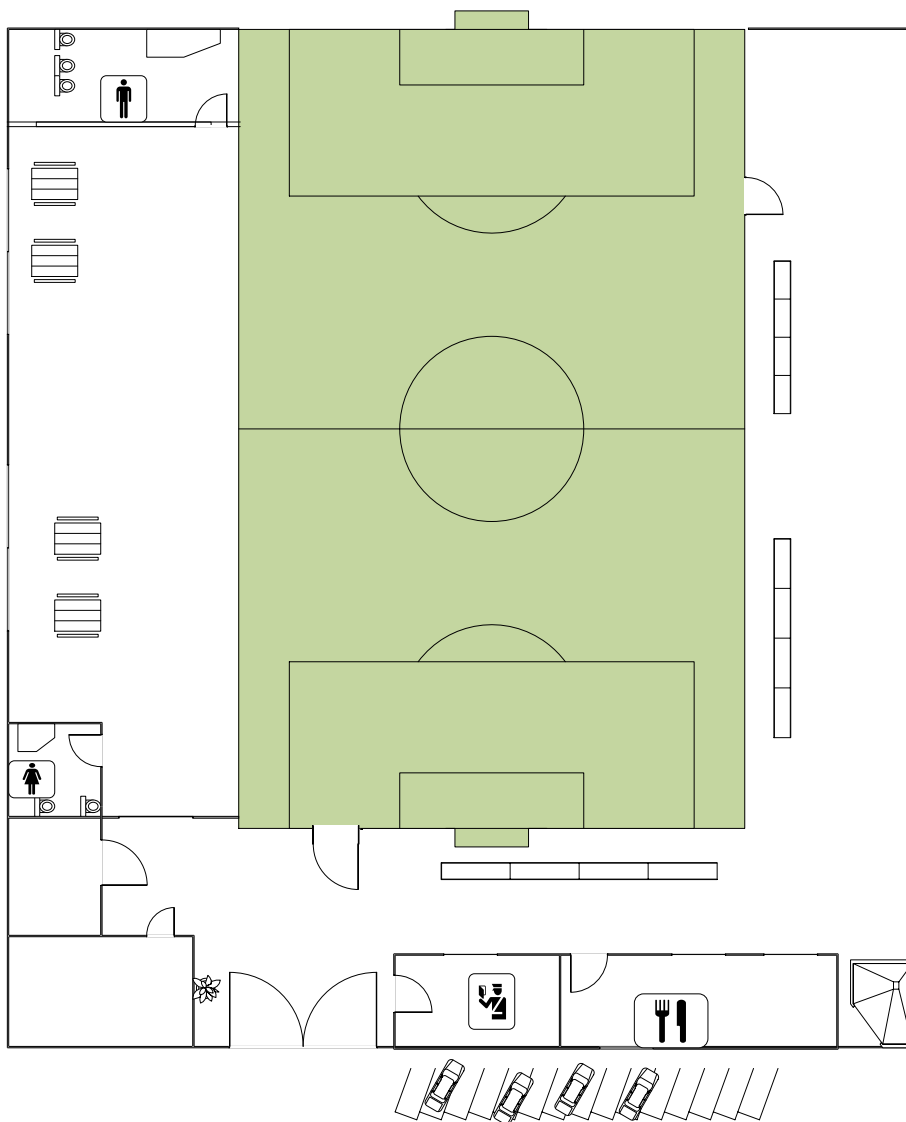
La extensión del terreno para la ejecución del proyecto es de 1.500 metro cuadrados, ubicado en la ciudad de Latacunga, Barrio Brazales, el cual dispone de todos los servicios básicos.

Este proyecto se divide en cuatro áreas que se da a conocer a continuación:

- Área 1 Administración
- Área 2 Alimentos y Bebidas
- Área 3 Recreación
- Área 4 Bodega

3.6. Diseño de la Planta

GRÁFICO N° 23. DISEÑO DE LA PLANTA



Fuente: Observación Directa
Elaborado Por: La Investigadora

3.7. Requerimientos del proyecto

Una vez diseñado la estructura de las instalaciones se procede a identificar los requerimientos totales para cada una de las áreas de la nueva empresa mediante cotizaciones del año 2015.

CUADRO N° 40. TERRENO

DESCRIPCIÓN	AREASM2	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	1.500	12.27	18400
TOTAL			18400

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 41. CÉSPED SINTÉTICO

DESCRIPCIÓN	AREASM2	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Césped sintético	428	22.90	9801.20
TOTAL			9801.20

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 42. EDIFICIO Y CONSTRUCCIONES

DESCRIPCIÓN	N°	ÁREA (M2)	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área Administrativa	1	12	200	2.400
Bar	1	55	100	5.500
Minimarket	1	12	80	960
Parqueadero	1	30	20	600
Graderío	1	30	15	450
Camerinos Baños	1	24	50	1.200
TOTAL		163		11.110

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 43. ÚTILES DE ASEO

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Trapeadores	5	2,5	12,5	12,5
Escobas	4	1,5	6	9
Jabón De Manos	1	2,8	2,8	33,6
Palas	2	3,5	7	7
Basureros	4	10	40	20
Galones de ambiental	1	5	5	60
Galones De Cloro	1	5	5	60
TOTAL			78,3	202,1

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 44. SERVICIOS BÁSICOS

CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Energía Eléctrica	80
Agua Potable	30
Internet	22
Teléfono	18
TOTAL	150

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 45. MAQUINARIA Y EQUIPO

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Balones	2	30	60
Chalecos	6	4	24
Arcos	2	80	160
Luminarias	4	84,85	339,4
Bomba para inflar los balones	1	20	20
Panel de identificador del marcadores	1	25	25
Conos de entretenimiento	10	3	20
Extintor	1	28	28
Equipos de sonido y amplificación	2	350	700
Redes para cerramiento	100	1	100
Botiquín	1	20	20
Refrigeradora para bebidas	1	450	450
Tv	1	650	600
TOTAL			2546,4

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 46. MUEBLES Y ENSERES

CONCEPTO	VALOR
Canceles para vestidor	280
Banca para vestidores	80
Escritorio	240
Silla ejecutiva	50
Archivador	180
Juegos de mesa para bar	800
TOTAL	1630

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 47. EQUIPOS DE CÓMPUTO

CONCEPTO	VALOR
Computadora	850
Impresora	150
TOTAL	1000

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigador

CUADRO N° 48. EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	VALOR
Teléfono	20
Caja registradora	100
TOTAL	120

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 49. GASTOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR
Gastos de constitución	600
Registro de marca	250
Registro mercantil	850
Honorario abogado	800
TOTAL	2500

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 50. PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tv color	10	10	100
Afiches	500	0,25	125
Volantes	1000	0,1	100
TOTAL			325

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 51. SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Resma de papel boom	1	3	3	36
Espero	2	0,3	0,6	7,2
Agenda	1	5	5	60
Tarjetas roja y amarilla	1	1	1	12
Carpetas	3	0,3	0,9	10,8
Perforadora	1	2	2	24
Grapadora	1	1,5	1,5	18
Archivadores	4	2,5	10	120
Pito	2	1,5	3	36
TOTAL			27	324

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 52. MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGO	#	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Guardia	1	359	4308
TOTAL			4308

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 53. MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	#	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Personal e ventas	1	309	3708
Personal de limpieza	1	381	4572
Entrenador de fútbol	1	338	4056
TOTAL			12336

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 54. SUELDOS Y SALARIOS

CARGO	#	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Administrador	1	416	4992
Secretaria	1	359	4308
TOTAL			9300

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

El total de la inversión inicial requerida para la creación de la cancha de césped sintético Zona Fútbol EL CHESPI es de \$ 75,151.50 dólares para adquirir todos los materiales necesarios según la planificación financiera. Ver anexo 3.

3.8. Propuesta Administrativa

La propuesta administrativa está diseñada con la finalidad de ayudar a la empresa a estar anticipada al futuro y se pueda desarrollar de la mejor manera fijando ventaja competitiva y creando una imagen en la mente del consumidor.

3.8.1. Descripción del negocio

La nueva empresa contará con un sistema administrativo y organizacional además se determinara valores objetivos y políticas y aspectos necesarios que avalen la creación de la cancha de césped sintético.

3.8.2. Nombre o razón social

El nombre comercial para la prestación de servicio de alquiler de la cancha de fútbol de césped sintético será original puesto que nombre esta designado por parte del propietario y posee un valor significativo para él, mismo que permitirá que los clientes podrán identificarlo sin ningún problema por lo tanto la nueva empresa llevara el nombre de **Zona Fútbol “EL CHESPI”** institución de recreación en pro del deporte.

GRÁFICO N° 24. RAZÓN SOCIAL



Elaborado Por: La Investigador

3.8.3. Logotipo de la empresa

A continuación se presenta el logotipo con el que pretende la cancha de césped sintético prestar sus servicios acorde a su actividad con la finalidad que los clientes puedan identificar de manera sencilla y sea llamativo y cause curiosidad de conocer la nueva empresa.

GRÁFICO N° 25. LOGOTIPO ZONA FUTBOL EL CHESPI



Elaborado Por: La Investigadora

3.8.4. Base filosófica de la empresa

3.8.4.1. Misión

Dinamizar las actividades deportivas en la ciudad de Latacunga mediante la creación de una cancha de fútbol de césped sintético, aprovechando los recursos del lugar, de esta manera posesionándola en la mente del consumidor como una empresa líder en el mercado ofreciendo servicio de entretenimiento y recreación entre familias, amigos en el pro del deporte a nivel nacional .

3.8.4.2. Visión

Ser una empresa líder en la oferta y prestación de servicios de alquiler de canchas de césped sintético para partidos de 6 jugadores, dentro del mercado local mostrando una imagen corporativa e identidad que vaya más allá de los límites fronterizos.

3.8.4.3. Objetivos

General

Prestar servicios de alquiler de una cancha de césped sintético con la finalidad de cumplir con cada una de las expectativas de las personas que buscan pasar un tiempo de entretenimiento mediante la utilización de instalación adecuada y disponible todos los días del años a horas flexible que requieran nuestros clientes.

