



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y
AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO:

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CON SERVICIO DE CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”.

Previo la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y
Auditoría CPA.

AUTORA: ÁLVAREZ Q, Silvia

DIRECTOR: Econ. CORRALES, Manuel

Ibarra, Julio, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado corresponde a un estudio de factibilidad para la Creación de una Pista de Patinaje sobre Hielo con Servicio de Cafetería en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, el cual partió de un diagnóstico situacional para conocer el área a investigarse e implantar la microempresa; se realizó un estudio de mercado en el que se determinó la necesidad del servicio dando como resultado un mercado insatisfecho por la inexistencia de este servicio. Se aplicaron las encuestas a las personas de la Ciudad de San Gabriel, las cuales manifiestan una existe una gran aceptación por este proyecto, debido a que este servicio no existe en la ciudad donde se va a implantar, motivo por el cual se ha generado una gran expectativa en la creación de esta pista de patinaje sobre hielo sobre todo en la juventud, además con este proyecto se trata de potenciar el deporte y actividades de sano esparcimiento como una nueva alternativa y atractivo que favorecerá el desarrollo económico, social y deportivo de la ciudad, porque al contar con una nueva actividad que cautive su atención de sus habitantes, se reactivarán otros servicios que tengan relación directa con esta actividad. El proyecto contará con los recursos necesarios siendo estos humanos, financieros y materiales y tecnológicos para un adecuado funcionamiento. Se realizó un estudio técnico en el cual se determinó la macro y micro localización, así como el diseño de las instalaciones, presupuesto técnico y flujogramas de procesos. Se realizó el estudio económico financiero, el cual determinó la viabilidad y sustentabilidad del proyecto, así como el diseño de la estructura organizacional l y funcional de la microempresa optando por un organigrama estructural horizontal en el que se presentan mínimos niveles jerárquicos y finalmente se analizaron los posibles impactos dando como resultado que todos son positivos porque van a contribuir en la reactivación de la economía de la cuidad, generación de empleo y mejorará la calidad de vida de las personas involucradas en el proyecto y de la población en general

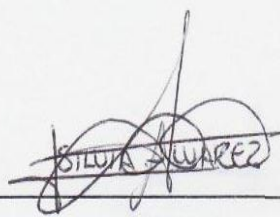
EXECUTIVE SUMMARY

This final report grade work corresponds to a feasibility study for the creation of an Ice Skating Rink cafeteria service in the City of San Gabriel, Canton Montufar, Carchi Province, which started from a situational analysis to know the area to be investigated and implement microenterprise conducted a market study which determined the need for the service market resulting in dissatisfied by the lack of this service. Surveys were applied to people of the City of San Gabriel, which show a wide acceptance exists for this project, because this service does not exist in the city where it is to implement, why has generated a buzz in the creation of this ice rink especially youth, in addition to this project is to enhance the sport and healthy recreation activities as a new and attractive alternative to foster the sustainable economic, social and sporty city, because by having a new activity that captivates your attention from its inhabitants, will reactivate other services directly related to this activity. The project will have the necessary resources be they human, financial and material and technology to function properly. We carried out a technical study in which we determined the macro and micro location and design of facilities, technical and budget process flowcharts. The study was conducted economic and financial, which determined the viability and sustainability of the project and the design of the organizational structure of the micro functional ly opting for a horizontal structural organization that presents minimal hierarchies and finally to examine the possible resulting impacts all are positive because they will contribute to the revival of the city's economy, create jobs and improve the quality of life of the people involved in the project and the general population

AUTORÍA

Yo, Silvia Alexandra Álvarez Quiñonez, portadora de la cedula ciudadanía No. 0401493747, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es mi autoría:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CON SERVICIO DE CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'SILVIA ALVAREZ QUIÑONEZ', is written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

Firma

SILVIA ALEXANDRA ÁLVAREZ QUIÑONEZ

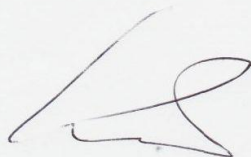
0401493747

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, **Silvia Alexandra Álvarez Quiñonez**, para optar el Título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.**, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CON SERVICIO DE CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”.

Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los nueve días del mes de julio del 2012

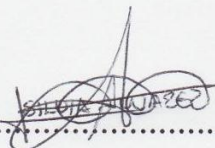


ECON. MANUEL CORRALES
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, SILVIA ÁLVAREZ, con cedula de identidad N° 0401493747, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CON SERVICIO DE CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”. , que ha sido desarrollado para optar el título de **Ingeniera en Contabilidad Y Auditoría C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

f).....

AUTORA: SILVIA ÁLVAREZ

C.I. 0401493747

Ibarra, a los 9 días del mes de Julio del 2012

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CEDULA DE IDENTIDAD.	401493747
APELLIDOS Y NOMBRES:	ÁLVAREZ QUIÑONEZ SILVIA ALEXANDRA
DIRECCIÓN:	SAN GABRIEL, CALLE EL ARRAYAN Y PANAMERICANA
EMAIL:	alvarez_silvy1988@yahoo.com
TELÉFONO FIJO:	062292396
TELÉFONO MÓVIL:	091130496

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CON SERVICIO DE CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTUFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTOR:	ÁLVAREZ QUIÑONEZ SILVIA ALEXANDRA
FECHA:	09/07/2012
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ASESOR/DIRECTOR:	ECON. MANUEL CORRALES

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, ÁLVAREZ QUIÑONEZ SILVIA ALEXANDRA, con cedula de ciudadanía N° 0401493747, en calidad de autor(a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 9 días del mes de Julio del 2012

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: SILVIA ALEXANDRA ALVAREZ Q.

C.C.: ...0401493747.....

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez

CARGO: JEFE DE BIBLIOTECA

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la luz que ha guiado mi camino durante toda mi vida,

A mis padres por ser el apoyo incondicional de mi vida y por su esfuerzo
incansable que hacen día tras día.

A mis hermanas por su cariño y compañía.

A la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y
Económicas de donde obtuve valiosos conocimientos y experiencias.

A mi asesor de Tesis el Economista Manuel Corrales y a todos mis docentes, los
cuales me impartieron sus conocimientos.

Silvia...

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de grado con todo cariño y amor

A mis padres Quienes son los impulsores de mi superación

Ya que sino fuese por los esfuerzos que ellos realizan
Constantemente y por llenar mi vida con sus valiosos consejos no me encontraría
en el lugar que estoy.

A mis hermanas fieles y sinceras compañeras que me han brindado su apoyo y
colaboración.

Silvia...

PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi para lo cual se va a realizar siete capítulos:

Primer capítulo, Diagnóstico situacional para detectar las oportunidades y amenazas existentes en el entorno, a través de un análisis cualitativo y cuantitativo del Cantón.

Segundo capítulo, Marco teórico que refleje la información científica de los términos técnicos que contenga el tema de investigación y que sustente el proyecto gracias a que esta información se recolectara a través de la investigación documental mediante libros, revistas, periódicos, internet entre otros.

Tercer capítulo, Estudio de mercado en el cual se utilizará una investigación de campo para obtener información, en donde se empleara la técnica de la encuesta. Se estimara e identificara la demanda y el comportamiento de la oferta, analizara la competencia referente al patinaje sobre hielo y realizara una proyección de precios, costos y flujo de caja, sensibilidad del estudio llegando de esta manera a determinar una conclusión.

Cuarto capítulo, Estudio técnico para analizar la posibilidad de la creación de la propuesta a través de la determinación de la macro y micro localización, diseño de las instalaciones con sus respectivas dimensiones y distribución en el espacio físico realizado por un arquitecto conocedor del tema el cual realizará un plano, además se ejecutara un presupuesto técnico, flujogramas de procesos, punto de equilibrio y sensibilidad, estructura orgánica y seguimiento y monitoreo del proyecto.

Quinto capítulo, Estudio económico el cual determine la factibilidad de la inversión a utilizarse en la creación del proyecto, elaborando un presupuesto de

inversión el cual permita calcular el costo de oportunidad y las proyecciones de ventas, costos y gastos de igual forma construir el balance general y proyectar el estado de perdidas y ganancias a 5 años, además se calculara los flujos de caja con y sin sensibilidad, el TIR (tasa interna de retorno), VAN (valor actual neto) y el costo financiero.

Sexto capítulo, Estructura organizacional y funcional en es que se estableció la misión, visión, principios, valores corporativos con los que la microempresa funcionara.

Séptimo capítulo, Impactos que afectaran tanto positiva como negativamente al realizar y poner en ejecución el proyecto.

Finalmente conclusiones y recomendaciones.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS	PÁG
Portada.....	i
Resumen ejecutivo.....	ii
The summarize executive.....	iii
Autoría.....	iv
Certificación.....	v
Cesión de derechos a la UTN.....	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la UTN.....	vii
Agradecimiento.....	ix
Dedicatoria.....	x
Presentación.....	xi
Índice de contenidos.....	xiii
Índice de cuadros.....	xx

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes diagnósticos.....	23
Objetivos diagnósticos.....	23
Determinación de variables diagnósticas.....	24
Indicadores de las variables.....	24
Matriz de relación diagnostica.....	26
Fuentes de información.....	27
Análisis de variables diagnósticas.....	27
Antecedentes históricos.....	27
Aspectos geográficos.....	28
Datos socio demográficos.....	31
Situación socio económica del Cantón Montúfar.....	33
Situación social.....	36
Diagnóstico externo.....	38

Determinación de la oportunidad de inversión	39
--	----

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Pista de patinaje sobre hielo.....	40
Definición de patinaje.....	41
Clasificación del patinaje.....	41
Modalidades del patinaje sobre hielo.....	42
Patinaje de velocidad sobre hielo.....	47
Servicio de cafetería.....	51
Definición de servicio.....	51
Definición de cafetería.....	52
Definición de servicio de cafetería.....	52
Características de los servicios.....	52
Componentes de la calidad en el servicio.....	53
Importancia de la calidad en el servicio.....	55
Principios del servicio.....	55
Tipos de servicios a la meza.....	56
Microempresa.....	59
Definición.....	59
Características de la microempresa.....	59
Tipos de microempresas.....	60
Ventajas y desventajas de la microempresa.....	60
Estructura formal de la microempresa.....	61
¿Como crear una microempresa?	62
El papel del jefe en la microempresa.....	63
La administración en la empresa.....	64
Definición.....	64
Importancia de la administración.....	64
Proceso administrativo.....	64
Características de la administración.....	65

El marketing.....	66
Definición	66
Finalidad del marketing.....	67
La mercadotecnia en la empresa.....	67
Definición.....	67
Funciones de la mercadotecnia.....	67
Desarrollo de un marketing mix integrado.....	70
Marketing mix.....	70
Comercialización.....	72
La comercialización en relación a la producción.....	72
Canales de comercialización.....	73
Fundamentos contables.....	74
Definición.....	74
Importancia de la contabilidad.....	74
Clasificación de la contabilidad.....	74
Estados financieros.....	75
Estados de situación financiera o balance general.....	75
Estados de resultados.....	76
Estados de evolución del patrimonio.....	76
Estados de flujo del efectivo.....	76
Políticas contables y notas explicativas.....	76
Evaluable financieros.....	76
Valor actual neto (VAN)	76
Tasa interna de retorno (TIR)	77
Relación beneficio/ costo (B/C).....	78
Punto de equilibrio.....	79
Tiempo de recuperación de la inversión.....	80
Rentabilidad.....	80
Financiamientos.....	80
Análisis financiero.....	81
Índices financieros.....	81

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción.....	84
Objetivos del estudio de mercado.....	85
VARIABLES.....	85
Indicadores.....	86
Matriz de relación.....	88
Población y muestra.....	90
Fuentes de información.....	91
Resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de San Gabriel.....	92
Análisis del servicio a ofrecer.....	104
Identificación del servicio.....	104
Mercado meta.....	105
Estructura y segmentación de mercado.....	106
Análisis y proyección de la demanda.....	107
Análisis de la oferta.....	109
Balance oferta – demanda.....	109
Análisis y proyección de precio.....	110
Conclusiones del estudio.....	114

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

Macro y micro localización del proyecto.....	116
Macro localización.....	116
Micro localización.....	117
Ubicación de la planta.....	118
Metodología para la ubicación de la planta.....	119
Identificación de los posibles lugares.....	119
Diseño de la matriz de evaluación inicial.....	120

Matriz de factores ponderados.....	121
Matriz ponderada.....	121
Distribución del espacio físico.....	122
Diseño de instalaciones.....	123
Proceso de la planta.....	124
Flujograma de operación.....	124
Flujo gramas de procesos.....	126
Presupuesto técnico.....	129
Inversiones fijas.....	129
Inversiones diferidas.....	133
Gastos administrativos.....	1134
Resumen de las inversiones requeridas.....	136
Capital de trabajo.....	136
Tamaño del proyecto.....	137

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Evaluación financiera.....	139
Estructura de la inversión.....	141
Destino de la inversión.....	141
Costo de capital.....	141
Tasa de rendimiento medio.....	142
Presupuesto de ingresos.....	142
Presupuesto de costos	143
Presupuesto de gastos.....	144
Anexo de la depreciación.....	144
Obligaciones financieras.....	145
Tabla de amortización.....	145
Estados proforma.....	148
Estado de situación financiera.....	148
Estado de pérdidas y ganancias.....	151

Flujo de caja proyectado.....	151
Evaluadores financieros.....	152
Calculo del valor actual neto.....	152
Tasa interna de retorno.....	152
Punto de equilibrio.....	153
Relación beneficio – costo.....	153
Rentabilidad de la inversión.....	154
Recuperación de la inversión en valor real y en valor corriente.....	154

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Denominación de la empresa.....	155
Nombre.....	155
Logotipo.....	155
Misión.....	156
Visión.....	156
Políticas de la empresa.....	156
Principios y valores.....	156
Estrategias del servicio.....	157
Estrategias de precio.....	157
Estrategia de plaza.....	157
Estrategia de publicidad.....	157
Organigrama estructural de crecimiento plano horizontal.....	158
Funciones y descripción del puesto.....	158
Determinación de la forma jurídica.....	166
Registro único de contribuyentes (ruc).....	167
Afiliación a la superintendencia de compañías.....	168
Patente municipal.....	168
Permiso sanitario de funcionamiento.....	168
Permiso de funcionamiento de los bomberos.....	169

CAPITULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

Impacto educativo – cultural.....	170
Impacto deportivo.....	171
Impacto socio – económico.....	172
Impacto empresarial.....	173
Impacto ético.....	174

CONCLUSIONES	175
---------------------------	-----

RECOMENDACIONES	177
------------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	179
---------------------------	-----

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

TÍTULO	PÁG
Matriz de relación diagnostica	26
Población por área y sexo del cantón Montúfar	31
Población por grupos de edad del cantón Montúfar	31
Distribución de la población del cantón Montúfar, según parroquias	32
Población por grupos de edad de la ciudad de san Gabriel	33
Grado de educación de las personas del cantón Montúfar	37
Analfabetismo	37
Matriz de relación diagnostica	90
Gusto del deporte	94
Frecuencia de actividades deportivas	95
Deporte nuevo	96
Visita a pista de patinaje	97
Gusto de acudir a una pista de patinaje sobre hielo	98
Razones por las cuales acudir a la pista de patinaje sobre hielo	99
Personas con quien acudir a una pista de patinaje sobre hielo	100
Frecuencia para visitar la pista de patinaje sobre hielo	101
Tiempo a emplearse en la pista de patinaje sobre hielo	102
Dinero a pagar por una hora de patinaje	103
Edad	104
Género	105
Ocupación	106
Ingresos	107
Proyección de la demanda	113
Balance oferta y demanda	114
Precios del servicio de patinaje	115
Precios del servicio de cafetería	116
Mapa de la provincia del Carchi	121
Croquis de micro localización	122
Matriz de evaluación inicial	124

Matriz ponderada	125
Diseño de instalaciones	127
Equipamiento y logística	128
Plantilla de control	129
Proceso para la elaboración de un café con sánduche	130
Plantilla de control	131
Proceso de la prestación de servicio de patinaje sobre hielo	132
Plantilla de control	133
Infraestructura civil	134
Maquina de hielo	134
Muebles y enseres	135
Equipo de computación	135
Equipo de oficina	136
Equipo de cocina y electrodomésticos	136
Herramientas y útiles de mantenimiento	137
Menaje	137
Instrumentos de oficina	138
Gastos de constitución	138
Sueldos administrativos	139
Suministros	139
Servicios básicos	140
Gasto mantenimiento	140
Gasto publicidad	141
Inversión total	141
Capital de trabajo	142
Inversión fija	145
Inversión variable	145
Inversión diferida	146
Estructura de la inversión	146
Destino de la inversión	147
Presupuesto de ingresos	147
Presupuesto de costos	148

Presupuesto de gastos	149
Anexo de la depreciación	150
Tabla de amortización	151
Estado de situación financiera	153
Estado de perdidas y ganancias	154
Flujo de caja proyectado	156
Costo de capital	157
Valor actual neto	158
Tasa interna de retorno	159
Beneficio costo	162
Punto de equilibrio	163
Periodo de recuperación de la inversión	164
Resumen de evaluadores financieros	165
Impacto educativo cultural	182
Impacto deportivo	183
Impacto socio económico	184
Impacto empresarial	185
Impacto ético	186
Impacto ambiental	187

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Para determinar los antecedentes del diagnóstico situacional, será necesario establecer el objetivo general y los específicos los que servirán de guía para identificar la oportunidad de inversión y ayudarán a establecer las principales variables con sus indicadores, la matriz de relación diagnóstica y las fuentes de información necesarias para alcanzar dichos objetivos.

1.1.ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

a) OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.1.1.1.OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional externo para la creación de una pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

1.1.1.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer los antecedentes históricos del Cantón Montúfar.
- Determinar la ubicación geográfica del área de estudio.
- Analizar los aspectos socio- demográficos del Cantón Montúfar.
- Conocer los aspectos socio- económicos del Cantón Montúfar.
- Elaborar un análisis del entorno para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería.

1.1.2. DETERMINACIÓN DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Antecedentes históricos
- Aspectos geográficos
- Caracterización demográfica
- Situación socio – económica
- Análisis del entorno

1.1.3. INDICADORES DE LAS VARIABLE

1.1.1.3.1. VARIABLE: Antecedentes Históricos

- a) Datos
- b) Personajes
- c) Fechas

1.1.1.3.2. VARIABLE: Aspectos Geográficos

- a) Ubicación
- b) Limites
- c) Superficie
- d) Altitud
- e) Clima
- f) Orografía
- g) Hidrografía
- h) Etnias
- i) Lugares turísticos
- j) División política administrativa

1.1.1.3.3. VARIABLE: Caracterización demográfica

- a) Estadísticas
- b) Grupos de edad
- c) Genero
- d) Estado civil

1.1.1.3.4. VARIABLE: Situación socio – económica

- a) Población económicamente activa
- b) Actividades económicas del cantón

1.1.1.3.5. VARIABLE: Análisis del entorno

- a) Aliados
- b) Oponentes
- c) Oportunidades
- d) Riesgos

1.1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

Cuadro N° 1.1.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTOS
Establecer los antecedentes históricos del Cantón Montúfar.	Antecedentes históricos	Datos	Secundaria	Documental
		Personajes		
		Fechas		
Determinar la ubicación geográfica del área de estudio.	Aspectos geográficos	Ubicación	Secundaria	Documental
		Limites		
		Superficie		
		Altitud		
		Clima		
		Orografía		
		Hidrografía		
		Etnias		
		Lugares turísticos		
División Política Administrativa				
Analizar los aspectos socio- demográficos del Cantón Montúfar	Caracterización demográfica	Estadísticas	Secundaria	Documental
		Grupos de edad		
		Genero		
		Esto civil		
Conocer los aspectos socio- económicos del Cantón Montúfar.	situación socio – económica	Población económicamente activa	Secundaria	Documental
		Actividades económicas del cantón		
Elaborar un análisis del entorno para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería.	análisis del entorno	Aliados	Primaria	Observación
		Oponentes		
		Oportunidades		
		Riesgos		

1.1.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la elaboración del presente diagnóstico situacional se recurrió a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, Internet, Textos, Revistas Y Observación directa.

1.2. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Desde el punto de vista histórico, en el territorio del actual cantón Montúfar habitaron pobladores que pertenecían a las fases Capulí, Piartal y Tusa, con la singularidad de que los investigadores, especialmente Alicia Enderton de Francisco, Robert Drole, Emilio Grijalva, Max Uhie, Germán Bastidas, entre otros, han centrado su atención y estudio en lo que ocurrió en este espacio geográfico.

El nombre de Montúfar se debe al Coronel Carlos Montúfar, prócer de la independencia ecuatoriana y uno de los más ilustres militares forjadores de nuestra emancipación, nombre que fue aplicado cuando el 27 de septiembre de 1905 la actual ciudad de San Gabriel alcanzó su independencia político-administrativa que lo convertía en el segundo Cantón de la Provincia del Carchi.

La cantonización misma de San Gabriel se produjo a raíz de un ligero incidente producido entre los señores Luciano Carrera de San Gabriel y José Joaquín Mera de Tulcán, a la vez próspero hacendado el primero y encargado de la presidencia del Municipio de Tulcán el segundo. Con este motivo se produce la primera reunión de varios San Gabrieles en la hacienda “El Vínculo” para tratar de la posible cantonización de San Gabriel. Este hecho ocurre en el mes de octubre de 1901. Más tarde el mismo señor Carrera debió presionar por cuanto se preparaban una serie de impuestos que el Municipio de Tulcán iba a imponer a los agricultores de San Gabriel, circunstancia que permitió el 27 de octubre de 1902

organizar la llamada "Sociedad Patriótica de San Gabriel", la que solicitó formalmente la elevación a la categoría de cantón a la parroquia de San Gabriel, hecho que ocurrió el 19 de septiembre de 1905, siendo sancionando el Decreto Ejecutivo con fecha de 27 del mismo mes y año.

Ciudad pulcra que por medio de mingas populares se hace acreedora a llamarle "Procerato del Trabajo". El 11 de Noviembre de 1.992, San Gabriel es declarado por la UNESCO como "Patrimonio Nacional" por la fachada colonial de sus construcciones. Conocida como la ciudad de la "Eterna Primavera" se encuentra localizado en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 Km. de la ciudad de Tulcán.

Fecha de Cantonización: 27 de Septiembre 1.905 mediante Decreto Ejecutivo con la misma fecha.

1.2.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

• UBICACIÓN

La ciudad de San Gabriel se encuentra ubicada al norte del Ecuador en el Cantón Montúfar al sur este de la Provincia del Carchi a 40 km de la ciudad de Tulcán, sus coordenadas geográficas son: Longitud Este 18°43'73", Latitud Norte 00°66'205".

• LIMITES

- NORTE: Cantón San Pedro de Huaca, Tulcán
- SUR: Cantón Bolívar, Provincia Sucumbíos
- ESTE: Provincia Sucumbíos
- OESTE: Cantón Espejo y Bolívar

- **SUPERFICIE**

La superficie del Cantón Montúfar es de 398.25 Km²

- **ALTITUD**

Se ha determinado q la altitud del Cantón Montúfar es de 2.200 m.s.n.m. hasta 3800 m.s.n.m

- **CLIMA**

El Cantón Montúfar presenta un clima Templado a frío con temperaturas q alcanzan una media multianual de 12,5 °C y precipitaciones bimodales, Mínimos: Agosto de 36 mm y Enero con 72 mm y Máximos: Abril 113 mm y en Noviembre con 109 mm, los periodos de lluvia van desde Octubre hasta Abril y el periodo seco va desde Mayo hasta Septiembre.

- **OROGRAFÍA**

El principal sistema orográfico del Ecuador es la cordillera de los andes, la cual recorre de sur a norte, paralelamente, en dos ramales: oriental y occidental. En su recorrido estos ramales se unen por nudos q forman pequeños valles que se denominan hoyas, con diversos climas, diversidad de flora y fauna, belleza paisajística y variedad cultural de pueblos, las formaciones de colinas han dado paso a hermosos altiplanos donde se asientan las principales poblaciones, zonas ganaderas y de cultivo.

- **HIDROGRAFÍA**

El Cantón Montúfar se encuentra atravesado por los ríos: Piartal, Minas, Cuasmal, Apaqui y San Gabriel

- **ETNIAS**

Las principales etnias q sobresalen en el Cantón Montúfar son: Mestiza y Pasto

- **LUGARES TURÍSTICOS**

Los lugares turísticos más relevantes del Cantón Montúfar son:

- Cascada de Palúz
- Bosque de los arrayanes
- Gruta de la Paz
- Laguna el salado

- **DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA**

El Cantón Montúfar está conformado de parroquias rurales y urbanas las cuales son lideradas por un presidente que los representa y se encarga de la organización y adelanto de cada una. A continuación se mencionan las parroquias rurales y urbanas:

a) PARROQUIAS RURALES:

- La Paz
- Cristóbal Colón
- Piartal
- Fernández Salvador
- Chitán de Navarretes

b) PARROQUIAS URBANAS:

- San José
- González Suárez

1.2.3. DATOS SOCIO DEMOGRÁFICOS

1.2.3.1. POBLACIÓN DEL CANTÓN MONTÚFAR

La población del Cantón Montúfar, según el censo 2010, es de 30511 personas, su población rural es 16.024 personas, la población urbana es 14487 personas, se caracteriza por ser una población joven, ya que el 43,9% son menores de 20 años, además podemos evidenciar que la mayor parte de la población es rural.

