



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

#### **INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE  
PRESTE EL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED  
SINTÉTICO EN LA CIUDAD DE IBARRA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ECONOMÍA  
MENCIÓN FINANZAS**

**AUTOR:** Armas V. Edison X

**DIRECTOR:** Econ. Luis Cervantes

**Ibarra, Junio, 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha realizado con el fin de determinar la factibilidad para la creación de una empresa que preste el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra. La investigación se fundamenta en un estudio de campo y la evaluación de datos reales; se parte de un diagnóstico situacional en el cual se dan a conocer los aspectos relacionados con el proyecto dentro de los ámbitos: geográfico, demográfico, económico y social del área de influencia del proyecto para con ello elaborar la matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos. Posteriormente dentro del estudio de mercado se determina la oferta, demanda, se estima la demanda insatisfecha del proyecto luego del análisis de la información obtenida a través de la encuesta. Con la realización del estudio técnico se conoce la localización del proyecto, misma que será en la parroquia “San Francisco” junto al parque “Ciudad de Ibarra”. De igual manera se establece el tamaño del proyecto, se conocen los procesos, instalaciones y diseños para llegar a establecer la inversión inicial del proyecto, misma que es de USD 717.404,11 de la cual el 30% será suministrado con aportes de los socios y el 70% restante será financiado mediante un crédito. Se procede a realizar el estudio financiero elaborando Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Flujo de caja para determinar y analizar indicadores como el Valor actual neto, mismo que es de USD – 456.501,38 lo que permite concluir la inviabilidad del proyecto. Además se procedió al análisis de la estructura organizacional que consta de jerarquización, determinación de funciones y requerimiento de personal. Posteriormente se evalúan los impactos económico, social y ambiental de proyecto para finalmente redactar conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado luego de seguir todo el proceso investigativo.

## ABSTRACT

This project was carried out in order to determine the feasibility of creating a company that provides rental services of soccer synthetic turf in the city of Ibarra. The research is based on a field study and evaluation of actual data; it is part of a situational analysis in which disclose aspects of the project within the areas: geographic, demographic, economic and social area of influence to thereby produce matrix Allies Opponents, Opportunities and risks. Later in the study of market supply, demand is determined, then the unsatisfied demand of the project of the analysis of the information obtained through the survey estimates. With the completion of the technical study the location of the project will be in the parish of "San Francisco" park named "Ibarra City". Similarly, the size of the project is established, processes, systems and designs to get to set the initial investment in the project, it is USD 717.404,11 of which 30% will be supplied with contributions from the partners and the remaining 70% will be financed through a loan. We proceed to carry out the financial study developing Initial Situation Status, Income Statement, Cash Flow to identify and analyze indicators such as net present value, which is USD – 456.501,38 enabling the infeasibility of project completion. We also proceeded to the analysis of organizational structure consisting of hierarchy, determination of functions and staff requirements. Later the economic, social and environmental impacts of the project are evaluated to finally stablish conclusions and recommendations that have come after go through the investigative process.

**AUTORÍA**

Yo, Edison Xavier Armas Villegas, portador de la cédula de ciudadanía No. 1003465901, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE EL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra a los 28 días del mes de mayo de 2015



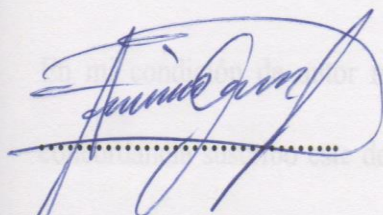
.....  
**Edison Xavier Armas Villegas**

**C.C. 1003465901**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de trabajo de grado presentado por el egresado **Edison Xavier Armas Villegas** para optar por el título de INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, cuyo tema es: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE EL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO EN LA CIUDAD DE IBARRA**”. Considero que el presente trabajo reúne 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 28 días del mes de mayo de 2015.



Econ. Luis Cervantes

**DIRECTOR**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE  
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Edison Xavier Armas Villegas**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003465901 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 autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE EL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

CEDULA DE CIUDADANIA:	Armas Villegas Edison Xavier		
NOMBRES:	Armas Villegas Edison Xavier		
DIRECCION:	Urb. La Victoria calle Hugo Guzmán Lara y Pasaje G casa No. 2-59		
E-MAIL:	eixavier_armas@yahoo.es		
TELEFONO FIJO:	062 616 079	TELEFONO MOVIL:	0993032077

..... DATOS DE LA OBRA .....

<b>Edison Xavier Armas Villegas</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
<b>TÍTULO:</b>	QUE PRESTE EL SERVICIO DE ALQUILER DE
<b>C.C. 1003465901</b>	CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO EN LA CIUDAD
	DE IBARRA

Ibarra, a los 28 días del mes de mayo de 2015.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**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:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA:</b>	1003465901		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Armas Villegas Edison Xavier		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Urb. La Victoria calle Hugo Guzmán Lara y Pasaje G casa No. 2-59		
<b>E-MAIL:</b>	edxavier_armas@yahoo.es		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062 616 079	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0993032077
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE EL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO EN LA CIUDAD DE IBARRA		
<b>AUTOR:</b>	Armas Villegas Edison Xavier		
<b>FECHA:</b>	2015 – 05 – 28		

<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Econ. Luis Cervantes

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Edison Xavier Armas Villegas**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003465901, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del 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.

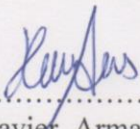
### 3. CONSTANCIAS

Xavier A.

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad del contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de mayo de 2015.

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Xavier Armas

C.C.: 1003465901



**DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mi madre puesto que me ha brindado su apoyo incondicional, me ha guiado a lo largo de toda mi vida con sus enseñanzas y con su ejemplo.

Xavier A.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica del Norte porque me brindo los conocimientos necesarios para mi formación profesional.

A mis profesores y compañeros con quienes compartí momentos y vivencias inolvidables tanto en el ámbito académico como humano.

Al economista Luis Cervantes por guiar el desarrollo de mi tesis con su experiencia y profesionalismo.

Xavier A.

## **PRESENTACIÓN**

Con el objetivo de conocer y demostrar la factibilidad del proyecto se ha realizado un estudio, mismo que contiene los siguientes capítulos:

**CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL:** en el primer capítulo se analizó el diagnóstico situacional del entorno del proyecto con lo cual se determinó a aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, mismos que permitieron conocer la oportunidad de inversión.

**CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO:** éste capítulo contiene las bases teóricas científicas que fundamentaron la investigación sobre la creación de la cancha de fútbol de césped sintético, los fundamentos teóricos se basaron en libros y páginas web.

**CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO:** Dentro de éste capítulo, mediante la investigación de fuente primaria se determinó la oferta, demanda y precios del servicio del proyecto.

**CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO:** En éste estudio se identificó la localización y tamaño del proyecto, distribución, diseño, procesos, entre otros para optimizar recursos y brindar un buen servicio.

**CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO:** Dentro de éste estudio se establecieron los ingresos y egresos que generará el proyecto durante periodos, los cuales se evaluaron y analizaron mediante indicadores financieros mismos que mostraron la factibilidad del proyecto.

**CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL:** En éste capítulo se realizó la estructura funcional y organizacional mediante el análisis y de acuerdo a las necesidades de la empresa, además se estableció la misión, visión, valores, entre otros, y se tomó en cuenta la constitución legal.

**CAPÍTULO VII ANÁLISIS DE IMPACTOS:** En ésta parte del estudio se establecieron y

describieron los posibles impactos que se ocasionarán con la creación y ejecución del proyecto, los impactos tomados en consideración fueron: económico, social y ambiental.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL .....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xxvii
INTRODUCCIÓN .....	xxix
JUSTIFICACIÓN .....	xxx
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxxi
General .....	xxxi
Específicos .....	xxxi
CAPÍTULO I .....	32
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	32
Antecedentes.....	32
Problema o necesidad a satisfacer.....	33
Objetivos diagnósticos.....	33
Objetivo general.....	33
Objetivos específicos .....	33
Variables diagnósticas .....	34
Indicadores.....	34

Historia .....	34
Geografía.....	34
Demografía .....	34
Sectores económicos.....	34
Sociales .....	35
Educación.....	35
Matriz de relación diagnóstica .....	36
Datos históricos.....	37
Ubicación geográfica .....	37
División político administrativa.....	38
Clima .....	38
Aspectos demográficos .....	38
Población total de Ibarra .....	38
Población de Ibarra por parroquias .....	39
Población urbana de Ibarra por parroquias .....	40
Población urbana de Ibarra por género .....	40
Aspectos económicos.....	40
Población económicamente activa (PEA).....	40
Población económicamente activa por sectores de la economía .....	41
Población de Ibarra por estratos económicos.....	41
Aspectos sociales .....	42
Estructura de la población.....	42
Población urbana de Ibarra por edad .....	42
Cobertura de servicios.....	43
Desarrollo deportivo y recreación.....	43
Aspectos educacionales .....	46
Matriz AOOR.....	46
Oportunidad de Inversión .....	47
CAPÍTULO II.....	48
MARCO TEÓRICO.....	48
Fútbol .....	48
Definición .....	48
Historia del fútbol .....	48
Popularidad del fútbol.....	49

Reglamento del juego .....	49
Campo de juego .....	50
Césped sintético .....	51
Orígenes .....	51
Características .....	52
Instalación del césped sintético.....	53
Mantenimiento .....	53
Empresa .....	54
Definición de empresa .....	54
Clasificación de las empresas .....	54
Estudio de mercado.....	55
Definición de Estudio de mercado.....	55
Población.....	55
Muestra .....	56
Encuesta .....	56
Entrevista .....	57
Cuestionario .....	57
Mercado .....	57
Oferta .....	58
Demanda .....	58
Demanda insatisfecha .....	58
Producto .....	59
Precio .....	59
Comercialización .....	59
Publicidad .....	60
Estudio técnico.....	60
Definición .....	60
Tamaño del proyecto.....	60
Localización del proyecto .....	61
Macrolocalización.....	61
Microlocalización .....	61
Ingeniería del proyecto .....	62
Procesos .....	62
Tecnología.....	63