Específicos

- Ofrecer un servicio de calidad y confort necesario para cubrir la demanda insatisfecha existente en la ciudad de Latacunga.
- Realizar eventos deportivos para empresas, compañías, organizaciones y público en general, poniendo a disposición todos los servicios que ofrece la cancha de césped sintético para el entretenimiento sano de nuestros clientes con la finalidad de dar cumplimiento con lo presupuestado de tal forma que los resultados sean mayores a los costos y gastos.
- Promover al fútbol como deporte primordial, a través de la prestación de servicio de una escuela temporal y permanente con el objetivo que tanto niños como jóvenes practiquen esta disciplina y de la misma forma la empresa pueda posicionarse en el mercado.

3.8.4.4. Políticas

Las políticas de la nueva empresa están elaboradas a partir de la misión con responsabilidad y compromiso de cada uno de los directivos.

- Brindar el servicio con un trato respetuoso a todos los clientes que visiten las canchas de césped sintético Zona Fútbol EL CHESPI.

- Preservar el entorno ambiental y la seguridad de todos los clientes.
- Ofrecer instalaciones adecuadas, cómodas y atractivas a nuestros clientes.

3.8.4.5. Estrategias

- Ofrecer un servicio de calidad y confort a todos los clientes que visiten Zona Fútbol EL CHESPI.
- Realizar eventos deportivos para empresas, compañías, organizaciones y público en general, poniendo a disposición todos los servicios que ofrece la cancha de césped sintético para el entretenimiento sano de nuestros clientes.
- Promover al fútbol como deporte primordial, a través de la prestación de servicio de una escuela temporal y permanente con el objetivo que tanto niños como jóvenes practiquen esta disciplina.
- Facilitar servicios adicionales al alquiler de la cancha de césped sintético como es: servicio de bar, recepción para fiestas particulares, restaurante, parqueadero, etc.

3.8.4.6. Valores y principios

En el caso de “Zona Fútbol EL CHESPI”, los principales valores y principios serán:

- **Responsabilidad:** Cumplir con obligaciones para lograr objetivos planteados, teniendo presente el impulsar la actividad deportiva en los niños, jóvenes y adultos ecuatorianos.
- **Honestidad:** Ser sincero actuar de acuerdo a la verdad de tal forma que mejore el desempeño laboral y profesional.
- **Calidad:** Ofrecer al cliente un servicio de calidad y de confort, demostrando siempre lo mejor que la empresa puede dar y buscando soluciones inmediatas y eficientes.

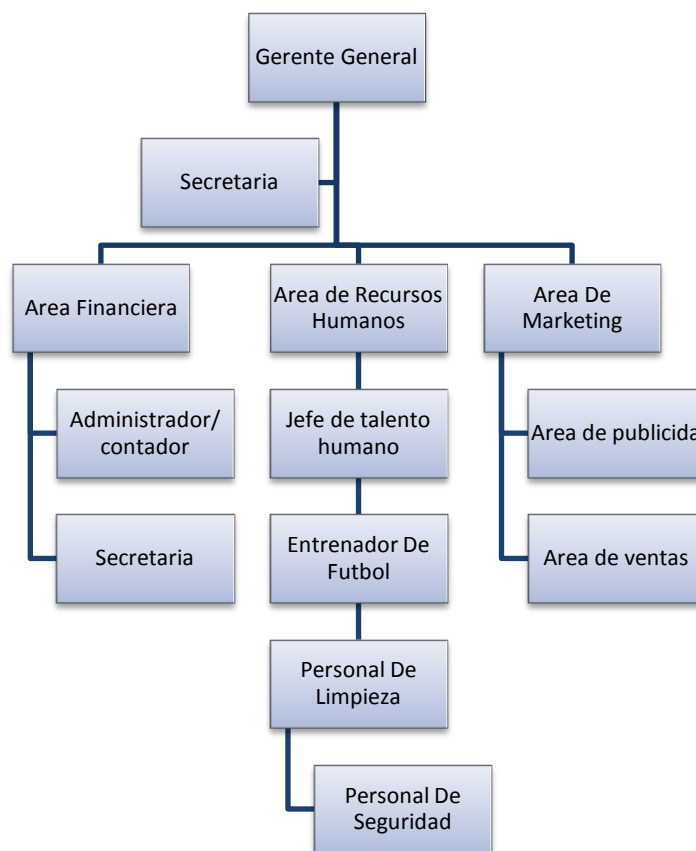
- **Compromiso:** Con nuestros clientes servir de forma constante de tal forma asegurar la acogida de nuestros clientes.

3.8.5. Operación y administración

3.8.5.1. Estructura Organizacional

En la estructura organizacional se detalla las funciones que se dará en cada área de las instalaciones de la cancha de césped sintético “Zona Fútbol EL CHESPI”

GRÁFICO N° 26. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



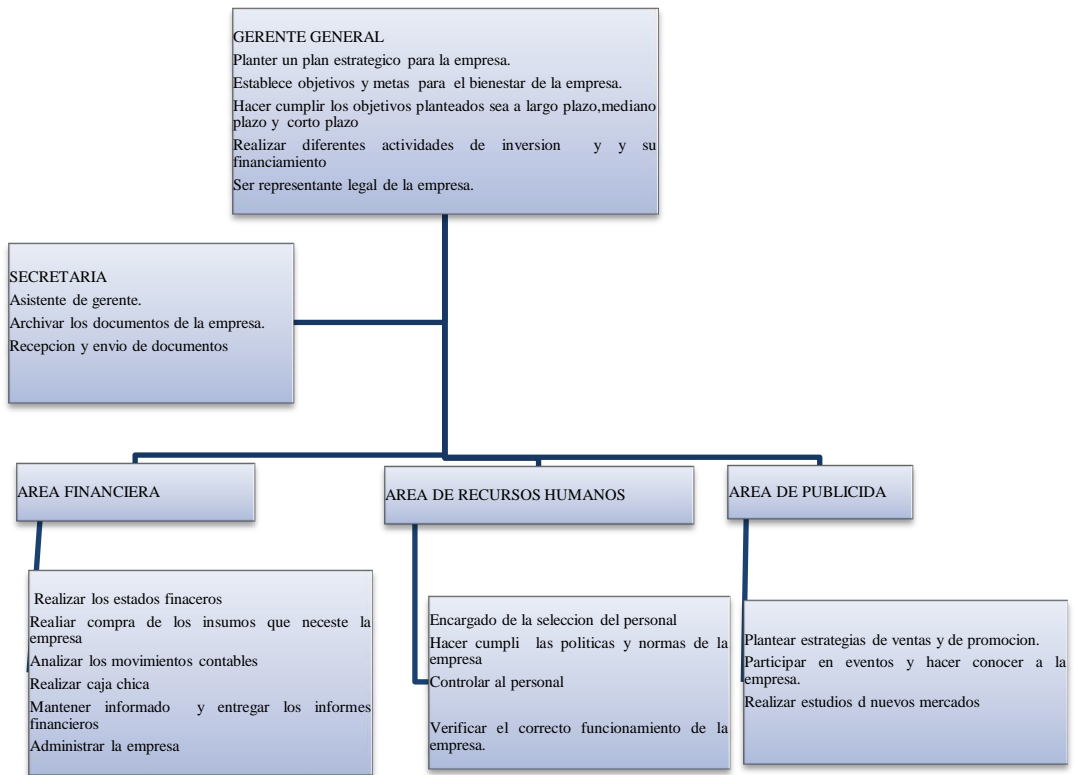
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

USO DE LEYENDAS	
	Unidades administrativas
	Canales de mando
	Auxiliar
	Autoridad
	Subordinación
Elaborado por:	Revisado por: Aprobado por:

3.8.5.2. Estructura funcional

Zona Fútbol EL CHESPI, contará con un organigrama se describe a continuación en el esquema.

GRÁFICO N° 27. ORGANIGRAMA FUNCIONAL



USO DE LEYENDAS	
	Unidades administrativas
	Canales de mando
	Auxiliar
	Autoridad
	Subordinación
Elaborado por:	Revisado por: Aprobado por:

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: La Investigadora

3.8.6. Descripción de cargos del equipo de trabajo de la cancha de césped sintético Zona Fútbol el CHESPI

- ✓ Gerente general
- ✓ Secretaria
- ✓ Personal de ventas
- ✓ Personal de limpieza
- ✓ Profesor de fútbol
- ✓ Guardia

3.8.6.1. Gerente General

El gerente general es la persona que actuará como representante legal de Zona Fútbol el CHESPI, también establecerá políticas administrativas en base a las actividades que se realice en la empresa. es la máxima autoridad de la empresa el responsable de los resultados del desempeño organizacional, conjuntamente con los demás jefes de área plantea, dirige y controla las actividades de la empresa.

Características:

- Trabaja en equipo
- Posee actitud de un líder
- Innovador e iniciativa propia
- Tiene la capacidad de tomar decisiones

Entre las principales funciones de la dirección general tenemos:

- Ser el representante legal de la empresa.
- Cumplir con los acuerdos establecidos, en bien de la empresa.
- Establecer estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas por la empresa.

- Optimizar recursos disponibles y que los demás colaboradores puedan lograr los objetivos y metas de grupo a menor tiempo, dinero, materiales, etc.
- Aprobar y determinar un reglamento para el buen funcionamiento de la empresa y pueda prestar un servicio adecuado.
- Vigilar y verificar que se cumpla con todo lo propuesto de la empresa.
- Elaborar la descripción de actividades, tareas y objetivos para cada una de las áreas de la empresa.

3.8.6.2. Secretaria

Este puesto será responsable de una persona capacitada en secretariado misma que sirve de apoyo a la gerencia de esta forma llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Las principales funciones tenemos:

- Asistente del gerente
- Remitir y recibir documentos como oficios, solicitudes e informes.
- Archivar y mantener en orden los documentos de la empresa.
- Realizar un control adecuado de los documentos de esta manera evitar inconvenientes como la perdidas de alguno de ellos.
- Elaborar actas, oficios, en el caso de realizar acuerdos.

3.8.6.3. Cajero vendedor

La persona encargada de caja, deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Realizar el cobro de entrada por los servicios que proporciona la cancha de fútbol de césped sintético.
- Recibe y entrega cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios, a proveedores y clientes.
- Vende tiquetes al público.