CUADRO N° 1.2.
POBLACIÓN POR ÁREA Y SEXO DEL CANTÓN MONTUFAR

POBLACIÓN	TOTAL	URBANA	RURAL	%
HOMBRES	14910	6997	7913	48.87
MUJERES	15601	7490	8111	51.13
TOTAL	30511	14487	16024	100

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 1.3.
POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD DEL CANTÓN MONTUFAR

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	274	224	498
De 1 a 4 años	1201	1174	2375
De 5 a 9 años	1492	1513	3005
De 10 a 14 años	1688	1548	3236
De 15 a 19 años	1444	1580	3024
De 20 a 24 años	1205	1313	2518
De 25 a 29 años	1111	1150	2261
De 30 a 34 años	1028	1093	2121
De 35 a 39 años	928	1026	1954
De 40 a 44 años	822	904	1726
De 45 a 49 años	673	763	1436
De 50 a 54 años	602	626	1228
De 55 a 59 años	510	594	1104

De 60 a 64 años	489	543	1032
De 65 a 69 años	455	476	931
De 70 a 74 años	369	399	768
De 75 a 79 años	289	319	608
De 80 a 84 años	195	208	403
De 85 a 89 años	95	100	195
De 90 a 94 años	34	29	63
De 95 a 99 años	5	15	20
De 100 años y más	1	4	5
Total	14910	15601	30511

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 1.4.
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN
MONTÚFAR, SEGÚN PARROQUIAS

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
SAN GABRIEL	21096	10234	10862
CRISTÓBAL COLÓN	2943	1449	1494
CHITÁN DE NAVARRETE	618	313	305
FERNÁNDEZ SALVADOR	1282	663	619
LA PAZ	3432	1665	1767
PIARTAL	1140	586	554
TOTAL	30511	14910	15601

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

1.2.3.2. POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

La ciudad de San Gabriel cuenta con un total de 21096 habitantes (10234 hombres y 10862 mujeres), de los cuales se ha tomado a las personas de 10 a 59 años de edad tanto hombres como mujeres quedando así una población de 14434 personas.

CUADRO N° 1.5.
POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD DE LA CIUDAD DE SAN
GABRIEL

Grupos de edad	Hombres	Mujeres	Total
De 10 a 14 años	1144	1080	2224
De 15 a 19 años	999	1122	2121
De 20 a 24 años	862	952	1814
De 25 a 29 años	761	814	1575
De 30 a 34 años	709	746	1455
De 35 a 39 años	637	710	1347
De 40 a 44 años	576	661	1237
De 45 a 49 años	474	552	1026
De 50 a 54 años	439	455	894
De 55 a 59 años	355	386	741
TOTAL	6956	7478	14434

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

1.2.3.3.CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES

- a) La población se dedica al comercio formal e informal debido a que se encuentra en una zona fronteriza, mientras que una mínima parte de la economía gira en torno a los servicios
- b) La población es agropecuaria y ganadera
- c) La mayoría de la población es joven
- d) Tiene como tradiciones los desfiles y comparsas, fiestas religiosas, toros populares

1.2.4. SITUACIÓN SOCIO ECONÓMICA DEL CANTÓN MONTÚFAR

1.2.4.1.SITUACIÓN ECONÓMICA

Montúfar, como muchos otros cantones del Ecuador, se caracteriza por ser un cantón eminentemente agrícola, productor principalmente de papa y de leche.

a) POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)

La población económicamente activa (PEA) de Montúfar trabaja para el desarrollo y progreso del Cantón y su composición por actividades está distribuida de la siguiente manera:

Donde los sectores agropecuario, comercial y de transporte constituyen los rubros productivos en los cuales el Cantón tiene mayores niveles de competencia.

i. AGRICULTURA

La agricultura es la base económica de este cantón que es una región muy bien dotada para la agricultura debido a que sus suelos son fértiles; de los cultivos agrícolas más importantes debe destacarse la papa la cual ocupa uno de los primeros lugares en la producción nacional. Otros cultivos importantes son: Maíz, trigo, arveja, fréjol, haba, mellocos, etc.

Los principales productos de ciclo corto y el porcentaje de la producción carchense con respecto a la nacional son:

ii. GANADERÍA

Los terrenos de este cantón constituyen zonas óptimas para la crianza de ganado, tanto de leche como de carne. La calidad del ganado ha mejorado gracias a la introducción de sementales puros. En las principales haciendas la producción lechera se la realiza en forma técnica, por lo cual el promedio de litros de leche de vaca por día está más alto que el promedio nacional.

iii. COMERCIO

El comercio del Cantón Montúfar es eminentemente elevado ya que este es un cantón muy comercial razón por la cual los días de feria son muy concurridos debido a que concurren personas de las zonas rurales y cantones aledaños, además se sustenta en el comercio fronterizo con el departamento de Nariño de Colombia. En el pasado, el contrabando de productos fue tolerado por las autoridades. Actualmente los convenios de integración entre los dos países y la baja de aranceles han legalizado lo que antes era un comercio ilegal. Lo que viene a ser un beneficio para que el comercio siga creciendo en el cantón.

iv. INDUSTRIAS

En cuanto al desarrollo industrial del Cantón, éste es todavía incipiente. Existen empresas en las ramas de alimentos y bebidas, florícolas. Merece destacarse en la existencia de industrias lácteas como ALPINA, QUESINOR, LÁCTEOS CARMITA, entre otros las cuales cuentan con una amplia red de distribución en el País. Los principales productos que estas elaboran son: queso fresco, queso maduro, yogurt y cremas.

1.2.4.2.SITUACIÓN SOCIAL

a) MIGRACIÓN

El fenómeno migratorio en el cantón es alto, las causas fundamentales para que se presente esta situación son: la búsqueda de fuentes de trabajo y de educación superior. Generalmente la migración se dirige de las zonas rurales a las zonas urbanas en este caso a la ciudad de San Gabriel y a diversas ciudades como a las ciudades de Ibarra y Quito, mientras que a nivel internacional la juventud viaja a otros países como Colombia, Estados Unidos y España.

b) EDUCACIÓN

De acuerdo a datos proporcionados por el Sistema nacional de Estadísticas Educativas del Ecuador, el Cantón Montúfar cuenta con 82 centros de educación, de los cuales 30 son de educación pre-primaria, 51 primarios, 11 de educación secundaria.

A pesar de que en el Cantón Montúfar existe una tasa de analfabetismo del 5.81% también cuenta con personas formadas en los diferentes niveles educativos, lo que demuestra una disposición de la población a educarse y superarse intelectualmente pero en muchos casos no lo hacen porque existen limitantes como la falta de recursos económicos o por la distancia la cual les toca recorrer para llegar a un centro educativo.

CUADRO N° 1.6.
GRADO DE EDUCACIÓN DE LAS PERSONAS DEL CANTÓN
MONTÚFAR

GRADO DE EDUCACIÓN	N° DE PERSONAS
Ningún grado de educación,	1382
Asistir a un centro alfabético	109
Nivel de instrucción primario	16048
Instrucción secundaria	4939
Post bachillerato	151
Nivel de instrucción superior y post grado	1477
No declararon	1506

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 1.7.
ANALFABETISMO

ANALFABETISMO	HOMBRES	MUJERES
URBANO	4,20%	6,70%
RURAL	3,90%	8,50%

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

c) SALUD

En el cantón Montúfar, se cuenta con centros de salud de buena calidad donde se cuenta con una amplia gama de servicios médicos y atención especializada la cual a mejorado debido a los avances tecnológicos en la medicinas y al acceso de la gente a los servicios médicos.

d) VIVIENDA

En base a los resultados del VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado por el INEC en el año 2010, se tiene que, Montúfar posee un total de 9886 viviendas ocupadas con personas presentes de las cuales el 86% viven en casa o villa, el 1% en departamento, el 4% en cuartos de inquilinato, el 8% en mediagua, y el 1% en choza.

1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.3.1. ALIADOS

- 1.3.1.1.** Colaboración de profesionales capacitados
- 1.3.1.2.** El clima frío de la Ciudad de San Gabriel es apto para una pista de patinaje sobre hielo
- 1.3.1.3.** La pista de patinaje sobre hielo prestara un servicio personalizado que brinde confianza a quienes asistan
- 1.3.1.4.** Existencia de personas jóvenes que se sienten atraídas por actividades y deportes novedosos

1.3.2. Oponentes

- 1.3.2.1.** Se incursiona en un mercado con un servicio que no es muy conocido
- 1.3.2.2.** Poca confianza de los nuevos usuarios de este servicio.

1.3.3. Oportunidades

- 1.3.3.1.** Inexistencia de pistas de patinaje sobre hielo en el país
- 1.3.3.2.** Alto crecimiento demográfico
- 1.3.3.3.** Apoyo de entidades financieras para proyectos de inversión
- 1.3.3.4.** Nueva alternativa de deporte y esparcimiento

1.3.4. RIESGOS

- 1.3.4.1.** Existencia de lugares de diversión sustitutos
- 1.3.4.2.** Hábito de las personas por practicar deportes como el fútbol o básquet
- 1.3.4.3.** Gusto de las personas por divertirse bailando, cantando, viendo televisión, entre otras
- 1.3.4.4.** Alto nivel de desempleo
- 1.3.4.5.** Negocio nuevo en el mercado

1.4. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Después de analizar el diagnóstico situacional se llegó a determinar que el problema de mayor incidencia es que existe una demanda insatisfecha debido a que el patinaje sobre hielo no es un deporte muy popular debido a que las pocas pistas que existen se encuentran en las grandes ciudades y clubes privados lo que no permite que se tenga acceso de forma inmediata por lo que si queremos visitar una pista de patinaje sobre hielo tenemos que invertir nuestro tiempo y dinero viajando a ciudades donde existen estas pistas ocasionando muchas veces desinterés por practicar este deporte y optando por realizar deportes que están al alcance de todos, son conocidos y practicados como el fútbol o básquet, o en el caso de diversión o distracción optamos por acudir a bares, discotecas, karaokes o a juegos electrónicos.

Por lo mencionado anteriormente se propone la creación de una pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la Ciudad de San Gabriel la cual cumpla con los requisitos legales necesarios y tenga espacios físicos o instalaciones adecuadas para la práctica de este deporte de igual forma se convierta en un lugar en el que se puedan divertir y distraer de una forma sana jóvenes, niños y adultos en la compañía de amigos y familiares.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

Las bases teóricas son donde se asienta el tema que se está estudiando, para guiar la búsqueda de la nueva información y así generar una conceptualización acorde de los términos que se desarrollarán en el trabajo. El Marco Teórico es una investigación preliminar sobre documentos y libros (es decir, documental y bibliográfica) para tomar decisiones en el diseño de la investigación de campo (o de terreno) y para orientar el análisis de los datos recogidos en terreno

2.1.PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

2.1.1. PISTA DE PATINAJE

Existen dos tipos de pistas apropiadas para realizar el patinaje sobre hielo como son:

2.1.1.1.PISTAS NATURALES

Consisten en aguas congeladas de superficies abiertas como lagos, lagunas, etc., que en lugares donde el clima es propicio se pueden utilizar ya sea en invierno o todo el año.

2.1.1.2.PISTAS ARTIFICIALES O DE INTERIORES

Han tenido un importante auge en los últimos tiempos, hay que tener especial cuidado en la temperatura y el grosor del hielo, así como también en su mantenimiento. Los patinadores de patinaje artístico prefieren una superficie que se mantenga entre los -2°C .

2.1.2. DEFINICIÓN DE PATINAJE

www.wikipedia.org, (2010) Manifiesta: “El patinaje es una actividad recreativa y deportiva consistente en deslizarse sobre una superficie regular mediante unos patines colocados en los pies.”

Se puede señalar que Patinaje es un deporte recreativo el cual consiste en desplazarse o deslizarse sobre una base de hielo o pavimento, utilizando patines atados a los pies sean estos con una lámina de acero para el hielo o de ruedas para bases sólidas como pavimento.

2.1.3. CLASIFICACIÓN DEL PATINAJE

El patinaje se puede dividir, atendiendo a la superficie utilizada para patinar, en dos grandes categorías:

- a) Patinaje sobre Ruedas y
- b) Patinaje sobre Hielo

2.1.4. PATINAJE SOBRE RUEDAS

Se practica generalmente sobre asfalto u otras superficies similares. Se puede desarrollar en lugares específicos como pistas o circuitos o bien en lugares no específicos habilitados para la ocasión.

➤ Los patines de ruedas pueden ser de dos tipos:

- a. El clásico, conocido también como quad, que tiene cuatro ruedas colocadas por parejas en dos ejes
- b. El patín en línea, conocidos también como roller blades o rollers que tiene una disposición similar a los patines de hielo; sustituyendo la cuchilla por una guía que sostiene un número variable de ruedas (entre tres y cinco) situadas una a continuación de otra.

El patinaje sobre ruedas comenzó a ser muy popular. Pero esta situación no duró mucho debido al hecho que en esa misma época se desarrollo la bicicleta.

➤ Comprende:

2.1.4.1.Patinaje Artístico sobre Ruedas

- a) Individual
- b) Por Grupos

2.1.4.2.Patinaje de Velocidad

- a) En pista
- b) Carretera abierta

2.1.5. PATINAJE SOBRE HIELO

Se lleva a cabo sobre una superficie de hielo por medio de patines de cuero o botas las cuales en su zona inferior llevan adheridas una cuchilla. Es la cuchilla la que permite el deslizamiento sobre el hielo.

2.1.5.1.ENTRENAMIENTO DEL PATINAJE SOBRE HIELO

- a) Preparación física
- b) Entrenamiento de fuerza
- c) Ejercicios de flexibilidad
- d) Ejercicios polimétricos
- e) Pre calentamiento

2.1.5.2.MODALIDADES DEL PATINAJE SOBRE HIELO

El patinaje sobre hielo comprende dos modalidades:

- a) Patinaje artístico sobre hielo
- b) Patinaje de velocidad o de fondo

a) PATINAJE ARTÍSTICO SOBRE HIELO

El patinaje artístico sobre hielo es uno de los deportes más lindos de observar debido a la espectacularidad de los movimientos de los patinadores. Atrae sobre todo la dificultad en los giros y saltos sumados al peligro que conlleva realizarlos sobre el hielo. Muchos componentes son los que logran crear un ambiente especial que atrapa y emociona al espectador.

Este deporte conjuga la técnica, el arte y la danza. Se caracteriza por requerir fuerza, elasticidad, flexibilidad, precisión, coordinación y seguridad. Los elementos más representativos del patinaje sobre hielo son los giros, saltos y figuras o piruetas. A la correcta ejecución técnica de estos elementos se le suma la armonía en los movimientos con la música.

i) ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL PATINAJE ARTÍSTICO SOBRE HIELO

El origen de este bello deporte hay que buscarlo en los países del norte de Europa, donde los patines juntamente con los esquís constituían ya desde antiguo un importante medio de transporte. Fue sobre todo Holanda con sus canales helados durante invierno, el país en que históricamente debe situarse con especial preminencia la aparición del patinaje sobre hielo. No solo se trataba de un eficaz medio de locomoción sino que pronto se convirtió también en una diversión y un pasatiempo.

Con el progreso sucesivo de los intercambios comerciales los patines pasaron desde Holanda a Inglaterra, donde muy pronto se impusieron para dar luego al gran salto al continente americano.

Este deporte fue olímpico en 1908, donde se celebraron los concursos de individual masculino y femenino en parejas.

ii) **NORMAS GENERALES DEL PATINAJE ARTÍSTICO SOBRE HIELO**

➤ **Área de competición.**

Debe utilizarse la misma pista para los tres tipos de patinaje, la pista es rectangular y debe medir no menos de 56 x 26 m y no más de 60 a 30 m.

➤ **Música.**

La pista debe tener un sistema de reproducción musical. Esta es seleccionada por los competidores.

➤ **Vestuario.**

Debe ser ropa suelta, cómoda que permita total libertad de movimientos, los hombres usan pantalones y las mujeres pueden usar pantalones o polleras, siendo estos trajes combinados y de colores y telas atrayentes.

➤ **Patines.**

Para el patinaje artístico han de tener patines compuestos por una bota de cuero con tacón de madera y una cuchilla de acero que mide aproximadamente entre 3 y 4 milímetros, normalmente son blancos si son de mujer y negros si son de hombre.

➤ **Jueces.**

Hay un juez principal, un juez auxiliar y un máximo de nueve jueces, dos anunciadores, dos secretarios y dos cronometradores. Puede haber jueces suplementarios si se considera que son necesarios.

➤ **Reinicios.**

Cuando un competidor es interferido sin que se cometa una falta, el juez puede decidir que el programa se reinicie cuando todos los otros competidores de ese grupo hayan realizado su ejecución.

➤ **Puntuaciones.**

En el patinaje artístico se utiliza una escala de puntuación de 0 a 6, así: 0 no ejecutado, 1 muy mal, 2 deficiente, 3 regular, 4 bien, 5 muy bien, 6 perfecto.

➤ **Resultado.**

Con el fin de determinar la posición global de los patinadores de los tres tipos de pruebas, la colocación en cada sección de la competición se multiplican por un factor X. La finalidad de esto es ajustar la importancia comparativa de las diferentes secciones.

➤ **Aprendizaje.**

Exige un aprendizaje intenso desde la edad más temprana, siendo ideal que el niño empiece desde los cuatro a cinco años.

En el proceso de aprendizaje podemos determinar cuatro fases:

- Iniciación
- Automatización
- Perfeccionamiento y
- Preparación inmediata para las competiciones

iii) **TÉCNICAS DEL PATINAJE ARTÍSTICO SOBRE HIELO**

➤ **Salto**

Pueden ser simples, dobles, triples o cuádruples.

La técnica para todos los casos es la misma, la diferencia radica en la altura que hay que lograr alcanzar para que permita realizar el número de giros deseado. Tanto la altura como la velocidad y la longitud son las características que determinan la calidad del salto.

Las partes del mismo son:

- La preparación
- El despegue
- El giro en el aire

- El aterrizaje y
- La curva posterior

Existen dos clases de saltos:

- **Salto de costado**

Se empiezan sobre uno de los costados de la cuchilla

- **Salto de punta**

Se empiezan enterrando la punta de la cuchilla de uno de los patines en el hielo

Los principales saltos son:

- Axel
- Vals
- Loop
- Lutz
- Toe loop
- Salchow
- Flip
- Butterfly
- Russian Split

➤ **Giros**

Los buenos giros deben ser largos, rápidos y centrados. Lo primero hay que aprender para realizar un giro es hallar el punto de equilibrio para luego encontrar el centro. Los giros suelen ejecutarse en forma encadenada.

Los principales giros son:

- Scratch
- Back spin
- Layback spin
- Biellmann
- Cross foot o pie cruzado
- Sit o pirueta baja
- Camel o camello
- Con pie elevado

iv) MODALIDADES DEL PATINAJE ARTÍSTICO SOBRE HIELO

Las competencias de patinaje artístico sobre hielo tienen tres modalidades:

- Patinaje individual
- Por parejas
- Danza sobre hielo

b) PATINAJE DE VELOCIDAD SOBRE HIELO

En esta disciplina deportiva los patinadores dan vueltas a la pista de hielo intentando recorrer las distancias establecidas en el tiempo más breve posible.

Fundamentalmente se trata de un deporte al aire libre, de grandes espacios, tradicional de los países nórdicos, aunque cada vez existen más pruebas en pista cubierta, sobre diferentes distancias y con diferentes estilos y técnicas.

Los patinadores de velocidad pueden llegar a alcanzar, los 30 Km. Por hora, lo que hace de las carreras unas pruebas de gran espectacularidad, que en países como Holanda disfrutan de gran popularidad.

Dos corredores cada vez compiten alrededor de una pista en dirección contraria a la de las agujas del reloj.

En las Olimpiadas los hombres compiten en cinco distancias: 500 m, 5.000 m, 1.000 m, 1.500 m y 10.000 m en este mismo orden.

En las Olimpiadas las mujeres compiten en cuatro distancias en este orden: 1.500 m, 500 m, 1.000 m y 3.000 m.

Los puntos se conceden de acuerdo con el tiempo del patinador en cada prueba, y el ganador es el que recorre cada distancia en menos tiempo, obteniendo así el menor número de puntos. El ganador total es el que gana la mayoría de las carreras, o en el caso de un empate el que tiene menor número de puntos.

i) ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL PATINAJE DE VELOCIDAD SOBRE HIELO

Son precisamente los Holandeses los pioneros de esta modalidad deportiva.

Existen testimonios de carreras entre ciudades celebradas en 1676. En 1805 se disputó en Leeuwarden la primera carrera en pista recta, curiosamente entre mujeres y a partir de entonces las competiciones fueron frecuentes, adoptándose las pistas en forma de u, con una curva cerrada, y las carreras entre dos patinadores.

Las mujeres no participaron en competiciones olímpicas hasta 1960. El primer título mundial femenino se disputó en Estocolmo en 1936.

ii) NORMAS GENERALES DEL PATINAJE DE VELOCIDAD SOBRE HIELO

➤ La pista.

El recorrido estándar es una pista de hielo con dos calles de una anchura de 4 ó, preferiblemente, 5 m, y una longitud de entre 333 1/3 m y 400 m. Por su dimensión, suele ser exterior. La curva interna de cada extremo tiene un radio de 25-26 m. El intervalo de los bloques es de 50 cm entre los 15 primeros y últimos metros de cada curva, 1 m en el resto de las curvas y 10 m en la recta que no es de cruce. Todas las carreras se celebran llevando los patinadores la mano izquierda hacia el centro del circuito.

➤ Vestuario.

No está especificado, pero los corredores deben llevar un brazalete de color: blanco el corredor que empieza en la calle interior y rojo el que empieza en la calle exterior.

➤ Patines.

El diseño de los patines no está especificado. El tipo de patines usualmente preferido tiene una hoja particularmente larga y estrecha reforzada con tubo de acero y unos zapatos de cuero ligero y de corte bajo.

➤ **Competidores.**

Deben de tomar parte en todas las distancias. Entre cada una de ellas tienen derecho a un descanso mínimo de 30 minutos.

➤ **Jueces.**

El equipo de jueces lo componen un juez principal y un ayudante, un juez de salida y un ayudante, un juez, un cronometrador principal y ayudantes, anotadores de vueltas, al menos tres mozos de pista y un controlador de cruce.

iii) PROCEDIMIENTO DEL PATINAJE DE VELOCIDAD SOBRE HIELO

➤ **Preliminares.**

Las normas para determinar el orden de salida varían, pero el principio general es que los patinadores se dividen en grupos de acuerdo con su habilidad, juzgada por las competiciones anteriores, y se celebra un sorteo dentro de cada grupo.

La calle en que empieza a patinar cada participante se decide por sorteo, o bien el patinador con mejor tiempo en una carrera precedente ocupa la calle interior.

➤ **La salida.**

Los patinadores deben permanecer quietos y en posición erguida entre la línea de pre-salida y la de salida, sin tener un patín delante de otro. A la voz de Preparados, los patinadores adoptan su posición de salida; entre 1 y 1 1/2 segundos después se dispara una pistola como señal de salida.

➤ **Cambio de calles.**

Tras cada circuito de la pista los participantes cambian de calle en el área de cruce designada. Las únicas excepciones a esta norma son la primera vuelta de las pruebas de 1.000 y 1.500 m cuando se celebran en una pista estándar de 400 m de longitud. Es una infracción cambiar de calle o cruzar la línea divisoria cuando se está en una curva, o se entra o se sale de ella. Durante el cambio de calles, el participante que deja la calle interior es el responsable de evitar la colisión.

➤ **Adelantamiento.**

Un corredor no debe estorbar a otro en un adelantamiento. El patinador que ha sido adelantado debe permanecer al menos 5 m detrás de su oponente. Está prohibido seguir al paso, tanto delante, al lado o detrás del participante cuya marcha se sigue.

➤ **La llegada.**

Se considera que un competidor alcanza la línea de llegada cuando la toca con el patín que lleve delante.

iv) PUNTUACIÓN Y PENALIZACIONES DEL PATINAJE DE VELOCIDAD SOBRE HIELO

➤ **Puntuación.**

Los puntos de penalización se obtienen sobre la base del tiempo en que el competidor completa la distancia, de acuerdo con las siguientes escalas: en las pruebas de 500 m, cada segundo equivale a un punto; en las pruebas de 1.000 m, los puntos equivalen a la mitad del número de segundos; en las pruebas de 1.500 m, los puntos equivalen a la tercera parte del número de segundos; en las pruebas de 3.000 m, los puntos equivalen a la sexta parte del número de segundos; en las pruebas de 5.000 m, los puntos equivalen a la décima parte del número de segundos; en las pruebas de 10.000 m, los puntos equivalen a la vigésima parte del número de segundos.

Los puntos totales se calculan hasta con tres decimales; se puede utilizar un cuarto decimal para decidir un empate.

➤ **Resultados.**

El participante que obtiene el mejor tiempo es el ganador en esa distancia; si dos o más tienen el mejor tiempo son considerados como ganadores en esa distancia. El ganador total es el patinador que ha recorrido todas las distancias y ganado en una mayoría de ellas. Si varios patinadores están en esa situación, o si

ninguno tiene una mayoría de victorias, gana el que ha recorrido todas las distancias obteniendo un total menor de puntos.