Inversión .....	63
Inversión diferida .....	63
Capital de trabajo .....	64
Estudio financiero .....	64
Definición de estudio financiero .....	64
Ingreso .....	64
Egreso .....	65
Gastos administrativos .....	65
Gastos financieros .....	65
Depreciación .....	65
Estados financieros .....	66
Balance general .....	66
Estado de resultados .....	67
Estado de flujo de efectivo .....	67
Valor Actual Neto (VAN) .....	67
Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	68
Período de recuperación de la inversión .....	68
Relación Costo / Beneficio .....	68
Punto de equilibrio .....	69
Estudio organizacional .....	69
Definición .....	69
Misión .....	70
Visión .....	70
Políticas .....	70
Valores .....	71
Organigrama .....	71
Impactos .....	71
Impacto económico .....	72
Impacto social .....	72
Impacto ambiental .....	72
CAPÍTULO III .....	73
ESTUDIO DE MERCADO .....	73
Introducción del estudio de mercado .....	73
Objetivos .....	73



Objetivo general.....	73
Objetivos específicos .....	74
Variables e indicadores .....	74
Oferta .....	74
Demanda .....	74
Precios .....	74
Publicidad .....	74
Matriz de relación del estudio de mercado .....	75
Identificación del producto .....	76
Segmentación del mercado .....	76
Población.....	76
Mercado meta.....	78
Muestra .....	78
Encuesta .....	79
Análisis y presentación de la información obtenida luego de realizar las encuestas.....	79
Demanda .....	97
Análisis de la demanda .....	97
Determinación de la demanda.....	97
Proyección de la demanda .....	99
Oferta .....	99
Análisis de la oferta .....	99
Determinación de la oferta.....	99
Proyección de la oferta.....	100
Demanda insatisfecha .....	100
Estimación de la demanda insatisfecha.....	101
Proyección de la demanda insatisfecha.....	101
Precio .....	101
Comercialización del servicio.....	102
Servicio .....	102
Precio .....	102
Plaza .....	103
Promoción.....	103
Conclusiones del estudio de mercado .....	104
CAPÍTULO IV.....	106

ESTUDIO TÉCNICO .....	106
Objetivo del estudio técnico.....	106
Tamaño del proyecto.....	106
El mercado .....	107
Disponibilidad de recursos financieros .....	107
Disponibilidad de mano de obra .....	107
Disponibilidad de insumos.....	108
Disponibilidad de tecnología .....	108
Capacidad instalada .....	108
Localización del proyecto .....	108
Macrolocalización.....	109
Microlocalización .....	112
Ingeniería del proyecto .....	113
Diseño de las instalaciones .....	113
Proceso del servicio .....	116
Flujo-grama del proceso de servicio de alquiler de la cancha sintética.....	117
Presupuesto técnico.....	119
Inversión fija .....	119
Costos de producción.....	121
Gastos administrativos .....	122
Gastos de constitución .....	124
Gastos de ventas.....	125
Capital de trabajo .....	125
Inversión total .....	126
Estructura de la inversión.....	126
CAPÍTULO V .....	128
ESTUDIO FINANCIERO .....	128
Objetivo del estudio .....	128
Presupuesto de ingresos .....	128
Ingresos por utilización de la cancha sintética.....	128
Ingresos del Minimarket .....	129
Resumen de ingresos.....	131
Determinación de egresos .....	131
Costos .....	131

Gastos .....	133
Estados financieros .....	140
Estado de situación inicial .....	140
Estado de resultados.....	142
Flujo de caja.....	142
Evaluación financiera.....	143
Determinación del costo de oportunidad .....	143
Determinación de la tasa de redescuento (TRM).....	143
Determinación del valor actual neto (VAN) .....	143
Determinación de la tasa interna de retorno (TIR) .....	144
Período de recuperación de la inversión .....	145
Relación Costo – Beneficio .....	145
Punto de equilibrio.....	146
Resumen de indicadores de la evaluación financiera .....	147
CAPÍTULO VI.....	149
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....	149
Estructura administrativa .....	149
Razón social.....	149
Importancia .....	150
Beneficiarios .....	150
Sector económico.....	151
Tipo de empresa.....	151
Misión .....	151
Visión .....	151
Objetivos de la empresa .....	151
Principios de la empresa .....	152
Políticas de la empresa.....	152
Valores .....	153
Estructural Organizacional.....	155
Orgánico Estructural .....	155
Niveles administrativos.....	156
Descripciones de perfiles y funciones del personal .....	156
Marco legal .....	161
Registro único de contribuyentes.....	161

Patente municipal.....	162
Permisos de funcionamiento de bomberos .....	163
Permiso sanitario de funcionamiento.....	163
Responsabilidad laboral .....	165
CAPÍTULO VII .....	166
IMPACTOS .....	166
Valoración de impactos.....	166
Impacto económico.....	167
Análisis del impacto económico .....	167
Impacto social .....	168
Análisis del impacto social .....	169
Impacto ambiental.....	170
Análisis del impacto ambiental.....	171
Resumen general de impactos.....	172
Análisis del impacto general.....	173
CONCLUSIONES .....	174
RECOMENDACIONES.....	176
BIBLIOGRAFÍA .....	178
LINKOGRAFÍA .....	180
ANEXOS .....	182
Anexo 1. Encuesta aplicada .....	183
Anexo 2. Fotografías.....	188
Anexo 3. Reglas del fútbol.....	190
Anexo 4. Proformas .....	196

**ÍNDICE DE CUADROS**

1. Matriz de relación diagnóstica .....	36
2. Matriz AOOR.....	47
3. Matriz de relación del estudio de mercado .....	75
4. Matriz de valoración de impactos .....	166
5. Matriz de impacto económico.....	167
6. Matriz de impacto social.....	168
7. Matriz de impacto ambiental .....	170
8. Matriz de impacto general .....	172

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Población de Ibarra por géneros .....	39
2. Población de Ibarra por parroquia y género.....	39
3. Población de las parroquias urbanas de Ibarra.....	40
4. Población urbana de Ibarra por género .....	40
5. Población económicamente activa .....	41
6. Población económicamente activa por sectores económicos.....	41
7. Población urbana de Ibarra por estrato económico.....	41
8. Población de Ibarra por rango de edad .....	42
9. Población urbana de Ibarra por edad .....	42
10. Cobertura de servicios en Ibarra .....	43
11. Equipos de ligas deportivas barriales y parroquiales.....	44
12. Escenarios deportivos del fútbol barrial y parroquial .....	45
13. Escenarios deportivos de césped sintético .....	46
14. Población urbana de Ibarra por género .....	77
15. Segmentación de la población urbana de Ibarra por edad .....	77
16. Porcentajes de estratificación de la población urbana de Ibarra .....	77
17. Población urbana de Ibarra por parroquias .....	78
18. Porcentaje de personas que juegan fútbol en su tiempo libre .....	80
19. Frecuencia con la que practican fútbol .....	81
20. Tipo de campeonatos de fútbol.....	82
21. Lugar en el que practica fútbol .....	83
22. Tipo de superficie de las canchas de fútbol .....	84
23. Importancia del estado de la cancha .....	85
24. Importancia del precio .....	86
25. Importancia de la cercanía al hogar .....	87
26. Importancia del alumbrado .....	88
27. Importancia de la seguridad .....	89
28. Medio por el que se enteran de lugares para jugar fútbol .....	90
29. Interés de asistir al nuevo local.....	91
30. Frecuencia de asistencia al nuevo negocio .....	92
31. Intención de juego en la semana .....	93
32. Tiempo deseado para trasladarse a las instalaciones .....	94

33. Servicios adicionales.....	95
34. Intención de pago.....	96
35. Demanda de personas en función de la práctica del fútbol.....	97
36. Demanda de personas en función de la frecuencia con la que juegan fútbol .....	98
37. Demanda de personas en función de la Intención de uso de las instalaciones de mi proyecto.....	98
38. Demanda diaria en horas.....	98
39. Demanda del proyecto .....	99
40. Demanda proyectada.....	99
41. Información sobre la oferta.....	100
42. Oferta .....	100
43. Oferta proyectada.....	100
44. Demanda insatisfecha .....	101
45. Proyección de la demanda insatisfecha.....	101
46. Horario de atención.....	105
47. Distribución de las instalaciones del proyecto.....	114
48. Simbología del flujograma.....	117
49. Terreno.....	119
50. Obra civil .....	119
51. Cancha de fútbol .....	119
52. Equipo operativo.....	120
53. Equipo de oficina .....	120
54. Equipo de Minimarket .....	120
55. Equipo de camerino y lavandería.....	121
56. Resumen de activos fijos .....	121
57. Materia prima directa.....	122
58. Mano de obra directa .....	122
59. Costos indirectos de fabricación .....	122
60. Salarios del personal administrativo .....	123
61. Servicios básicos administrativos .....	123
62. Suministros de oficina.....	123
63. Suministros de limpieza.....	124
64. Suministros de Minimarket.....	124
65. Gasto constitución.....	124

66. Gasto de ventas .....	125
67. Capital de trabajo anual .....	125
68. Capital de trabajo .....	126
69. Inversión total .....	126
70. Estructura de la inversión.....	127
71. Cantidad de horas de juego .....	129
72. Precio de hora de juego.....	129
73. Ingresos por utilización de la cancha .....	129
74. Cantidad de botellas de agua vendidas .....	130
75. Precio de botella de agua .....	130
76. Cantidad de bebidas energizantes vendidas .....	130
77. Precio de bebida energizante .....	130
78. Ingresos del Minimarket .....	131
79. Presupuesto de ingresos .....	131
80. Presupuesto de materia prima directa .....	132
81. Presupuesto de mano de obra directa.....	132
82. Presupuesto de costos indirectos de fabricación.....	133
83. Presupuesto de costos .....	133
84. Presupuesto de sueldos administrativos .....	134
85. Presupuesto de servicios básicos administrativos.....	135
86. Presupuesto de suministros de oficina .....	135
87. Presupuesto de suministros de limpieza .....	135
88. Presupuesto de suministros de Minimarket .....	136
89. Presupuesto de gastos administrativos .....	136
90. Presupuesto de gastos de ventas .....	136
91. Información del crédito.....	137
92. Tabla de amortización del crédito.....	137
93. Resumen del crédito.....	139
94. Presupuesto de gastos financieros.....	139
95. Resumen de activos sujetos a depreciación .....	140
96. Presupuesto de depreciaciones.....	140
97. Estado de situación inicial .....	141
98. Estado de resultados proyectado.....	142
99. Flujo de caja.....	142