- Lleva control de cheques a pagar, recibos de pago y otros.
- Registra directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.
- Realiza depósitos bancarios.
- Elabora periódicamente relación de ingresos y egresos por caja.
- Realiza arqueos de caja.
- Realiza conteos diarios de depósitos bancarios, dinero en efectivo.
- Atiende a las personas que solicitan información.
- Lleva el registro y control de los movimientos de caja.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

3.8.6.4. Personales de limpieza y mantenimiento

Estará conformado por las personas que se ocuparán de la limpieza de las instalaciones de la cancha. Para ello, emplea los productos y la maquinaria más adecuados y respeta las normas de utilización.

El personal de limpieza y mantenimiento puede desarrollar sus funciones de forma autónoma o siguiendo el plan de trabajo establecido. Además, lleva a cabo las tareas de mantenimiento y comprueba el resultado de la limpieza mediante su revisión y reposición del material necesario para la finalización del servicio.

Entre las funciones que deberá cumplir están.

- Controlar y coordinar el óptimo manejo de los recursos asignados para el desempeño de las diferentes labores.
- Revisar las condiciones físicas de la infraestructura.
- Mantener aseadas y en perfectas condiciones las instalaciones tanto de oficinas, graderíos, estacionamientos, y en particular de la cancha
- Revisar las actividades inherentes al buen funcionamiento de las instalaciones de la cancha de césped sintético.
- Limpieza de Servicios Higiénicos

3.8.6.5. Personal de Seguridad

El personal de seguridad desempeñará las siguientes funciones:

- El análisis de situaciones de riesgo y la planificación y programación de las actuaciones precisas para la implantación y realización de los servicios de seguridad.
- La organización, dirección e inspección de las instalaciones Zona Fútbol el CHESPI.
- La coordinación de los distintos servicios de seguridad que de ellos dependan con actuaciones propias de protección civil, en situaciones de emergencia.
- En general, velar por la observancia de la regulación de seguridad en las instalaciones de la empresa.

3.8.6.6. Entrenador de Fútbol

El entrenador de fútbol debe poseer ciertas características que le permitan desarrollar sus funciones dentro del equipo. Éstas son:

- Capacidad para interpretar el juego
- Capacidad para definir a los jugadores
- Estar convencido de lo que hace:
- Capacidad de observación
- Capacidad para conducir un grupo

3.8.7. Constitución Jurídica

La cancha de césped sintético zona fútbol “EL CHESPI” será considerada como micro empresa, será empresa de responsabilidad limitada

En la constitución jurídica de cualquier empresa tiene que cumplir con ciertos parámetros que exige la ley, según la súper intendencia de compañías del Ecuador existen varios tipos de constitución de compañías:

Las Compañías de responsabilidad limitada.

- Solicitar aprobación del nombre elegido (no habrá otra sociedad con el mismo nombre).
- Escritura pública ante un notario.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Apertura del sistema de contabilidad.
- Inscripción en la Seguridad Social si va a contratar personal.
- Afiliación de los/as trabajadores/as en el Régimen de la seguridad.
- Contratación de Trabajadores/as.
- Pago a la Seguridad Social. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Declaración del Impuesto a la Renta (IR) (25%).
- Declaración del IVA.
- Afiliación a las Cámaras y/o Gremios correspondientes según la actividad.
- Licencia de obras, si es preciso.
- Permiso de apertura del local si es preciso.
- Obtención de permisos municipales.
- Tramites específicos según su actividad.

La comercializadora será una empresa de sociedad anónima, contará con un mínimo de dos personas las mismas que unen sus capitales para emprender este tipo de negocio que es mínimo de \$800, para lo cual se deberá realizar una escritura pública, con la autorización de la Súper Intendencia de Compañías, también se deberá publicar un extracto de la escritura en un periódico local que en este caso sería LA GACETA e inscribirlo en el registro mercantil.

La escritura pública contendrá:

1. Nombres, Apellidos y estado civil de los socios, si fueran personas naturales, denominación o razón social si fueran personas jurídicas. En ambos casos su nacionalidad y domicilio.

2. Denominación objetiva.
3. Objeto social debidamente concreto.
4. Duración de la compañía.
5. Domicilio de la compañía
6. Importe del capital social, con la excepción del número de participaciones en que estuviere dividido el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
8. La forma en que se organizara la administración.
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocatoria y constituir la.
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzgue convenientemente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley.

La aprobación de la escritura de constitución del negocio será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes en un período de treinta días de suscrito el contrato

4. ESTUDIO ECONOMICO

El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir sus obligaciones operacionales y no operacionales y, finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo General

- Determinar la actividad económica del plan de negocios para la prestación de servicio de alquiler de una cancha de césped sintético mediante el estudio financiero y determinar su factibilidad.

4.1.2. Objetivo específico

- Elaborar cuidadosamente los respectivos estados financieros que son el punto de partida para establecer la viabilidad del proyecto.
- Determinar los costos para la creación de una cancha de césped sintético, de esa manera fijar la utilidad a establecer en el proyecto.
- Realizar la respectiva evaluación financiera del proyecto con la finalidad de determinar su factibilidad.

4.2. Inversión Inicial

La inversión inicial comprende todos los desembolsos necesarios que se realizan en la fase pre-operativa para el montaje de la instalación, en consecuencia la

inversión inicial se constituye en la adquisición de los activos necesarios para ejecutar el negocio estos activos pueden ser activos fijos tangible o intangibles, diferidos, entre otros.

CUADRO N° 55. INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	44706,4
Terrenos	18400
Edificios y construcciones	11110
Césped sintético	9900
Maquinaria y equipo	2546,4
Muebles y enseres	1630
Equipos de computo	1000
Equipo de oficina	120
ACTIVOS DIFERIDOS	4735,32
Gastos de constitución	2500
Imprevistos 5 %	2235,32
INVERSIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO PARA 2 MESES	5081,3
Gasto útiles de aseo	78,3
Mano Obra Indirecta	718
Mano de obra directa	2056
Gasto sueldos y salarios	1550
Gasto servicios básicos	300
Gasto publicidad y propaganda	325
Gasto suministros de oficina	54
TOTAL	54523,02

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

La inversión que se necesita para empezar con la creación de la cancha de césped sintético es de \$54.523,02 dólares el mismo que está formado con el capital del dueño y por un financiamiento de una entidad financiera, cabe señalar que también se tomó en cuenta el 5% del total de activos fijos como imprevistos para

evitar como su nombre lo indica imprevisto que no se tomó en cuenta a la hora de desarrollar el proyecto.

4.2.1. Componentes de la Inversión

Para el montaje de un nuevo negocio es necesario tomar en cuenta los siguientes tipos de inversión:

4.2.1.1. Inversión Fija

Constituyen todos los bienes tangibles “Activos Fijos” de propiedad de la empresa los mismos que son utilizados y necesarios para generar producción, estos Activos se adquieren para la producción y no son comercializables por lo que permanecen a disposición de la empresa a lo largo de la vida útil del proyecto.

Dentro de este concepto se ha considerado:

- Terreno
- Obra física
- Césped Sintético
- Maquinaria y Equipo
- Muebles y Enseres
- Equipo de Computación
- Equipo de Oficina

En la siguiente tabla se muestra en detalle la inversión total de activos fijos que se tendría que hacer para instalar la nueva cancha en la ciudad de Latacunga.

CUADRO N° 56. INVERSIÓN FIJA

ACTIVOS FIJOS	44706,4
Terrenos	18400
Edificios y construcciones	11110
Césped sintético	9900
Maquinaria y equipo	2546,4
Muebles y enseres	1630
Equipos de computo	1000
Equipo de oficina	120

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

4.2.1.2. *Inversión Diferida*

La inversión diferida es conocida también como intangible y se caracteriza por la inmaterialidad de los bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento y generar producción, entre estos tenemos:

Gastos de Constitución.- Son todos los desembolsos por los servicios legales y de montaje de la planta, necesarios para la constitución jurídica y desarrollo de la nueva empresa apícola.

Imprevistos.- Son tomados en cuenta los rubros por posibles emergencias en el transcurso del desarrollo del proyecto.

CUADRO N° 57. INVERSIÓN DIFERIDA

ACTIVOS DIFERIDOS	4735,32
Gastos de constitución	2500
Imprevistos 5 %	2235,32

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

4.2.1.3. Capital de Trabajo

Es necesario calcular de forma adecuada el capital de trabajo que requiere la empresa para su correcto funcionamiento, puesto que es un capital de liquidez que financia sus costos operacionales, así tenemos mano de obra directa, la materia prima, los costos generales de fabricación y por último los gastos administrativos y ventas, de esta manera se obtiene una inversión de \$ 28.649,10 dólares que se invertirá para la ejecución del proyecto durante el año.

A continuación se presenta una tabla detallando la inversión del capital de trabajo para 2 meses.

CUADRO N° 58. INVERSIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

INVERSIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO PARA 2 MESES	5081,3
Gasto útiles de aseo	78,3
Mano Obra Indirecta	718
Mano de obra directa	2056
Gasto sueldos y salarios	1550
Gasto servicios básicos	300
Gasto publicidad y propaganda	325
Gasto suministros de oficina	54

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

Para la recuperación de la inversión fija se lo realiza mediante la depreciación, lo cual se realiza por la obsolescencia que sufren estos activos a excepción de terrenos debido a que cuyo valor se recupera por la plusvalías, es decir mientras pase el tiempo este va aumentando su valor.

4.3. Financiamiento

El financiamiento es el abastecimiento y uso adecuado del dinero, este se puede obtener mediante una línea de créditos o fondos de cualquier clase, el crédito otorgado por instituciones financieras es muy importante a la hora de poner en marcha el proyecto de la creación de una cancha de césped sintético, lo cual se ha visto conveniente trabajar con capital ajeno siendo de 20.000 dólares de esta forma se cubre con el 36% del total de la inversión.

CUADRO N° 59. INVERSIÓN INICIAL

FINANCIAMIENTO	CANTIDAD
Propio	34.523.02
Préstamo	20000
TOTAL	54.523,02

Elaborado Por: La Investigadora

4.3.1. Apalancamiento Financiero

4.3.1.1. Financiamientos con el Capital Propio

El primer recurso financiero para poner en marcha el nuevo negocio proviene del capital de la persona de la ideal del negocio, mismo que asciende a un valor de \$34.523,02 dólares que corresponde al 64% del total de la inversión inicial

4.3.1.2. Financiamientos por Medio de Crédito

Es necesario cubrir con la inversión inicial y poder arrancar con el negocio, por lo que se avisto necesario buscar un financiamiento en una institución financiera, por lo que el inversionista decide hacer un préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Virgen del Cisne, por ser una entidad que apoya el emprendimiento y brinda condiciones aceptables de crédito, para lo cual el financiamiento asciende a \$ 20.000,00 dólares que corresponde al 36%.