➤ **Penalizaciones.**

Las penalizaciones utilizadas para castigar las infracciones son la descalificación de la prueba en cuestión, de todas las pruebas ya patinadas, de competir en la prueba final, o de la totalidad o el resto de la competición.

Si un competidor es descalificado para una distancia pierde su derecho a ser elegido como campeón y el de competir en la prueba final.

Las infracciones punibles incluyen: faltas deliberadas, colisiones producidas al pasar de la calle interior a la exterior; ser causante de dos falsas salidas; cambiar de calle en una curva.

v) **MODALIDADES DE PISTA CORTA**

En los últimos tiempos las competiciones de patinaje de velocidad en pista cubierta han recibido un nuevo impulso gracias a la celebración de nuevas pruebas internacionales en pista corta.

Las pruebas en estos circuitos cortos, en las que hay que dar de 12 a 16 vueltas para recorrer un kilómetro, requieren una técnica diferente de la usual en las pruebas al aire libre, debido a que las rectas son más cortas y las curvas más cerradas.

Existen tres modalidades diferentes en pruebas en este tipo de pistas:

- Carreras Individuales
- Carreras de Relevos y
- Carreras de Persecución entre dos competidores.

2.2.SERVICIO DE CAFETERÍA

2.2.1. DEFINICIÓN DE SERVICIO

SOTO, Rogelio, (2008) Expresa: “El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto servicio básico. El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es “un valor agregado para el cliente”, y en ese campo el cliente es cada vez más exigente”.

Servicio es lo intangible que podemos encontrar al adquirir un producto, es el conjunto de esfuerzos de varias personas que lo brindan a través de una buena atención al cliente con amabilidad, empatía, es muy difícil de medir debido a que no todas las personas actuamos de forma igual o lo percibimos de la misma manera que otras.

2.2.2. DEFINICIÓN DE CAFETERÍA

www.misrespuestas.com, (2011) Menciona: “Son cafeterías los establecimientos que sirven ininterrumpidamente durante el horario de apertura, comida y bebidas para un refrigerio rápido y consumición en barra, mostrador o mesa en el propio local”.

Cafetería es un lugar donde se sirven alimentos y bebidas de poca preparación los cuales se pueden consumir en las mesas del propio local así como en barras o se compra para llevar.

2.2.3. DEFINICIÓN DE SERVICIO DE CAFETERÍA

Después de analizar los conceptos de forma separada se los ha unido para una mejor comprensión quedando de esta manera:

Servicio de cafetería es el resultado de la aplicación de una prestación intangible que se brinda dentro de un establecimiento o local donde se sirven alimentos de

preparación rápida con la finalidad de hacer que los clientes tengan un servicio de calidad.

2.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

Los servicios tienen cuatro características únicas que los distinguen de los bienes:

2.2.4.1. INTANGIBILIDAD

No se puede tocar, ver, probar, escuchar o sentir de la misma forma en que se hace con los bienes. Los servicios no se almacenan y, con frecuencia, son fáciles de copiar.

La evaluación de la calidad de los servicios, antes o incluso después de efectuar una compra, es más difícil que la evaluación de la calidad en el caso de los bienes.

2.2.4.2. INSEPARABILIDAD

Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. Los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo.

2.2.4.3. HETEROGENEIDAD

La heterogeneidad significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados y uniformados que los bienes.

2.2.4.4. CARÁCTER PERECEDERO

Todos los servicios son de carácter perecedero, lo cual significa que no se puede conservar, almacenar o guardar en inventario.

2.2.5. CALIDAD EN EL SERVICIO

Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos cualitativos y cuantitativos del servicio.

2.2.6. COMPONENTES DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

Los clientes califican la calidad de servicio por medio de los siguientes componentes:

2.2.6.1.CONFIABILIDAD

La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente.

2.2.6.2.ACCESIBILIDAD

Es facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.

2.2.6.3.RESPUESTA

Se entiende por tal la disposición de atender y dar un servicio rápido.

2.2.6.4.SEGURIDAD

Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos.

2.2.6.5. EMPATÍA

Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente. Es ocupar el lugar del cliente en cuanto a tiempo, el cual es valioso para él; en cuanto a conocer a fondo sus necesidades personales.

2.2.6.6. TANGIBILIDAD

Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y limpio, así como los empleados/estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

2.2.7. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

Consiste en ofrecer calidad en el servicio, en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y en las utilidades de la organización.

El prestador de servicios tiene que identificar las expectativas de los clientes que tiene en la mira en cuando a la calidad de servicios. Por desgracia, la calidad de los servicios es más difícil definir y juzgar en comparación a la calidad en los productos. La calidad de los servicios siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y, sobre todo, de que la interacción entre el empleado y el cliente sea buena. Sin embargo, los errores no se pueden evitar, porque estamos trabajando con personas, que piensan, hablan y actúan, y con factores externos que no está en nuestras posibilidades mejorarlas la calidad en el servicio juega un papel muy importante dentro de la empresa, porque no sólo nos jugamos la venta hecha, sino que la imagen y la confianza que depositó ese cliente en nuestro producto y/o servicio; por consiguiente, un cliente insatisfecho representa una pérdida para la empresa tanto en utilidad como en imagen, y si pasa lo contrario, obtenemos un cliente satisfecho y leal a nuestro servicio y/o producto,

además de una publicidad gratis por sus recomendaciones y mayores ingresos en la empresa.

2.2.8. PRINCIPIOS DEL SERVICIO

Existen diversos principios que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, estos pueden facilitar la visión que se tiene acerca del aspecto más importante del servicio, el cliente.

- 2.2.8.1.** Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
- 2.2.8.2.** Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal y con los clientes y proveedores.
- 2.2.8.3.** Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades os clientes.
- 2.2.8.4.** Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir autoridad para atender sus queja
- 2.2.8.5.** Preguntar a los clientes lo que quieren y dársena y otra vez, para hacerlos volver.
- 2.2.8.6.** Prometer menos, dar más.
- 2.2.8.7.** Mostrar respeto por las personas y ser atentos con ellos.
- 2.2.8.8.** Reconocer en forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad. Remunerar a sus empleados como si fueran sus socios (incentivos).
- 2.2.8.9.** Investigar quiénes son los mejores y cómo hacen las cosas, para apropiarse de sus sistemas, para después mejorarlos.
- 2.2.8.10.** Alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como manifiesten lo que sí les agrada.
- 2.2.8.11.** No dejar esperando al cliente por su servicio, por que todo lo demás pasará desapercibido por él.

2.2.9. TIPOS DE SERVICIOS A LA MEZA

El objetivo de los servicios culinarios o a la meza es la preparación de platillos de acuerdo al estilo de servido elegido y con la presentación al cliente la más alta calidad posible.

Existen diferentes tipos de servicios comúnmente asociados al servicio comercial de comidas entre los que tenemos:

2.2.9.1.SERVICIO AMERICANO

La característica que distingue a este servicio es la rapidez; la comida se sirve en la cocina y un mesero la lleva a la mesa de los comensales. Los entremeses se reducen al máximo y las reglas del servicio son muy sencillas. Servir los alimentos por la derecha, las bebidas por la derecha y retirar los muertos por la izquierda. No se requiere de mucho personal porque el servicio no es complicado; este servicio lo encontramos en cafeterías, almacenes comerciales y en la mayor parte de los restaurantes.

En los breves momentos de espera de algún pedido, se puede hacer un tiempo para las delicadezas del servicio como vaciar ceniceros o volver a llenar los vasos de agua, el mesero debe conocer correctamente el menú.

2.2.9.2.SERVICIO FRANCÉS

Se caracteriza especialmente por el uso del carrito de servicio, que es esencial para servir la comida. Un carro de servicio es una mesa con ruedas que se sitúa próxima a la mesa de los comensales, de manera que puedan darse los toques finales del platillo a la vista de los clientes; un chafing dish que es algo semejante a un bracero, es colocado sobre el carrito para conservar calientes los platillos, se utiliza con alcohol sólido y con gas cuando el carrito cuenta con un compartimiento especial para un pequeño tanque.

Por ejemplo, mientras los comensales observan, el pollo es deshuesado, la salsa o la ensalada es mezclada o se preparan las crepas. Los meseros permanecen cerca

de la mesa cuando los comensales terminan la porción servida, se vuelve a abastecer el plato de la fuente que permanece en el carrito. También se cuenta con carrito de repostería donde el cliente sólido tiene que escoger y se le sirve el postre elegido.

En este servicio, todo se sirve por la derecha, excepto los platos para el pan y la mantequilla. Cuando se sirve comida francesa en restaurantes caros, a menudo se emplean piezas de servicio de plata. Generalmente dos meseros atienden una estación que trabaja en equipo, cada uno con deberes especiales y ayudándose mutuamente cuando es necesario.

Si no hay Capitán, uno de los meseros acomodará a los comensales, tomará las órdenes, servirá las bebidas, completará la preparación de los alimentos en la mesa, llevará la cuenta y cobrará. El otro mesero lleva las órdenes a la cocina, las trae de la cocina al carrito, sirve a los comensales los platos ya preparados y auxilia en general a su compañero. Con esa clase personal de servicio cada comensal obtiene obviamente mucha atención lo cuál hace que el cliente se sienta muy importante y complacido.

2.2.9.3.SERVICIO RUSO

Aunque el arreglo de la mesa en el servicio ruso es muy similar al francés, el modo de servir es muy diferente. La comida es pre cortada con cuidado en la cocina antes de que llegue al comensal, el Cheff la arregla cuidadosamente en charolas de plata y la entrega al mesero para que la lleve al comedor; los platos vacíos se ponen por la derecha, se sirve de la charola por la izquierda, moviéndose alrededor de la mesa en dirección de las manecillas del reloj. Al servir por la izquierda puede sostenerse la charola en la mano izquierda alimentos con la mano derecha. Cuando tenga que servir un platillo particularmente vistoso, asegurarse de mostrarlo al comensal antes de comenzar el servicio; servir a los comensales tanta comida como quieran y regresar las fuentes al aparador

2.2.9.4.SERVICIO INGLÉS

Es muy poco usual y se utiliza básicamente en residencias, los alimentos se llevan a la anfitriona en grandes fuentes, ella sirve los platos individuales y los entrega un mayordomo o a una doncella, quien entonces los lleva a los invitados. Los comensales se pasan mutuamente los entremeses y las salsas.

2.2.9.5. SERVICIO BUFFET

Se refiere a la presentación de comida en grandes cantidades en una línea de servicio. Los clientes son servidos por el personal o se sirven ellos mismos. Las bebidas se sirven en la mesa.

El factor más importante en la relación entre servicio y preparación es si la comida es cocinada o no al ser ordenada. El tipo de clientela que deseamos tener, determinará el tipo de servicio a usar. Cuando el tipo de servicio es establecido, la cocina se organizará de acuerdo a este servicio. Una adaptación correcta a los métodos de preparación requerirá que los cocineros entiendan la relación entre la preparación y el servicio.

2.3. MICROEMPRESA

2.3.1. DEFINICIÓN

MONTEROS, Edgar (2005) expresa: “Es la asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obtención un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos costos variables y gastos de fabricación”.

Se puede concluir que la microempresa es un negocio de pequeña escala sea unipersonal o familiar que genera ingresos mismos que contribuyen a satisfacer necesidades existentes en la población, apoyando así a mejorar la calidad de vida a través de una actividad económica sea esta de producción, servicios o comercio

permitiendo a los miembros de estas organizaciones desarrollar sus metas con ideas emprendedoras.

2.3.2. CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

Luego de revisar varias fuentes de información se puede deducir las siguientes características

- a) La gran mayoría de microempresas se dedican a la actividad artesanal, comercial o la prestación de servicios y un pequeño porcentaje a las actividades de transformación.
- b) No posee una estructura en sus áreas.
- c) Es de tipo familiar.
- d) Tiene hasta 10 empleados.
- e) Su objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional .
- f) Crece principalmente por la reinversión de sus utilidades.
- g) Su lugar de operación no tiende a cambiar.
- h) Son un soporte al desarrollo de grandes empresas.
- i) Generalmente no tienen personal capacitado.
- j) Existe una estrecha relación entre el microempresario y la comunidad.
- k) Existe poca delegación de funciones
- l) Escasa utilización de tecnología

2.3.3. TIPOS DE MICROEMPRESAS

2.3.3.1.MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN

Es la empresa que transforma la materia prima materia elaborada para obtener productos finales.

2.3.3.2.MICROEMPRESA COMERCIAL

Es la empresa especializada en revender el producto, sin haberlo transformado.

2.3.3.3.MICROEMPRESA DE SERVICIO

Es la empresa que utiliza una habilidad personal, con apoyo de algún equipo.

2.3.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

2.3.4.1.VENTAJAS

- a) Es una fuente generadora de empleos.
- b) Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- c) Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios de mercado.
- d) Se posee organización y estructura simple, lo que facilita el despacho de mercancía rápido y ofrecer servicios a la medida del cliente.
- e) Reducen las relaciones sociales a términos personales ya que, en general, sus orígenes son familiares
- f) Presentan mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura.
- g) Contribuye al empleo de personas incapacitadas físicamente, por edad o con dificultad para conseguir empleo.

2.3.4.2.DESVENTAJAS

- a) La dificultad de acceso a crédito.
- b) Dificultades para desarrollar planes de investigación.
- c) La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

- d) Hacer frente a las complicadas y cambiantes formalidades administrativas y fiscales, todo lo cual le invierte costo de adecuación más alto que las grandes empresas y les dificulta poder mantenerse en el mercado.
- e) Las decisiones son tomadas de acuerdo a corazonadas o al gusto del empresario. Existencia de nepotismo.

2.3.5. ESTRUCTURA FORMAL DE LA MICROEMPRESA

2.3.5.1.ÁREA CONTABLE

Generalmente se recurre a la asesoría financiera externa, lo cual deja el manejo contable y financiero en manos de un contador externo o consultor por horas, que se encarga principalmente de los aspectos legales de personal, finanzas y tributarios.

2.3.5.2.ÁREA DE VENTAS Y PRODUCCIÓN

Son las más fuertes, la microempresa encuentra una forma satisfactoria de competir en su mercado, y debido a la necesidad de satisfacer nuevas exigencias del mismo y a la premura para tomar decisiones sobre la marcha, el dueño hace que las acciones estratégicas se realicen en forma fácil, dando lugar a la adaptación del producto al mercado rápidamente. También es importante el contacto frecuente del propietario con su clientela, lo cual le brinda un conocimiento más detallado de su mercado y del producto que vende.

2.3.5.3.ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

La gran atención que el dueño de la microempresa hace de la administración general es un punto relevante dentro de su actividad, caracterizándolo como administrador independiente donde el mismo opera y dirige todas las acciones.

2.3.6. ¿COMO CREAR UNA MICROEMPRESA?

Con los aportes económicos del dueño o socios que recibe la microempresa en calidad de **ACTIVOS**. Los activos son bienes de propiedad de la microempresa y entre ellos se recomienda crear con los siguientes:

ACTIVOS

Efectivo _____ disponible _____ se puede comprar otros activos;
Materiales y mercaderías _____ realizable _____ ventas que dan efectivo y trabajo;
Bienes muebles e inmuebles _____ fijos _____ para uso de la microempresa

a. El nombre o razón social

No requiere de permiso o autorización. Este no debe atentar a la moral ni tomar uno existente. El nombre debe ser escogido con mucho criterio y debe constituir un imán para las ventas.

b. La microempresa le entrega la constancia de haber recibido el aporte económico

El movimiento de los aportes será de responsabilidad del administrador de la microempresa.

c. Los permisos de funcionamiento

Los obtendrá una vez que inicie su actividad, y entre ellos tenemos

- El permiso fiscal (RUC)
- El permiso municipal (la patente municipal)
- Permiso sanitario (el acuerdo o registro sanitario)

2.3.7. EL PAPEL DEL JEFE EN LA MICROEMPRESA

En las pequeñas empresas el jefe se ve obligado a asumir personalmente labores tales como: la obtención de un producto, la promoción de las ventas, la publicidad, la planificación a largo plazo, el cálculo de los costos, la promoción y formación del personal además de una gama de problemas pero es a él a quien corresponde decidir cuáles son las labores de las que se ocupará de por sí y cuales las que desea.

Las actividades que el jefe de la microempresa deberá llevar a cabo personalmente son:

- a) La puesta a punto del programa a través del cual se fijan los objetivos de la empresa.
- b) Las decisiones relativas a la marcha de la empresa en conjunto.
- c) La puesta a punto de las estructuras de la organización de la empresa.
- d) La contratación y coordinación del personal que debe trabajar directamente bajo su control.
- e) La verificación de los objetivos fijados en el programa.
- f) La presentación de la empresa en el ámbito exterior.

El jefe de una microempresa abarca un amplio sector para hacer frente deberá armarse de imaginación, de un humor al trabajo a toda prueba de una gran determinación y de una considerable perseverancia. Muchos empresarios, antes de convertirse en dueños de su propia pequeña empresa, fueron empleados asalariados.

2.4. LA ADMINISTRACIÓN EN LA EMPRESA

2.4.1. DEFINICIÓN

TORRES, Zacarías (2007) manifiesta: “Una ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr en los organismos sociales”.

La administración es el proceso en el cual se planifica las actividades que se van a realizar en la empresa durante un tiempo determinado, con la finalidad de cumplir las metas establecidas. Además permite tener una dirección y control de trabajo, utilizando así los recursos disponibles y minimizando el tiempo, es decir realizando el trabajo con eficiencia y eficacia.

2.4.2. IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

La importancia de la administración se ve en que esta imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayudar a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad. El mejoramiento su consigna constante. La administración se da donde quiera que exista un organismo social, aunque lógicamente sea más necesaria, cuanto mayor y más complejo sea este.

2.4.3. PROCESO ADMINISTRATIVO

El proceso administrativo comprende las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que implican relaciones humanas y tiempo.

2.4.3.1. PLANEACIÓN

Es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analiza las experiencias pasadas y se embozan planes y programas.

2.4.3.2. ORGANIZACIÓN

Es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo de aprovechamiento posible de elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue.

2.4.3.3. EJECUCIÓN

Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el gerente para poner el grupo en acción esta dirigir, desarrollar a los gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución.

2.4.3.4. DIRECCIÓN

Consiste en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y superación.

2.4.3.5. CONTROL

El control es un proceso el cual incluye todas las actividades que se emprenden para garantizar que las operaciones reales coincidan con las operaciones planificadas.

2.4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Dentro de las características de la administración se tiene las siguientes:

2.4.4.1. UNIVERSALIDAD

La administración se da donde quiera que exista un organismo social porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de medios.

2.4.4.2. ESPECIALIDAD

La administración tiene sus propias características las cuales son inconfundibles con otras ciencia, aunque va acompañada siempre de ellas son completamente distintas.

2.4.4.3. UNIDAD TEMPORAL

Aunque se distingan etapas, fases y elementos de proceso administrativo, este es único y, por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor grado, todos a lo mayor parte de los elementos administrativos.

2.4.4.4. UNIDAD JERÁRQUICA

Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social, participan en distintos grados y modalidades, de la misma administración. Así, en una empresa forman un solo administrativo.

2.4.4.5. FLEXIBILIDAD

La administración se adapta a las necesidades particulares de cada organización.

2.5. EL MARKETING

2.5.1. DEFINICIÓN

www.wikipedia.org (2012), menciona: “Marketing es el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo, es también el conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio”

Analizando la definición anterior podemos decir, que en la actualidad al producir un producto no se va a esperar a que este se venda por sí solo, con la creciente competencia y oferta de productos y servicios de las mismas características, nos obliga a utilizar las diferentes variables de marketing, comunicación, precio y distribución para satisfacer las necesidades de los clientes a base de la suma de los esfuerzos económicos, tecnológicos, humanos y otros.

2.5.2. FINALIDAD DEL MARKETING

Es de vital importancia para el aumento de la competitividad de la empresa el estudio del sistema de gestión que permita el logro de los resultados en el aumento de la competitividad con la función comercial y la producción ya que ambas están inmersas en el sistema que conforma una empresa, conjuntamente con ellas debe estar presente la existencia y desarrollo de la función financiera que conformar la gestión empresarial vista con el marketing, producción y finanzas.

2.5.3. LA MERCADOTECNIA EN LA EMPRESA

2.5.3.1.DEFINICIÓN

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; (2008) expresa: “es una técnica moderna de mercadeo, armoniza los intereses de la empresa con los intereses de la sociedad de consumo, busca la satisfacción de las necesidades, deseos, o preferencias del cliente actual. Posibilita el desarrollo de nuevos productos o servicios y permite que la comercialización sea mas eficiente”

La mercadotecnia es considerada como una de las herramientas mas importantes en la empresa puesto que a través de ella se puede interpretar los gustos y preferencias de los consumidores, y a la vez buscar alternativas de solución adecuadas para satisfacer los requerimientos de las personas, logrando así maximizar los ingresos y cumplir los objetivos.

2.5.3.2.FUNCIONES DE LA MERCADOTECNIA

a) INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Implica conocer quienes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, identificar sus características, que hacen, donde compran, porque, donde están localizados, cuales son sus ingresos, edades, comportamientos, cuando mas se conozca mercado, mayor serán las probabilidades de éxito.

b) PROMOCIÓN

Es dar a conocer el producto al consumidor, se debe persuadir a los clientes a que adquieran productos que satisfagan sus necesidades, no solo se promocionan los productos a través de los medios masivos de comunicación, también por medio de folletos, regalos, muestras, es necesario combinar estrategias de promoción para lograr los objetivos.

c) DECISIONES SOBRE EL PRODUCTO Y PRECIO

Este aspecto se refiere al diseño del producto que satisfaga las necesidades del grupo para el que fue creado, es importante darle al producto un nombre adecuado y un envase que además de protegerlo lo diferencie de los demás, es necesario asignarle un precio que sea justo para las necesidades tanto de la empresa como del mercado.

d) VENTA

Es toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio, en esta fase se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores

e) DISTRIBUCIÓN

Es necesario establecer las bases para que el producto pueda llegar del fabricante al consumidor, estos intercambios se dan entre mayoristas y detallistas, es importante el manejo de materiales, transporte, almacenaje, todo esto con el fin de tener el producto óptimo al mejor precio, en el mejor lugar, y al menor tiempo.

f) POSVENTA

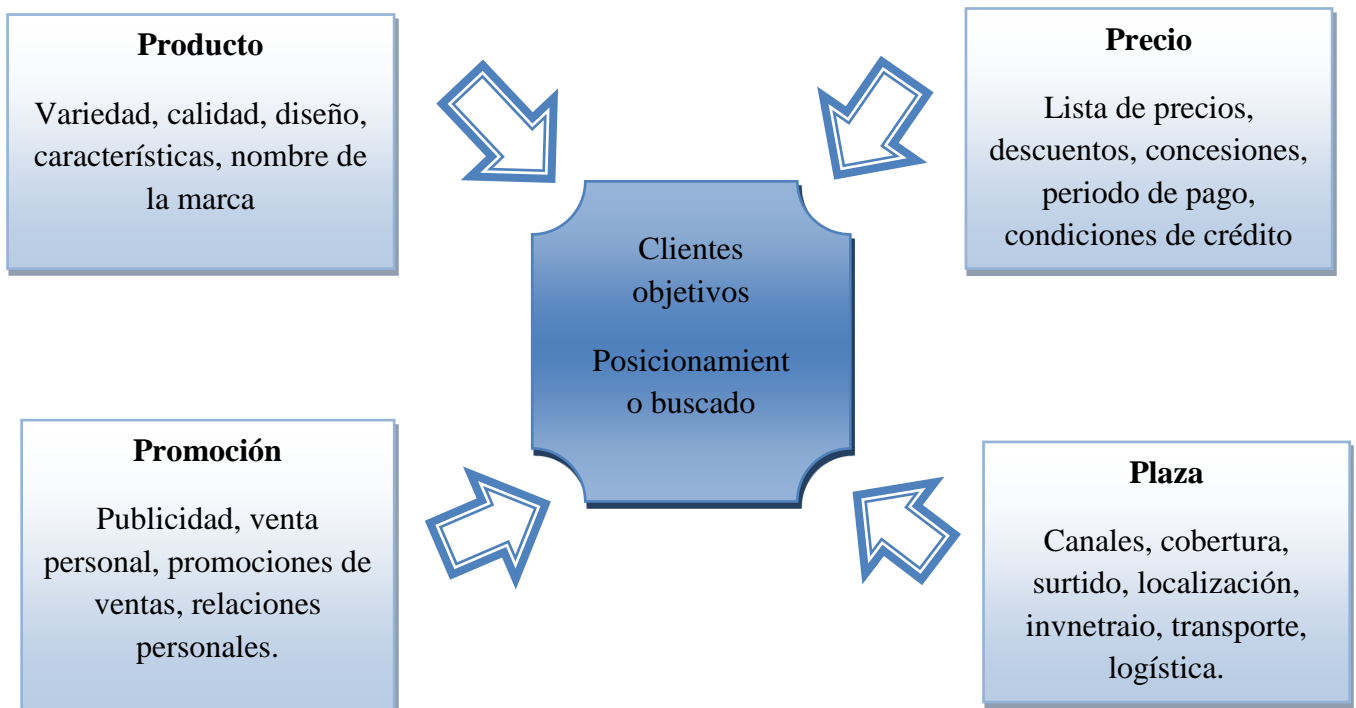
Es la actividad que asegura la satisfacción de necesidades a través del producto, lo importante no es vender una vez, sino permanecer en el mercado.