100. Costo de oportunidad .....	143
101. Valor actual neto .....	144
102. Relación Costo - Beneficio .....	146
103. Punto de equilibrio.....	147
104. Requerimiento de personal ejecutivo.....	157
105. Requerimiento de personal auxiliar .....	158
106. Requerimiento de personal Financiero .....	159
107. Requerimiento de personal de limpieza .....	160
108. Requerimiento de personal operativo .....	161

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Porcentaje de personas que juegan fútbol en su tiempo libre .....	80
2. Frecuencia con la que practican fútbol .....	81
3. Tipo de campeonatos de fútbol .....	82
4. Lugar en el que practica fútbol .....	83
5. Tipos de superficie de las canchas de fútbol.....	84
6. Importancia del estado de la cancha .....	85
7. Importancia del precio .....	86
8. Importancia de la cercanía al hogar .....	87
9. Importancia del alumbrado .....	88
10. Importancia de la seguridad .....	89
11. Medio por el que se enteran de lugares para jugar fútbol .....	90
12. Interés de asistir al nuevo negocio .....	91
13. Frecuencia de asistencia al nuevo negocio .....	92
14. Tiempo deseado para trasladarse a las instalaciones .....	94
15. Servicios adicionales.....	95
16. Intención de pago.....	96

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Césped sintético .....	52
2. Macrolocalización del proyecto .....	109
3. Mapa del Ecuador .....	110
4. Mapa de Imbabura .....	111
5. Mapa del cantón Ibarra .....	111
6. Mapa del área del proyecto .....	112
7. Vista Aérea del área del proyecto .....	112
8. Distribución de las instalaciones del proyecto .....	114
9. Flujo grama del proceso del servicio de alquiler de cancha .....	118
10. Resumen de indicadores de evaluación financiera .....	148
11. Logotipo de la empresa .....	150
12. Orgánico estructural .....	155
13. Césped sintético homologado por FIFA y sus partes .....	188
14. Césped sintético instalado .....	188
15. Estadio Christian Benítez con cancha sintética .....	189
16. Croquis de las instalaciones del proyecto .....	189
17. Proforma del césped sintético .....	196
18. Proforma del arco .....	196
19. Proforma del marcador electrónico .....	197
20. Proforma de los chalecos .....	197
21. Proforma del balón de fútbol .....	198
22. Proforma del escritorio .....	198
23. Proforma de la silla giratoria .....	199
24. Proforma del archivador .....	199
25. Proforma de la computadora .....	200
26. Proforma de la impresora .....	200
27. Proforma del teléfono .....	201
28. Proforma del refrigerador .....	201
29. Proforma de la silla plástica .....	202
30. Proforma de la caja registradora .....	202
31. Proforma del basurero mediano .....	203
32. Proforma del basurero grande .....	203

33. Proforma del espejo .....	204
34. Proforma del dispensador de jabón líquido .....	204
35. Proforma del dispensador de papel higiénico .....	205
36. Proforma de la lavadora .....	205

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación científica llamada Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa que preste el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra ha sido desarrollada bajo la modalidad de proyecto.

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una elevación de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y una temperatura promedio de 18°C (PDOT , 2011).

Ibarra es una ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que conviven variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura (PDOT , 2011).

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita (PDOT , 2011).

Quién llegue a Ibarra disfrutará de un ambiente plácido y paisajes en los que podrá, recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas, cascadas y cerros. Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres (INEC , 2010).

## JUSTIFICACIÓN

La importancia del proyecto radica en que se pretende ofrecer a los habitantes de la ciudad de Ibarra un espacio en el que puedan encontrar una manera divertida y saludable de distraerse al compartir un partido de fútbol en un ambiente agradable y seguro en horarios acordes a su disponibilidad de tiempo.

El desarrollo del proyecto es factible porque actualmente en la ciudad de Ibarra se desarrollan siete ligas amateurs de fútbol con un aproximado de 200 equipos integrados por 25 jugadores cada uno, personas que serían los beneficiarios del mismo. Cada liga programa encuentros deportivos una vez por semana; esto únicamente haciendo referencia a los campeonatos organizados por lo que se denota la numerosa práctica del fútbol, misma que alcanza mayores niveles de popularidad cuando se lo practica de manera recreativa o como método para mantener un estado físico saludable en la población (Federación de Ligas Barriales y Parroquiales de Imbabura, 2014).

El tema es de interés colectivo ya que se trata de la actividad lúdica más realizada en el mundo ya sea como juego o de forma profesional.

El proyecto se sincroniza con el Plan Nacional del Buen Vivir el cual en los literales b y f de la política 3.7 del objetivo número tres menciona que se debe “impulsar la práctica de deportes y actividad física en el uso del tiempo libre”.

Además se enmarca en el eje transversal de la política que mantiene la Universidad Técnica del Norte de formar estudiantes emprendedores.

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

### General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que preste el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra.

### Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra mediante la elaboración de la matriz de aliados, oponente, oportunidades y riesgos (AOOR).
- Elaborar el marco teórico que sustente el proyecto, utilizando información bibliográfica y documental actualizada.
- Desarrollar el estudio de mercado que permita identificar oferta, demanda, precios, comercialización y publicidad del proyecto en estudio para determinar la demanda insatisfecha y confeccionar estrategias comerciales.
- Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, inversiones y talento humano requerido para la operacionalización del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- Diseñar la organización de la empresa para elaborar, explicar y socializar las funciones del personal, facilitar la división del trabajo, perseguir la eficiencia y evitar conflictos y confusiones.
- Analizar los impactos económico, social y ambiental que generará la nueva unidad productiva.

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 Antecedentes

La ciudad de “San Miguel de Ibarra” se halla ubicada en la región septentrional de la sierra ecuatoriana. Conocida históricamente como “Ciudad Blanca” por sus fachadas blancas con las que se adornó su reconstrucción luego del devastador terremoto de 1868. Recientemente ha recibido galardones como el de capital de la cultura por su cercanía a ciudades como Otavalo, Cotacachi, Atuntaqui con las cuales está conectada por un excelente sistema vial. Además de pertenecer a la provincia más étnica y culturalmente diversa del país, Ibarra es el principal núcleo vial del norte del país.

Ibarra por costumbre y tradición tiene al deporte como algo más que necesario, los padres se lo inculcan a sus hijos (as) desde muy pequeños. El fútbol es como en toda ciudad ecuatoriana y sudamericana la pasión que mueve multitudes; más aún cuando en la última década la selección ecuatoriana de fútbol ha conseguido logros importantes con la intervención directa de hasta siete futbolistas nacidos en nuestra provincia especialmente en el valle del Chota y sus cercanías.

Ibarra cuenta con el estadio olímpico que fue fundado el 30 de agosto de 1988, está ubicado en la avenida Cristóbal de Troya, su capacidad es para 18.600 espectadores y es el escenario en el que se llevan a cabo los partidos que el Imbabura Sporting Club juega como local en su participación en la Serie B del campeonato ecuatoriano de fútbol.

Para el presente proyecto es de vital importancia realizar un diagnóstico situacional que



permita obtener un conocimiento básico del área de influencia del proyecto, para ello acudimos a fuentes de información adecuadas y verificables.

### **1.1.1 Problema o necesidad a satisfacer**

El proyecto busca cubrir la necesidad de recreación de los habitantes de la ciudad de Ibarra mediante la implementación de un escenario deportivo con la infraestructura adecuada para fomentar la práctica de la actividad física en el caso particular del fútbol. Además el proyecto desea cubrir la demanda insatisfecha del servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético que se identifique a lo largo de la realización del mismo.

## **1.2 Objetivos diagnósticos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar las características socio-económicas en la ciudad de Ibarra donde se pretende implementar una empresa que preste el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético con la finalidad de realizar un diagnóstico mediante la elaboración de la matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (AOOR).

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Conocer los datos históricos de Ibarra.
- Determinar los aspectos geográficos tales como clima, ubicación y altitud.
- Investigar los datos demográficos de Ibarra, en lo referente a la Población Económicamente Activa.
- Determinar el grado de participación de cada sector en la economía de la ciudad.
- Conocer aspectos sociales referentes a la implementación del proyecto.
- Determinar los aspectos de educación en la ciudad de Ibarra.

### **1.3 Variables diagnósticas**

- Historia
- Geografía
- Demografía
- Sectores Económicos
- Sociales
- Educación

### **1.4 Indicadores**

#### **1.4.1 Historia**

- Fundación de la ciudad.
- Catástrofes naturales.

#### **1.4.2 Geografía**

- Ubicación Geográfica.
- Clima de la ciudad de Ibarra

#### **1.4.3 Demografía**

- Población en general
- Población Económicamente activa.
- Población por género.
- Población por edad

#### **1.4.4 Sectores económicos**

- Sector Agropecuario
- Sector Industrial

- Sector Servicios

#### **1.4.5 Sociales**

- Nivel de cobertura de servicios
- Estrato socioeconómico

#### **1.4.6 Educación**

- Niveles de Educación

## 1.5 Matriz de relación diagnóstica

### *Cuadro 1.*

#### *Matriz de relación diagnóstica*

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica
Determinar las características socio-económicas en la ciudad de Ibarra donde se pretende implementar una empresa que preste el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético con la finalidad de conocer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (AOOR).	Conocer los datos históricos de Ibarra.	Historia	Fundación de la ciudad. Catástrofes naturales	PDOT GAD Ibarra	Documental
	Determinar los aspectos geográficos tales como clima, ubicación y altitud	Geografía	Ubicación Geográfica. Clima	PDOT GAD Ibarra	Documental
	Investigar los datos demográficos de Ibarra, en lo referente a la Población Económicamente Activa.	Demografía	Población por género. Población por parroquia. Población por edad Población económicamente activa	INEC	Documental
	Determinar el grado de participación de cada sector en la economía de la ciudad.	Sectores Económicos	Sector Agropecuario Sector Industrial Sector Servicios	PDOT GAD Ibarra	Documental
	Conocer aspectos sociales referentes a la implementación del proyecto.	Sociales	Nivel de cobertura de servicios Estrato socioeconómico	PDOT GAD Ibarra	Documental
	Determinar los aspectos de educación en la ciudad de Ibarra.	Educación	Niveles de Educación	INEC	Documental

Elaborado por: El Autor

## **1.6 Datos históricos**

La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. A continuación el 17 de julio de 1823 dio lugar a la denominada Batalla de Ibarra, fecha en la que Simón Bolívar derrotó al Coronel Agustín de Agualongo en las calles de Ibarra y cerca de la Hacienda “La Victoria” lugar donde se encuentra la famosa Piedra Chapetona donde se cree que Simón Bolívar se encaramó para dirigir sus tropas a la victoria, y finalmente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia (PDOT , 2011).