CUADRO N° 60. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

TIPO DE CRÉDITO	MICROCRÉDITO
Destino legal	Activos fijos, diferidos, capital de trabajo
Monto solicitado	20000
Plazo	5 años
Tasa de interés anual	19,10%
Amortización convenida	Cuotas fijas

Fuente: Cotizaciones
Elaborado Por: La Investigadora

CUADRO N° 61. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA EN DÓLARES

PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
				20000
1	4000	3820	7820	16000
2	4000	3056	7056	12000
3	4000	2292	6292	8000
4	4000	1528	5528	4000
5	4000	764	4764	0
TOTAL	20000	11460	31460	

Fuente: Tasa de interés vigente de la Coop. Ahorro y crédito Virgen del Cisne
Elaborado Por: La Investigadora

Durante el lapso de cinco años que se solicitó para el pago del crédito en una entidad financiera, se cancelara un interés de 11460 dólares.

CUADRO N° 62. AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO	%	AMORTIZACIÓN
GASTO DE CONSTITUCIÓN	2500	20%	500

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

4.4. Depreciación

Es la reducción del valor de un bien mueble o inmueble es decir de los activos que posee la empresa para su uso propio.

Para realizar los respectivos cálculos de la depreciación se ha tomado en cuentas el método más conocido que es el de línea recta.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

CUADRO N° 63. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	COSTO	% RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	# AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Terrenos	18400				
Edificios y construcciones	11110	5%	555,5	20	527,73
Césped sintético	9900	10%	990	10	891
Maquinaria y equipo	2546	10%	254,6	10	229,14
Muebles y enseres	1630	10%	163	10	146,7
Equipos de computo	1000	33%	333,3	3	222,23
Equipo de oficina	120	10%	12	10	10,8
TOTAL					2027,60

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

4.5. Cronograma de Inversión

Para realizar el cronograma de inversión se basó en el cuadro de la inversión inicia

ACTIVIDAD	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Constitución jurídica del terreno	■	■	■	■																																												
Trámites para el préstamo					■	■	■	■																																								
Compra del terreno									■	■	■	■																																				
Construcción de la infraestructura									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
Compra del césped sintético																					■	■	■	■	■	■	■	■																				
Adquisición de maquinaria y equipo																													■	■																		
Compra de muebles y enseres																													■	■																		
Instalación y montaje																																	■	■	■													
Reclutamiento, selección y contratación del personal																																					■	■	■									
Publicidad y promoción																																									■	■	■					
Puesta en marcha																																									■	■	■	■				

4.6. Determinación de los costos de operación

Para determinar los costos se ha clasificado en dos categorías así tenemos:

- Costos directo es la materia prima y sueldo al personal que están directamente relacionadas con la prestación del servicio, en este caso se tomado en cuenta al profesor de futbol y al personal de ventas.
- Costos indirectos se tomado en cuenta el pago de los servicios básicos como agua, luz, teléfono, internet.

CUADRO N° 64. COSTOS ANUALES PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estimación de los partidos de futbol	2560	2608	2657	2707	2758
1. COSTOS FIJO	23055,6	22941,76	22849,90	22780,76	22735,10
Costos generales de fabricación	8635,6	8927,48	9229,23	9541,18	9863,67
Mano de obra indirecta	4308	4453,61	4604,14	4759,76	4920,64
Servicios básicos	1800	1860,84	1923,74	1988,76	2055,98
Depreciaciones	2027,6	2096,13	2166,98	2240,23	2315,95
Amortización diferida	500	516,90	534,37	552,43	571,11
Gastos administrativos y ventas	10600	10958,28	11328,67	11711,58	12107,43
Gasto sueldos y salarios	9300	9614,34	9939,30	10275,25	10622,56
Publicidad y propaganda	1300	1343,94	1389,37	1436,33	1484,87
Gastos financieros	3820	3056,00	2292,00	1528,00	764,00
Intereses	3820	3056,00	2292,00	1528,00	764,00
2. COSTOS VARIABLES	12862,10	13296,84	13746,27	14210,90	14691,22
Mono de obra directa	12336	12752,96	13184,01	13629,63	14090,31
Útiles de aseo	202,1	208,93	215,99	223,29	230,84
Suministros de oficina	324	334,95	346,27	357,98	370,08
TOTAL DE LOS COSTO	35917,70	36238,60	36596,17	36991,66	37426,33

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

4.7. Determinación de los ingresos

4.7.1. Ingresos por ventas

Los presupuestos operación hacen referencia a los valores estimados que se deben proyectar para conocer cuáles son los ingresos y egresos a obtenerse en el transcurso de los años futuros.

Presupuesto de ventas: los ingresos que tendrá la cancha de césped sintético se basa en los servicios que prestara como son:

El ingresos anuales que tendrá Zona Fútbol EL CHESPI, es mediante el alquiler de la cancha de césped sintético, se considera que en un principio funcione el 75% de su capacidad, es decir que tendrá 1860 partidos anuales.

También se estima que existan cursos vacacionales que duren tres meses con un promedio de 20 niños que cancelen \$ 25 dólares mensuales.

El consumo del servicio de bar, se estima \$ 1 dólar por persona teniendo un ingreso mensual de \$ 560 dólares

Para determinar la proyección de número de partidos jugados anualmente se a tomado en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.88% , considerando que en un principio la capacidad a utilizarse sea el 75% y se espera que la canchas tenga una buena acogida y de esa forma ir ampliando la nueva empresa.

La proyección del precio de alquiler de la cancha de césped sintético se determinó considerando el porcentaje de la inflación anual del 3.38%, puesto que es el factor que incide en el aumento de los precios de un servicio o producto.

CUADRO N° 65. PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUALES

CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad de partidos jugados	2560	2608	2657	2707	2758
Precio de alquiler 1 hora	25	25,85	26,72	27,62	28,56
Ingresos anuales de alquiler	64000	66163,20	68399,52	70711,42	73101,47
Cursos vacacionales	1500	1550,70	1603,11	1657,30	1713,32
Consumo de bar	6720	6947,14	7181,95	7424,70	7675,65
TOTAL INGRESOS	72220	74661,04	77184,58	79793,42	82490,44

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

4.7.2. Costo Unitario de Producción

Para la determinar el costo unitario del servicio que va a ofrecer la cancha de césped sintético hay que considerar los costos totales para el respectivo calculo anual, de esta forma identificar el costo unitario y la posible utilidad del servicio.

FORMULA:

$$C. U. P. = \frac{CT}{QT}$$

DONDE:

C.U.P Costo unitario d producción

C.T Costo total

Q.T Cantidad total a producir

4.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar cuotas inferiores, mínimos de unidades a producir y vender, puesto que al realizar ventas del servicio permite conocer si existen utilidades o pérdidas.

Par calcular el punto de equilibrio se basa en dos factores fundamentales como es:

a) Términos monetarios (costos totales)

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ingresos por ventas}}}$$

b) Unidades físicas (clientes)

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{P. E. Monetario}}{\text{Precio de venta}}$$

**CUADRO N° 66. PUNTO DE EQUILIBRIO CANCHA DE CÉSPED
SINTÉTICO ZONA FUTBOL EL CHESPI**

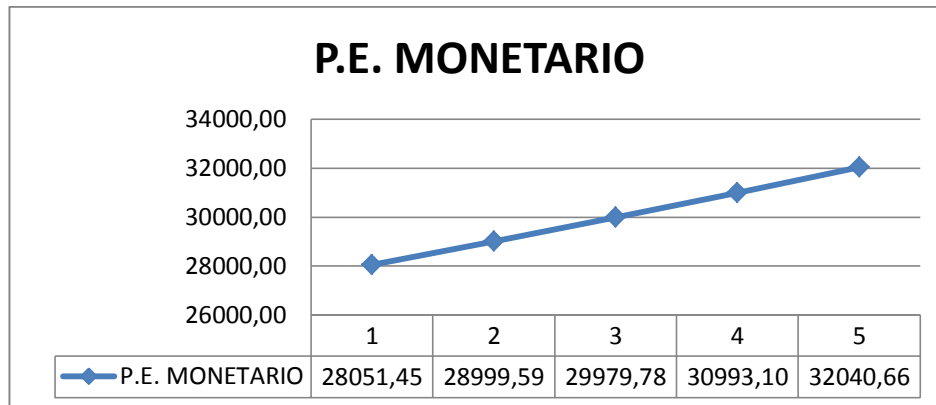
DETALLE	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad de partidos jugados	2560	2608	2657	2707	2758
Ingresos por ventas	72220	74661,04	77184,58	79793,42	82490,44
Costo total	34942,7	36123,76	37344,75	38607,00	39911,92
Costos fijos	23055,6	23834,88	24640,50	25473,35	26334,35
Costo variables	12862,1	13296,84	13746,27	14210,90	14691,22
Precio del alquiler de la cancha	25	25,85	26,72	27,62	28,56
P.E. MONETARIO	28051,45	28999,59	29979,78	30993,10	32040,66
P.E. FÍSICO	1122,06	1122,06	1122,06	1122,06	1122,06

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Una vez que ya se ha calculado el punto de equilibrio se puede apreciar que el volumen de ventas es de \$28051.45 para el primer año, así tenemos también para el segundo año de \$28999.59 para el tercero de \$29779.78; para el cuarto año de \$30993.10 y para el último año es de \$32040.66 ; para que la cancha de césped sintético no tenga perdidas ni ganancias en los 5 años respectivamente se debe atender a 2060 partidos concernientes al primer año según con los resultados

obtenidos del cuadro anterior determinando así mismo para cada año concernientemente.

GRÁFICO N° 28. PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

4.9. Estado de Resultados

Determinan la situación económica y financiera de un negocio mediante informes que se arrojan y son de gran importancia en la toma de decisiones.