2.5.3.3.DESARROLLO DE UN MARKETING MIX INTEGRADO

STANLON, Willan; ETZEL, Michael y otros (2007) manifiesta: “Es el conjunto de instrumentos de marketing tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo. El marketing mix esta compuesto por todo aquello que la empresa puede influir sobre la demanda de su producto” y se agrupan en cuatro grupos de variables, conocidas como “las cuatro Ps”.

El mix de marketing integrado toma en cuenta cuatro instrumentos para la satisfacción de los consumidores, estas herramientas actúan conjuntamente para lograr un mismo fin que es el posicionamiento de la empresa y la aceptación de sus productos y/o servicios.

a) **LAS CUATRO PS**



Fuente: KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY

➤ **Producto**

Es un bien o servicio que anteriormente tuvo que pasar por un proceso de transformación, sea materia prima o conocimiento, para posteriormente ser ofrecido en el mercado a un precio determinado con el propósito de satisfacer las necesidades, deseos del consumidor. Es el conjunto de beneficios que el cliente piensa recibir para su beneficio y disfrute.

➤ **Precio**

Es la cantidad de dinero que tendrán que pagar los clientes para obtener el producto, es la única herramienta que otorga ingresos a la empresa. Es lo que

paga el cliente por el producto o servicio, es importante asegurar que el cliente reciba lo que él piensa sea el valor apropiado por su dinero

➤ **Plaza**

Es la ubicación estratégica de un negocio, para lo cual se debe tomar en cuenta la infraestructura si es adecuada, cuenta con los servicios básicos, etc. La distribución permite que el producto llegue al lugar, momento o condiciones adecuadas. Se refiere a dónde, cuándo y cómo el producto o servicio llega al cliente, refiriéndose al canal, a través del cual fue hecha la compra.

➤ **Promoción**

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. Se refiere al grupo de actividades mediante las cuales la empresa se identifica con los clientes potenciales, incluye promoción, publicidad nombre del producto, creación de imágenes y relaciones públicas.

2.5.3.4.MARKETING MIX

El marketing mix constituye uno de los aspectos de mayor importancia en el enfoque estratégico táctico y práctico del marketing, con razón se ha dicho que todo cuanto haga una empresa para incidir, positiva o negativamente en sus mercados, sin importar la apariencia externa que presente esa acción formará parte necesariamente de uno de los componentes del marketing mix.

El marketing mix es considerado como uno de los elementos más valiosos de las actividades de comercialización de cualquier empresa.

a) CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Es el proceso mediante el cual los productos o servicios que se lanzan al mercado atraviesan una serie de etapas, que van desde su concepción hasta su desaparición por otros más actualizados y más adecuados desde la perspectiva del cliente.

b) DESARROLLO

El desarrollo del producto se inicia cuando la empresa encuentra y desarrolla la idea para un producto nuevo. Durante el desarrollo del producto, no hay ventas y los costos que invierte la empresa se empiezan a acumular.

c) LANZAMIENTO

Es un periodo mediante el cual las ventas registran un crecimiento lento mientras el producto se introduce en el mercado. En esta etapa no hay utilidades debido a los elevados gastos de la introducción del producto.

d) CRECIMIENTO

Es un periodo durante el cual se registra una aceptación rápida en el mercado y un aumento de utilidades.

e) MADUREZ

Es un periodo durante el cual el crecimiento de las ventas tienen gran aliciente, porque el producto ha sido aceptado por una gran parte de compradores potenciales. Las utilidades se equilibran o disminuyen, debido a que existen erogaciones más fuertes, con objeto de defender el producto contra la competencia.

f) DECLIVE

Es un periodo durante el cual disminuyen las ventas y bajan las utilidades.

Algunos productos son introducidos y mueren rápidamente. Algunos entran a la etapa de declinación y después pasan a ser reciclados a la etapa del crecimiento por las fuertes promociones y su reposicionamiento en el mercado.

2.6. COMERCIALIZACIÓN

www.monografias.com (2012) dice: "Es mas que vender o hacer publicidad, es decir, provee la orientación necesaria para la producción y ayuda a lograr que se fabrique el producto se genere el servicio adecuado y que llegue a los consumidores"

Respecto a la definición anterior la comercialización es un mecanismo o conjuntos de actividades que se toma en cuenta para poder sacar los productos que la empresa elabora al mercado de una manera más rápida y eficiente con precios más bajos y que la calidad del producto prevalezca.

2.6.1. LA COMERCIALIZACIÓN EN RELACIÓN A LA PRODUCCIÓN

La producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. En este caso utilidad significa la capacidad para ofrecer satisfacción a las necesidades humanas. No hay necesidad por satisfacer y por ende no hay utilidad. La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

2.6.1.1. UTILIDAD DE POSESIÓN

Significa obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo.

2.6.1.2. UTILIDAD DE TIEMPO

Significa disponer del producto cuando el cliente lo desee.

2.6.1.3. UTILIDAD DE LUGAR

Significa disponer del producto donde el cliente lo desee.

2.6.2. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicios están disponibles para el consumo

2.6.2.1. FORMACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Las razones económicas son los principales elementos que determinan la estructura de los canales. Los intermediarios aparecen en el proceso de intercambio porque pueden aumentar su eficiencia, también aparecen en los canales de distribución para solucionar los problemas de incoherencia del surtido por medio del proceso de selección. Los canales facilitan el proceso de búsqueda de artículos.

2.6.2.2. FUNCIONES EN LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los fabricantes, los mayoristas y los minoristas, así como otros integrantes de los canales de distribución, se integran en estos para desempeñar

una o más de las funciones generales siguientes: mantener inventarios, generar demanda, o ventas; distribuir físicamente los productos. Cuando el fabricante hace llegar sus productos a los usuarios finales, debe asumir todas estas funciones o delegar algunas de ellas o todas en los intermediarios del canal de distribución.

2.7. FUNDAMENTOS CONTABLES

2.7.1. DEFINICIÓN

SARMIENTO; Rubén (2005) indica: “La contabilidad es la técnica que analiza, interpreta y registra cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa

La contabilidad es la interpretación numérica de las actividades diarias realizadas en la empresa sin importar cual sea el tamaño de la misma, permitiendo así conocer la situación financiera en cualquier momento y tomar decisiones oportunas para la obtención del máximo rendimiento económico.

2.7.2. IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

La contabilidad es de gran importancia por que todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

2.7.3. CLASIFICACIÓN DE LA CONTABILIDAD

Después de haber analizado a varios autores se puede concluir que la contabilidad se clasifica de acuerdo a su naturaleza en:

- **Comercial o general :** compra venta de bienes
- **Industrial o de costos:** transformación de materia prima en bienes
- **Bancaria:** indispensable para los bancos, empresas de seguros y financieras
- **Agrícola:** su utilización es requerida en empresas del agro y ganadería

- **Gubernamental:** es vital para disponer los resultados de ingresos y egresos de los fondos públicos
- **De servicios en general:** prestaciones de toda clase de servicios

2.7.4. ESTADOS FINANCIEROS

RINCONSOTO, Carlos, LASSO, Giovanni y otros (2009) manifiestan: “los estados financieros son los resúmenes de la información contable que reflejan la situación financiera de la empresa, dirigidos a los usuarios internos y externos para que puedan evaluar y tomar decisiones con respecto a las actividades y responsabilidades que tienen con los movimientos operaciones y económicos de esta”.

Los estados son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado, son históricos, ya que reflejan hechos pasados, que sirve como base para predecir hechos futuros y principalmente la toman de decisiones. Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

La mayoría de estos informes constituyen el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera. La contabilidad es llevada adelante por contadores públicos.

Los estados financieros son las herramientas más importantes con que cuentan las organizaciones para evaluar el estado en que se encuentran.

Los estados financieros vigentes en el país son:

2.7.4.1. ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA O BALANCE GENERAL

Este estado es que debe presentar en forma adecuada todos los activos, pasivos y patrimonio de la empresa. Al elaborar el balance general el empresario obtiene la información valiosa sobre el negocio.

2.7.4.2. ESTADOS DE RESULTADOS

Es aquel que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se mide el rendimiento que a generado la actividad de la empresa.

2.7.4.3. ESTADOS DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO

Deberá demostrar los cambios producido en las cuantías patrimoniales en el periodo contable.

2.7.4.4. ESTADOS DE FLUJO DEL EFECTIVO

Presenta la información detallada de los cobros y pagos de efectivo de una empresa durante un periodo, permite evaluar la habilidad de la empresa para generar flujos de efectivo positivos, cubrir obligaciones y cumplir con sus necesidades de financiamiento externo.

2.7.4.5. POLÍTICAS CONTABLES Y NOTAS EXPLICATIVAS

Las políticas contables son los principios, bases, convenciones, reglas y prácticas específicas adoptadas por una empresa en la preparación y presentación de los estados financieros.

Las notas a los estados financieros incluyen descripciones narrativas o análisis más detallados de los montos presentados en los estados financieros, estas notas ayudan a los usuarios a entender y compararlos con aquellos de otras empresas.

2.8. EVALUADORES FINANCIEROS

2.8.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

JÁCOME, Walter (2005) define: “El valor presente neto representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.”

Se puede concluir que el VAN es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Mide la rentabilidad de la inversión en moneda real, tomando en cuenta la tasa de rendimiento promedio de mercado. Si el valor actual es positivo significa que la inversión es atractiva o rentable, si es negativo no es procedente la inversión, y si la diferencia es igual a cero, la inversión generaría un beneficio igual al que se obtendría sin asumir ningún riesgo; y si es menor que cero, el proyecto no es factible.

2.8.1.1.FORMULA DEL VAN

Matemáticamente se determina por la siguiente formula:

$$VAN = \leq Inversion \geq + \frac{\sum FCN}{(1+i)} + \frac{\sum FCN}{(1+i)} + \frac{\sum FCN}{(1+i)} \dots + \frac{\sum FCN}{(1+i)}$$

FC= flujos de cajas proyectados

I= tasa de redescuento

n= tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

2.8.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

JÁCOME, Walter (2005) afirma: “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN=0”

La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente del proyecto sea igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial de acuerdo a lo anterior puede establecer teóricamente la bondad del proyecto se compara la tasa interna de retorno con la

tasa de rendimiento medio. En la practica se considera adecuado que el TIR sobrepasa al menos con 10 puntos como máximo al TRM.

2.8.2.1. CLASES DE TIR

a) TIR ECONÓMICO

Cuando la inversión tiene solo aporte propio, es decir el riesgo no es compartido, se asume toda la incertidumbre del proyecto.

b) TIR FINANCIERA

Cuando la inversión es con financiamiento, es decir tiene riesgo compartido.

c) TIR REAL

Solo analiza los flujos de caja positivos, el flujo de caja negativo no se toma en cuenta.

2.8.2.2. CALCULO DEL TIR

La formula para el cálculo del TIR es la siguiente:

$$TIR = Ti + \frac{Ti(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - Ti}$$

Ti=tasa inferior de redescuento

Ts= tasa superior de redescuento

2.8.3. RELACIÓN BENEFICIO/ COSTO (B/C)

JÁCOME, Walter (2005) señala: “Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”

Este indicador sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, la función se extrae de los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja. Es una herramienta de toma de decisiones para desarrollarla

sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables del proyecto.

El resultado del beneficio/costo puede reportar los siguientes resultados:

B/C > a 1 SE ACEPTA

B/C < a 1 SE RECHAZA

B/C = a 1 ES INDIFERENTE

2.8.3.1. FORMULA DE CÁLCULO

$$BeneficioC\ osto = \frac{\sum Ingresos/(1+i)^n}{\sum Egresos/(1+i)^n}$$

Si B/C es mayor que 1, existe un adecuado retorno

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, la inversión no es atractiva

SI B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable la inversión.

2.8.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

CHILQUINGA, Jaramillo (2007) define: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”

El punto de equilibrio puede demostrarse en cantidades y en unidades monetarias, es aquel que permite analizar las características financieras de los sistemas alternativos de producción, esto es la relación entre ingresos y costos totales.

2.8.4.1.FORMULA DE CÁLCULO

El punto de equilibrio puede calcularse mediante las siguientes formulas:

$$PE.Dolares = \frac{CostoFijoTotal}{1 - \frac{CostoVariable}{Ventas}}$$

$$PE.Unidades = \frac{CostoFijoTotal}{PVu - CVu}$$

2.8.5. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

JÁCOME, Walter (2005) expreso: “Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en que tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son cambiantes ”

El periodo de recuperación de la inversión es un evaluador financiero, el cual permite conocer que tiempo se recupera la inversión a partir de los flujos de caja proyectados. Si los flujos netos de caja no son constantes el plazo de recuperación se calcula acumulando los sucesivos flujos de caja que se su suma sea igual al desembolso inicial.

2.8.6. RENTABILIDAD

Existen muchas medidas de rentabilidad, la cual relaciona lo rendimientos de la empresa con sus ventas, activos o capital contable. En conjunto, estas medidas permiten al analista evaluar las utilidades de la empresa en relación con un nivel de ventas determinado, de activos por la inversión de los propietarios. La rentabilidad también se la conoce como la relación entre los ingresos y los costos, generado por el uso de los activos de la empresa tanto circulantes como fijos en las actividades productivas.

2.8.7. FINANCIAMIENTOS

2.8.7.1.INVERSIÓN PROPIA

Se denominan fondos propios al pasivo que no se debe a financiación externa sino a las aportaciones de los socios y a los propios beneficios o pérdidas generados. Son el conjunto de recursos que tiene una empresa y que están

formados por el capital social, las reservas y los resultados positivos obtenidos en el ejercicio en tanto no se repartan. Los fondos propios totales de una empresa son, por otro lado, una medida importante de su solidez financiera.

2.8.7.2.FINANCIAMIENTO EXTERNO

La financiación externa a la empresa acceder a un crédito con finalidad de realizar la inversión inicial o de activos para el funcionamiento de la misma. Por lo general este tipo de financiamientos se da a corto plazo es decir un máximo de cinco años.

2.9. ANÁLISIS FINANCIERO

2.9.1. ÍNDICES FINANCIEROS

Los indicadores financieros expresan la relación matemática entre una magnitud y otra, exigiendo que dicha relación sea clara, directa y comprensible para que se pueda obtener información, condiciones y situaciones que no podrían ser detectadas mediante la simple observación de los componentes individuales de la razón financiera

2.9.1.1.ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Permite expresar las utilidades obtenidas en el periodo como un porcentaje de las ventas, de los activos o del patrimonio

a. MARGEN DE UTILIDAD

Mide la razón o porcentaje que la utilidad neta representa con relación a las ventas netas que se analizan, o sea, mide la facilidad de convertir las ventas en utilidad.

Utilidad Neta/Ventas Netas

b. RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN

Mide el retorno obtenido por cada dólar invertido en activos

Utilidad Neta/Activos Totales Promedio

c. RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL

Mide el retorno obtenido por cada dólar que los inversionistas del capital han invertido en la empresa

Ingreso neto/Capital Contable promedio

2.9.1.2. ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Se utilizan para determinar la capacidad de pago de la empresa en el corto plazo

a) RAZÓN DE PRUEBA ÁCIDA

Es semejante al índice de solvencia con la diferencia que en esta prueba no se incluye el inventario dentro del activo circulante

Activo Circulante – Inventarios / Pasivos Circulantes

b) ÍNDICE DE SOLVENCIA

Muestra la capacidad de la empresa para responder a sus obligaciones a corto plazo con sus activos más líquidos

Activo Circulante / Pasivo Circulante

c) CAPITAL NETO DE TRABAJO

Muestra la capacidad de la empresa para responder a sus obligaciones de corto plazo con sus activos circulantes. Mide el número de veces que los activos circulantes del negocio cubren sus pasivos a corto plazo.

Activo Circulante – Pasivo Circulante

2.9.1.3.ÍNDICES DE UTILIZACIÓN DE ACTIVOS

a) **ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR**

Indica el número de veces que el saldo promedio de las cuentas y efectos por cobrar pasa a través de las ventas durante el año

Ventas a crédito/Promedio de Cuentas por Cobrar

b) **ROTACIÓN DE INVENTARIOS**

Expresa el promedio de veces que los inventarios rotan durante el año

Costo de Ventas / Promedio de Inventario

c) **ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES**

Mide la eficacia general en el uso de los activos

Ventas Netas / Activos Totales Promedio

2.9.1.4.ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO

Permite conocer como la empresa financia sus activos con deudas a terceros. También proporciona la razón entre la deuda con terceros y su patrimonio.

a) **RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO**

Mide la proporción del total de los activos aportados por los acreedores de la empresa. Cuanto mayor sea esta razón así es la cantidad de dinero de otras personas que se está utilizando para generar utilidades

Pasivos Totales / Activos Totales

b) **RAZÓN PASIVO – CAPITAL**

Se concentra en las deudas a largo a plazo se hace la relación entre los fondos a largo plazo que suministran los acreedores y los que aportan los propietarios de la empresa.

Pasivo a largo plazo / Capital Social

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo, el cual consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. En el que se estudia el comportamiento de los consumidores para detectar las necesidades de consumo y ver las formas de satisfacerlas, además se analiza la competencia es decir los sitios o empresas q brindan el mismo producto o servicio en el mercado

3.1.INTRODUCCIÓN

El presente estudio de mercado se lo ha realizado en la ciudad de San Gabriel la cual tiene una población total de 21096 habitantes (10234 hombres y 10862 mujeres), de los cuales se ha tomado a las personas de 10 a 59 años de edad tanto hombres como mujeres quedando así una población de 14434 personas sobre las cuales se ha aplicado la formula con un nivel de confianza del 95% y un error del 5% logrando una muestra de 377 personas, a las cuales se les aplico una encuesta para obtener información primaria, a mas de la encuesta se realizo una observación a una cafetería la cual contribuyo para poder determinar los precios de los productos que en esta se expenden, además se obtuvo información secundaria de internet y documentos los cuales contribuirán en el desarrollo del proyecto.

En este estudio de mercado se investigó las siguientes variables: servicio, mercado meta y segmento de mercado, demanda, oferta y precios; este estudio detallado ayudo a establecer un mercado insatisfecho que puede ser cubierto con

la creación de una Pista de Patinaje sobre Hielo en la Ciudad de San Gabriel ya que en esta ciudad existen muchas personas a las cuales les gusta practicar deporte en especial jóvenes adolescentes que sienten atracción por deportes nuevos como es el caso del patinaje sobre hielo el cual se lleva a cabo sobre una superficie de hielo por medio de patines de cuero o botas las cuales en su zona inferior llevan adheridas una cuchilla.

Este deporte conjuga la técnica, el arte y la danza. Se caracteriza por requerir fuerza, elasticidad, flexibilidad, precisión, coordinación y seguridad. Los elementos más representativos del patinaje sobre hielo son los giros, saltos y figuras o piruetas. A la correcta ejecución técnica de estos elementos se le suma la armonía en los movimientos con la música. Este es uno de los deportes más lindos de observar debido a la espectacularidad de los movimientos de los patinadores. Atrae sobre todo la dificultad en los giros y saltos sumados al peligro que conlleva realizarlos sobre el hielo. Muchos componentes son los que logran crear un ambiente especial que atrapa y emociona al espectador.

3.2.OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad de mercado para la creación de una Pista de Patinaje sobre Hielo con servicio de cafetería en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Definir las características que debe poseer el servicio
- b) Determinar el mercado meta y el segmento de mercado al cual esta dirigido el servicio
- c) Identificar el comportamiento de la demanda
- d) Identificar el comportamiento de la oferta
- e) Analizar los precios existentes en el mercado

- f) Establecer los sistemas de comercialización mas adecuados

3.2.2. VARIABLES

- a) Servicio
- b) Mercado
- c) Demanda
- d) Oferta
- e) Precios
- f) Comercialización

3.2.3. INDICADORES

3.2.3.1. Características del servicio

- a) Descripción del Servicio
- b) Servicios Sustitutos
- c) Servicios Complementarios

3.2.3.2. Mercado meta y segmento de mercado

- a) Número de población
- b) Aspecto demográfico
- c) Aspecto económico
- d) Aspecto cultural

3.2.3.3. Demanda

- a) Naturaleza del consumidor
- b) Poder adquisitivo
- c) Frecuencia de visita
- d) Proyección de la demanda

3.2.3.4. Oferta

- a) Servicios ofrecidos

3.2.3.5.Precios

- a) Fijación de precios
- b) Estrategias de precios
- c) Precios actuales del Servicio

3.2.3.6.Comercialización

- a) Comercialización local
- b) Publicidad y promoción

3.2.4. MATRIZ DE RELACIÓN

**CUADRO 3.1.
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS	PÚBLICO META
Definir las características que debe poseer el servicio	Servicio	Descripción del Servicio	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
		Servicios Sustitutos	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
		Servicios Complementarios	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
Determinar el mercado meta y el segmento de mercado al cual esta dirigido el servicio	Mercado Meta y Segmento de Mercado	Número de población	Secundaria	Lincografía	-
		Aspecto demográfico	Secundaria	Lincografía	-
		Aspecto económico	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
		Aspecto cultural	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
Identificar el comportamiento de la demanda	Demanda	Naturaleza del consumidor	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
		Poder adquisitivo	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
		Frecuencia de visita	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel
		Proyección de la demanda	Secundaria	Lincografía	-

Identificar el comportamiento de la oferta	Oferta	Servicios Ofrecidos	Secundaria	Lincografía	-
Analizar los precios existentes en el mercado	Precios	Fijación de precios Estrategias de precios Precios actuales del Servicio	Secundaria Secundaria Primaria	Lincografía Lincografía Observación	- - Cafetería
Establecer los sistemas de comercialización mas adecuados	Comercialización	Comercialización local Publicidad y promoción	Primaria Primaria	Encuesta Encuesta	Habitantes de la Ciudad de San Gabriel Habitantes de la Ciudad de San Gabriel

3.2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.5.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población del presente estudio esta conformada por los habitantes de la ciudad de San Gabriel la cual cuenta con un total de 21096 habitantes (10234 hombres y 10862 mujeres), de los cuales se ha tomado a las personas de 10 a 59 años de edad quedando así una población de 14434 personas (6956 hombres y 7478 mujeres).

3.2.5.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra a ser estudiada, se realizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \delta^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra a calcular

N = Tamaño de la población

Z = 1.96 para un nivel de confianza del 95%

e = 0.05 que es el error del muestreo del 5%

δ^2 = 0.25 del valor de la varianza constante

Dando resultado lo siguiente:

$$n = \frac{(14434)(1.96^2)(0.25)}{(0.05^2)(14434 - 1) + (1.96^2)(0.25)}$$

$$n = \frac{13862,4136}{36,0825 + 0,9604}$$

$$n = 374,23$$

$$n = 374$$

Luego de realizar el cálculo se obtuvo que el tamaño de la muestra sea de 374 habitantes de la Ciudad de San Gabriel a las cuales se va a encuestar utilizando un formato estandarizado, eligiendo a los integrantes de la muestra al azar, mismos que proporcionarían información valiosa para el desarrollo del proyecto.

3.2.6. FUENTES DE INFORMACIÓN

La información primaria se la obtuvo directamente de los pobladores de la Ciudad de San Gabriel, para lo cual se aplicaron instrumentos de investigación, como son los siguientes:

3.2.6.1.ENCUESTA

Con la finalidad de recopilar información que permita determinar la factibilidad para la creación de una pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, provincia del Carchi se aplicaron 374 encuestas.

3.2.6.2.OBSERVACIÓN

La observación como método y técnica de investigación fue importante desarrollarla para conocer los productos y precios que se ofertan en una cafetería.

3.2.6.3.INFORMACIÓN SECUNDARIA

Adicionalmente a información primaria se recopiló información secundaria como libros, revistas, internet y opinión de expertos con la finalidad de sustentar y complementar la investigación.

3.3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

3.3.1. ¿LE GUSTA A USTED EL DEPORTE?

**CUADRO N° 3.2.
GUSTO DEL DEPORTE**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	326	87%
No	48	13%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Después de aplicar la encuesta se obtuvo como resultado que a la mayoría de las personas si les gusta el deporte debido a que este les permite sentirse saludables ya que ejercitan su cuerpo y mente, se distraen por unos momentos de sus problemas, preocupaciones y se alejan de la rutina, además es un medio en el cual pueden pasar con amigos o familiares; y en menor proporción se manifestaron que no gustan del deporte debido a que prefieren otras formas de ocupar su tiempo libre.

3.3.2. ¿CON QUE FRECUENCIA REALIZA USTED ACTIVIDADES DEPORTIVAS?

CUADRO N° 3.3.
FRECUENCIA DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A Diario	84	22%
Cada Semana	139	38%
Cada Quince Días	42	11%
Cada Mes	42	11%
Otros	67	18%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Se pudo palpar que la mayoría de las personas realizan actividades deportivas cada semana de preferencia los fines de semana que es cuando tienen tiempo suficiente; seguido en menor proporción manifestaron que realizan deporte cada día pero en la tarde o noche luego de sus ocupaciones, otras personas en menor proporción mencionaron que practican deporte de forma ocasional ya sea cuando tengan tiempo libre o sientan deseo de hacerlo y finalmente el resto de personas encuestadas menciona que efectúan deporte cada quince días o cada mes debido a que no tiene tiempo.