El 16 de agosto de 1868 Ibarra sufrió un espantoso terremoto provocado por una falla geológica, que trajo como consecuencias la destrucción de la ciudad y la muerte de más de 13.000 ciudadanos. Los sobrevivientes de este horrible suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, viviendo aquí por cuatro años (PDOT , 2011).

El 28 de abril de 1872 los ibarreños retornaron a la remodelada ciudad gracias al Presidente Gabriel García Moreno, el cual dio los recursos financieros necesarios para su restauración (PDOT , 2011).

## **1.7 Ubicación geográfica**

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una elevación de 2.225 m.s.n.m (PDOT , 2011).

La ciudad de San Miguel de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78°06'00", ubicada a 2.225 metros sobre el nivel del mar; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, capital de la República a 125 Km, a 135 Km. de la frontera con Colombia, y a 185 Km. de San Lorenzo, en el Océano

Pacífico. Tiene una superficie de 1.162.22 km<sup>2</sup>, con una densidad de 131.87 hab/km<sup>2</sup> en el cantón, 2.604 hab./Km<sup>2</sup> en el área urbana y 39.91 hab./Km<sup>2</sup> en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km<sup>2</sup>, la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120.53 km<sup>2</sup> (PDOT , 2011).

### **1.7.1 División político administrativa**

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita (PDOT , 2011).

### **1.7.2 Clima**

Ibarra ostenta un clima templado seco-mediterráneo, debido que se encuentra ubicado en un valle, en ocasiones es variado tanto por los vientos que llegan desde los valles, tornándose en un clima frío y en otras ocasiones cálidos y secos (PDOT , 2011).

Su temperatura promedio de 18°C. Hay un nivel de precipitaciones de 623 mm anuales, es decir una precipitación diaria media de 1,71 mm que es bastante inferior al promedio de precipitaciones diarias de la región interandina que es de 3,88 mm; el mes más seco es julio y el de mayor nivel de precipitaciones es abril; por lo que el clima cálido de la ciudad de Ibarra es un aliado para el proyecto (Climate-Data, 2015).

## **1.8 Aspectos demográficos**

### **1.8.1 Población total de Ibarra**

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres.

**Tabla 1.****Población de Ibarra por géneros**

Genero	Casos	Porcentaje
Hombres	87.786	48,45%
Mujeres	93.389	51,55%
Total	181.175	100,00%

Fuente: PDOT Ibarra 2010 - 2014

Elaborado por: El Autor

**1.8.2 Población de Ibarra por parroquias**

Según el Censo Nacional 2010 la población por parroquias se detalla así:

**Tabla 2.****Población de Ibarra por parroquia y género**

IBARRA			
	Género	Casos	Porcentaje
POBLACIÓN URBANA	Hombre	67.165	48,07%
	Mujer	72.556	51,93%
	Total	139.721	100,00%
AMBUQUÍ			
	Hombre	2.707	49,42%
	Mujer	2.770	50,58%
	Total	5.477	100,00%
ANGOCHAGUA			
	Hombre	1.510	46,28%
	Mujer	1.753	53,72%
	Total	3.263	100,00%
LA CAROLINA			
	Hombre	1.448	52,87%
	Mujer	1.291	47,13%
	Total	2.739	100,00%
LA ESPERANZA			
POBLACIÓN RURAL	Hombre	3.686	50,06%
	Mujer	3.677	49,94%
	Total	7.363	100,00%
LITA			
	Hombre	1.788	53,39%
	Mujer	1.561	46,61%
	Total	3.349	100,00%
SALINAS			
	Hombre	887	50,95%
	Mujer	854	49,05%
	Total	1.741	100,00%
SAN ANTONIO			
	Hombre	8.595	49,05%
	Mujer	8.927	50,95%
	Total	17.522	100,00%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

### 1.8.3 Población urbana de Ibarra por parroquias

Según información del Censo Nacional 2010 y el PDOT del cantón Ibarra se obtiene la población de las parroquias urbanas de Ibarra:

**Tabla 3.**

***Población de las parroquias urbanas de Ibarra***

<b>Parroquia</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Alpachaca	13.972	10,00%
San Francisco	43.912	31,43%
El Sagrario	35.928	25,71%
El priorato	19.960	14,29%
Caranqui	25.948	18,57%
Total	139.721	100,00%

Fuente: INEC 2010 y PDOT cantón Ibarra  
Elaborado por: El Autor

### 1.8.4 Población urbana de Ibarra por género

Según el Censo Nacional 2010 la población urbana de Ibarra se encuentra distribuida así:

**Tabla 4.**

***Población urbana de Ibarra por género***

<b>POBLACIÓN</b>	<b>CASOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Hombres	67.165	48,07%
Mujeres	72.556	51,93%
Total	139.721	100,00%

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

## 1.9 Aspectos económicos

### 1.9.1 Población económicamente activa (PEA)

Este cuadro indica la estructura de la estructura de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra:



**Tabla 5.*****Población económicamente activa***

<b>ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Población Económicamente Activa	45.442	31262
Población Económicamente Inactiva	23.401	43477
Población en edad de trabajar	68.843	74739

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

**1.9.2 Población económicamente activa por sectores de la economía**

La población económicamente activa de Ibarra por sectores económicos se encuentra distribuida de la siguiente manera:

**Tabla 6.*****Población económicamente activa por sectores económicos***

<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	<b>PEA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Sector agropecuario	9.367	12,21%
Sector Industria	15.630	20,38%
Sector servicio	46.855	61,09%
Otros	4.852	6,33%
Total	76.704	100,00%

Fuente: PDOT Ibarra 2011  
Elaborado por: El Autor

**1.9.3 Población de Ibarra por estratos económicos**

La población urbana de Ibarra según su estrato económico se clasifica así:

**Tabla 7.*****Población urbana de Ibarra por estrato económico***

<b>ESTRATO ECONÓMICO</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Alto	2.655	1,9%
Medio alto	15.649	11,2%
Medio	31.856	22,8%
Medio Bajo	68.743	49,2%
Bajo	20.818	14,9%
Total	139.721	100%

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

## 1.10 Aspectos sociales

### 1.10.1 Estructura de la población

La población de Ibarra, según el Censo del 2010, se concentra en edades jóvenes como se presenta a continuación:

**Tabla 8.**

***Población de Ibarra por rango de edad***

<b>RANGO DE EDAD</b>	<b>CASOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 0 a 9 años	37.684	20,80%
De 10 a 19 años	38.228	21,10%
De 20 a 29 años	29.713	16,4%
De 30 a 39 años	23.190	12,80%
De 40 a 49 años	19.023	10,50%
De 50 años en adelante	33.337	18,40%
<b>Total</b>	<b>181.175</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

### 1.10.2 Población urbana de Ibarra por edad

La población urbana de Ibarra se encuentra distribuida por edades de la siguiente manera, según datos del Censo del 2010:

**Tabla 9.**

***Población urbana de Ibarra por edad***

<b>RANGO DE EDAD</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>MUJERES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 0 a 9 años	13.332	19,85%	12.892	17,76%
De 10 a 19 años	13.838	20,60%	13.633	18,83%
De 20 a 29 años	11.608	17,28%	12.697	17,50%
De 30 a 39 años	9.148	13,62%	10.717	14,77%
De 40 a 49 años	7.521	11,20%	8.904	12,27%
Más de 50 años	11.718	17,45%	13.713	18,87%
<b>Total</b>	<b>67.165</b>	<b>100,00%</b>	<b>72.556</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

La población joven de Ibarra es un porcentaje considerable, para el caso de mi proyecto

va a enfocado a personas de entre 18 y 49 años lo cual es el 41,81% del total y por lo tanto la característica etaria es un aliado para nuestro emprendimiento.

### 1.10.3 Cobertura de servicios

Según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra se establece la cobertura de los siguientes servicios a la población:

**Tabla 10.**

#### ***Cobertura de servicios en Ibarra***

<b>Servicio</b>	<b>Porcentaje de cobertura</b>
Agua Potable	93,8%
Alcantarillado	91,1%
Energía Eléctrica	95,5%
Telefonía fija	37,7%
Recolección desechos sólidos	89,2%

Fuente: PDOT Ibarra 2010 - 2014  
Elaborado por: El Autor

### 1.10.4 Desarrollo deportivo y recreación

#### **a) Práctica del fútbol recreativo**

En Ibarra así como en el Ecuador y el mundo entero, el fútbol ha proporcionado una extensa gama de posibilidades de trabajar a profesionales como médicos, psicólogos, fisioterapeutas, preparadores físicos, trabajadoras sociales, periodistas, directores técnicos, entre otros. (Somos del mismo barro blogspot, 2014)

El futbol en su entorno genera un sin número de posibilidades de trabajar sin necesidad de ser profesionales, podemos observar personas que venden alimentos, vestimenta, una gran cantidad de personas viven actualmente del futbol. (Somos del mismo barro blogspot, 2014)

Uno de los sectores más favorecidos por el futbol es sin lugar a equivocarnos el textil y de confecciones ya que cada inicio de campeonato barrial, parroquial, cantonal de futbol se

puede apreciar el apuro para lucir sus nuevos sus uniformes. (Somos del mismo barro blogspot, 2014)

Otro de los segmentos que se ven favorecidos por el fútbol son los que venden implementos para la práctica del mismo sean estos zapatos, balones, canilleras, vendas, pitos pues son elementos necesarios que en el país se puede encontrar de diferentes costos y calidad. (Somos del mismo barro blogspot, 2014)

Un fenómeno que aparece aproximadamente desde hace años es la construcción de canchas sintéticas y de césped natural para ser alquiladas para la práctica amateur del fútbol apareciendo nuevos beneficiarios de este servicio que poco a poco se ha ido popularizando.