4.9.1. Estado de Pérdidas y Ganancias.

Se complementa la información para un mejor detalle de la utilidad o pérdida del ejercicio está constituido por las cuentas de ingreso y egreso requeridas para el proyecto, el cual permite determinar la utilidad de ejercicio para los próximos cinco años de vida útil que generará la empresa por los servicios prestados así como también los costos e impuestos, lo que establecerá la ganancia o pérdida obtenida durante el período contable.

CUADRO N° 67. ESTADO DE RESULTADOS

CUESTAS	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
Ventas	72220	74661,04	77184,58	79793,42	82490,44
Costo de ventas	526,1	543,88	562,27	581,27	600,92
Utilidad en ventas	71693,9	75204,92	77746,84	80374,69	83091,35
EGRESOS					
Costos de producción	20971,6	21680,44	22413,24	23170,81	23953,98
Costos generales de fabricación	8635,6	8927,48	9229,23	9541,18	9863,67
Mano de obra directa	12336	12752,96	13184,01	13629,63	14090,31
UTILIDAD BRUTA	50722,3	53524,48	55333,61	57203,88	59137,37
GASTOS OPERACIONALES					
Gasto administrativos y ventas	10600	10958,28	11328,67	11711,58	12107,43
UTILIDAD OPERACIONAL	40122,3	42566,20	44004,94	45492,30	47029,94
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	3820	3056,00	2292,00	1528,00	764,00
Utilidad antes de reparto o acumulada	36302,3	39510,20	41712,94	43964,30	46265,94
15% repartición a trabajadores	5445,35	5926,53	6256,94	6594,65	6939,89
Utilidad antes de impuestos	30856,96	33583,67	35456,00	37369,66	39326,05
25% impuesto a la renta	7714,24	8395,92	8864,00	9342,41	9831,51
Utilidades antes de reserva	23142,72	25187,75	26592,00	28027,24	29494,54
10% reserva legal	2314,27	2518,78	2659,20	2802,72	2949,45
Utilidad neta	20828,44	22668,98	23932,80	25224,52	26545,08

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

De esta manera se puede observar que para el primer año se tendrá una utilidad de \$7.441,30 lo que seguirá aumentando para los siguientes años significando una ganancia para la cancha de césped sintético.

4.9.2. Estado de Situación Financiera.

CUADRO N° 68. BALANCE GENERAL

Cuentas	Años					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVOS						
Activo corriente						
Disponible	5081,3	35653,54	29561,61	30560,8	31593,75	32661,62
Caja: bancos	5081,3	28595,1	29561,61	30560,8	31593,75	32661,62
Activo fijo						
No depreciables	18400	18400	18400	18400	18400	18400
Terrenos	18400	18400	18400	18400	18400	18400
Depreciables	26306,4	21921,99	17537,58	13153,17	8768,76	4384,35
Edificios y construcciones	11110	9258,33	7406,66	5554,99	3703,32	1851,65
Césped sintético	9900	8250	6600	4950	3300	1650
Maquinaria y equipo	2546,4	2122	1697,6	1273,2	848,8	424,4
Muebles y enseres	1630	1358,33	1086,66	814,99	543,32	271,65
Equipos de computo	1000	833,33	666,66	499,99	333,32	166,65
Equipo de oficina	120	100	80	60	40	20
Otros activos						
Deferidos	4735,32	3788,256	2841,192	1894,128	947,064	0
Gastos de constitución	2500	2000	1500	1000	500	0
Imprevistos 5 %	2235,32	1788,26	1341,19	894,13	447,06	0
TOTAL ACTIVOS	54523,02	79763,79	83832,38	88716,29	94428,29	100981,53
PASIVO						
A corto plazo						
15% participación a trabajadores	0	1845,36	2204,85	2409,47	2617,13	2827,93
25% Imp. Renta por pagar	0	2614,24	3123,54	3413,41	3707,6	4006,24
interés por pagar	0	3820	3056	2292	1528	764
A largo plazo						
Prestamos por pagar	20000	16000	12000	8000	4000	0
TOTAL PASIVO	20000	24279,6	20384,39	16114,88	11852,73	7598,17
Patrimonio						
Capital social	34523,02	48425,75	47956	47893,21	47856,85	47847,8
Utilidad acumulada	0	0	7058,44	15491,99	24708,2	34718,71
Utilidad del ejercicio	0	7058,44	8433,55	9216,21	10010,51	10816,85
TOTAL PATRIMONIO	34523,02	55484,19	63447,99	72601,41	82575,56	93383,36
TOTAL PATRIMONIO +PATRIMONIO	54523,02	79763,79	83832,38	88716,29	94428,29	100981,53

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

En el cuadro anterior se detalle las cuentas de activo, pasivo y el patrimonio que tendrá la empresa, el cual necesita de un correcto manejo del estado de situación financiera con el que se va a contar durante los próximos años y de esta manera se pueda tomar las mejores decisiones para que la empresa se pueda dirigir con normalidad en sus actividades comerciales.

4.9.3. Flujo de Caja.

Sirve para proyectar las necesidades futuras del efectivo, dejando que se demuestre el dinero que no está siendo usado o que no se ha comprometido después que la empresa haya realizado los costos y gastos necesarios.

CUADRO N° 69. FLUJO DE CAJA

CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Utilidad en operación antes de depreciación, impuestos y participaciones	40122,3	42566,2	44004,94	45492,3	47029,94
Depreciación y amortizaciones	2527,63	2527,63	2527,63	2527,63	2527,63
Interés	3820	3056	2292	1428	764
Utilidad antes de impuesto y participación	33774,67	36982,57	39185,31	41536,67	43738,31
Impuestos y participaciones	13159,59	14322,45	15120,94	15937,06	16771,14
Utilidad neta	20615,08	22660,12	24064,37	25599,61	26967,17
Depreciaciones y amortizaciones	2527,63	2527,63	2527,63	2527,63	2527,63
Pago del principal del crédito	4000	4000	4000	4000	4000
Flujo de fondos	19142,71	21187,75	22592	24127,24	25494,8

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

A través de la elaboración del flujo de caja se podrá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima que tendrá la nueva empresa en un periodo de tiempo, permitiendo observar si realmente se necesita de un financiamiento, y si se contara con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene,

en fin mediante la aplicación del flujo de caja se podrá predecir las necesidades futuras del efectivo antes que surjan.

4.10. Análisis de los Estados Financieros

Es conveniente analizar los estados financieros básicos utilizados para evaluar la solidez financiera de un proyecto.

Este análisis permitirá a los inversionistas tener una idea clara de los resultados que la empresa apícola arroje durante su vida productiva, para conocer el resultado sea este favorable o negativo se tomará en cuenta las siguientes razones financieras:

4.10.1. Razones de Liquidez

La razón de liquidez de una empresa es la capacidad o habilidad del negocio para cancelar sus deudas inmediatas o comúnmente conocidas a corto plazo para ello tenemos dos índices que se demuestran a continuación:

4.10.1.1. Razón Corriente

$$\text{Razon corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

CUADRO N° 70. RAZÓN CORRIENTE

AÑOS	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	RAZÓN CORRIENTE
1	28595,1	24279,6	1,18
2	29561,61	20384,39	1,45
3	30560,8	16114,88	1,90
4	31593,75	11852,73	2,67
5	32661,62	7598,17	4,30

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Estos resultados permite conocer a la empresa que por cada dólar que debe en el corto plazo para el primer año tiene 1.18 como respaldo, para el segundo 1.4, para el tercero 1.90 para el cuarto 2.67 y para el quinto año 4.30 dólares, es decir que la tendencia es favorable puesto que va creciendo desde el primer año con 1.18 hasta el quinto año con 4.30 dólares como respaldo, Y el rango de índice corriente se ubicado 1.5 a 2.5 dólares.

4.10.1.2. Capital de Trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{activo corriente} - \text{pasivo corriente}$$

CUADRO N° 71. CAPITALS DE TRABAJO

AÑOS	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	CAPITAL DE TRABAJO
1	28595,1	24279,6	4315,5
2	29561,61	20384,39	9177,22
3	30560,8	16114,88	14445,92
4	31593,75	11852,73	19741,02
5	32661,62	7598,17	25063,45

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Este resultado permite determinar la disponibilidad de dinero para solventar las operaciones del futuro negocio en los siguientes meses y la capacidad para enfrentar los pasivos corrientes, la tendencia en este índice es favorable puesto que los datos obtenidos nos dan un valor positivo año tras año.

4.10.2. Razones de Rentabilidad

Las razones de rentabilidad en la evaluación de proyectos mide la capacidad del negocio para generar utilidades puesto que las utilidades garantizan el desarrollo

de la empresa permitiendo conocer que tan efectiva es la administración en el manejo de los costos y gastos totales a fin de que la ventas generen utilidades.

4.10. 2.1. Rentabilidad Sobre Ventas o Margen Neto de Utilidad

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

CUADRO N° 72. MARGEN DE UTILIDAD NETA

AÑOS	UTILIDAD NETA	VENTAS	MARGEN UTILIDAD NETA
1	20828,44	72220	28,84
2	22668,98	74661,04	30,36
3	23932,8	77184,58	31,01
4	25224,54	79793,42	31,61
5	26545,08	82490,44	32,18

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

El margen de utilidad neta muestra la utilidad sobre las ventas obtenidas por el negocio en un periodo de tiempo, por cada dólar que se vende se tiene 28.84% para el primer año 30.36% para el segundo. 31.01% para el tercer, 31.61% para el cuarto, y por ultimo tenemos 32.18% de utilidad, porcentajes alentador para los intereses del inversionista que buscan mejorar sus ingresos gracia a su inversión, esta tendencia es favorable puesto que los resultados reflejan que la futura empresa genera los frutos esperados por el inversionista, esto perteneciente al primer año de servicio.

4.10.2.2. Rentabilidad Sobre Activos

$$\text{Rendimiento de la inversion} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos total}} * 100$$

CUADRO N° 73. RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN

AÑOS	UTILIDAD NETA	ACTIVOS TOTALES	RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN
1	20828,44	79763,79	26,11
2	22668,98	83832,38	27,04
3	23932,8	88715,29	26,98
4	25224,54	94428,29	26,71
5	26545,08	100981,53	26,29

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

El rendimiento de la inversión refleja la efectividad de la administración empresarial para generar utilidades mediante el uso de los activos, en la futura empresa se puede determinar que por cada 100 dólares que se tiene invertido en sus activos fijos se obtendrá un 26.11% de rendimiento gracias al uso de los activos, resultado no tan elevado pero que aun así la empresa genera un margen de rentabilidad aceptable.