3.3.3. ¿QUÉ DEPORTE NUEVO PREFERIRÍA PRACTICAR?

CUADRO N° 3.4.
DEPORTE NUEVO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rafting	71	19%
Patinaje en Hielo	190	50%
Beisbol	55	15%
Otros	58	16%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Un gran porcentaje de las personas encuestadas manifestaron que a parte de los deportes que usualmente practican les gustaría practicar el patinaje en hielo ya que es un deporte que llama la atención en el que se puede interactuar con un gran número de personas sin rivalidad entre los géneros y no es muy agresivo, en menor proporción mencionaron que les gustaría practicar rafting ya que les proporciona mucha adrenalina y porque se puede tener un contacto directo con la naturaleza, con un porcentaje mas bajo se percibió que les gustaría otros deportes como el tenis, parapentes, motocross, fútbol americano y boliche, y finalmente dijeron que les gustaría practicar el beisbol porque es un deporte que a través de los medios de comunicación y películas nos han influenciado por ser el deporte más practicado en los Estados Unidos.

3.3.4. ¿USTED HA VISITADO ALGUNA VEZ UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO?

**CUADRO N° 3.5.
VISITA A PISTA DE PATINAJE**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	116	31%
No	258	69%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Los resultados arrojaron que en la mayoría de las personas encuestadas no han visitado una pista de patinaje sobre hielo porque no han tenido la oportunidad de hacerlo por que estas se encuentran en las grandes ciudades o clubes privados y para hacerlo deben de contar con recursos como tiempo y dinero los cuales en ocasiones son escasos y no permiten hacerlo, y el resto de los encuestados dice que si ha acudido a una pista de patinaje sobre hielo cuando han visitado la ciudad de Quito lo cual dejo lindas experiencias.

3.3.5. ¿LE GUSTARÍA OCUPAR SU TIEMPO LIBRE ACUDIENDO A UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL?

**CUADRO N° 3.6.
GUSTO DE ACUDIR A UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	338	90%
No	36	10%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

La mayoría de las personas encuestadas muestran gran interés por acudir a una pista de patinaje sobre hielo en la Ciudad de San Gabriel ya que es algo atractivo e innovador; mientras que el resto de encuestados muestran desinterés en la creación de esta pista ya que gustan de otras formas de diversión como bailar, cantar, ver televisión, escuchar música, entre otras o practicar deporte como fútbol, básquet, ciclismo y voleibol.

3.3.6. ¿POR QUÉ ACUDIRÍA USTED A ESTA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO?

**CUADRO N° 3.7.
RAZONES POR LAS CUALES ACUDIR A LA PISTA DE PATINAJE
SOBRE HIELO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Realizar Deporte	138	37%
Diversión	219	58%
Otros	17	5%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Los resultados muestran que en gran proporción las personas encuestadas acudirían a la pista de patinaje sobre hielo por diversión, es decir por disipar su mente o por pasar un momento agradable entre todos, es decir esto les permitirá alejarse por un momento de lo rutinario y cotidiano, y en menor proporción contestaron que acudirían por realizar deporte ya que les gustaría practicar el patinaje artístico porque es un deporte tranquilo y divertido en el cual se puede demostrar su creatividad, equilibrio, flexibilidad y destreza debido a que es muy parecido al baile y finalmente el resto de encuestados dice que acudirían a esta pista por distraerse un momento viendo las actividades que en esta se realizan.

3.3.7. ¿CON QUIEN ACUDIRÍA A ESTA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO?

**CUADRO N° 3.8.
PERSONAS CON QUIEN ACUDIR A UNA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amigos	209	56%
Familia	126	34%
Otros	39	10%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Los resultados arrojaron que la mayoría de las personas que llenaron la encuesta asistirían a esta pista de patinaje sobre hielo acompañados de amigos ya que con ellos pueden disfrutar de mejor manera el estar allí, en menor proporción contestaron que asistirían con su familia para pasar momentos gratos y prestarles atención ocupando un fin de semana con ellos debido a que por sus actividades cotidianas no tienen tiempo los otros días y finalmente el resto de encuestados manifestaron que visitarían esta pista acompañados de su pareja ya sea novio/a o enamorado/a, para realizar actividades fuera de lo habitual o monótono y disfrutar de bellos momentos juntos realizando una actividad sana que a más de brindar diversión y entretenimiento es una forma de hacer deporte.

3.3.8. ¿CON QUE FRECUENCIA VISITARÍA ESTA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO?

CUADRO N° 3.9.
FRECUENCIA PARA VISITAR LA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A Diario	61	16%
Cada Semana	141	38%
Cada Quince Días	55	15%
Cada Mes	49	13%
Ocasional	68	18%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

La mayoría de las personas encuestadas manifestaron que visitarían esta pista de patinaje sobre hielo cada semana, es decir los fines de semana debido a que ahí tienen mas tiempo para ocuparlo en hacer deporte o divertirse, en menor proporción mencionaron que acudirían de forma ocasional o cuando tengan tiempo libre, otro grupo de personas dijo que visitaría a diario porque le gustaría tener una costumbre o rutina deportiva ya que gusta mucho de el patinaje artístico sobre hielo, en un porcentaje menor los encuestados manifestaron que acudirían cada quince días a pasar un tiempo grato disfrutando de los servicios que brinda esta pista y finalmente el resto de encuestados contestaron que acudirán cada mes.

3.3.9. ¿CUÁNTO TIEMPO ESTARÍA DISPUESTO A OCUPAR VISITANDO ESTA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO?

CUADRO N° 3.10.

TIEMPO A EMPLEARSE EN LA PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una Hora	152	41%
De 2 a 3 Horas	168	45%
De 3 a 4 Horas	34	9%
Más de 4 Horas	20	5%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

En gran proporción los encuestados mencionaron que estarían dispuestos a ocupar su tiempo acudiendo a esta pista de patinaje sobre hielo de 2 a 3 horas porque es un tiempo prudente para distraerse y realizar deporte, en menor proporción dijeron que acudirían una hora debido a que no poseen mucho tiempo libre, otro grupo de personas contesto que acudirá de 3 a 4 horas porque tienen la necesidad de despejar su mente en actividades de sano esparcimiento y realizar deporte que le ayudara a mantenerse en forma y finalmente el resto de personas menciona que acudirá mas de 4 horas a ocupar el servicio prestado porque consideran que este servicio es muy bueno y productivo para sus vidas debido a que no tiene influencias negativas o podría generar malos hábitos en su vida.

3.3.10. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR OCUPAR UNA HORA DE ESTE SERVICIO?

**CUADRO N° 3.11.
DINERO A PAGAR POR UNA HORA DE PATINAJE**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3 Dólares	316	85%
De 3 a 5 Dólares	42	11%
Más de 5 Dólares	16	4%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Acerca de cuanto estaría dispuesto a pagar por este servicio la mayoría de las personas contestó que pagaría de 1 a 3 dólares debido a que creen que ese es un costo prudente por este servicio y además mencionaron que en la actualidad el costo de vida es muy alto y no se esta en la condición de invertirlo en cosas suntuarias sino que hay que priorizan entre diversión y cosas de primera necesidad como alimentación, vestimenta, vivienda, educación y salud, otro grupo de encuestados dijo que pagaría de 3 a 5 dólares y finalmente el resto de encuestados respondió que pagaría hasta más de 5 dólares debido a que su capacidad económica es elevada, al final todos esperan recibir un servicio de calidad el cual cumpla con las expectativas que ellos esperan.

3.3.11. EDAD

CUADRO N° 3.12.

EDAD

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 10 a 19 Años	232	62%
De 20 a 39 Años	109	29%
De 40 a 59 Años	33	9%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

De los encuestados quienes acudirían a visitar la pista en mayor proporción son jóvenes de edades entre 10 a 19 años los cuales sienten mayor atracción por este servicio, otra parte de los encuestados se encuentran en las edades de 20 a 39 años los cuales también sienten atracción por visitar esta pista de patinaje sobre hielo y finalmente personas de 40 a 59 años los cuales si acudirían a recibir este servicio pero no lo harían en mayor cantidad ya que vivimos en una sociedad con muchos tabús en la cual nos importa demasiado lo que la gente piense de nosotros.

3.3.12. GÉNERO

CUADRO N° 3.13.

GÉNERO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	182	49%
Femenino	192	51%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

El resultado de las encuestas efectuadas arroja que quienes acudirían en mayor cantidad a la pista de patinaje sobre hielo son personas del género femenino las cuales sienten gran atracción por este servicio ya que pueden divertirse entre un grupo de amigas o practicar un deporte que no es rudo sino mas bien que hace que se demuestren las habilidades, destrezas, flexibilidad, equilibrio debido a que tiene un parecido muy similar al baile, seguido no con mucha diferencia por personas del género masculino que buscan diversión y entretenimiento.

3.3.13. OCUPACIÓN

CUADRO N° 3.14.
OCUPACIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiantes	257	68%
Amas de casa	21	6%
Empleados privados	42	11%
Empleados públicos	30	8%
Comerciantes	13	4%
Choferes	11	3%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

La mayoría de las personas encuestadas son estudiantes por lo que se considera que ellos serán nuestros clientes potenciales debido a que son quienes sienten mayor atracción por recibir los servicios que se brindarán en la pista de patinaje sobre hielo, en menor proporción son empleados privados, seguidos en un menor número sin mucha diferencia por empleados públicos y amas de casa y finalmente en baja proporción comerciantes y choferes, se puede concluir que todos esperan que los servicios sean de calidad y ante todo cumplan las expectativas que ellos tienen como es una buena atención la cual será a través de la existencia de personal capacitado el cual colabore con personas que tengan dificultad al momento de patinar .

3.3.14. INGRESOS

CUADRO N° 3.15.
INGRESOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 240 Dólares	190	51%
De 240 a 300 Dólares	118	32%
De 300 a 400 Dólares	23	6%
De 400 a 500 Dólares	25	7%
Más de 500 Dólares	18	4%
TOTAL	374	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los habitantes de la Ciudad de San Gabriel

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **Análisis e Interpretación:**

Al realizar las encuestas se pudo apreciar que los clientes potenciales se encuentra en un nivel socio económico medio debido a que sus ingresos son hasta 300 dólares mensuales, seguidas por personas de nivel socio económico medio alto y alto, todas estas personas sienten la atracción y las ganas de recibir este servicio el cual será económico ya que para fijarlo se tomara en cuenta los costos en los que se incurre, la inflación y la crisis económica que afecta a nuestro país, para que de esta forma este al alcance de todos los bolsillos de quienes gusten visitar esta pista de patinaje sobre hielo.

3.4. ANÁLISIS DEL SERVICIO A OFRECER

3.4.1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de San Gabriel será un lugar el cual contara con instalaciones modernas y adecuadas para dar comodidad a los clientes; donde personas tanto hombres como mujeres de todas las edades puedan divertirse y realizar deporte obteniendo plena satisfacción ya que prestara una

atención personalizada y de calidad debido a que se contara con personal capacitado el cual estará presto a dar apoyo cuando el cliente lo requiera o tenga dificultad al hacer uso de este servicio.

Los servicios que prestara esta pista son:

- a) Patinaje para el público,
- b) Fiestas infantiles,
- c) Escuela de patinaje,
- d) Alquiler de la pista.

Además se prestará servicio de cafetería en el cual se podrá disfrutar de:

- a) Cafés,
- b) Capuccinos,
- c) Espressos,
- d) Mochas,
- e) Lates,
- f) Chocolate,
- g) Milk shake,
- h) Aguas aromáticas,
- i) Té,
- j) Gaseosas,
- k) Aguas con gas,
- l) Aguas sin gas,
- m) Tortas,
- n) Empanadas,
- o) Sánduches,
- p) Entre otros.

3.4.2. SERVICIOS SUSTITUTOS

Se considera como servicios que sustituyen a una pista de patinaje sobre hielo son lugares donde se puede practicar deporte en la ciudad de San Gabriel encontramos sitios abiertos como canchas deportivas a donde acuden personas a practicar fútbol, básquet y patinaje sobre ruedas, además existen sitios cerrados en donde se puede practicar aeróbicos y danza que son deportes muy parecidos ya que se realizan movimientos similares utilizando y haciendo énfasis en las mismas partes del cuerpo que pueden remplazar al patinaje sobre hielo.

3.4.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

El área de cafetería complementa el servicio que ofrece la pista de patinaje sobre hielo ya que en este sitio se puede ir con amigos o familiares a conversar y servirse alimentos de rápida elaboración como bebidas calientes o frías, sánduches, postres y snacks en general o simplemente a sentarse a observar a quienes patinan en la pista.

Además otro servicio que complementa a la pista de patinaje sobre hielo es el servicio de enfermería o primeros auxilios que es muy importante en caso de que alguien sufra un percance o se lastime dentro de la pista y necesite ser atendido.

3.5.MERCADO META

El mercado meta para este proyecto es la ciudad de San Gabriel la cual tiene una población de 21096 personas entre hombres y mujeres, debido a que en esta ciudad se va a crear la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería.

3.6.ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Para identificar el segmento de mercado al cual esta dirigida la prestación de este servicio hay que tomar en cuenta:

3.6.1. ASPECTO DEMOGRÁFICO

El mercado al cual esta dirigido este servicio son las personas de la ciudad de San Gabriel tanto hombres como mujeres de 10 a 59 años de edad, identificando como clientes potenciales a personas de 10 a 19 años debido a que son ellos quienes sienten mayor atracción por este servicio ya que este seria un lugar donde puedan pasar momentos agradables con amigos y compañeros de la escuela o colegio, e incluso seria un lugar donde reunirse o donde exista afluencia de chicos y chicas y a la vez se cree un ambiente propicio para hacer nuevos amigos.

3.6.2. ASPECTO ECONÓMICO

El aspecto económico esta estipulado por el nivel socio económico en el que se encuentren las personas siendo estos altos, medios altos, medios, medios bajos y bajos el cual se determina en base a los ingresos que estas perciban, en este caso el mercado al cual esta dirigido el proyecto es un nivel socioeconómico medio pero esto no implica que personas que se encuentren en otros niveles no puedan acceder a este servicio el cual será económico y accesible ya que para fijarlo se tomara en cuenta los costos en los que se incurre, la inflación y la crisis económica que afecta a nuestro país, para que de esta forma este al alcance de todos los bolsillos de quienes gusten visitar esta pista de patinaje sobre hielo.

3.6.3. ASPECTO CULTURAL

En la ciudad de San Gabriel existen buenos hábitos sobre lo que concierne a deportes ya que las personas suelen practicarlo en sus tiempos libres debido a que este les permite sentirse saludables por que ejercitan su cuerpo y mente, se distraen por unos momentos de sus problemas, preocupaciones y se alejan de la rutina que causa estrés, además es un medio en el cual pueden entretenerse con amigos o familiares.

3.7.ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.7.1. NATURALEZA DEL CONSUMIDOR

Quienes acudirán a la pista de patinaje sobre hielo son personas de la ciudad de San Gabriel niños, jóvenes y adultos de las edades comprendidas entre 10 a 59 años tanto hombres como mujeres existiendo una tendencia mayoritaria en las edades de 10 a 20 años en especial personas del género femenino.

3.7.2. PODER ADQUISITIVO

El poder adquisitivo de las personas que visitarían la pista de patinaje sobre hielo esta determinado en base a los ingresos que estas perciben dando así que quienes acudirían son personas que se encuentran en un nivel socioeconómico medio, pero esto no implica que personas de otros niveles socioeconómicos puedan acceder a este servicio debido a que los precios serán accesibles y estarán al alcance de todos quienes tengan deseo de hacer uso de este.

3.7.3. FRECUENCIA DE VISITA

La mayoría de las personas acudirán a visitar esta pista de patinaje sobre hielo cada semana, en mayor proporción los fines de semana debido a que ahí tienen mas tiempo libre el cual lo ocupan en hacer actividades deportivas, divertirse, entretenerse o pasar momentos con amigos, familiares y otros, además en cada visita estarían dispuestos a ocupar 2 horas de el servicio brindado por la pista de patinaje sobre hielo.

3.7.4. CANTIDAD TOTAL DE LA DEMANDA

Para calcular la cantidad total de la demanda se ha tomado la población de la ciudad de San Gabriel de las edades de 10 a 59 años de edad tanto hombres y mujeres y el % de personas que en la encuesta respondieron que si les gustaría acudir a la pista de patinaje sobre hielo.

Población de la ciudad de San Gabriel	14434 personas
% de personas que si les gustaría acudir	<u>0,90 %</u>
A la pista de patinaje sobre hielo en la ciudad De San Gabriel.	12991 personas

3.7.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda en el presente proyecto se va a utilizar el método del crecimiento exponencial utilizando de esta forma la tasa de crecimiento anual del INEC que en el cantón Montúfar es del 0,3%.

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

Donde la simbología representa:

P_p= Población Futura

P_b= Población Inicial

i= Tasa de Crecimiento Anual

n= Año Proyectado

Cálculos:

Año 2012= 12991 personas

Año 2013= 12991 (1+0,003) ^1 = 13030 personas

Año 2014= 12991 (1+0,003) ^2 =13069 personas

Año 2015= 12991 (1+0,003) ^3 =13108 personas

Año 2016= 12991 (1+0,003) ^4 =13148 personas

CUADRO N° 3.16.
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA
2012	12991
2013	13030
2014	13069
2015	13108
2016	13148

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

3.8.ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la Ciudad de San Gabriel no existe un lugar el cual oferte un servicio de las mismas características al que se desea crear como es la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería, es por tal motivo que no se analiza la competencia y los servicio que esta brinda ni se realiza proyecciones de la oferta, pero sin embargo a nivel nacional si existen lugares que brinden este servicio como es en la Ciudad de Quito en el Centro Comercial Iñaquito y en el Centro Comercial QUICENTRO SUR existe una pista de patinaje sobre hielo llamada el Palacio del Hieloy Polo Sur respectivamente, pero no las hemos tomado en cuenta como nuestra competencia debido a que estas se encuentra en una ciudad con características muy diferentes a la Ciudad de San Gabriel.

3.9.BALANCE OFERTA – DEMANDA

El análisis oferta demanda demuestra la factibilidad del proyecto.

Para esto se muestra los conceptos de OFERTA Vs DEMANDA:

OFERTA – DEMANDA= NEGATIVO; Proyecto aceptable

OFERTA – DEMANDA= POSITIVO; Se descarta el proyecto

CUADRO N° 3.17.
BALANCE OFERTA Y DEMANDA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	SUPERÁVIT / DÉFICIT
2012	12991	0	< -12991 >
2013	13030	0	< -13030 >
2014	13069	0	< -13069 >
2015	13108	0	< -13108 >
2016	13148	0	< -13148 >

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

En el análisis de la oferta y demanda se puede determinar que existe una demanda insatisfecha, además es ahí donde se puede establecer estrategias de marketing para lograr satisfacer la necesidad de las personas, en este caso sería el servicio de patinaje sobre hielo.

3.9.1. CANTIDAD DEMANDADA DEL SERVICIO PARA EL AÑO 2012

La cantidad de demanda que desea cubrir la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la Ciudad de San Gabriel en el año 2012 es de 3897 personas las cuales asistirán a obtener este servicio con mayor frecuencia de forma semanal, es decir los fines de semana como es viernes, sábado y domingo debido a que las personas tienen mas disponibilidad de tiempo para realizar deporte o entretenerse en estos días ya que terminan las actividades escolares y la jornada de trabajo.

3.10. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE PRECIO

3.10.1. FIJACIÓN DE PRECIOS

Los precios se fijarán en base a los costos y gastos que se incurren para poder brindar un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de quienes acudan a la pista de patinaje sobre hielo, además sobre ese costo aplicaremos un

porcentaje para obtener utilidad o rentabilidad, a mas de esto se realizara un análisis sobre la economía del país como la inflación, entre otros para conseguir que los precios sean accesibles a todos los niveles socioeconómicos.

3.10.2. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Las estrategias de precios a utilizarse en la pista de patinaje sobre hielo serán realizar descuentos y promociones en fechas especiales como el día del niño, día del amor y la amistad, vacaciones y feriados, además se realizará rebajas en el precio en el último turno, también al contratar el servicio de las fiestas infantiles se proporcionará facilidades de pago dando la oportunidad de pagar el 50% de anticipo y la diferencia después de haber recibido el servicio.

3.10.3. PRECIOS ACTUALES DEL SERVICIO

Los precios actuales que se encuentran en el mercado con respecto al servicio de patinaje sobre hielo y el servicio de cafetería son:

3.10.3.1. SERVICIO DE PATINAJE

Los precios ya incluyen IVA y en el caso de las fiestas infantiles deben ser mínimo 15 invitados.

**CUADRO N° 3.18.
PRECIOS DEL SERVICIO DE PATINAJE**

Patinaje para el público	LUNES - JUEVES	VIERNES - DOMINGO
	\$ 3,00	\$ 4,00
Escuela de patinaje artístico	INSCRIPCIÓN	CICLO MENSUAL
	\$ 30,00	\$ 70,00

Fiestas infantiles y reservaciones	DURACIÓN	COSTO POR NIÑO
	2 horas	\$ 8,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

3.10.3.2. SERVICIO DE CAFETERÍA

**CUADRO N° 3.19.
PRECIOS DEL SERVICIO DE CAFETERÍA**

DETALLE	PRECIOS EN USD DÓLARES
Espressos	
Solo	0.7
Doplo	1.00
Con panna	1.10
Machiato	1.00
Capuccinos	
Solo	1.40
Doplo	1.60
New York	1.70
Mochas	
Solo	1.50
De sabores	1.70
Lates	
Solo	1.20
Doplo	1.40
De sabores	1.70
Café con licor	
Carajillo	3.50
Irish Coffee	3.50

Capuccino Bayles	3.50
Frios	
Mocha frozen	1.80
Latte oreo frape	1.90
Milk shake	1.80
Otras bebidas	
Café americano	0.80
Café negro largo con crema	1.30
Chocolate	1.40
Agua aromática	0.70
Té	0.70
Otras	
Agua sin gas	0.30
Agua con gas	0.50
Gaseosas con envase retornable	0.75
Gaseosas con envases desechables	1.00
Tortas	
De naranja	1.50
De chocolate	1.50
Tres leches	1.50
Chesse cake	1.75
Brownie	1.50
Pie de limón	1.75
Sánduches caliente	1.50
Empanadas	
De carne	1.00
De pollo	1.00

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

3.11. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

3.11.1. Los servicios que presta en una pista de patinaje sobre hielo son: Patinaje para el público, Fiestas infantiles, Escuela de patinaje y Alquiler de la pista, además en la cafetería se podrá disfrutar de: variedad de cafés, Aguas aromáticas, Té, Gaseosas, Tortas, Empanadas, Sánduches y otros.

3.11.2. El mercado meta para este proyecto es la ciudad de San Gabriel la cual tiene una población de 21096 personas entre hombres y mujeres de los cuales se ha tomado a las personas de 10 a 59 años de edad, identificando como clientes potenciales de 10 a 19 años debido a que son ellos quienes sienten mayor atracción por este servicio.

3.11.3. El mercado al cual esta dirigido el proyecto es un nivel socioeconómico medio pero esto no implica que personas que se encuentren en otros niveles no puedan acceder a este servicio debido a que los precios serán económicos y accesibles.

3.11.4. En la ciudad de San Gabriel existen buenos hábitos sobre lo que concierne a deportes ya que las personas suelen practicarlo en sus tiempos libres debido a que este les permite sentirse saludables por que ejercitan su cuerpo y mente.

3.11.5. La mayoría de las personas acudirán a visitar la pista de patinaje sobre hielo cada semana, en mayor proporción los fines de semana debido a que ahí tienen mas tiempo libre el cual lo ocupan en hacer actividades deportivas, divertirse, entretenerse o pasar momentos con amigos, familiares y otros, además en cada visita estarían dispuestos a ocupar 2 horas de el servicio brindado por la pista de patinaje sobre hielo.

3.11.6. El proyecto se enfoca a cubrir el 30% de la demanda insatisfecha en el primer año, incrementándose en un 5% cada año siguiente hasta llegar al quinto año a cubrir el 50% de esta demanda

- 3.11.7.** En la Ciudad de San Gabriel no existe un lugar el cual oferte un servicio de las mismas características al que se desea crear como es la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería, pero sin embargo a nivel nacional si existen lugares que brinden este servicio como es en la Ciudad de Quito en el Centro Comercial Ñaquito y en el centro comercial QUICENTRO SUR existe unas pista de patinaje sobre hielo llamadas el Palacio del Hielo y el Polo Sur respectivamente, el cual no ha sido tomado en cuenta como nuestra competencia debido a que esta se encuentra en una ciudad con características muy diferentes a la Ciudad de San Gabriel.
- 3.11.8.** Los precios se fijarán en base a los costos y gastos que se incurren para poder brindar un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de quienes acudan a la pista de patinaje sobre hielo, además sobre ese costo aplicaremos un porcentaje para obtener utilidad o rentabilidad.
- 3.11.9.** Las estrategias de precios a utilizarse en la pista de patinaje sobre hielo serán realizar descuentos y promociones en fechas especiales, además se realizará rebajas en el precio en el último turno, también al contratar el servicio de las fiestas infantiles se proporcionará facilidades de pago dando la oportunidad de pagar el 50% de anticipo y la diferencia después de haber recibido el servicio.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los elementos primordiales para crear la microempresa, es decir todo lo que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

4.1.MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería estará localizada en la Sierra Norte del Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Montúfar.