La información entregada por la federación de ligas barriales y parroquiales de Imbabura a través de su presidente el Lic. Fernando Checa registra a ocho ligas barriales y estima una población beneficiada directa e indirectamente:

**Tabla 11.**

***Equipos de ligas deportivas barriales y parroquiales***

<b>Organización</b>	<b>Número de equipos</b>
Liga Jesús del Gran Poder	24
Liga San Miguel de Ibarra	59
Liga Caranqui	16
Liga Las Palmas	28
Liga El priorato	28
Liga San Antonio	36
Liga Alpachaca	28
Fútbol Master	43
<b>Total</b>	<b>262</b>

Fuente: FEDELIGAS Imbabura  
Elaborado por: El Autor

Si tomamos en cuenta que en cada equipo se inscriben un aproximado de veinticinco

jugadores para participar en los torneos organizados por las ligas mencionadas se observa que el número de beneficiarios es aproximadamente 6.550 participantes lo cual es un aliado al momento del análisis diagnóstico.

### **b) Escenarios deportivos del fútbol barrial y parroquial**

Según el señor William Torres, secretario de la federación de ligas barriales y parroquiales de Imbabura, cada una de las ligas emplea escenarios deportivos para el desarrollo de sus campeonatos como se detallan en la siguiente tabla:

**Tabla 12.**

<i>Escenarios deportivos del fútbol barrial y parroquial</i>	
<b>Organización</b>	<b>Número de canchas</b>
Liga Jesús del Gran Poder	2
Liga San Miguel de Ibarra	3
Liga Caranqui	1
Liga Las Palmas	2
Liga El priorato	2
Liga San Antonio	4
Liga Alpachaca	2
Fútbol Master	3
<b>Total</b>	<b>19</b>

Fuente: FEDELIGAS Imbabura  
Elaborado por: El Autor

Cabe mencionar que las diecinueve canchas existentes tienen superficie de césped natural o de tierra.

### **c) Escenarios deportivos de césped sintético**

Si bien en la ciudad de Ibarra no existe ninguna cancha de dimensiones de fútbol de once jugadores por equipo que posea superficie de césped sintético, por tanto se presenta una oportunidad para ejecutar el proyecto; pero con el fin de estimar los oponentes se procede a enumerar las canchas de césped artificial que existen y se encuentra operando aunque cabe

resaltar que todas son de dimensiones pequeñas y se usan para la práctica del indor fútbol. Dicha información se obtiene del señor Christian López empleado de la empresa “Mete gol gana” que presta servicios de alquiler de cancha de indor fútbol de césped sintético y fue el organizador de un campeonato entre las empresas o establecimientos de éste tipo en el año 2014.

**Tabla 13.**

***Escenarios deportivos de césped sintético***

<b>Empresa</b>	<b>Número de Canchas</b>
Mete gol gana	1
El chanfle	1
El golazo de Lucas	1
Flota Sport	1
La Masía	1
<b>Total</b>	<b>5</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: El Autor

Las canchas sintéticas pequeñas que se presentan constituyen los oponentes del proyecto.

### **1.11 Aspectos educacionales**

En el censo poblacional realizado en el 2010 por el INEC se establece que el nivel de analfabetismo en Ibarra es del 5,5%. La tasa de asistencia neta al sistema educativo es del 94,5% en la educación básica y del 75,2% en el bachillerato. Y el promedio de años de escolaridad es del 8,9 años en los hombres y de 8,2% en las mujeres.

### **1.12 Matriz AOOR**

Después de haber analizado todas las partes concernientes al diagnóstico se ha logrado determinar cuáles podrían ser los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que el proyecto tendría.

**Cuadro 2.****Matriz AOOD**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– La población ibarreña presenta alto porcentaje de gente joven.</li> <li>– Condiciones climáticas óptimas para la práctica del fútbol en la ciudad.</li> <li>– Existe un número considerable de ligas parroquiales y barriales de fútbol amateur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Canchas sintéticas de dimensiones más pequeñas para la práctica del indoor fútbol.</li> <li>– Canchas de césped natural o tierra propiedad de las ligas barriales de dimensiones similares a la que propongo.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– En la ciudad de Ibarra no existe ninguna cancha sintética de fútbol con dimensiones para once jugadores por equipo.</li> <li>– Incremento de la práctica del fútbol de manera recreativa para mejorar la salud de la población.</li> <li>– Facilidad en la movilidad dentro de la ciudad de Ibarra por el buen estado de las vías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tasas de interés y políticas de financiamiento poco accesibles.</li> <li>– Inexistencia de proveedores de la materia prima para implementar la cancha y realizar su mantenimiento dentro de la ciudad.</li> <li>– Las lluvias inherentes al clima de Ibarra principalmente en el mes de abril.</li> </ul>

Elaborado por: El Autor

**1.13 Oportunidad de Inversión**

De acuerdo al diagnóstico situacional efectuado se puede concluir que existen inconvenientes respecto al acceso a financiamiento. Sin embargo se ha identificado la carencia de oponentes reales ya que en la ciudad de Ibarra no existe ninguna cancha con las características propuestas. De igual manera se observan factores favorables como la práctica masiva del fútbol entre la población; el clima adecuado y la facilidad de movilidad en nuestra ciudad.

Por lo tanto para aprovechar esta oportunidad, es necesario plantear un proyecto que permita hacer un: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE EL SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHA DE FÚTBOL DE CÉSPED SINTÉTICO EN LA CIUDAD DE IBARRA”.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Fútbol

##### 2.1.1 Definición

*“El fútbol es el juego entre dos equipos de once jugadores cada uno, cuyo propósito es hacer ingresar un balón por una portería conforme a reglas determinadas, de las que la más característica es que no puede ser tocado con las manos ni con los brazos.”*

Recopilado de:

[http://es.fifa.com/mm/Document/FootballDevelopment/Refereeing/02/36/01/11/LawsofthegamewebES\\_Spanish.pdf](http://es.fifa.com/mm/Document/FootballDevelopment/Refereeing/02/36/01/11/LawsofthegamewebES_Spanish.pdf)

##### 2.1.2 Historia del fútbol

A finales de la Edad Media y siglos posteriores se desarrollaron en las Islas Británicas y zonas contiguas distintos juegos de equipo, a los cuales se los conocía como códigos de fútbol. Estos códigos se fueron unificando con el paso del tiempo, pero fue en la segunda mitad del siglo XVII cuando se dieron las primeras grandes unificaciones del fútbol, las cuales dieron origen al fútbol de rugby, al fútbol americano, al fútbol australiano, etc. y al deporte que hoy se conoce en gran parte del mundo como fútbol simplemente (FIFA, 2014).

Los primeros códigos británicos se caracterizaban por tener escasas reglas y por su extrema violencia. Uno de los más populares fue el fútbol de carnaval. Por dicha razón el fútbol de carnaval fue prohibido en Inglaterra por decreto del rey Eduardo III y permaneció prohibido durante 500 años. Uno de los juegos más conocidos fue el calcio florentino, originario de la



ciudad de Florencia, Italia. Este deporte influenció en varios aspectos al fútbol actual, no sólo por sus reglas, sino también por el ambiente de fiesta en que se jugaban estos encuentros (FIFA, 2014).

### **2.1.3 Popularidad del fútbol**

Según una encuesta efectuada por la FIFA en el año 2010 aproximadamente 270 millones de personas en el mundo están activamente involucradas en el fútbol, incluyendo a futbolistas, árbitros y directivos. De éstas, 265 millones juegan al fútbol regularmente de manera profesional, semi profesional o amateur, considerando tanto a hombres, mujeres, jóvenes y niños. Dicha cifra personifica alrededor del 4 % de la población mundial. La Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL) estima que el 15 % de la población que viven en los países sudamericanos juegan al fútbol ya sea de forma recreativa o profesional (Confederación Sudamericana de Fútbol, 2014).

### **2.1.4 Reglamento del juego**

El fútbol está regulado por 17 leyes o reglas, las cuales se utilizan universalmente, aunque dentro de las mismas se permiten ciertas modificaciones para facilitar el desarrollo del fútbol femenino, infantil y sénior. Si bien las reglas están claramente definidas, existen ciertas diferencias en las aplicaciones de las mismas que se deben a diferentes aspectos. Un aspecto importante es la región futbolística donde se desarrolla el juego. Por ejemplo, en Europa, particularmente en Inglaterra, los árbitros se destacan por ser más permisivos con las faltas e infracciones, reduciendo de esta manera las amonestaciones y expulsiones, mientras que en otros lugares, por ejemplo en Sudamérica, las faltas son penadas con tarjetas más a menudo (The International Football Association Board , 2014).

Las reglas del juego están definidas por la International Football Association Board, organismo integrado por la FIFA y las cuatro asociaciones del Reino Unido. Para aprobarse

una modificación a las mismas se deben tener por lo menos los votos de la FIFA y de 2 de los 4 votos de las asociaciones del Reino Unido (The International Football Association Board , 2014).

### **2.1.5 Campo de juego**

El fútbol se juega en un terreno de césped natural o artificial de forma rectangular. Las medidas autorizadas del terreno son de 90 a 120 metros de largo y de 45 a 90 metros de ancho. Las dos líneas situadas a lo largo del terreno reciben el nombre de líneas laterales o de banda, mientras que las otras son denominadas líneas de meta o finales. Los puntos medios de cada línea de banda son unidos por otra línea, la línea media (The International Football Association Board , 2014).