4.10.2.3. Rentabilidad Sobre el Patrimonio

$$Rendimiento\ del\ patrimonio = \frac{Utilidad\ neta}{Patrimonio} * 100$$

CUADRO N° 74. RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO

AÑOS	UTILIDAD NETA	PATRIMONIO	RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO
1	20828,44	55484,19	37,54
2	22668,98	63447,99	35,73
3	23932,8	72601,41	32,96
4	25224,54	82575,56	30,55
5	26545,08	93383,36	28,43

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Se puede observar que por cada 100 dólares invertidos en el patrimonio se obtendrá un rendimiento de 37.54%, para el primer año, esto permite mencionar que la empresa sigue manteniendo un valor normal de rendimiento en relación a la inversión, aunque es significativo el proyecto sigue siendo favorable.

4.10.3. Razón de Endeudamiento

Mide la participación de los acreedores en la financiación de los activos de la empresa.

4.10.3.1. Razón de Endeudamiento Total

$$\text{Endeudamiento total} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

CUADRO N° 75. RAZÓN ENDEUDAMIENTO TOTAL

AÑOS	PASIVOS TOTALES	ACTIVOS TOTALES	ENDEUDAMIENTO
1	24279,6	79763,79	30%
2	20384,39	83832,38	24%
3	16114,88	88715,29	18%
4	11852,73	94428,29	13%
5	7598,17	100981,53	8%

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Esta razón determina la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo, por cada 100 dólares que la empresa tiene en sus activos se adeudan 30 dólares en el primer año, para el segundo 24, el tercero 18, cuarto 13, y el ultimo 8 dólares es decir que la tendencia es favorable puesto que la empresa puede cubrir sus deudas.

4.10.3.2. Razón de Pasivo a Largo Plazo a Patrimonio

Indica la relación entre los fondos de largo plazo que suministra los acreedores y los que aportan el dueño de la empresa.

$$\text{Razón de Pasivo a Largo Plazo a Patrimonio} = \frac{\text{Pasivo a largo plazo}}{\text{Activo totapatrimonio}}$$

CUADRO N° 76. RAZÓN DE PASIVO A LARGO PLAZO A PATRIMONIO

AÑOS	PASIVO A LARGO PLAZO	PATRIMONIO	PASIVO / PATRIMONIO
1	20000	55484,19	0,36
2	16000	63447,99	0,25
3	12000	72601,41	0,17
4	8000	82575,56	0,10
5	4000	93383,36	0,04

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Este cuadro nos indica que la empresa no requiere de capital de tercero puesto que por cada 100 dólares que la empresa tiene en su patrimonio se adeudan en el primer año 0.36 para el segundo 0.25 para el tercero 0.17 para el cuarto 0.10 y para el ultimo 0.04 ctvs. De dólar, la tendencia es favorable para la empresa puesto que se tiene un índice que va decreciendo y estos nos indica que la empresa cuenta con liquidez y aumenta la participación del propietario en el financiamiento del negocio.

CUADRO N° 77. RESUMEN DE LOS ANÁLISIS FINANCIEROS

RAZÓN DE LIQUIDEZ	2016	2021	TENDENCIA		COMENTARIO
			F	D	
Razón corriente	1,18	4,3	X		Por cada dólar que se debe en el corto plazo para el año 2016 es de 1.18 y para el año 2021 es de 4,30 dólares, la tendencia es favorable puesto que va creciendo año tras año.
Capital de trabajo	4315,5	25063,45	X		Para el año 2016 se tiene un capital de trabajo de 4315.5 y para el año 2015 es de 2063.43, la tendencia en este índice es favorable puesto que los datos obtenidos nos dan un valor positivo y va creciendo año tras año.
RAZÓN DE RENTABILIDAD	2016	2021	TENDENCIA		COMENTARIO
			F	D	
Rentabilidad Sobre Ventas o Margen Neto de Utilidad	28,84	32,18	X		Por cada dólar que se vende se tiene 28.84% para el año 2016, y para el año 2021 se tiene el 32.18% de utilidad, esta tendencia es favorable puesto que los porcentajes es alentador para los intereses del inversionista que buscan mejorar sus ingresos.
Rentabilidad sobre activo	26.11	26,29	X		Por cada 100 dólares que se tiene invertido en sus activos fijos se obtendrá un 26.11% en el año 2016, y 26.29% en el año 2021 de rendimiento gracias al uso de los activos, resultado no tan elevado pero que aun así la empresa genera un margen de rentabilidad aceptable.
Rentabilidad Sobre el Patrimonio	37,24	28,43	X		Por cada 100 dólares invertidos en el patrimonio se obtendrá un rendimiento de 37.54%, en el año 2016 y en año 2021 es de 28.43%, esto permite mencionar que la empresa sigue manteniendo un valor normal de rendimiento en relación a la inversión, aunque es poco significativo el proyecto sigue siendo favorable.
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	2016	2021	TENDENCIA		COMENTARIO
			F	D	
Razón de endeudamiento total	30	8	X		Por cada 100 dólares que la empresa tiene en sus activos se adeudan 30 dólares en el año 2016, y el para el año 3021 es 8 dólares es decir que la tendencia es favorable puesto que la empresa puede cubrir sus deudas.
Razón de largo plazo a patrimonio	0,36	0,04	X		Por cada 100 dólares que la empresa tiene en su patrimonio se adeudan en el año 2016 0.36 y para el año 2020 es 0.04 ctvs. De dólar, la tendencia es favorable puesto que se tiene un índice que va decreciendo y estos nos indica que la empresa cuenta con liquidez y aumenta la participación del propietario en el financiamiento del negocio.

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

4.11. Evaluación Financiera

Es el proceso por el cual se determina la rentabilidad de un proyecto, una vez que se ha presentado la inversión inicial los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación.

4.11.1. Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (T.M.A.R.)

Este método permite conocer si la ganancia es alcanzada una vez puesta en marcha el proyecto

CUADRO N° 78. TASAS

TASAS	%
ACTIVA	8,88
PASIVA	5,83
PORCENTAJE DE RIESGO	5
TMAR	12,36

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado Por: La Investigadora

Se determina la TMAR mediante la suma de la tasa activa más la tasa pasiva, a estos dividiéndoles para dos y sumándoles el porcentaje de riesgo.

4.11.2. Valor Actual Neto

Permite determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y poder comparar la equivalencia con el desembolso inicial. Ya que si la equivalencia es mayor que el desembolso inicial es positivo el proyecto es factible.

FORMULA:

$$VAN = -I_0 + \frac{FE_1}{(1+i)^1} + \frac{FE_2}{(1+i)^2} + \frac{FE_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FEn}{(1+i)^n}$$

FN= Flujo de Efectivo Neto

I o = Inversión inicial

n= Número de periodos considerado

I= Tasa de interés de actualización

CUADRO N° 79. CALCULO DEL VAN

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO Y ACUMULADO
0	-54523,02	1	-54523,02	-54523,02
1	19142,71	1,11	21248,41	-75771,45
2	21187,75	1,24	26272,81	-10204,24
3	22592	1,36	30725,12	13276,36
4	24127,24	1,54	37155,95	16992,31
5	34960,46	1,72	60131,99	29882,54

Fuente: Cuadros Anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

De acuerdo a los flujos proyectados para los próximos 5 años el resultado del van es de 29882.54 de esta forma se define que el proyecto tendrá rendimiento económico mayor a cero es decir que existe una rentabilidad dejando claro su factibilidad.

4.11.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es igual al porcentaje de rentabilidad generado por el proyecto durante la vida útil del mismo.

De esta manera se debe aclarar que para el cálculo de la TIR se debe calcular un segundo VAN considerarnos la misma tasa activa y pasiva y la diferencia de porcentaje de riesgo que se incrementa.

FORMULA:

$$TIR = \frac{(VAN1 * r2) - (VAN2 * r1)}{VAN1 - VAN2}$$

Donde

VAN1= Primer valor neto actual

VAN2= Segundo valor neto actual

r1=Tasa de Descuento 1

r2= Tasa de Descuento 2

CUADRO N° 80. CÁLCULO DEL VAN 2

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO Y ACUMULADO
0	-54523,02	1	-54523,02	-54523,02
1	58258,38	1,15	66997,14	75771,45
2	58785,73	1,33	78185,02	10204,24
3	59352,43	1,53	90809,22	13276,36
4	59959,79	1,7	101931,64	16992,31
5	60609,21	2,01	121824,51	20882,54

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Mediante el cálculo realizado se determina que el segundo Valor Actual Neto tiende a ser de \$20882.54 dólares lo que indica que el proyecto cuenta con un buen rendimiento sobre lo permitido, ya que su resultado es positivo y menor que 0.

r1 = 12.36%

r2 = 16.00%

VAN1 = 29882,54

VAN2 = 20882.54

$$TIR = \frac{(29882,54 * 0.16) - (20882.54 * 0.1236)}{29882,54 - 20882.54}$$

$$TIR = \frac{4781.21 - 2581.08}{9000}$$

$$TIR = \frac{2200.13}{9000}$$

$$TIR = \mathbf{30.77}$$

De esta manera se puede observar que la TIR para la cancha de césped sintético es de 30.77%, que si es mayor al costo de oportunidad de dinero, que en las instituciones financieras del país alcanzan un promedio del 5,59% anual y la tasa mínima aceptable de rendimiento es del 12.36% por lo que el proyecto es factible.

4.11.4. Período de recuperación de la inversión

Para determinar el Periodo de Recuperación de la Inversión se aplica la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Año del ultimo flujo actual acumulado negativo} + \frac{\text{primer año de flujo acumulado positivo}}{\text{inversion inicial requerida}}$$

$$PRI = 2 + \frac{13276,36}{54523,02}$$

$$PRI = 2 + 024350008491$$

$$PRI = 2.24$$

$$PRI = 2 \text{ años, } 2 \text{ meses, } 4 \text{ Dias}$$

CUADRO N° 81. PERIODO DE RECUPERACIÓN

PERIODO DE RECUPERACIÓN

2,24

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

Mediante una ecuación realizada se pudo determinar que el tiempo de recuperación de la inversión de los flujos netos de efectivo de la inversión recupere su costo o inversión inicial en 2 años 2 meses 4 días.