El Cantón cuenta con vías de acceso en excelentes condiciones las cuales comunican a este Cantón con el resto de provincias que conforman el Ecuador siendo su principal vía la panamericana norte, además tiene vías para comunicarse con ciudades, parroquias y cantones aledaños.

El acceso al lugar donde estará ubicada la Pista de Patinaje sobre Hielo son vías de primer y segundo orden, en buen estado, y ha sido escogido por ser considerado la capital del Cantón Montúfar y además por ser el centro de la Ciudad de San Gabriel.

4.1.2.1.CROQUIS

CUADRO N° 4.2.
CROQUIS DE MICRO LOCALIZACIÓN



4.2.UBICACIÓN DE LA PLANTA

Para la ubicación de la planta se tomo como referencia tres posibles lugares:

4.2.1. CALLE GARCÍA MORENO ENTRE BOLÍVAR Y LOS ANDES

4.2.2. BARRIO SANTA CLARA

4.2.3. BARRIO CENTENARIO

4.3.METODOLOGÍA PARA LA UBICACIÓN DE LA PLANTA

4.3.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES LUGARES

4.3.1.1.CALLE GARCÍA MORENO ENTRE BOLÍVAR Y LOS ANDES (A)

4.3.1.2. BARRIO SANTA CLARA(B)

4.3.1.3.BARRIO CENTENARIO (C)

4.3.2. ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERVINIENTES

4.3.2.1.GEOGRÁFICOS

- a) Clima
- b) Orografía del suelo
- c) Agua
- d) Nivel de riesgo

4.3.2.2. COMERCIALES

- a) Posición estratégica
- b) Vías de acceso
- c) Cultura y horario de consumo
- d) Disponibilidad espacio físico
- e) Costo terreno
- f) Ruido
- g) Seguridad
- h) Manejo de desechos
- i) Polución paisaje
- j) Servicios de apoyo
- k) Proveedores
- l) Mano de obra cualificada
- m) Servicios básicos
- n) Disponibilidad energía
- o) Calidad del aire

4.3.2.3.LEGALES

- a) Ordenanzas municipales
- b) Permiso sanitario
- c) Permiso bomberos

4.3.3. DISEÑO DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN INICIAL

CUADRO N° 4.3.
MATRIZ DE EVALUACIÓN INICIAL

FACTORES	A	B	C
1. GEOGRÁFICOS			
1.1. clima	4	4	4
1.2. orografía del suelo	2	3	3
1.3. agua	5	3	3
1.5. nivel de riesgo	3	2	3
TOTAL UNO	14	12	13
2. COMERCIALES			
2.1. posición estratégica	5	3	4
2.2. vías de acceso	4	3	3
2.3. cultura y horario de consumo	3	3	3
2.4. disponibilidad espacio físico	5	5	5
2.5. costo terreno	4	4	4
2.6. ruido	4	4	3
2.7. seguridad	4	3	3
2.8. manejo de desechos	3	3	3
2.9. polución paisaje	0	0	0
2.10. servicios de apoyo	2	0	0
2.11. proveedores	3	3	3
2.12. mano de obra cualificada	2	2	2
2.13. servicios básicos	4	4	4
2.14. disponibilidad energía	5	4	4
2.15. calidad del aire	5	5	5
TOTAL DOS	53	46	46

3. LEGALES			
3.1. ordenanzas municipales	5	5	5
3.2. permiso sanitario	5	5	5
3.3. permiso bomberos	5	5	5
TOTAL TRES	15	15	15
TOTAL FINAL	82	73	74

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

Para la realización de este proyecto se selecciono el lugar A localizado en el centro de la ciudad de San Gabriel en la calle García Moreno entre bolívar y los andes debido a que es el que aparentemente es más idóneo.

4.4.MATRIZ DE FACTORES PONDERADOS

4.4.1. CRITERIOS DE ASIGNACIÓN

4.4.1.1. El factor más significativo del proyecto es el comercial que se le asigna el 50%.

4.4.1.2. Los otros dos factores en conflicto son geográficos y legal; el geográfico tendría 30% y el legal 20%.

4.5.MATRIZ PONDERADA

CUADRO N° 4.4.

MATRIZ PONDERADA

FACTORES	% DE PONDERACIÓN	A	B	C
1. GEOGRÁFICOS				
1.1. clima	8%	0,32	0,32	0,32
1.2. orografía del suelo	5%	0,1	0,15	0,15
1.3. agua	10%	0,5	0,3	0,3
1.5. nivel de riesgo	7%	0,21	0,14	0,21
TOTAL UNO	30%	1,13	0,91	0,98
2. COMERCIALES				

2.1. posición estratégica	7%	0,35	0,21	0,28
2.2. vías de acceso	4%	0,16	0,12	0,12
2.3. cultura y horario de consumo	3%	0,09	0,09	0,09
2.4. disponibilidad espacio físico	3%	0,15	0,15	0,15
2.5. costo terreno	2%	0,08	0,08	0,08
2.6. ruido	2%	0,08	0,08	0,06
2.7. seguridad	4%	0,16	0,12	0,12
2.8. manejo de desechos	3%	0,09	0,09	0,09
2.9. polución paisaje	2%	0	0	0
2.10. servicios de apoyo	2%	0,04	0	0
2.11. proveedores	4%	0,12	0,12	0,12
2.12. mano de obra cualificada	4%	0,08	0,08	0,08
2.13. servicios básicos	4%	0,16	0,16	0,16
2.14. disponibilidad energía	4%	0,2	0,16	0,16
2.15. calidad del aire	2%	0,1	0,1	0,1
TOTAL DOS	50%	1,86	1,56	1,61
3. LEGALES				
3.1. ordenanzas municipales	7%	0,35	0,35	0,35
3.2. permiso sanitario	7%	0,35	0,35	0,35
3.3. permiso bomberos	6%	0,3	0,3	0,3
TOTAL TRES	20%	1	1	1
TOTAL FINAL	100%	3,99	3,47	3,59

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.6.DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO

4.6.1. SUPERFICIE TOTAL DEL PROYECTO

El área total del proyecto será 340 m²

4.6.2. AMBIENTES

4.6.2.1. Área de patinaje

4.6.2.2. Cafetería

4.6.2.3. Gerencia

4.6.2.4.Contabilidad

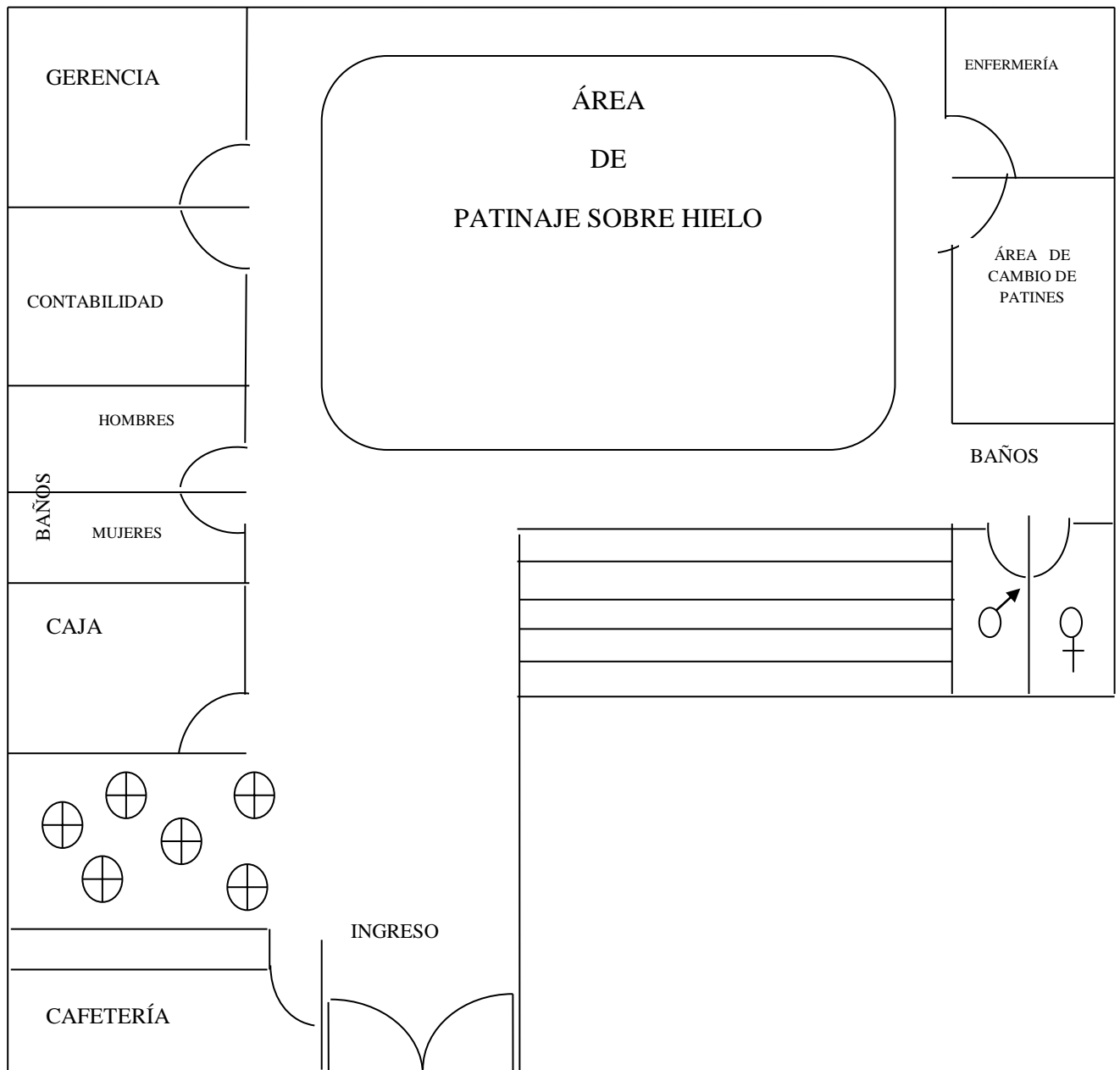
4.6.2.5.Caja

4.6.2.6.Logística

4.6.2.7.Seguridad

4.7.DISEÑO DE INSTALACIONES

CUADRO N° 4.5.
DISEÑO DE INSTALACIONES



4.8.PROCESO DE LA PLANTA

4.8.1. FLUJOGRAMA DE OPERACIÓN

4.8.1.1.EQUIPAMIENTO Y LOGÍSTICA DEL PROYECTO

GRAFICO N° 4.6.
EQUIPAMIENTO Y LOGÍSTICA

N°	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO/ DÍAS (PROBABILÍSTICO)
1	Requerimientos	5
2	Cotizaciones	5
3	Análisis y selección de proveedores	2
4	Adquisición materiales y equipos	5
5	Traslado de adquisiciones	2
6	Verificación de adquisiciones	2
7	Entrega recepción de materiales y equipos requeridos	1
8	Instalación de los equipos	4
9	Almacenamiento de los materiales	2
10	Comprobación del funcionamiento de equipos	15
11	Inicio del periodo de prueba	30
12	Apertura definitiva	-

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.8.1.2.PLANTILLA DE CONTROL

**CUADRO N° 4.7.
PLANTILLA DE CONTROL**

N°	SÍMBOLOS	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO/ DÍAS (PROBABILÍSTICO)
1	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Requerimientos	5
2	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Cotizaciones	5
3	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Análisis y selección de proveedores	2
4	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Adquisición materiales y equipos	5
5	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Traslado de adquisiciones	2
6	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Verificación de adquisiciones	2
7	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▭	Entrega recepción de materiales y equipos requeridos	1
8	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Instalación de los equipos	4
9	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▭	Almacenamiento de los materiales	2
10	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Comprobación del funcionamiento de equipos	15
11	⇒ □ ▧ ○ ▭ ▽ ▭	Inicio del periodo de prueba	30
12	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ ▭	Apertura definitiva	--

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

a) **RESUMEN OPERATIVO DE OPERACIONES REALIZADAS**

2	PROCESOS
1	TRANSPORTE
1	DEMORA
3	VERIFICACIONES
2	ALMACENAMIENTO
3	OPERACIONES COMBINADAS
13	TOTAL

TIEMPO PREVISTO: 277 minutos

4.8.2. FLUJO GRAMAS DE PROCESOS

4.8.2.1. PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE UN CAFÉ CON SÁNDUCHE

CUADRO N° 4.8.

PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE UN CAFÉ CON SÁNDUCHE

N°	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO/ MINUTOS (PROBABILÍSTICO)
1	Selección de productos para la preparación	5 minutos
2	Cotización	10 minutos
3	Análisis y selección de proveedores	15 minutos
4	Adquisición de ingredientes	15 minutos
5	Traslado de adquisiciones	15 minutos
6	Verificación de adquisición de ingredientes	3 minutos
7	Entrega y recepción de los ingredientes a cocina	1 minuto
8	Preparación del café	7 minutos
9	Elaboración del sánduche	3 minutos
10	Servicio del sánduche con café	2 minutos
	TOTAL	76 minutos

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

a) PLANTILLA DE CONTROL

CUADRO N° 4.9.
PLANTILLA DE CONTROL

N°	SÍMBOLOS	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO/ DÍAS (PROBABILÍSTICO)
1	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Selección de productos para la preparación	5 minutos
2	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Cotización	10 minutos
3	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Análisis y selección de proveedores	15 minutos
4	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Adquisición de ingredientes	15 minutos
5	□ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Traslado de adquisiciones	15 minutos
6	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Verificación de adquisición de ingredientes	3 minutos
7	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Entrega y recepción de los ingredientes a cocina	1 minuto
8	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Preparación del café	7 minutos
9	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Elaboración del sánduche	3 minutos
10	⇒ □ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Servicio del sánduche con café	2 minutos

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ **RESUMEN OPERATIVO DE LAS OPERACIONES REALIZADAS**

4	PROCESOS
1	TRANSPORTE
1	DEMORA
1	VERIFICACIONES
1	ALMACENAMIENTO
0	OPERACIONES SIMPLES
2	OPERACIONES COMBINADAS
13	TOTAL

TIEMPO PREVISTO: 76 minutos

**4.8.2.2.PROCESO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE PATINAJE
SOBRE HIELO**

CUADRO N° 4.10.

**PROCESO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE PATINAJE
SOBRE HIELO**

N°	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO/ MINUTOS (PROBABILÍSTICO)
1	Ingreso del cliente a la empresa	3 minutos
2	Elaborar el pedido	2 minutos
3	Registrar el pedido	2 minutos
4	Realizar el cobro del dinero	3 minutos
5	Entrega del ticket para que solicite los patines	1 minutos
6	Entrega de patines	5 minutos
	TOTAL	16 minutos

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

b) PLANTILLA DE CONTROL

CUADRO N° 4.11.
PLANTILLA DE CONTROL

N°	SÍMBOLOS	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO/ DÍAS (PROBABILÍSTICO)
1	⇒ □ ▱ ⊗ ⊙ ▽ D	Ingreso del cliente a la empresa	3 minutos
2	⇒ □ ▱ ⊗ ⊙ ▽ D	Elaborar el pedido	2 minutos
3	⇒ ⊗ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Registrar el pedido	2 minutos
4	⇒ ⊗ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Realizar el cobro del dinero	3 minutos
5	⇒ □ ▱ ⊗ ⊙ ▽ D	Entrega del ticket para que solicite los patines	1 minutos
6	⇒ ⊗ ▱ ○ ⊙ ▽ D	Entrega de patines	5 minutos

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

➤ RESUMEN OPERATIVO DE LAS OPERACIONES REALIZADAS

3	PROCESOS
0	TRANSPORTE
0	DEMORA
0	VERIFICACIONES
0	ALMACENAMIENTO
3	OPERACIONES SIMPLES
0	OPERACIONES COMBINADAS
6	TOTAL

TIEMPO PREVISTO: 16 minutos

4.9.PRESUPUESTO TÉCNICO

4.9.1. INVERSIONES FIJAS

4.9.1.1.INFRAESTRUCTURA CIVIL

CUADRO N° 4.12.
INFRAESTRUCTURA CIVIL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Construcción civil	1	25.000,00	25000,00
TOTAL			25.000,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.2.MAQUINA DE HIELO

CUADRO N° 4.13.
MAQUINA DE HIELO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina de Hielo	1	40.000,00	40000,00
TOTAL			40.000,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.3.MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N° 4.14.
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Ejecutivo	3	120,00	360,00
Archivador	3	85,00	255,00
Counter de caja	1	210,00	210,00
Estantería de 2x1,10x0,40 m	5	130,00	650,00
Vitrina lateral de 2.00x 1.80	3	200,00	600,00
Barra de bar 4m	1	480,00	480,00
Silla Giratoria	3	45,00	135,00
TOTAL			2690,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.4.EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N° 4.15.
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	3	750,00	2250,00
TOTAL			2250,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.5.EQUIPO DE OFICINA

CUADRO N° 4.16.
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Calculadora	3	15,42	46,26
Plasma de 26"	4	590,00	2360,00
Teléfono	3	60,75	182,25
TOTAL			2588,51

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.6.EQUIPO DE COCINA Y ELECTRODOMÉSTICOS

CUADRO N° 4.17.
EQUIPO DE COCINA Y ELECTRODOMÉSTICOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial 4 quemadores abierta de aluminio	1	190,00	190,00
Horno Industrial 2 lotes	1	120,00	120,00
Batidora Oster	1	30,00	30,00
Campana Extractor de Olores MABE	1	139,00	139,00
Refrigerador MABE	1	409,00	409,00
Microondas MABE	1	79,00	79,00
Licuada Oster	1	25,00	25,00
TOTAL			992,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.7.HERRAMIENTAS Y ÚTILES DE MANTENIMIENTO

CUADRO N° 4.18.

HERRAMIENTAS Y ÚTILES DE MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Afilador de patines	2	75,00	150,00
TOTAL			150,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.8.MENAJE

CUADRO N° 4.19.

MENAJE

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Cristalería			
Copas de vino docena	3	11,60	34,80
Copas de Agua docena	3	6,20	18,60
Vasos Prisma docena	3	5,40	16,20
Copas para postre docena	3	9,90	29,70
Copa dulcera docena	3	4,20	12,60
Jarras	8	1,50	12,00
Cubertería			
Juegos de Cubiertos	10	11,00	110,00
Mantelería			0,00
Manteles de 4 sillas	6	2,50	15,00
Cubremanteles	8	0,75	6,00
Servilletas de tela docena	3	3,00	9,00
Vajilla			
Platos Tendidos docenas	5	10,00	50,00
Juego de Taza y plato para café docena	5	15,00	75,00
TOTAL			388,90

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.1.9. INSTRUMENTOS DE COCINA

CUADRO N° 4.20.
INSTRUMENTOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Olla Indolro	7	25,00	175,00
Paila N° 36 indolro	2	16,50	33,00
Sartén	2	20,00	40,00
Juego de bowls	2	8,60	17,20
Tazones N 32	2	7,30	14,60
Cucharones	4	1,40	5,60
Cuchillos Tramontina	4	1,80	7,20
Tablas de picar	2	1,50	3,00
Charoles	2	6,00	12,00
TOTAL			307,6

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.2. INVERSIONES DIFERIDAS

4.9.2.1. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CUADRO N° 4.21.
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de Constitución	800
Registro Único de Contribuyentes	50
Registro Sanitario	300
Ordenanza Municipal	30
TOTAL	1180

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS

4.9.3.1.SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N° 4.22.
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente	600,00	7200,00
Contadora	400,00	4800,00
Cajera -Secretaria	292,00	3504,00
Monitores	292,00	3504,00
Cocineros	292,00	3504,00
Mantenimiento y limpieza	292,00	3504,00
Guardia	292,00	3504,00
TOTAL	2460,00	29520,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.3.2.SUMINISTROS

CUADRO N° 4.23.
SUMINISTROS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
tinta para impresora	3	12,00	36,00
resma de papel bond	3	3,50	10,50
Grapadora	3	3,75	11,25
Perforadora	3	2,50	7,50
Cuaderno	6	1,25	7,50
Carpeta	20	0,25	5,00
Esferos	10	0,30	3,00
TOTAL			80,75

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.3.3.SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO N° 4.24.
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	80,00	960,00
Servicio Telefónico	25,00	300,00
Agua Potable	75,00	900,00
TOTAL	180,00	2160,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.4. GASTO MANTENIMIENTO

CUADRO N° 4.25.
GASTO MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasto mantenimiento computador	50,00	600,00
Gasto mantenimiento Maquina de hielo	150,00	1800,00
TOTAL	200,00	2400,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.9.5. GASTOS DE VENTAS

4.9.5.1.GASTO PUBLICIDAD

CUADRO N° 4.26.
GASTO PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad	110	1320
TOTAL	110	1320

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.10. RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS

La inversión total requerida para iniciar las actividades de la microempresa asciende a \$75547.01; la cual se resume en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 4.27.
INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN TOTAL	75.547,01
INVERSIÓN FIJA	
DETALLE	COSTO
Maquina de Hielo	40.000,00
Obra Civil	25.000,00
Muebles y Enseres	2.690,00
Equipo de Oficina	4.838,51
Equipo de Cocina y electrodomésticos	992,00
Herramientas y Útiles de Mantenimiento	150,00
Menaje	388,90
Instrumentos de Cocina	307,60
TOTAL	74.367,01
INVERSIÓN DIFERIDA	
DETALLE	COSTO

Gastos de Constitución	800
Registro Único de Contribuyentes	50
Registro Sanitario	300
Ordenanza Municipal	30
TOTAL	1180

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.11. CAPITAL DE TRABAJO

Se tomará en cuenta el capital de trabajo de cuatro meses debido a que este el tiempo que se demora una empresa para iniciar sus actividades con mayor normalidad

CUADRO N° 4.28.
CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldo personal administrativo	2460	2460	2460	2460	2460
Suministros	80,75	80,75	80,75	80,75	80,75
Servicios básicos	180	180	180	180	180
Mantenimiento	200	200	200	200	200
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	110	110	110	110	110
SUBTOTAL	3030,75	3030,75	3030,75	3030,75	3030,75
Imprevistos 5%	151,54	151,54	151,54	151,54	151,54
TOTAL	3182,29	3182,29	3182,29	3182,29	3182,29

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

4.12. TAMAÑO DEL PROYECTO

4.12.1. FACTORES PARA DETERMINAR EL TAMAÑO

4.12.1.1.LA DEMANDA

La demanda que desea cubrir la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la Ciudad de San Gabriel en el año 2012 es de 3897 personas las cuales asistirán a obtener este servicio con mayor frecuencia de forma semanal, es decir los fines de semana como es viernes, sábado y domingo debido a que las personas tienen más disponibilidad de tiempo para realizar deporte o entretenerse en estos días ya que terminan las actividades escolares y las jornadas de trabajo.

4.12.1.2.TECNOLOGÍA

Se utilizará tecnología mejorada debido a que debemos estar acorde con los nuevos avances tecnológicos para brindar un servicio de calidad sobre la pista

4.12.1.3.FINANCIAMIENTO

La inversión total del proyecto asciende a \$78729.30 para cubrir los requerimientos de capital de trabajo será necesario un préstamo, que se lo solicitará a las instituciones del sistema financiero de modo que permita iniciar las operaciones con normalidad.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio financiero es el que contribuye a tomar la decisión de la inversión, por eso presenta cifras de ingresos, egresos, para medir la rentabilidad del proyecto a través del valor actual neto, tasa interna de retorno, costo beneficio y periodo de recuperación.

5.1.EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera nos permitirá determinar si el proyecto planteado es o no factible, a pesar que se posee un mercado atractivo, es necesario utilizar herramientas de evaluación financiera los mismos que tienen como objetivo calcular o estimar que beneficios netos se esperan de la inversión.

5.1.1. INVERSIÓN FIJA

La inversión fija esta representada por:

**CUADRO N° 5.1.
INVERSIÓN FIJA**

INVERSIÓN FIJA	
DETALLE	COSTO
Maquina de Hielo	40.000,00
Obra Civil	25.000,00
Muebles y Enseres	2.690,00
Equipo de Oficina	4.838,51
Equipo de Cocina y electrodomésticos	992,00
Herramientas y Útiles de Mantenimiento	150,00
Menaje	388,90
Instrumentos de Cocina	307,60
TOTAL	74.367,01

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.1.2. INVERSIÓN VARIABLE

En la inversión variable consta el capital de trabajo del primer año de operación de la empresa.

**CUADRO N° 5.2.
INVERSIÓN VARIABLE**

INVERSIÓN VARIABLE	
DETALLE	TOTAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldo personal administrativo	29520,00
Suministros	969,48
Servicios básicos	2160,00
Mantenimiento	2400,00
GASTO DE VENTAS	
Publicidad	1320,00
SUBTOTAL	36369,48
Imprevistos 5%	1818,47
TOTAL	38187,95

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.1.3. INVERSIÓN DIFERIDA

Son los gastos en los que se va a incurrir para la creación o constitución de la empresa

CUADRO N° 5.3.
INVERSIÓN DIFERIDA

INVERSIÓN DIFERIDA	
DETALLE	COSTO
Gastos de Constitución	800
Registro Único de Contribuyentes	50
Registro Sanitario	300
Ordenanza Municipal	30
TOTAL	1180

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.2. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 5.4.
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
INVERSIÓN PROPIA	23729,30	30
INVERSIÓN FINANCIADA	55000,00	70
INVERSIÓN TOTAL	78729,30	100

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.3.DESTINO DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 5.5.