Sobre el centro de cada línea de meta y adentrándose en el terreno, se ubican las áreas penales, las áreas de meta y las metas o porterías. Las llamadas metas, también conocidas como porterías o arcos, constan de dos postes verticales (conocidos como palos o verticales) de 2,44 metros de alto ubicados a 7,32 metros de separación y sobre el centro de cada línea de meta. Las partes superiores de los postes son unidas por otro poste horizontal, conocido como travesaño o larguero (The International Football Association Board , 2014).

Las áreas penales son rectangulares ubicadas en el centro de las metas y adentrándose en el terreno. Estas se trazan a 16,5 metros de los postes verticales, adentrándose también 16,5 metros hacia el interior del terreno, y luego uniéndose por otra línea mayor. El trazado del área de meta es igual, pero utilizando una medida de 5,5 metros (The International Football Association Board , 2014).

## **2.2 Césped sintético**

### **2.2.1 Orígenes**

El Césped Artificial empezó a conocerse tras la instalación de este producto en 1.966 en el estadio Astrodome de Huston, Texas. Un césped de muy baja altura fabricado a partir de hilos fibrilados de poliamida e instalado sobre una base elástica. Este estadio se optó por el uso de este producto debido a que se trataba de un espacio cubierto, sin sol ni aire, y a fin de convertirse en un recinto multiusos. Desde entonces el Césped Artificial comenzó a evolucionar, apareciendo cada vez más instalaciones de béisbol y fútbol americano en USA y de fútbol en Europa (TeamGrass, 2013).

A comienzos de los años 70 se desarrollaron productos a base de fibras de polipropileno, menos resistentes que la poliamida pero también menos ásperas, las cuales reducían ampliamente el riesgo de quemaduras en los jugadores. Durante este periodo, el césped artificial deportivo siguió instalándose sobre con una base flexible para optimizar la absorción de impactos. Este tipo de sistema es lo que se conoce hoy en día en el sector como la primera generación del Césped Artificial (TeamGrass, 2013).

La segunda generación, instalada a finales de la década de los 70 y principios de los 80 en los Juegos Olímpicos de Montreal para Hockey y en destacados clubes como el Queens Park Ranges para fútbol; consistía en un sistema muy análogo al inicial, diferenciándose por un incremento de la altura del pelo de la moqueta (hasta 30mm), que se lastraba o rellenaba con de arena de sílice para mejorar el deslizamiento del calzado y evitar así el aplastamiento de las fibras (TeamGrass, 2013).

La reputación del Césped Artificial se vio estropeada en cuestión de meses. El sector, viéndose disgustado por prestigio perdido de la hierba sintética, se vio obligado a buscar nuevas opciones y a invertir en el desarrollo de nuevos materiales y sistemas constructivos para tratar

de renacer. Y así fue, pues a principio del siglo XXI el Césped Artificial resurgió, apareciendo en 1997 la denominada tercera generación, la cual ha ido evolucionando y persiste hoy en día. Se trata de un Césped Artificial más seguro, más resistente, y de características más cercanas a las de la hierba natural. De fibras de hasta 60mm de altura, la tercera generación del césped sintético se diferencia actualmente de sus predecesoras por la incorporación de fibras de polietileno de muy baja abrasión y mayor durabilidad que el polipropileno, por contar con hilos de una única estructura llamados monofilamentos, y por agregar sobre la arena de sílice, caucho granulado como relleno añadido (TeamGrass, 2013).

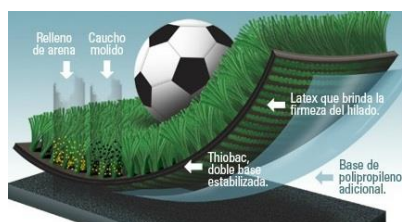
Este nuevo sistema, ha aportado numerosas mejoras en el terreno de juego: Menor abrasión, mayor amortiguación y capacidad de absorción de impactos, mayor durabilidad y en consecuencia, una mayor aproximación a la hierba natural. El adelanto del diseño y estructura del césped artificial ha supuesto evidentes avances para la salud de los jugadores (reducción del número de lesiones, menor sensación de fatiga), y un considerable ahorro de los administradores de las instalaciones deportivas (TeamGrass, 2013).

### 2.2.2 Características

Puede instalarse en lugares donde se realiza cualquier tipo de deporte o actividad, ya que su consistencia resulta muy cómoda para correr continuamente, y su forma y la amortiguación que ofrece la alfombra es muy útil en caso de producirse caídas, ya sean grandes o pequeñas (TeamGrass, 2013).

#### *Ilustración 1.*

#### *Césped sintético*



Fuente: TeamGrass

### **2.2.3 Instalación del césped sintético**

La instalación de un campo deportivo de césped artificial dura un promedio de tres a seis semanas. Dependiendo del deporte y del uso se elige el tipo de subsuelo, el material de relleno (arena, caucho) y la fibra de césped artificial. Cada escenario deportivo de césped artificial se elabora a medida (TeamGrass, 2013). En general pueden distinguirse los siguientes pasos en el proceso de instalación:

- Excavar el terreno
- Compactación del terreno
- Instalar una capa de drenaje
- Desenrollar y colocar los rollos de césped artificial
- Rellenar con arena y/o caucho
- Cosido del material
- Instalación de líneas de color
- Cepillado de la cancha

### **2.2.4 Mantenimiento**

El mantenimiento periódico de las canchas instaladas con césped sintético es realizado de la siguiente manera:

- Cepillado y reposición del relleno: Periódicamente es importante cepillar la cancha para nivelar el relleno de arena y caucho granulado que puede haberse movido de lugar y en caso de pérdida del relleno este deberá ser añadido nuevamente en los espacios necesarios.
- Limpieza permanente: Es importante conservar la cancha limpia de impurezas que puedan obstruir el drenaje adecuado del agua en el sistema de evacuación. Esto prolongará la vida útil del césped artificial.

De realizarse un mantenimiento constante, un campo deportivo de césped artificial puede durar 15 años. O sea, un esfuerzo comparativamente limitado para años de diversión y calidad fiable (TeamGrass, 2013).

## **2.3 Empresa**

### **2.3.1 Definición de empresa**

Palacios, Luis (2012, pág. 55) afirma: *“La empresa es un ente legal, con un organismo productivo que le permite procesar determinados bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado con capacidad de compra y que posee y administra un patrimonio propio”*.

Podemos concebir a la empresa como una entidad social con vida jurídica propia, que funciona conforme a las leyes vigentes, la cual recibe autorización para elaborar productos y/o servicios con el fin de cubrir necesidades del mercado.

### **2.3.2 Clasificación de las empresas**

#### **a) Clasificación de las empresas según su actividad**

Según la actividad a la que se dediquen podemos hablar de empresas del:

- Sector primario (agropecuario)
- Sector secundario (industria)
- Sector terciario (servicios) (Barría, 2014).

#### **b) Clasificación de las empresas según su tamaño**

Según su tamaño podemos hablar de:

- Grandes empresas

- Medianas empresas
- Pequeñas empresas
- Microempresas (Barría, 2014).

### c) Clasificación de las empresas según su constitución

En cuanto a la constitución de una empresa podemos hablar de distintos tipos:

- Empresas individuales
- Sociedades anónimas
- Sociedades de responsabilidad limitada (Barría, 2014).

## 2.4 Estudio de mercado

### 2.4.1 Definición de Estudio de mercado

Baca, Gabriel (2013, pág. 11) manifiesta: *“Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”*

El estudio de mercado es un proceso metódico de recolección y análisis de datos acerca de los clientes y competidores en el mercado; sus usos envuelven lanzar un nuevo producto o servicio, para ello se necesita identificar el mercado, oferta, demanda, la competencia que tendrá el producto, así como llevar a cabo proyecciones de la demanda insatisfecha.

### 2.4.2 Población

Es el conjunto de entidades o cosas respecto de los cuales se formula la pregunta de la investigación, o lo que es lo mismo el conjunto de las entidades a las cuales se refieren las conclusiones de la investigación (Lagares, 2013).

### 2.4.3 Muestra

La muestra es un subconjunto de la población objeto de la Inferencia (Lagares, 2013).

Los objetivos de la extracción de una muestra de la población son dos:

- Restringir una cantidad de unidades de análisis que pueden ser medidas con los recursos disponibles.
- Que dicho conjunto de unidades de análisis sea representativo de la población, esto significa que idealmente se espera que para toda propiedad de interés, la distribución de dicha propiedad en la muestra sea igual a la distribución de la misma en la población.

### 2.4.4 Encuesta

García, Manuel (2010, pág. 27) define: *“es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, empleando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”*

Las características de una encuesta son:

- La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que declaran los interesados.
- Facilita una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una población entera.

Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la colectividad.



### **2.4.5 Entrevista**

García, Manuel (2010, pág. 35) manifiesta: *“entrevista es una conferencia de dos o más personas que concurren a un lugar destinados para tratar o resolver un asunto predeterminado”*

La entrevista es el instrumento más importante de la investigación junto con la elaboración del cuestionario. En una entrevista además de conseguir los resultados subjetivos del encuestado acerca de las preguntas del cuestionario, se puede observar la realidad circundante, anotando el encuestador además de las repuestas tal cual salen de la boca del que contesta, los aspectos que considere pertinentes a lo largo de la entrevista.

### **2.4.6 Cuestionario**

García, Manuel (2010, pág. 42) dice: *“El cuestionario es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y son contestados por los encuestados. Se trata de un instrumento esencial para la obtención de datos”*.

El cuestionario se debe redactar una vez que se ha establecido el objetivo de la encuesta, se han desarrollado los objetivos específicos, de tal modo que las preguntas que se hagan correspondan a la información que se desea obtener. No debe precipitarse el investigador en la confección del cuestionario porque es la pieza principal en la obtención de los fines planteados.

### **2.4.7 Mercado**

Araujo, David (2012, pág. 87) dice: *“Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada”*.

De la definición citada puedo concluir que el mercado es el lugar físico o virtual en que

concurrir las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y/o servicios a un determinado precio.