4.11.5. Relación Costo/Beneficio

Permite que se relacionen los ingresos y los gastos actualizados de la propuesta, lo que daría la inversión necesaria para que exista una rentabilidad, ya que de esta manera el costo beneficio debe ser mayor a uno.

FORMULA:

$RB/C = \text{Ingresos Totales Actualizados} / \text{Costos totales actualizados}$

CUADRO N° 82. RELACIÓN COSTO/BENEFICIO

INGRESO POR VENTAS	COSTO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
72220	34942,7	1,11	80164,2	38786,40
74661,04	36123,76	1,24	92579,69	44793,46
77184,58	37344,75	1,36	104971,03	50788,86
79793,42	38607	1,54	122881,87	59454,78
82490,44	39911,92	1,72	141883,56	68648,50
TOTAL			542480,34	223685,60
RC/B				1,13

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

De esta manera los totales obtenidos mediante la operación demuestran que la relación costo beneficio que genera el proyecto deja \$1.13ctvs. Por cada dólar que se invierta.

4.11.6. Análisis de Sensibilidad

CUADRO N° 83. ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD						
VARIABLE	TMAR	TIR	VAN	PRI	RCIB	RESULTADO
Proyecto	12,36	30,70%	29882,54	2,24	1,13	Viable

Fuente: Cuadros anteriores
Elaborado Por: La Investigadora

En relación al cuadro anterior el costo de oportunidad para el proyecto se consideró la tasa del 12.36%; el Valor Actual Neto demuestra ser positivo para el estudio; la Tasa Interna de Retorno representa un 30.70% que es superior al costo de oportunidad; la inversión realizada se espera recuperar en 2 años, 2 meses y 4 días; el indicador del Costo Beneficio representa que por cada dólar invertido en el complejo turístico-deportivo se espera recuperar \$1,13. Concluyendo que mediante la evaluación realizada el proyecto es atractivo para su ejecución.

CONCLUSIONES

- La creación de la cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Latacunga permitirá que familias del lugar puedan disfrutar de un servicio que ya existe en el mercado pero que brindara el mejor servicio.
- En la provincia de Cotopaxi y sobre todo en uno de sus cantones como es Latacunga siempre se ha identificado por tener recursos naturales que han permitido que sus pobladores se dediquen a trabajar en los sectores productivos y agropecuarios, lo que ha permitido generar fuentes de trabajo a la mayoría de las personas quienes habitan en el campo y en la ciudad, de acuerdo a esto la idea de crear una cancha de césped sintético tiene como finalidad aportar a la comunidad con un proyecto innovador que permita incluir a estos sectores y generar una buena utilidad con costos mínimos de inversión, utilizando los recursos disponibles a favor siendo estos: los terrenos a disposición, los servicios básicos, la facilidad de acceso al lugar.
- La cancha de césped sintético estará localizada en un sector de mucha afluencia por parte de los deportistas del sector y esta manera se tendrá una mayor acogida en los servicios que se brindaran.
- Se determinó la ingeniería del proyecto, en el cual su distribución física de la cancha de césped sintético, está conformada por las principales áreas: administrativa, mantenimiento y seguridad, recreación y esparcimiento y alimentos y bebidas, dando un total de 613 metros cuadrados, trabajando eficientemente dando como resultado un servicio satisfactorio para el público en general.
- La inversión inicial requerida para el presente proyecto en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo asciende a una inversión total de \$ 54523.02 dólares, misma que los será financiada el 63% por el accionistas con valor de \$ 34523,02 dólares y el otro 37% que da un total de 20.000,00 mil dólares por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Virgen del Cisne.

- De acuerdo con los costos totales e ingresos por ventas anuales se puede observar que para el primer año se tendrá un costo de \$42.344,07 y de ingreso por venta de \$55.505,00; para el segundo año \$44.211,27y de ventas \$59.485,44; para el tercer año \$46.180,16 con un ingreso de \$63.812,43; para el cuarto año \$48.255,85 con ingresos de \$68.363,00 y para el quinto año un costo total de \$50.443,63 con una ingreso de ventas de \$73.135,04; determinando que los ingresos por ventas son mayores que los costos totales de ventas.
- De acuerdo con el punto de equilibrio se puede apreciar que el requerimiento de volumen de ventas es de \$ 42.263,79 para el primer año lo que significa que debe atender a 10.771 clientes para cancha de césped sintético no tenga perdidas ni ganancias.
- También se observa que para el primer año se tendrá una utilidad neta de \$ 7.551,08, lo que seguirá aumentando para los siguientes años significando una ganancia para cancha de césped sintético de acuerdo con el estado de pérdidas y ganancias presentados.
- La evaluación financiera en base a los flujos proyectados para los próximos 5 años, el resultado del Valor Actual Neto es de \$2 definiendo que el proyecto tendrá rendimiento económico mayor a cero dejando en claro su factibilidad.
- De esta manera se puede observar que la TIR para la cancha de césped sintético es de 30.77% siendo mayor al costo de oportunidad de dinero, que en las instituciones financiera del país alcanzan un promedio del 5,59% anual y la tasa mínima aceptable del 12.36% por lo que el proyecto es factible.
- La inversión requerida para el funcionamiento del proyecto se la recuperara en un periodo de tiempo equivalente a 2 años y 2meses 4dias.
- La Relación Beneficio – Costo de los totales obtenidos mediante la operación manifiesta que deja un excedente de \$1.13 ctvs. Por cada dólar invertido.

RECOMENDACIONES

- La nueva cancha de césped sintético debería ser ejecutada por ser un negocio que se está impulsando en la ciudad de Latacunga y en el resto del país y se encuentra en un constante crecimiento.
- El servicio a ofertar debe cumplir con todas las descripciones técnicas que se presentaron en el proyecto realizado como una forma de garantizar la venta y cumplir con los gustos y preferencias de los clientes así como de la cancha de césped sintético.
- Establecer estrategias que permitan mantener, desarrollar y mejorar continuamente los servicios ofertados. Se debería visitar escuelas, colegios y universidades promocionando cancha de césped sintético, invitándolos a participar de campeonatos y escuelas de futbol durante sus vacaciones, estimulando la participación de los jóvenes en el sector, brindar experiencias enriquecedoras a los estudiantes y colaboradores.
- Capacitar al equipo de trabajo en toda área necesaria para obtener un excelente servicio a nuestros clientes, de esta manera existirá la confianza por parte de nuestros clientes quienes serán nuestro punto de comercialización. Proponer una excelente promoción publicitaria para lograr la captación de la mayoría de nuestro mercado meta.
- Realizar convenios con escuelas, instituciones públicas y privadas para que nos recomienden y seamos parte del mercado en corto tiempo dejando así un legado para futuros emprendedores que desean conformar o ser parte de grandes negocios factibles y viables.
- Es recomendable llevar un control de los costos como herramienta principal en la gestión administrativa y financiera, lo cual permite una correcta planificación económica y operativa garantizando una óptima operación del servicio, pagos de crédito, impuestos, sueldos y salarios.

- A medida que el proyecto una vez puesto en marcha genere rentabilidad, sería recomendable que la cancha de césped sintético “Zona Fútbol EL CHESPI” considere la implementación de nuevas atracciones de manera que se preste un servicio más atractivo para los visitantes como por ejemplo una recepción para eventos sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CITADAS

- **HERRERA**, Ana Cristina, (2012) “*Proceso de Gestión Administrativa y su incidencia en la Productividad de la empresa C.D.G. muebles Carvajal del sector Pelileo*” (pág. 45).
- **ARENAS**, F (2014) “*El Proceso administrativo*”, Universidad de Texas, (pág. 5)
- **GALINDO Y MARTINEZ**, (2014) “*Fundamentos de administración*”, Trillas (pág17).
- **BLACK**, Stewart, J (2012) “*Administración*”, Pearson, (pág8)
- **KOTLER**, Philip, **LANE**, Kevin, (2009) “*Dirección De Marketing*”, Pearson Educación (pág17).
- **GONZÁLEZ**, Luís M. (2010) “*Manual de Legislación*”, Ediciones Depalma, Universidad de Texas (pág. 23)
- **BOLTEN E**, Steven (2005), “*Fundamentos de las finanzas de gestión*”, Houghton Mifflin” (pág.21).
- **BACA** Gabriel (2006), “*evaluación de proyectos de inversión*” Mc. Graw-hill, mexico (págs.7, 73, 73)
- **SALKIND J.** (1999) “*Métodos de investigación*”, Pearson Educación (Pág. 210)

- **MORA**, Maurice (2006) “*Metodología de la investigación*”, *Económico Administrativas*, (; Pág. 26)
- **GÓMEZ**, Marcelo (2006) “*Introducción a la metodología de la investigación*”, Editorial Brujas (Pág. 86).
- **PUCHOL** Luis (2008), “*Cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe*”, Ediciones Díaz de Santos (pág. 57).
- **MARTÍN** Victoria E. (2006), “*Formación de emprendedores*”, Univ. J. Autónoma de Tabasco, (pág58).

CONSULTADA:

- **ALCARAZ**, Rafael; *El Emprendedor de éxito*; Cuarta Edición; Editorial McGraw Hill; España, 2004
- **BACA URBINA**, Gabriel, “*Evaluación de Proyectos*”, Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México 2006
- **MOORE**, Longenecker y **PALICH**, Petty; *Plan de Negocios*; 14a edición; Administración de Pequeñas Empresas, 2009
- **SALTOS**, Héctor, “*Evaluación de Proyectos*” Quinta Edición; Editorial Eco Ediciones, México, 2002
- **CÓRDOVA PADILLA**, Marcial, “*Formulación y Evaluación de Proyectos*”, Primera Edición, Editorial Eco Ediciones Ltda., Bogotá 2006.
- **MORALES**, Arturo; *Proyecto de Inversión Evaluación y Formulación*; Primera Edición, Editorial McGraw HILL; Educación, 2009
- **NUÑEZ**, Zúñiga Rafael, “*Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión*”, 2007, México
- **WESTON** Albert y **COPELAND**, Jhon, “*Financiamiento del Proyecto*” Edición Primera, Editorial Mc Graw Hill, México, 1995

ELECTRÓNICA:

- Banco Central del Ecuador, Disponible, en línea, consultado el 10 de diciembre del 2015, disponible en la pág. (<http://www.bce.fin.ec/>).