DESTINO DE LA INVERSIÓN

DESTINO DE LA INVERSIÓN		
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE	3.182,29	4,04
INVERSIÓN DIFERIDA	1.180,00	1,50
INVERSIÓN FIJA	74.367,01	94,46
TOTAL INVERSIÓN	78.729,30	100

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.4.PRESUPUESTO DE INGRESOS

CUADRO N° 5.6.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VOLUMEN PROYECTADO	3.897	4.560	5.528	5.899	6.574
Patinaje para el público	1.949	2.280	2.764	2.950	3.287
Escuela de patinaje artístico	390	456	553	590	657
Fiestas infantiles y reservaciones	585	684	829	885	986
Cafetería	974	1.140	1.382	1.475	1.644
PRECIO DE VENTA PROYECTADO					
Patinaje para el público	3,00	3,13	3,26	3,39	3,53
Escuela de patinaje artístico	100,00	104,17	108,51	113,04	117,75
Fiestas infantiles y reservaciones	120,00	125,00	130,22	135,65	141,30
Cafetería	2,75	2,86	2,98	3,11	3,24
Ingresos Patinaje para el público	5.846	7.125	8.998	10.002	11.612
Ingresos Escuela de patinaje artístico	38.970	47.502	59.986	66.682	77.411
Ingresos Fiestas infantiles y reservaciones	70.146	85.503	107.976	120.027	139.339
Ingresos Cafetería	2.679	3.266	4.124	4.584	5.322
TOTAL INGRESO PROYECTADO	117.641	143.395	181.084	201.295	233.683

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.5.PRESUPUESTO DE COSTOS

**CUADRO N° 5.7.
PRESUPUESTO DE COSTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VOLUMEN PROYECTADO	3.897	4.560	5.528	5.899	6.574
Patinaje para el público	1.949	2.280	2.764	2.950	3.287
Escuela de patinaje artístico	390	456	553	590	657
Fiestas infantiles y reservaciones	585	684	829	885	986
Cafetería	974	1.140	1.382	1.475	1.644
COSTO PROYECTADO UNITARIO					
Patinaje para el público	0,45	0,50	0,54	0,60	0,66
Escuela de patinaje artístico	25,00	27,50	30,25	33,28	36,60
Fiestas infantiles y reservaciones	24,00	26,40	29,04	31,94	35,14
Cafetería	0,83	0,91	1,00	1,10	1,21
Costos Patinaje para el público	877	1.129	1.505	1.767	2.166
Costos Escuela de patinaje artístico	9.743	12.540	16.722	19.629	24.062
Costos Fiestas infantiles y reservaciones	14.029	18.058	24.080	28.266	34.650
Costos Cafetería	804	1.035	1.380	1.619	1.985
TOTAL COSTOS PROYECTADOS	25.452	32.761	43.687	51.281	62.863

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.6.PRESUPUESTO DE GASTOS

**CUADRO N° 5.8.
PRESUPUESTO DE GASTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldo personal administrativo	29520,00	32472,00	35719,20	39291,12	43220,23
Suministros	969,00	1065,90	1172,49	1289,74	1418,71
Servicios básicos	2160,00	2376,00	2613,60	2874,96	3162,46
Mantenimiento	2400,00	2640,00	2904,00	3194,40	3513,84
GASTO VENTAS					
Promoción y Publicidad	1320,00	1452,00	1597,20	1756,92	1932,61
GASTOS FINANCIEROS					
Interés Préstamo Cuota	6241,51	5396,65	4444,64	3371,89	2163,09
GASTOS DEPRECIACIÓN	7961,70	7961,70	7961,70	7211,70	7211,70
IMPREVISTOS	1818,45	2000,30	2200,32	2420,36	2662,39
TOTAL GASTOS	52390,66	55364,54	58613,15	61411,09	65285,04

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.7. ANEXO DE LA DEPRECIACIÓN

CUADRO N° 5.9.
ANEXO DE LA DEPRECIACIÓN

ANEXO DEPRECIACIÓN							
ACTIVOS	VALOR	TIEMPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquina de Hielo	40.000,00	10	4000,00	4000,00	4000,00	4000,00	4000,00
Construcción civil	25.000,00	10	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00
Equipo de computación	2.250,00	3	750,00	750,00	750,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	2.690,00	10	269,00	269,00	269,00	269,00	269,00
Equipo de Oficina	2.588,51	10	258,85	258,85	258,85	258,85	258,85
Equipo de Cocina y electrodomésticos	992,00	10	99,20	99,20	99,20	99,20	99,20
Herramientas y Útiles de Mantenimiento	150,00	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Menaje	388,90	10	38,89	38,89	38,89	38,89	38,89
Instrumentos de Cocina	307,60	10	30,76	30,76	30,76	30,76	30,76
TOTAL	74.367,01		7961,70	7961,70	7961,70	7211,70	7211,70

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.8. OBLIGACIONES FINANCIERAS

5.8.1. TABLA DE AMORTIZACIÓN

El crédito que se obtendrá para la ejecución del proyecto será de \$55.000,00 dólares a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 10%.

CUADRO N° 5.10.
TABLA DE AMORTIZACIÓN

N° PAGOS	VALOR PRESENTE	INTERESES	SALDO SOLUTO	VALOR INSOLUTO
1	1075,26	550,00	525,26	54474,74
2	1075,26	544,75	530,51	53944,23
3	1075,26	539,44	535,82	53408,41
4	1075,26	534,08	541,18	52867,23
5	1075,26	528,67	546,59	52320,64
6	1075,26	523,21	552,05	51768,59
7	1075,26	517,69	557,57	51211,01
8	1075,26	512,11	563,15	50647,86
9	1075,26	506,48	568,78	50079,08
10	1075,26	500,79	574,47	49504,61
11	1075,26	495,05	580,21	48924,40
12	1075,26	489,24	586,02	48338,38
13	1075,26	483,38	591,88	47746,50
14	1075,26	477,47	597,80	47148,71
15	1075,26	471,49	603,77	46544,94
16	1075,26	465,45	609,81	45935,12
17	1075,26	459,35	615,91	45319,21
18	1075,26	453,19	622,07	44697,15
19	1075,26	446,97	628,29	44068,86
20	1075,26	440,69	634,57	43434,29
21	1075,26	434,34	640,92	42793,37
22	1075,26	427,93	647,33	42146,04
23	1075,26	421,46	653,80	41492,24
24	1075,26	414,92	660,34	40831,90
25	1075,26	408,32	666,94	40164,96
26	1075,26	401,65	673,61	39491,35
27	1075,26	394,91	680,35	38811,00
28	1075,26	388,11	687,15	38123,85
29	1075,26	381,24	694,02	37429,83
30	1075,26	374,30	700,96	36728,87
31	1075,26	367,29	707,97	36020,90
32	1075,26	360,21	715,05	35305,84
33	1075,26	353,06	722,20	34583,64
34	1075,26	345,84	729,42	33854,22
35	1075,26	338,54	736,72	33117,50

36	1075,26	331,17	744,09	32373,41
37	1075,26	323,73	751,53	31621,89
38	1075,26	316,22	759,04	30862,85
39	1075,26	308,63	766,63	30096,21
40	1075,26	300,96	774,30	29321,91
41	1075,26	293,22	782,04	28539,87
42	1075,26	285,40	789,86	27750,01
43	1075,26	277,50	797,76	26952,25
44	1075,26	269,52	805,74	26146,51
45	1075,26	261,47	813,80	25332,72
46	1075,26	253,33	821,93	24510,78
47	1075,26	245,11	830,15	23680,63
48	1075,26	236,81	838,45	22842,18
49	1075,26	228,42	846,84	21995,34
50	1075,26	219,95	855,31	21140,03
51	1075,26	211,40	863,86	20276,17
52	1075,26	202,76	872,50	19403,67
53	1075,26	194,04	881,22	18522,45
54	1075,26	185,22	890,04	17632,41
55	1075,26	176,32	898,94	16733,48
56	1075,26	167,33	907,93	15825,55
57	1075,26	158,26	917,01	14908,54
58	1075,26	149,09	926,18	13982,37
59	1075,26	139,82	935,44	13046,93
60	1075,26	130,47	944,79	12102,14
61	1075,26	121,02	954,24	11147,90
62	1075,26	111,48	963,78	10184,12
63	1075,26	101,84	973,42	9210,70
64	1075,26	92,11	983,15	8227,55
65	1075,26	82,28	992,99	7234,56
66	1075,26	72,35	1002,91	6231,65
67	1075,26	62,32	1012,94	5218,70
68	1075,26	52,19	1023,07	4195,63
69	1075,26	41,96	1033,30	3162,33
70	1075,26	31,62	1043,64	2118,69
71	1075,26	21,19	1054,07	1064,61
72	1075,26	10,65	1064,61	0,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.9.ESTADOS PROFORMA

5.9.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CUADRO N° 5.11.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO FUNNY ICE CÍA LTDA			
BALANCE DE ARRANQUE O INICIAL AL AÑO CERO			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
INVERSIÓN VARIABLE	3.182,29	DEUDA	55000,00
INVERSIÓN DIFERIDA	1180,00	TOTAL PASIVO	55000,00
INVERSIÓN FIJA	74.367,01		
Maquina de Hielo	40.000,00	<u>PATRIMONIO</u>	
Construcción civil	25.000,00	INVERSIÓN PROPIA	23729,30
Equipo de computación	2.250,00	TOTAL PATRIMONIO	23729,30
Muebles y Enseres	2.690,00		
Equipo de Oficina	2.588,51		
Equipo de Cocina y electrodomésticos	992,00		
Herramientas y Útiles de Mantenimiento	150,00		
Menaje	388,90		
Instrumentos de Cocina	307,60		
TOTAL ACTIVOS	78.729,30	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	78729,30

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.9.2. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO N° 5.12.
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO FUNNY ICE CÍA. LTDA.					
ESTADO DE RESULTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS PROYECTADOS					
Ingresos Patinaje para el público	5.846	7.125	8.998	10.002	11.612
Ingresos Escuela de patinaje artístico	38.970	47.502	59.986	66.682	77.411
Ingresos Fiestas infantiles y reservaciones	70.146	85.503	107.976	120.027	139.339
Ingresos Cafetería	2.679	3.266	4.124	4.584	5.322
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	117.641	143.395	181.084	201.295	233.683
(-)COSTOS					
Costos Patinaje para el público	877	1.129	1.505	1.767	2.166
Costos Escuela de patinaje artístico	9.743	12.540	16.722	19.629	24.062
Costos Fiestas infantiles y reservaciones	14.029	18.058	24.080	28.266	34.650
Costos Cafetería	804	1.035	1.380	1.619	1.985
TOTAL COSTOS	25.452	32.761	43.687	51.281	62.863
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	92.188	110.634	137.397	150.015	170.820
(-)GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	35.049	38.554	42.409	46.650	51.315
GASTO VENTAS	1.320	1.452	1.597	1.757	1.933

GASTOS DEPRECIACIÓN	7.962	7.962	7.962	7.212	7.212
IMPREVISTOS	1.818	2.000	2.200	2.420	2.662
TOTAL GASTOS PROYECTADOS	46.149	49.968	54.169	58.039	63.122
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	46.039	60.667	83.229	91.975	107.698
(-) GASTOS FINANCIEROS	6.242	5.397	4.445	3.372	2.163
UTILIDAD ANTES DEL 15% PROYECTADA	39.798	55.270	78.784	88.604	105.535
(-)PARTICIPACIÓN TRABAJADORES PROYECTADO	5.970	8.290	11.818	13.291	15.830
UTILIDAD PROYECTADA ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	33.828	46.979	66.967	75.313	89.705
(-)25% IMPUESTO A LA RENTA PROYECTADO	8.457	11.745	16.742	18.828	22.426
UTILIDAD NETA PROYECTADA	25.371	35.235	50.225	56.485	67.279

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.9.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO N° 5.13.
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
UTILIDAD NETA PROYECTADA	25371	35235	50225	56485	67279
(+) DEPRECIACIÓN	7962	7962	7962	7212	7212
TOTAL INGRESOS	33333	43196	58187	63697	74490
EGRESOS					
PAGO DEL CAPITAL DE LA DEUDA	6662	7506	8458	9531	10740
TOTAL EGRESOS	6662	7506	8458	9531	10740
FLUJO NETO	26671	35690	49728	54165	63750

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.10. EVALUADORES FINANCIEROS

Los Evaluadores Financieros son aquellos que analizan los beneficios netos que se obtendrán del proyecto en ejecución, que debe estar sustentado teóricamente y que será económicamente rentable, para ello se cuenta con las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación.

5.10.1. DETERMINACIÓN COSTO DE CAPITAL

Para ello consideramos que la inversión esta diferenciada en inversión propia y financiada, luego se realiza el porcentaje que representa cada uno de los rubros, posteriormente cada uno de estos se le multiplica por las tasas que el mercado financiero paga y cobra de acuerdo a los montos establecidos en la estructura del financiamiento del proyecto. Así tenemos el 5%, que es la tasa promedio que la empresa ganaría si lo coloca en las instituciones financieras del país en la actualidad según el Banco Central del Ecuador. Para la financiada es de 11% esta tasa es lo que el Banco del Fomento está cobrando por los préstamos para proyectos nuevos.

Para determinar la tasa de redescuento se realiza la siguiente operación:

CUADRO N° 5.14.
COSTO DE CAPITAL

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	T-PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	23729,30	30	5	1,51
INVERSIÓN FINANCIADA	55000,00	70	11	7,68
TOTAL	78729,30			9,19

COSTO DE CAPITAL
(CK)=

0,092

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.10.2. TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK})(1 + \text{Inf}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,092)(1 + 0,0417) - 1$$

$$\text{TRM} = 13,74\%$$

Donde:

$$\text{CK} = 0.092$$

$$\text{Inflación} = 0,0417$$

5.10.3. CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto se refiere al valor monetario que resulta de restar los flujos descontados a la inversión inicial y determina si un proyecto es factible o no, si esta diferencia es mayor a cero la inversión es atractiva, si es igual a cero la inversión generará beneficio igual al que se obtendrá sin asumir ningún riesgo y si es menor que cero el proyecto es viable.

**CUADRO N° 5.15.
VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 13,74%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-78729,30		
1	26671	1,1374	23449,22
2	35690	1,2937	27587,83
3	49728	1,4714	33795,82
4	54165	1,6736	32364,43
5	63750	1,9036	33490,01
			150687,32

$$\text{VAN} = <78729,30> + 105687,32$$

$$\text{VAN} =$$

$$\mathbf{71958,02}$$

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.10.4. TASA INTERNA DE RETORNO

Para determinar el TIR de la forma apropiada, se calculará el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar:

Fórmula del cálculo de la TIR:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{VAN Ts + VAN Ti} \right]$$

Donde:

Ti: Tasa inferior

Ts: Tasa superior

VAN Ti: Valor Actual Neto de la Tasa Inferior

VAN Ts: Valor Actual Neto de la Tasa Superior

**CUADRO N° 5.16.
TASA INTERNA DE RETORNO**

CALCULO DEL VAN CON TASA INFERIOR Y SUPERIOR

0,1374			
AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 13,74%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-78729,30		
1	26671,15	1,1374	23449,22
2	35689,80	1,2937	27587,83
3	49728,19	1,4714	33795,82
4	54165,26	1,6736	32364,43
5	63750,18	1,9036	33490,01
			150687,32
	VAN= <78729,30> +150687,32		
	VAN=		71958,02

			0,42
AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 42,00%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	-78729,30		
1	26671,15	1,4200	18782,50
2	35689,80	2,0164	17699,76
3	49728,19	2,8633	17367,51
4	54165,26	4,0659	13321,94
5	63750,18	5,7735	11041,80
			78213,51
VAN= <78729,30> +78213,51			
VAN=			-515,79

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Tasa Inferior	0,1374
Tasa Superior	0,42
VAN Tasa Inferior	71958,02
VAN Tasa Superior	-515,79
$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{VAN Ts + VAN Ti} \right]$	
<p>TIR= 0,4230 TIR= 42,30%</p>	

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

La tasa interna de retorno es del 42.30% mayor que le costo de oportunidad, confirmando la factibilidad del proyecto.

La TIR es la tasa de interés en donde el valor presente neto de los flujos de los ingresos, con el valor presente de los egresos se iguala a cero.

5.10.5. ANALISIS BENEFICIO COSTO

El análisis del “Beneficio-Costo”, es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de la inversión de un proyecto.

Su objetivo es establecer la forma como se combina los factores disponibles, como: capital, mano de obra, y recursos, de forma más eficiente de brindar servicios, que constituyan un valor complementario.

Este indicador permite medir la bondad del proyecto a través de relacionar sus ventajas y desventajas, por lo tanto, permite amplias posibilidades de aplicación, según el carácter del proyecto y de los objetivos.

Generalmente las ventajas son los ingresos por la entrega de los servicios, y las desventajas son los gastos de dichos servicios. La relación B/C es igual a dividir entre valor actual de los beneficios (VAB) y el valor actual de los costos (VAC); o si detallamos tenemos el siguiente cuadro, donde la relación B/C es igual a la sumatoria de todos los beneficios actualizados a una tasa de descuento (i), dividido para la sumatoria de todos los costos actualizados a la misma tasa de descuento (i).

Fórmula de caculo:

$$B / C = \frac{\sum \langle B \div (1 + i)n \rangle}{\sum \langle C \div (1 + i)n \rangle}$$

CUADRO N° 5.17.
BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO (13,74%)	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	125602,39	69881,24	1,1374	142860,16	79482,92
2	151356,91	80163,59	1,2937	195807,23	103705,94
3	189045,88	94338,20	1,4714	278167,82	138812,08
4	208506,96	105479,95	1,6736	348958,23	176531,74
5	240894,91	120936,57	1,9036	458557,44	230209,79
∑ INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS				1424350,87	728742,46
Ingresos - Egresos = ∑ Ingresos Actualizados - ∑ Egresos Actualizados Y - E = 1,95					

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

El 1,95 que resultó de la relación Ingresos y Egreso; quiere decir, que por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$ 1,95 o también, que por cada dólar se obtiene un superávit de 0,95 centavos de dólar respecto al gasto.

Relación Costo - Beneficio

Este método refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\sum \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

RELACIÓN COSTO BENEFICIO	
C/B	FLUJO NETO DE CAJA
	INVERSIÓN
C/B	150687,32
	78729,30
C/B	1,91

El Costo- Beneficio es mayor que uno; por lo tanto, se puede señalar que el proyecto es aceptable, traduciendo este resultado sería, que por cada dólar invertido se recupera \$ 1,91 dólares, durante la vida útil del proyecto, esto es cinco años; o también que por cada dólar invertido se tendrá un superávit o beneficio de 0,91 dólares.

5.10.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

$$Q = \frac{CF + IF}{PV - CVu}$$

CUADRO N° 5.18.
PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	CANTIDAD DE EQUILIBRIO
Patínaje para el público	25797
Escuela de patínaje artístico	911
Fiestas infantiles y reservaciones	97
Cafetería	249

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.10.7. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, es la evaluación financiera que nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la

inversión del proyecto, para poder tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

Para determinar el tiempo de recuperación de la inversión se plantea el siguiente cálculo:

CUADRO N° 5.19.
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	23449,22	
2	27587,83	51037,06
3	33795,82	84832,88
4	32364,43	117197,31
5	33490,01	150687,32
TOTAL	150687,32	

CÁLCULO TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

SUMA FLUJOS NETOS	150687,32	5 AÑOS
TOTAL DE INVERSIÓN	78729,30	X
		2,61234 AÑOS

2	AÑOS
6	MESES
12	DÍAS

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

5.10.8. RESUMEN EVALUADORES FINANCIEROS

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva en general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

CUADRO N° 5.20.
RESUMEN EVALUADORES FINANCIEROS

RESUMEN DE EVALUADORES FINANCIEROS		
INDICADOR	RESULTADO	CONCLUSIÓN
VAN	71958,02	Viable
TIR	42,30%	Rentable
C/B	1,91	Viable
Y/G	1,95	Viable
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2 Años, 6 Meses, 12 Días	Factible

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Después de efectuarse los estudios centrales de un proyecto productivo: estudio de mercado, técnico y financiero, se propone la estructura organizacional y funcional de la microempresa a implantarse.

6.1.DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

Entiéndase a una unidad económica q une factores materiales, tecnológicos y humanos para producir un bien o un servicio, que satisfaga las necesidades de un mercado y de esta forma obtener utilidades como un beneficio económico o social en caso de empresas sin fines de lucro.

6.1.1. NOMBRE

La pista de patinaje sobre hielo que se va a constituir se denominará FUNNY ICE, con domicilio en la Ciudad de San Gabriel.

6.1.2. LOGOTIPO

El logotipo que se utilizará para la presentación del producto es el siguiente



6.1.3. MISIÓN

Brindar un servicio de patinaje sobre hielo, con una infraestructura adecuada y de calidad, protegiendo el medio ambiente además de un servicio personalizado, haciendo que el cliente disfrute de nuestros servicios en cada momento.

6.1.4. VISIÓN

En los próximos cinco años la pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería “FUNNY ICE” será el referente del patinaje artístico sobre hielo y del sano esparcimiento en la provincia del Carchi.

6.1.5. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

6.1.5.1. Brindar un servicio de calidad

6.1.5.2. La principal prioridad de la microempresa es el cliente

6.1.5.3. Mantener un programa de capacitación al personal

6.1.5.4. La atención al cliente debe ser oportuna para no incomodar al cliente

6.1.5.5. Realizar reuniones con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades

6.1.5.6. Evaluar los aspectos financieros y corregir los posibles problemas.

6.1.5.7. Brindar la información y ayuda necesaria que requiera el cliente.

6.1.6. PRINCIPIOS Y VALORES

6.1.6.1. Se trabajara con ética y responsabilidad

6.1.6.2. Todos los procesos se realizarán con honestidad tanto en lo económico, técnico, y legal

6.1.6.3. El desarrollo humano contará con la consideración necesaria

6.1.6.4. Compromiso con la organización para mantenerla estable dentro del mercado

6.1.6.5. El servicio será personalizado ya que cada uno de los empleados estará pendiente de las necesidades que tenga el cliente.

6.1.6.6. Mantener una responsabilidad social con la Ciudad.

6.1.7. ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

6.1.7.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO

- a) Nuestros precios estarán acordes a la economía actual del país, para tener un mayor posicionamiento en el mercado.
- b) Se establecerán precios competitivos
- c) Se establecerán descuentos según el número de personas.

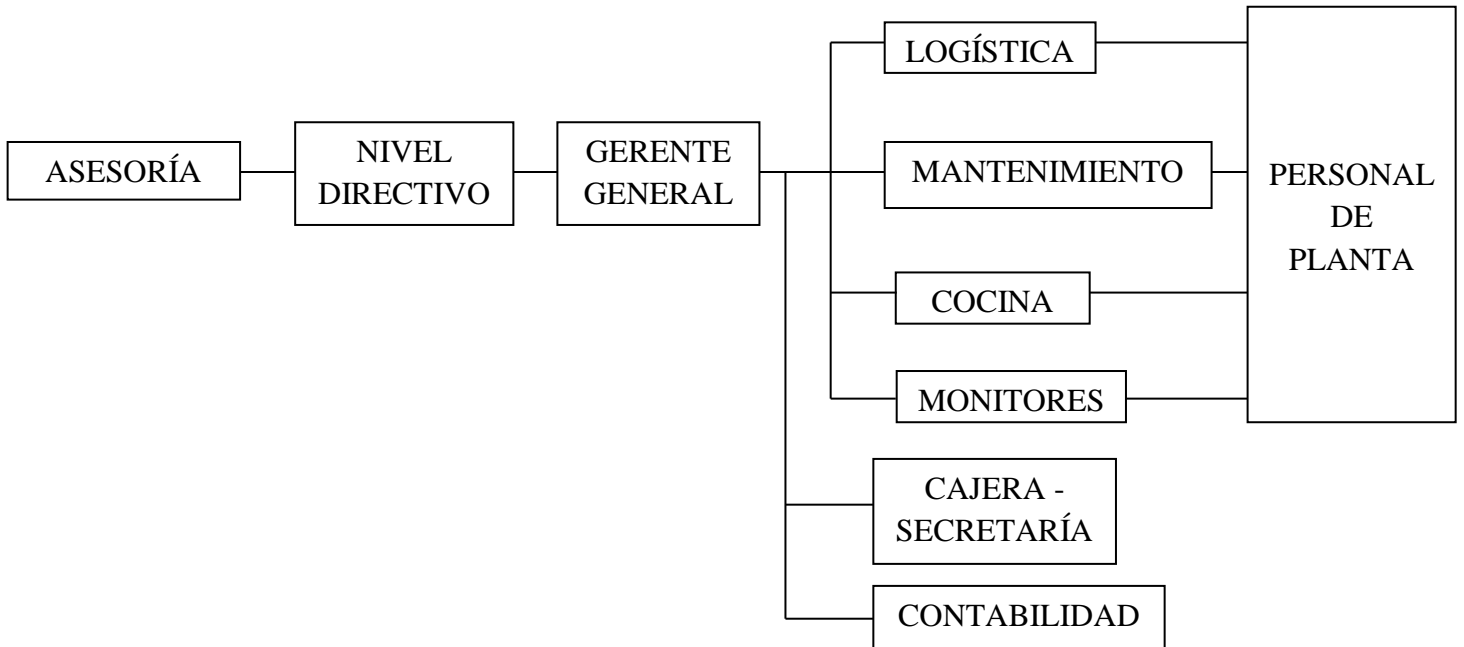
6.1.7.2. ESTRATEGIA DE PLAZA

- a) Brindar un servicio de calidad para garantizar la plena satisfacción del usuario.
- b) La pista tendrá un control de calidad para que nuestra empresa sea sinónimo de un excelente servicio y que no existan quejas ni reclamos
- c) Evaluar las necesidades del cliente para poder cumplir con sus expectativas
- d) Mantener ventajas competitivas frente a otras empresas que brinden servicios sustitutivos.