#### **2.4.8 Oferta**

Baca, Gabriel (2013, pág. 55) dice: *“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”*.

El autor manifiesta que la oferta indica la cantidad de productores o vendedores que existen de un determinado bien o servicio, y están en capacidad de poner a disposición del mercado, durante un periodo de tiempo y a un precio determinado.

#### **2.4.9 Demanda**

Méndez, José (2012, pág. 182) dice: *“la cantidad de productos y servicios que pueden adquirirse a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores”*.

Por lo tanto la demanda son el número de posibles compradores de un bien y/o servicio a un precio establecido en un momento determinado.

#### **2.4.10 Demanda insatisfecha**

Méndez, José (2012, pág. 184) manifiesta: *“Es la demanda a la cual va dirigido el proyecto, porque la oferta actual, no alcanza a cubrir este aspecto”*.

Es importante porque para determinar la demanda insatisfecha o potencial que se deriva de un análisis de la oferta y la demanda, lo cual facilita tener clara la situación de los posibles clientes y saber si el proyecto es posible.

#### **2.4.11 Producto**

Muñiz, Rafael (2013, pág. 149) menciona: *“Es un conjunto de características y atributos tangibles e intangibles que el comprador acepta, en principio como algo que va a satisfacer sus necesidades.”*

El producto es el bien o servicio que se pone a disponibilidad del mercado que tiene como finalidad satisfacer una necesidad presente.

#### **2.4.12 Precio**

Baca, Gabriel (2013, pág. 44) afirma: *“Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”*

Partiendo de la definición mencionada se puede decir que precio es el valor asignado a un bien o servicio de manera que el vendedor satisfaga la demanda del comprador. El precio es un indicador de abundancia o carencia de un bien o servicio.

#### **2.4.13 Comercialización**

Baca, Gabriel (2013, pág. 56) manifiesta: *“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.*

La comercialización es un conjunto de actividades, enfocadas a la venta de un bien o servicio desde el productor hacia el consumidor, en un tiempo determinado y a un precio preestablecido. Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y hallar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

#### **2.4.14 Publicidad**

Muñiz, Rafael (2013, pág. 39) afirma: *“Es el medio de comunicación directo e indirecto que utiliza la empresa para complementar su proceso de marketing”*.

Es considerada una de las herramientas más eficaces de la mercadotecnia y específicamente de la promoción, se utiliza para dar a conocer un mensaje concerniente a un producto o servicio. Este tipo de publicidad es pagada por un patrocinador identificado: sean empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado o personas particulares, con el fin de informar, inducir o atraer posibles compradores.

### **2.5 Estudio técnico**

#### **2.5.1 Definición**

Baca, Gabriel (2013, pág. 79) afirma: *“El Estudio Técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”*.

Para complementar ésta definición se puede decir también que el estudio técnico sirve para hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.

#### **2.5.2 Tamaño del proyecto**

Baca, Gabriel (2013, pág. 85) dice: *“Es su capacidad instalada, se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”*.

El tamaño del proyecto es la capacidad que tiene la empresa para la puesta en marcha del proyecto, tanto en la materia prima, maquinaria, activos fijos y espacio físico.

### **2.5.3 Localización del proyecto**

Baca, Gabriel (2013, pág. 89) indica: *“La localización óptima es el costo mínimo de transporte, es decir, se decide a partir del peso y volumen de materias primas al igual que el volumen del producto final y la distancia de los mercado”*.

Radica en determinar cuál sería el sitio más apropiado para desarrollar un proyecto y de esa forma lograr que se obtenga la mayor rentabilidad o el mínimo costo unitario y sobre todo que este en un ambiente idóneo para los consumidores o clientes, esto a través del análisis de diferentes variables de localización

La elaboración del estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determina el lugar donde finalmente convendrá la ubicación del proyecto; siempre buscando la mayor utilidad y la reducción de costos.

### **2.5.4 Macrolocalización**

Morales, Arturo (2011, pág. 102) dice: *“Es el estudio que tiene por objetivo determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Puntualiza sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta”*.

La macro localización es el primer nivel a considerarse en la localización de un proyecto; ya que es el estudio donde se determina la región o territorio donde en base al análisis de factores influyentes en el proyecto resultará el lugar más oportuno para el desarrollo de este.

### **2.5.5 Microlocalización**

Morales, Arturo (2011, pág. 103) afirma: *“Es la selección específica del sitio o terreno que se*

*encuentra en la región que ha sido evaluada como la más conveniente, siendo este espacio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario”.*

Es la etapa donde partiendo de la macro localización se instaura condiciones específicas o particulares que permitan fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto; de forma análoga se debe considerar los factores influyentes en el estudio y establecer parroquia, dirección domiciliaria y croquis de ubicación.

### **2.5.6 Ingeniería del proyecto**

Baca, Gabriel (2013, pág. 93) sostiene: *“Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta”*

En esta fase del proyecto se establece la infraestructura de la empresa, es decir se debe señalar lo que va a tener la empresa y con qué va a contar para satisfacer las necesidades de los clientes, así como los equipos, los implementos y los factores a utilizar.

### **2.5.7 Procesos**

Araujo, David (2012, pág. 164) dice: *“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros)”.*

El proceso productivo es la transformación de insumos en un bien o servicio utilizando técnicas determinadas de combinación de factores y recursos; los cuales deben ser ordenados, calculados y controlados de manera que se consiga la eficiencia y ahorro de tiempo y recursos en las actividades.

### **2.5.8 Tecnología**

Caldentey, Pedro (2010, pág. 21) menciona: *“La comercialización comprende todas las operaciones que lleva consigo el movimiento de los productos y servicios desde la fábrica hasta el consumidor final”*.

La tecnología que se debe instaurar en una empresa ha de ser acorde a las necesidades y sobre todo al tipo de servicio o producto que desea sacar al mercado, ya que por medio de la tecnología tanto los servicios como los productos serán de mejor calidad, colmando las expectativas de los usuarios y consumidores.

Una de las particularidades principales en la creación de nuevos proyectos es la selección correcta de tecnología, es decir el conjunto de conocimientos técnicos, equipo y procesos que se emplean para obtener el bien o la prestación del servicio.

### **2.5.9 Inversión**

Mera, Jhonny (2013, pág. 148) establece: *“La inversión desde el punto financiero es la asignación de recursos en el presente con el fin de obtener unos beneficios al futuro”*.

La inversión permite la implementación tanto de los insumos, como de la maquinaria u otros materiales que se precise para el funcionamiento de la empresa, la inversión puede ser financiera o por medio de aportes de cada accionista, esto dependerá de cada administrador de la entidad.

### **2.5.10 Inversión diferida**

Araujo, David (2012, pág. 105) afirma: *“Esta inversión diferida se integra con las erogaciones para llevar a cabo la inversión del proyecto, desde el surgimiento de la idea hasta su ejecución y puesta en marcha”*.

Según el concepto anterior, la inversión diferida se refiere a los gastos pre operativos, es decir son aquellos gastos que incurren al iniciar la actividad económica.

### **2.5.11 Capital de trabajo**

Baca, Gabriel (2013, pág. 120) dice: *“El Capital de Trabajo es el dinero necesario para mantener la empresa en funcionamiento”*.

El capital de trabajo es contar con la capacidad para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. Puede calcularse como el excedente de los activos sobre los pasivos de corto plazo. Se trata de una herramienta muy trascendental para el análisis interno de la empresa, ya que muestra una relación muy estrecha con las operaciones diarias del negocio.

## **2.6 Estudio financiero**

### **2.6.1 Definición de estudio financiero**

Baca, Gabriel (2013, pág. 137) dice: *“El Estudio Financiero ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y confecciona los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”*.

Es muy importante destacar que el estudio financiero permite simular o proyectar, es manejar un escenario optimista de la empresa, para tener una apreciación de los resultados aproximados que la empresa va a conseguir cuando ya se ponga en marcha.

### **2.6.2 Ingreso**

Bravo, Mercedes (2013, pág. 65) afirma: *“Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”*.



Ingreso es todo aquel beneficio en términos monetarios o especie que percibe una persona o empresa por la venta de un bien o servicio.

### **2.6.3 Egreso**

Bravo, Mercedes (2013, pág. 65) menciona: *“Constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales, etc.”*

Se nombra egreso a la salida de dinero de una empresa ya sea este en movimiento de caja o bancario, se puede señalar que a medida que aumente los egresos las utilidades pueden decrecer generando inconvenientes de solvencia en la entidad.

### **2.6.4 Gastos administrativos**

Morales, Arturo (2011, pág. 148) define: *“Son todos aquellos costos y gastos que se requieren para dirigir y operar la empresa normalmente.”*

Son todos los gastos que se efectúan en el área administrativa de la empresa por ejemplo el pago de remuneraciones, utilización de servicios básicos en la parte administrativa, suministros, honorarios, viáticos, subsistencias, entre otros.

### **2.6.5 Gastos financieros**

Araujo, David (2012, pág. 109) afirma: *“Estos gastos se refieren al pago de intereses sobre créditos presupuestados para el proyecto”.*

La tasa de interés y las condiciones de pago obedecen a la selección que se efectúe sobre las diversas fuentes de recursos crediticios.

### **2.6.6 Depreciación**

Mera, Jhonny (2013, pág. 131) afirma: *“El término depreciación se refiere, en el ámbito de la*

*contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia”.*

Luego de leer y analizar la definición presentada anteriormente puedo mencionar que la depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil.

### **2.6.7 Estados financieros**

*Anzola, Sérvulo (2010, pág. 211) dice: “El objetivo principal de los estados financieros es el de reflejar la situación económica de la empresa, estos informes permiten evaluar si la inversión realizada por los socios de la empresa produce resultados positivos, a través de la rentabilidad en el corto, mediano o largo plazo. Si por el contrario, producen pérdida; evaluar las fallas para aplicar los correctivos necesarios.”*

Los estados financieros son informes que usan las empresas para informar la situación económica y financiera y además sobre los cambios que experimenta la entidad a una fecha o periodo determinado. Toda la información de los estados financieros resulta útil para la administración, reguladores y demás interesados como los accionistas

### **2.6.8 Balance general**

*Anzola, Sérvulo (2010, pág. 211) manifiesta: “El Balance General presenta la situación financiera de la organización en un momento dado. Este abarca información del flujo y el estado de resultados, incluyendo partidas que están por cobrarse y/o por pagarse”.*

El Balance General es un resumen de todo lo que tiene la empresa, lo que debe, lo que le deben y lo que efectivamente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.