- Instituto Nacional de Estadística y Censo, en línea, consultado el 08 de enero del 2016, disponible en la pág. (<http://www.inec.gov.ec>).

ANEXOS

5.- ¿Con qué frecuencia práctica esta actividad deportiva?

- Diario ()
Una vez por semana ()
Dos veces por semana ()
Una vez en el mes ()

6.- ¿Conoce o asistido algunas vez a una cancha de césped sintético?

Si () No ()

Cuál?.....

7.- ¿Que horario prefiere para jugar fútbol?

- Matutino ()
Vespertino ()
Nocturno ()

8.- ¿En las canchas que usted práctica este deporte esta elaboradas de?:

- Cemento ()
Césped ()
Asfalto ()
Arcilla ()

9.- ¿Qué valor económico paga por acceder a una hora de este servicio de alquileres?

\$20-25 () \$26-30 () \$31- 45

10.- ¿Qué aspectos considera usted a la hora de escoger el lugar para practicar este deporte?

- Precio ()
Instalaciones ()
La ubicación ()
Calidad del servicio ()
La seguridad ()

11.- ¿Conoce o a escuchado del sector Brazales?

Si () No ()

12.- ¿Usted estaría dispuesto a utilizar el servicio de alquiler de una cancha de césped sintético en el barrio Brazales de la ciudad de Latacunga?

Si () No ()

13.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se difunda la existencia de una nueva cancha de césped sintético?

Tv local ()

Radios locales ()

Internet ()

Hojas volantes ()

Prensa escrita local ()

Vallas publicitarias ()

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

EVIDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Anexo N° 2. Afiches de publicidad del campeonato para hombres y mujeres

Zona fútbol

"EL CHESPI"

Invita a todos y a todas las personas amantes del deporte, misma que pone a disposición del público las inscripciones para el campeonato de indoor fútbol masculino y femenino, programa que se realizará el día Domingo 6 de septiembre del 2015.

Valor de la inscripción \$ 40.00
SE DISPUTARA COPA :

"EL CHESPI "
2015 -2016

SE ELIGIRA :

- 1.- SEÑORITA DEPORTES
- 2.- EQUIPO MEJOR UNIFORMADO
- 3.- LA MASCOTA

Nota: Las inscripciones se aceptara en las instalaciones de zona fútbol "EL CHESPI" ubicado en el Barrio Brazales vía Santo Damán y mediante vía telefónica

Teléfono: 0987155344 -0979365145
ATT: MENTOR LASINQUIZA



Anexo N° 3. Modelo de carnet y calendario

Zona fútbol

"EL CHESPI"

➤ Temporada.....2015-2016

Club :.....

Nombre :.....

Edad.....

Cedula.....

.....

Firma:



Anexo N° 4. Tarjetas de presentación

Dir. Barrio Brazales a
300ms. De la plaza central

RESERVACIONES:
0987155344 (03)2531520





✓ Eventos deportivos	✓ Zona de bar
✓ Canchas de voleibol	✓ Parquadero
✓ Duchas de agua caliente	✓ Fast foot
✓ TV. Cable	
✓ Zona Wi-Fe	

Reservaciones: 0987155344
(03)2531520

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Anexo N° 5. Crear una página virtual



ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Anexo N° 6. Vallas publicitarias

CANCHAS SINTETICAS

ZONA FUTBOL

EL CHESPI

- ✓ Eventos deportivos
- ✓ Canchas de voleibol
- ✓ Duchas de agua caliente
- ✓ TV. Cable
- ✓ Zona Wi-Fe
- ✓ Zona de bar
- ✓ Parqueadero
- ✓ Fast foot

Reservaciones: 0987155344
(03)2531520

ESTRATEGIA DE PRECIO

Anexo N° 7. Hojas volantes para publicidad de la escuela de fútbol.

SÁBADO 1 y DOMINGO 2 DE AGOSTO
DEL 2015
 Te invitamos a la Gran
 inauguración de las canchas de
 césped sintético

Zona Fútbol
"EL CHESPI"

 Donde tu y tu familia podrán
 disfrutar de un excelente día
 deportivo
8:00 am a 20:00 pm
 Ven te esperamos

 Dirección : Via Santo Samaná
 barrio **BRAZALES**



Anexo N° 8. Elementos de la misión

Naturaleza del proyecto	Impulso a la actividad deportiva
Razón de existir	Posesionar en la mente del consumidor como una empresa líder en el mercado ofreciendo servicio de entretenimiento y recreación
Mercado al que sirve	33103 habitante de la ciudad de Latacunga sector urbano
Principios y valores	Ofrecer un servicio con excelente atención y compromiso con el objetivo de satisfacer las familias que gusta de la actividad deportiva.
Eficiencia económica	Captar la atención de las personas que hacen deporte y atraerlos por medio de promociones.
Finalidad	Fue con el objeto de brindar servicios que vayan de acuerdo con las expectativas de las personas que buscan pasar un tiempo de entretenimiento, y por la falta de lugares apropiados puesto que es uno de los principales obstáculos que en gran medida a reducido la práctica deportiva en el sector adoptando así improvisadas canchas de fútbol en calles y aceras, obstaculizando muchas veces el tránsito y poniendo en peligro la seguridad de los jugadores y espectadores.
Lugar del desarrollo de actividad	El barrio Brazales de la ciudad de Latacunga

Anexo N° 9. Elementos de la visión

Posición en el mercado	Ser una empresa líder en la oferta y prestación de servicios de alquiler de canchas
Cliente	Personas que gustan del deporte.
Tiempo	3 años
Recursos humanos	Población de la ciudad de Latacunga parroquia urbana.

Anexo N° 10. Rol de Pagos

ROL DE PAGOS ZONA FÚTBOL EL CHESPI													
		INGRESOS							EGRESOS				
N°	CARGO	SUELDO	HORAS EXTRAS	# HORAS EXTRAS	TOTAL HORAS EXTRAS	TOTAL REMUNERACIÓN	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APORTE INDIVIDUAL	ANTI CIPO	TOTAL EGRESOS	LÍQUIDO A RECIBIR	ANUAL
1	ADMINISTRADOR	500	3,16	8	25	525	44	569,08	53	100	153	416	4990
2	SECRETARIA	366	2,29	0	0	366	31	396,50	37	0	37	359	4313
3	PERSONAL E VENTAS	366	2,29	0	0	366	31	396,50	37	50	87	309	3713
4	PERSONAL DE LIMPIEZA	366	2,29	14	32	398	33	431,16	40	10	50	381	4570
5	ENTRENADOR DE FÚTBOL	366	2,29	4	9	375	31	406,40	38	30	68	338	4061
6	GUARDIA	366	2,29	0	0	366	31	396,50	37	0	37	359	4313
TOTAL		2330				2396	200	2596,14			433	2163	25961

Anexo N° 11. Valor en Libros de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	TOTAL
Edificios y construcciones	1851,65
Césped sintético	1650
Maquinaria y equipo	424,4
Muebles y enseres	271,65
Equipos de computo	155,65
Equipo de oficina	20
TOTAL VALOR EN LIBROS	4373,35

Anexo N° 12. Proforma de los equipos y materiales para la creación de la cancha sintética

**COMERCIAL LOS
ANGELES**

Simón Rodríguez N8-29 y México

Telf. 2 070 290 Móvi: 099 6136564

PROFORMA

No: **001262**
Latacunga, 6 de enero del
2015

Sr.:
Presente.-
A continuación la siguiente Proforma
solicitada:

PROFORMA

Cant.	DESCRIPCIÓN	P. Unitario	Total
	Sistema de atención al público A2D-0-1PA		
2	Parlantes amplificados KOOL SOUN	350,00	700,00
1	Refrigeradora indurama AD- 2	450,00	450,00
1	Tv samsung A 2D - 1PA digital	650,00	650,00
1	Computadora HP	850,00	850,00
1	Impresora EPSON TM_U220	150,00	150,00
1	Caja registradora HR_820M SUMADORA	100,00	100,00
1	Telefono	20,00	20,00
	Subtotal		2920,00
	12% iva		350,40
	TOTAL		3270,40

NOT

A: Esta Proforma es válida por 30 días.
El cliente debe facilitar una toma
eléctrica.
Forma de pago 100% a contra-
entrega
Tiempo de entrega inmediata
Garantía 5 años.

Att.

Ing. Angel Yanchaguano M.
Ruc: 1712051760001
e mail: comerciallosangeles@yahoo.es
Web: www.angeles.es.fl

CERTIFICACIÓN No. 00770/14



Anexo N° 13. Proforma del Césped Sintético



MONOFILAMENTO LIME 1/2 50mm

www.cespedecuador.com



VISTA SUPERIOR



VISTA POSTERIOR




VISTA LATERAL

USOS	Soccer
MODEL	Monofilamento 1/2 50mm
COLOR	Lime
APPLICATION	Soccer
ROLL WIDTH	3.71 m
ROLL LENGTH	26.67 m
YARN	
COMPOSITION	PE
STRUCTURE	Monofilamento
CARPET / TURF	Decorativo y Deportivo
PILE HEIGHT	50mm±10%
GAUGE	1/2inch
TOTAL YARN WEIGHT	386g/comp±10%
HOLES M2	50
BACKING	
PRIMARY BACKING	100% UV Stabilized PP + Mesh Scrim Inlay
WEIGHT	180g/comp±10%
SECONDARY BACKING	Latex
WEIGHT	1050g/comp±10%
TOTAL CARPET WEIGHT	2336g/comp±100g/comp
FILLING	
FIRST INSTALLATION FILLING	Sand
SECOND INSTALLATION FILLING	Rubber

No. METROS	P.V.P /m ²	P.V.P /m ² Includido L.V.A.	TOTAL Includido L.V.A.
428	\$ 20.45	\$ 22.90	\$ 9,801.20

PRECIO INCLUYE: Instalación / Mano de obra experimentada / Arena Fina / Caucho / Transporte



Anexo N° 14. Cancha Sintética