6.1.7.3. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

- a) Llevar a cabo una campaña publicitaria por medios de comunicación que tengan aceptación en las personas, para incentivar la concurrencia.
- b) Escuchar las sugerencias de los clientes ya que estos son la razón de ser de la empresa, y además son el mejor medio de publicidad.
- c) Elaborar vallas publicitarias, banners, trípticos y hojas volantes con las características del servicio que se brinda.

6.1.7.4. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE CRECIMIENTO PLANO HORIZONTAL



6.1.8. FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

6.1.8.1. NIVEL LEGISLATIVO

a) SOCIOS

Está constituido por los socios de la microempresa y son los responsables de la conducción de la misma hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es brindar un servicio personalizado de patinaje sobre hielo.

i) FUNCIONES

- Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la microempresa,
- Aprobar la planificación y las metas anuales,
- Dictar reglamentos internos,

- Nombrar al gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización

6.1.8.2.NIVEL EJECUTIVO

a) GERENTE GENERAL

i) REQUISITOS DEL CARGO

- Estudios superiores en administración
- Experiencia en la actividad
- Experiencia en el trato a clientes y personal de trabajo
- Tener experiencia en la estructuración de una microempresa

ii) PERFIL DE LOS ASPIRANTES

- Tener cualidades y anhelos de superación personal
- Poseer buen don de servicio
- Creativo en sus labores diarias
- Agilidad para la toma de decisiones

iii) FUNCIONES

- Representar legalmente a la microempresa
- Es responsable por la marcha administrativa, operativa y financiera
- Buscar recursos financieros necesarios para el cumplimiento de los planes fijados por la microempresa
- Definirá y hará cumplir políticas, lineamientos y normas para el funcionamiento de la microempresa
- Ejecutar planes de capacitación
- Elaborar el presupuesto anual
- Planificar estrategias de acción a corto, mediano y largo plazo
- Dar a conocer a las unidades correspondientes las metas a cumplirse

- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la microempresa
- Organizar estudios del entorno y la competencia
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía
- Las demás funciones que le fueran asignadas por los socios

6.1.8.3. NIVEL DE ASESORÍA

a) ASESOR LEGAL

i) REQUISITOS

- Estudios superiores de tercer nivel o cuarto nivel
- Experiencia en la actividad
- Capacitación actualizada
- Disponibilidad de tiempo

ii) PERFIL

- Tener cualidades y anhelos de superación personal
- Poseer buen don de servicio
- Creativo en sus labores diarias
- Formación en valores

iii) FUNCIONES

- Asesorar legalmente a los funcionarios de la microempresa
- Informar de las leyes vigentes a los socios y demás personal
- Orientar en la toma de decisiones legales, para la buena marcha de la microempresa.

6.1.8.4.NIVEL OPERATIVO

a) JEFE DE COCINA

i) REQUISITOS

- Capacitación actualizada
- Experiencia real
- Referencias laborales
- Disponibilidad de tiempo

• PERFIL

- Liderazgo
- Aptitud para trabajar en equipo
- Estabilidad emocional
- Formación en valores

• FUNCIONES

- Supervisar, dirigir y controlar que las actividades dentro de la cocina se cumplan eficientemente
- Cumplir de manera ágil los pedidos de los clientes
- Dirigir y coordinar las ventas en la cafetería

b) JEFE ADQUISICIONES Y LOGÍSTICA

i) REQUISITOS

- Capacitación actualizada
- Experiencia real
- Referencias laborales

- Disponibilidad de tiempo

ii) PERFIL

- Liderazgo
- Aptitud para trabajar en equipo
- Estabilidad emocional
- Formación en valores

iii) FUNCIONES

- Mantener un registro de entradas y salidas de insumos
- Administrar la bodega de insumos
- Organizar los documentos que soporten las adquisiciones y usos

c) JEFE MANTENIMIENTO

i) REQUISITOS

- Formación completa en educación técnica de nivel medio
- Capacitación actualizada
- Experiencia real
- Interpretación de manuales técnicos
- Referencias laborales
- Disponibilidad de tiempo

ii) PERFIL

- Liderazgo
- Aptitud física
- Estabilidad emocional
- Formación en valores

iii) FUNCIONES

- Velar por que los equipos de computo y la maquina de hielo se mantengan en perfecto estado
- Controlar que los equipos no sean manipulados por terceras personas
- Revisar constantemente los equipos

d) JEFE DE MONITORES

i) REQUISITOS

- Capacitación actualizada
- Experiencia real
- Referencias laborales
- Disponibilidad de tiempo

ii) PERFIL

- Liderazgo
- Aptitud para trabajar en equipo
- Aptitud física
- Estabilidad emocional
- Formación en valores
- Poseer buenas relaciones humanas y de atención al cliente
- Tener facilidad de palabra y don de conocimiento

iii) FUNCIONES

- Dar una atención personalizada a quienes ingresen a la pista
- Brindar apoyo a quienes presenten dificultad al momento de patinar
- Supervisar, dirigir y controlar las actividades que se realicen en la pista como en la entrega- recepción de patines

- Mantener un registro actualizado de todos los patines como los que están en buen estado y los que no

6.1.8.5.NIVEL DE APOYO

a) CAJERA – SECRETARIA

i) REQUISITOS

- Capacitación actualizada
- Experiencia real
- Referencias laborales
- Disponibilidad de tiempo

ii) PERFIL

- Liderazgo
- Aptitud para trabajar en equipo
- Estabilidad emocional
- Formación en valores

iii) FUNCIONES

- Atención de llamadas telefónicas
- Atención a proveedores y clientes
- Llevar un registro de las visitas diarias a la pista
- Organizar los documentos que soporten la venta
- Otras funciones que se le encomiende.

b) CONTABILIDAD

i) REQUISITOS

- Capacitación actualizada
- Experiencia real
- Referencias laborales
- Disponibilidad de tiempo
- Conocimientos de contabilidad
- Experiencia en el manejo contable

ii) PERFIL

- Liderazgo
- Estabilidad emocional
- Formación en valores
- Poseer un buen don de servicio para con los demás
- Amplio espíritu de trabajo en equipo
- Tener buena iniciativa de trabajo
- Ética moral y profesional

iii) FUNCIONES

- Entregar informes contables mensualmente, anualmente o cuando el gerente lo requiera
- Asumir el control de la documentación y custodia de archivo
- Atender el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos legalmente autorizados
- Cumplir con las disposiciones legales, políticas y normas técnicas a las que la microempresa esté sujeta
- Asumir la responsabilidad en el manejo de la información a su cargo.

- Programar, organizar, ejecutar y controlar las actividades contables
- Realizar los roles de pago mensuales del recurso humano de la microempresa y realizar el pago correspondiente.
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad

c) **GUARDIA DE SEGURIDAD**

i) **REQUISITOS**

- Capacitación actualizada
- Experiencia real
- Referencias laborales
- Disponibilidad de tiempo

ii) **PERFIL**

- Liderazgo
- Aptitud para trabajar en equipo
- Estabilidad emocional
- Formación en valores

iii) **FUNCIONES**

- Controlar que todo este funcionando de la manera correcta
- Avisar a la gerencia en caso de observar alguna actividad fuera de lo normal
- Tomar las respectivas medidas de seguridad
- Velar por la seguridad de las instalaciones y por quienes ingresen a ella

6.1.9. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa se constituirá como Compañía de responsabilidad limitada, con capacidad legal para realizar actividades de comercio. La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o mas personas, que

solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía limitada” o su correspondiente abreviatura.

La escritura publica de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá de la inscripción de ella en el registro mercantil.

Los requisitos necesarios para formar estas compañías son los siguientes:

- a) Se realizara la apertura de la cuenta pagando un capital social de \$800 como mínimo según la ley de compañías.
- b) Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalle el capital social, los nombres de los socios de haberlo y demás requisitos que se requieren para el efecto.
- c) Se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la Compañía de Responsabilidad Limitada, donde debe estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital pagado.
- d) Se debe realizar el registro mercantil, puesto que es un requisito indispensable si esta compañía desea celebrar un contrato con cualquier persona natural o jurídica.

6.1.10. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

El registro único de contribuyentes (RUC) es un instrumento a cargo del servicio de rentas internas, cuya finalidad es identificar a los contribuyentes mediante procesos de inscripción, actualización, suspensión y cancelación, para proporcionar información a la administración tributaria. Son sujetos de inscripción obligatoria todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que

generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

Las personas naturales o jurídicas que de conformidad con la ley adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los 30 días siguientes al de su constitución o inicio real de sus actividades, según el caso.

La inscripción será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas en las oficinas o dependencias que señale la administración. Los requisitos para cumplir con esta obligación son:

- a) Copia de la constitución de la compañía y del nombramiento del representante legal
- b) Original y copia de la cédula de ciudadanía
- c) Original y copia de la papeleta de votación
- d) Para extranjeros original y copia del pasaporte
- e) Original del pago de la planilla de servicios, agua, luz o teléfono, del lugar donde se va a realizar la actividad económica

6.1.11. AFILIACIÓN A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Los requisitos para afiliar a la microempresa son:

- a) Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
- b) Copia de la cedula de ciudadanía
- c) Listado de maquinarias y equipos valorizados a precio de costo
- d) Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa

6.1.12. PATENTE MUNICIPAL

El impuesto de patentes municipales se graba a toda persona natural o jurídica que ejerza cualquier actividad de orden económico, los requisitos para establecimientos nuevos son:

- a) Formulario de la declaración del impuesto de patentes, original y copia
- b) Copia de la cedula de ciudadanía y registro único de contribuyentes (RUC)
- c) Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa

6.1.13. PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetas al control sanitario.

Este documento es expedido por la autoridad de salud competente al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas. Los requisitos para obtener este permiso son:

- a) Formulario de solicitud (sin costo) lleno y suscrito por el propietario
- b) Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
- c) Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento
- d) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda
- e) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el ministerio de salud pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen
- f) Plano del establecimiento a escala 1:50 croquis de ubicación del establecimiento
- g) Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos
- h) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que laboran en el establecimiento, conferido por un centro de salud del ministerio de salud pública

6.1.14. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LOS BOMBEROS

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la tasa de autorización de funcionamiento para el cuerpo de bomberos por un monto correspondiente al 10%

del impuesto de patente pero nunca mayor a \$100. El valor recaudado será entregado al cuerpo de bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

La puesta en marcha del proyecto producirá impactos que se desencadenan como consecuencia de los cambios que este involucre y que puedan presentarse en el momento de la constitución o durante el desarrollo del proyecto.

7.1.IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL

CUADRO N° 7.1.

IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
aplicación de conocimientos										X		
generación de conocimientos										X		
cultura de la comunidad										X		
Tradiciones						X						
valores ancestrales							X					
TOTAL						0	2			12		14

$$14/5 = 2,8 = 3$$

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

El impacto educativo cultural que tiene el proyecto es medio debido a que la pista contratara personal idóneo para cada cargo, además estos tendrán acceso a capacitaciones técnicas especializadas que ayudarán a generar nuevos conocimientos y desarrollar la creatividad de cada empleado para de esta forma lograr que su desempeño sea más productivo, serán asesorados permanentemente

para lograr eficiencia en sus actividades, sin perjudicar los conocimientos ancestrales o tradicionales además el proyecto contribuirá al desarrollo de la sociedad ya que permitirá tener una nueva opción de diversión y entretenimiento es decir una actividad de sano esparcimiento para hacer contra a actividades negativas que existen en la ciudad logrando de esta forma minimizar los impactos contradictorios que se plasman en la sociedad.

7.2.IMPACTO DEPORTIVO

CUADRO N° 7.2.
IMPACTO DEPORTIVO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
gustos y preferencias deportivas											X	
practica de deporte											X	
aptitudes deportivas											X	
tendencias por deportes nuevos										X		
conocimiento del patinaje sobre hielo		X										
TOTAL		-4								4	15	15

$$15/5=3$$

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

Este impacto dentro del proyecto es de tipo medio, debido a que si existe una gran tendencia por practicar deporte además las personas sienten gran atracción por actividades deportivas nuevas las cuales promuevan actividades positivas que contribuyan al aculturamiento deportivo y así alcanzar el objetivo que tiene este proyecto como es popularizar el patinaje artístico sobre hielo e inculcar un sano esparcimiento de las personas para dejar mensajes positivos a quienes asistan a esta pista de patinaje sobre hielo a través de la practica adecuada de este deporte y del buen trato que se brinde en esta pista para rápidamente conseguir la confianza de los clientes, en especial de jóvenes estudiantes que son más susceptibles de caer en la práctica de actividades negativas.

7.3.IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO

CUADRO N° 7.3.

IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
alimentación y nutrición										X		
calidad de vida									X			
estabilidad del trabajo									X			
generación de empleo									X			
estabilidad familiar									X			
seguridad familiar									X			
ayuda comunitaria							X					
TOTAL							1		15	4		20

$$20/7 = 2,86 = 3$$

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

El impacto de este tipo dentro del proyecto es medio, debido a que la pista de patinaje sobre hielo tiende a generar fuentes de trabajo directo e indirecto para las personas que intervienen en el mismo, fortaleciendo su núcleo familiar y mejorando la calidad de vida, mediante el pago de una remuneración acorde a la ley, logrando de esta forma que quienes trabajen dentro de esta pista de patinaje sobre hielo alcancen una estabilidad del trabajo y que no opten por migrar a las grandes ciudades, consiguiendo solucionar sus problemas económicos prioritarios, pero no en su totalidad ya que se beneficiarán directamente los empleados de la pista y sus colaboradores y no toda la población, además el proyecto busca beneficiar a la ciudad dinamizando la economía al atraer visitantes que además de concurrir a este lugar pueden optar por comprar en los locales comerciantes existentes dentro de la ciudad.

7.4.IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 7.4.

IMPACTO EMPRESARIAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
espíritu emprendedor										X		
Creatividad										X		
cultura de organización y planificación											X	
toma de decisiones											X	
manejo o administración técnica											X	
asignación óptima de recursos											X	
rentabilidad social o financiera									X			
TOTAL									3	8	20	31

$$31/7=4,43=4$$

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

El impacto empresarial es alto lo que indica que el proyecto debe manejarse con criterio de empresa moderna en especial en el campo deportivo y de entretenimiento, para lo cual sus accionistas pondrán en práctica su creatividad, espíritu emprendedor al manejar esta empresa buscando así una rentabilidad social y financiera mediante la asignación óptima de recursos, es decir se maneja bajo el criterio de una empresa emprendedora con visión a futuro para lograr de esta forma en rápido tiempo un posicionamiento y reconocimiento tanto local como nacional.

7.5.IMPACTO ÉTICO

**CUADRO N° 7.5.
IMPACTO ÉTICO**

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
Honestidad											X	
Transparencia											X	
Puntualidad											X	
Fidelidad									X			
competencia leal											X	
TOTAL									3		20	23

$23/5=4,6=5$

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

El impacto es muy alto para el éxito del proyecto o empresa el cual debe ser administrado, dirigido y atendido con una alta influencia de valores positivos como son respeto, honestidad, transparencia, puntualidad, fidelidad y competencia leal además permitirá e inculcará valores a través del deporte como son la disciplina, responsabilidad, tenacidad, trabajo en equipo, creatividad logrando así que la ciudadanía se desarrolle bajo un código de ética.

7.6.IMPACTO ÉTICO

CUADRO N° 7.6.
IMPACTO AMBIENTAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
Contaminación del suelo con la generación de basura					x							
Contaminación del agua							x					
Contaminación del aire					x							
Contaminación auditiva							x					
TOTAL					-2		2					0

$$0/5=0=0$$

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

El impacto ambiental es neutro debido a que las influencias negativas se contrarrestan con las positivas y por ende no se generará ninguna influencia negativa hacia el ambiente.

CONCLUSIONES

- La creación de la Pista de Patinaje sobre Hielo “FUNNY ICE” Cía. Ltda. ubicada en la calle García Moreno entre Bolívar y los Andes centro de la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi es factible, debido a que existe una demanda insatisfecha por lo que se quiere brindar a las personas en especial jóvenes una nueva opción de deporte, entretenimiento y recreación.
- El servicio del patinaje sobre hielo tiene una demanda potencial muy grande debido a la inexistencia de un servicio similar en el mercado actual.
- La Pista de Patinaje sobre Hielo “FUNNY ICE” Cía. Ltda. está enfocada a niños, jóvenes y adultos, existiendo una tendencia mayoritaria en las edades de 10 – 19 años principalmente estudiantes de un nivel socioeconómico medio.
- El presente proyecto de inversión contribuirá a mejorar el ingreso socioeconómico de las personas que habitan en la zona, generando empleo directo e indirecto, así como también a pequeños y grandes proveedores que permitirán su funcionamiento.
- La Pista de Patinaje sobre Hielo “FUNNY ICE” Cía. Ltda. utilizará un sistema de marketing en donde aplicará las 4P (Producto, precio, plaza, promoción; atención al cliente) brindando un servicio personalizado y de calidad
- En la Ciudad de San Gabriel existen buenos hábitos deportivos ya que las personas suelen practicarlo en sus tiempos libres debido a que este les permite sentirse saludables por que ejercitan su cuerpo y mente.
- El proyecto se enfoca a cubrir el 30% de la demanda insatisfecha en el primer año, incrementándose en un 5% cada año siguiente hasta llegar al quinto año a cubrir el 50% de esta demanda.

- La tecnología a utilizar será mejorada debido que debemos estar acorde con los nuevos avances tecnológicos.

- Del estudio administrativo y financiero se desprende que el proyecto es totalmente viable ya que se justifica a través de una adecuada organización y generación de utilidades

RECOMENDACIONES

- Difundir los servicios prestados por la Pista de Patinaje sobre Hielo “FUNNY ICE” Cía. Ltda. para de esta manera conseguir ganarse la confianza rápidamente de los visitantes o clientes.
- Es necesario contribuir al aculturamiento deportivo incentivando la práctica del mismo como en este caso promoviendo o mostrando al mercado un deporte poco conocido como es el patinaje artístico sobre hielo.
- La creación de la Pista de Patinaje sobre Hielo “FUNNY ICE” Cía. Ltda. es importante debido a que tiene como misión promover el deporte y la recreación en niños, jóvenes y adultos y así evitar que en sus tiempos libres opten por actividades negativas.
- Es importante tratar de mitigar los efectos negativos que generan las actividades poco productivas y que no dejan un mensaje bueno en los niños y jóvenes adolescentes generando nuevas formas de entretenerse, divertirse y ocupar su tiempo libre.
- Se debería de promover e incentivar con mayor fuerza por parte del gobierno o municipios el desarrollo de proyectos productivos que generen rentabilidad económica a los mentores de los mismos y estos a la vez generen fuentes de empleo y réditos sociales.
- Por lo expuesto anteriormente se recomienda la formación de la Pista de Patinaje sobre Hielo “FUNNY ICE” Cía. Ltda. ya que se ha demostrado de manera técnica, legal, administrativa, y financiera que es viable y cumple con lo propuesto en el proyecto de investigación.

- Es necesario crear empresas con ideas innovadoras dentro de la ciudad para de esta forma atraer visitantes los cuales no acudan solo por eso sino que además opten por adquirir los productos o servicios ofrecidos dentro de la ciudad reactivando de esta manera la economía local.

- Es indispensable utilizar tecnología acorde con los nuevos avances tecnológicos para de esta forma brindar un servicio de calidad sin poner en riesgo los activos de la empresa y la vida de quienes acudan a recibir o ser parte de este servicio.

- Para crear una empresa es necesario realizar un estudio previo en el cual se detecte si este es viable o no y si justifica ponerlo en ejecución.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, J., AGUINAGA, M. & Otros, (1978). *Acta 2000 Enciclopedia Sistemática*. Madrid-España: RIALP S.A.
- BERNAL, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación.
- COLUNGA, C. (1995). *La Calidad en el Servicio*. México: Panorama.
- FLORES, J. (2002). *Como crear y dirigir la nueva empresa*. Bogotá DC: Esfera Editores Ltda.
- LAMB, Ch. y Otros. (2006). *Marketing*. México: Progreso S.A. de C.V
- LEIVA, F. (2006). *Nociones de Metodología de Investigación Científica*. Quito Ecuador: INACAPED.
- MIDGLEY, R., BOSANKO, S. & HARDING, D. (1984). *Enciclopedia Completa de los Deportes*. Madrid España: EDAF S.A.
- PLANELLS, J. (1986). *Gran Enciclopedia de los Deportes*. Madrid-España.
- SOTO, R. (2008). *Pequeña Empresa*. Lima – Perú: Palomino EIRL.
- TOSO, K. (2003). *Atención al Cliente*. Lima – Perú: Business E.I.R.L.
- Varios Autores. (1984). *Gran Enciclopedia de los Deportes*. Madrid – España: Oceano.
- Varios autores. (1965). *Monitor Enciclopedia Salvat para Todos*. Pamplona – Italia: Salvat S.A.
- ZORRILLA, S., TORRES, M., CENCO, A. & BERVIAN, P. (1992). *Guía para la Elaboración de Tesis*. México: Mc. Graw-Hill/Interamericana.
- Universidad Técnica del Norte - Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. (2005). *Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado*. Ibarra – Ecuador: Editorial Universitaria.
- ÁLVAREZ, S. (2009). *Apuntes de la Asignatura de Trabajo de Grado*. Ibarra-Ecuador.
- <http://www.carchi.gov.ec/home.php>
- http://www.educacionlaboral.com/Tipos_de_servicios_a-la_meza
- <http://www.inec.gov.ec>

- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-patinaje-en-hielo-empieza-a-desslizarse-17553-17553.html>
- <http://www.mailxmail.com/curso-arte-ciencia-culinaria/preparacion-tipos-servicio>
- <http://www.misrespuestas.com/Cafetería>
- <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-patinaje.html>
- [http://www.monografias.com/patinaje artístico sobre hielo](http://www.monografias.com/patinaje_artístico_sobre_hielo)
- [http://www.patinandosobre hielo.com/modalidades/artístico](http://www.patinandosobre_hielo.com/modalidades/artístico)
- <http://www.pistadehielo.com>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cafetería>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Patinaje_sobe_hielo
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio>
- <http://es.wordreference.com/Cafetería>

ANEXOS

ANEXO A. FORMATO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

OBJETIVO.- Determinar la factibilidad para la creación de una pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

INSTRUCCIONES.- Dígnese en leer detenidamente el cuestionario y marque con una X en el casillero que mejor se ajuste a su criterio.

1. ¿Le gusta a Ud. el Deporte?

Si No

2. ¿Con que Frecuencia realiza Ud. Actividades Deportivas?

A diario
Cada semana
Cada quince días
Cada mes
Otro Cada cuanto _____

3. ¿Qué Deporte Nuevo Preferiría practicar?

Rafting
Patinaje en hielo
Beisbol
Otros Cual _____

4. ¿Ud. Ha visitado alguna vez una Pista de Patinaje sobre Hielo?

Si No

En que Lugar _____

5. ¿Le gustaría ocupar su tiempo libre acudiendo a una Pista de Patinaje sobre Hielo en la ciudad de San Gabriel?

Si No

6. ¿Por qué acudiría Ud. A esta Pista de Patinaje sobre Hielo?

Realizar Deporte
Diversión
Otros Cual _____

7. ¿Con Quien acudiría a esta Pista de Patinaje sobre Hielo?

Amigos
Familia
Otros Quien _____

8. ¿Con que frecuencia visitaría esta pista de patinaje sobre hielo?

A diario
Cada semana
Cada quince días
Cada mes
Ocasional Cada cuanto _____

9. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a ocupar visitando esta Pista de Patinaje sobre Hielo?

Una hora
De 2 a 3 horas
De 3 a 4 horas
Más de 4 hora Cuanto _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ocupar una hora de este servicio?

De 1 a 3 dólares
De 3 a 5 dólares
Más de 5 dólares

DATOS TÉCNICOS

EDAD: _____ **OCUPACIÓN:** _____

GÉNERO: Masculino Femenino

INGRESOS:
Menos de 240 dólares
De 240 a 300 dólares
De 300 a 400 dólares

De 400 a 500 dólares

Más de 500 dólares

ANEXO B. FORMATO DE LA OBSERVACIÓN

FORMATO DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN	
Día	
Hora	
Cafetería	
Aspectos a observar	
<ul style="list-style-type: none">• Precios ofertados de los productos	