### **2.6.9 Estado de resultados**

Anzola, Sérvulo (2010, pág. 213) dice: *“Este estado compara hechos de la operación: ingresos versus costos y gastos en un periodo fiscal, generalmente un año gravable, y permite determinar las utilidades gravables, los impuestos y las utilidades netas”*.

El Estado de Resultados es un estado financiero que exhibe ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado, a base de la diferenciación de los ingresos y egresos que generó la empresa en un periodo determinado.

### **2.6.10 Estado de flujo de efectivo**

Mera, Jhonny (2013, pág. 196) afirma: *“El estado de Flujo de Efectivo permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo de la empresa y determina los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o los préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición positiva al final de cada periodo.*

El Estado de Flujo de Efectivo es útil porque provee a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la empresa tiene para generar efectivo y equivalentes al efectivo.

### **2.6.11 Valor Actual Neto (VAN)**

Córdoba, Marcial (2011, pág. 119) dice: *“Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte”*.

Este indicador muestra el monto de beneficios reales que un proyecto aportaría al

inversionista y considera el valor cronológico del dinero de inversión y de los ingresos que se alcanzará en su operatividad actualizada a una tasa contable o costo de oportunidad.

### **2.6.12 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Córdoba, Marcial (2011, pág. 123) afirma: *“La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”*

La tasa interna de retorno TIR, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

### **2.6.13 Período de recuperación de la inversión**

Córdoba, Marcial (2011, pág. 124) dice: *“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Proporciona información tanto del riesgo como de la liquidez de un proyecto”*.

El período de recuperación de la inversión es un índice que mide técnicamente el tiempo establecido para recuperar la inversión total del proyecto, es decir que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a la inversión del proyecto.

### **2.6.14 Relación Costo / Beneficio**

Córdoba, Marcial (2011, pág. 128) manifiesta: *“Es un análisis muy pertinente para proyectos de inversión en mercados financieros porque nos establece niveles de decisión”*.

La Relación Costo/Beneficio matemáticamente es igual a la sumatoria del valor presente de los ingresos actualizados a una tasa de interés dividido para la inversión inicial del

proyecto actualizado a la misma tasa. Es un indicador financiero de importancia ya que identifica los beneficios del proyecto en relación a la inversión inicial que requiere el mismo, para su aprobación deberá ser positivo.

### **2.6.15 Punto de equilibrio**

Baca, Gabriel (2013, pág. 151) dice: *“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. En primer lugar hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad, sino que sólo es una importante referencia a tomar en cuenta”*.

El Punto de Equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de comercializar determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

## **2.7 Estudio organizacional**

### **2.7.1 Definición**

Robbins, Stephen (2010, pág. 72) dice que: *“El Estudio Organizacional analiza la organización administrativa para la operación del proyecto. Para esto se definen los procesos, los cargos, las funciones y se determina los requerimientos de infraestructura, de personal y demás egresos propios de la operación. También se analiza los asuntos legales y forma como estos impactan económicamente al proyecto”*.

De acuerdo a lo que menciona el autor citado, se puede argumentar que el estudio organizacional sirve establecer una estructura base de cómo va a estar establecida la empresa, es decir permitirá conocer cuáles serán los aspectos legales que se deben tomar en cuenta al momento de su constitución, de igual forma se procede a identificar su posible organigrama estructural y funcional para que sea más fácil la correcta toma de decisiones.

### 2.7.2 Misión

Chiavenato, Idalberto (2011, pág. 93) afirma: *“Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas”*.

Tomando en cuenta la definición antes citada puedo decir que la misión sirve como base para el desarrollo de las actividades de toda empresa, es decir dentro de la misión se establece la razón de ser, o el motivo de la existencia de cada institución.

### 2.7.3 Visión

Chiavenato, Idalberto (2011, pág. 95) manifiesta: *“Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, y de la aparición de nuevas condiciones del mercado”*.

Basado en la definición anterior puedo recalcar que la visión es hacia dónde quiere llegar la empresa con el trascurso del tiempo, cuáles son sus aspiraciones a futuro.

### 2.7.4 Políticas

Prieto, Jorge (2013, pág. 78) menciona: *“Las políticas son los canales de decisión a lo largo del caminar hacia los fines de la empresa”*.

Las políticas son actividades encauzadas en forma ideológica a la correcta toma de decisiones de una empresa con el fin de obtener ciertos objetivos trazados. También se las puede conocer como una manera de establecer por escrito pautas con la intención de resolver,

disminuir o eliminar problemas que se estén presentando o se puedan presentar.

### **2.7.5 Valores**

Prieto, Jorge (2013, pág. 80) indica: *“Los valores son el fundamento de la convivencia, los principios rectores que sirven de base a las relaciones entre las personas. Los valores proporcionan sentido a la actuación de los individuos, en tanto que son miembros de una comunidad, permitiendo distinguir con claridad entre el bien y el mal. Lo correcto y lo incorrecto, lo deseable y lo detestable. Resulta casi imposible imaginar un grupo social que funcionara sin tener valores compartidos por sus integrantes, porque la carencia de los mismos significa caos.”*

Los valores son cualidades que tiene cada persona, con los cuales expresan la calidad de ser humano que son, en la esfera empresarial se puede decir que los valores son los aspectos innatos con los que se pueda contraatacar a la competencia y salir airoso.

### **2.7.6 Organigrama**

Robbins, Stephen (2010, pág. 79) dice: *“Es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Simboliza las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización”*

El organigrama es un modelo genérico y ordenado, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización.

### **2.8 Impactos**

Robbins, Stephen (2010, pág. 142) dice: *“Es la identificación de cambios que el proyecto genera sobre elementos que aportan o inciden sobre el bienestar, es decir son los efectos directos o indirectos ya sea en el ámbito social, político, empresarial, educativo,*

*ambiental, etc”.*

En resumen, se puede aseverar que en el proceso de identificar el impacto del proyecto, es necesario siempre tener en cuenta el mismo objetivo de la evaluación económica: el de identificar la manera en que el proyecto contribuye al bienestar de la colectividad.

### **2.8.1 Impacto económico**

El impacto económico se refiere a que por medio de un determinado proyecto se pueda crear mayores fuentes de trabajo para profesionales que se encuentran desempleados o subocupados o en su defecto si va a repercutir de manera negativa en la sociedad económicamente hablando (Libera, 2012).

### **2.8.2 Impacto social**

Este impacto se refiere a los efectos y cambios que se pueden presentar mediante la intervención de un proyecto sobre la comunidad en general (Libera, 2012).

### **2.8.3 Impacto ambiental**

Se entiende por impacto ambiental el efecto que se produce al implementar un nuevo proyecto sobre el medio ambiente en sus diferentes aspectos sea de forma beneficiosa o perjudicial (Libera, 2012).



## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción del estudio de mercado**

Este capítulo se enfoca al análisis de la demanda, oferta, precios y competencia relativos al servicio de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra.

El presente estudio de mercado tiene como finalidad determinar aspectos como la identificación del servicio que se pretende ofrecer, la existencia real de la demanda, la identificación de la competencia, la importancia de las estrategias y mecanismos de mercadeo.

En la investigación primaria se efectuó encuestas a potenciales clientes, que para el caso del proyecto son hombres y mujeres que tengan entre 18 y 50 años; que vivan en las parroquias San Francisco, El Sagrario y Caranqui del cantón Ibarra; y que se encuentren en un estrato socioeconómico medio, medio alto o alto.

En la investigación secundaria se obtuvo información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre la población del cantón Ibarra.

#### **3.2 Objetivos**

##### **3.2.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para analizar la aceptación del servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra, a través de la determinación y el análisis de la oferta, demanda, precio, plaza y promoción en el área de mi investigación.

### **3.2.2 Objetivos específicos**

- Analizar la demanda del servicio de canchas de fútbol de césped sintético.
- Evaluar la oferta del servicio de canchas de fútbol de césped sintético.
- Establecer el precio razonable y accesible al consumidor.
- Estudiar las estrategias de comercialización del servicio.

### **3.3 Variables e indicadores**

#### **3.3.1 Oferta**

- Análisis de competencia
- Características del servicio que ofertan
- Cantidad total ofertada
- Proyección de la oferta

#### **3.3.2 Demanda**

- Mercado Meta
- Segmentación
- Cantidad total demandada
- Demanda Insatisfecha
- Proyección de la Demanda

#### **3.3.3 Precios**

- Análisis de precios actuales

#### **3.3.4 Publicidad**

- Análisis de medios de publicidad

### 3.4 Matriz de relación del estudio de mercado

#### Cuadro 3.

#### Matriz de relación del estudio de mercado

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTO	PÚBLICO META
Realizar un estudio de mercado para analizar si es factible o no la implementación de una empresa que preste el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra, a través de la determinación y el análisis de la oferta, demanda, precio y competencia en el área de mi investigación	Analizar la demanda del servicio de canchas de fútbol de césped sintético	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de competencia</li> <li>- Características del servicio que ofertan</li> <li>- Cantidad total ofertada</li> <li>- Proyección</li> </ul>	Primaria	Observación	Población de las parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario y Caranqui
	Evaluar la oferta del servicio de canchas de fútbol de césped sintético	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado Meta</li> <li>- Segmentación</li> <li>- Cantidad Total Demandada</li> <li>- Demanda Insatisfecha</li> <li>- Proyección De La Demanda</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Población de las parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario y Caranqui
	Establecer el precio razonable y accesible al consumidor	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de precios actuales</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Población de las parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario y Caranqui
	Estudiar las estrategias de comercialización del servicio	Publicidad Promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de medios de publicidad</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Población de las parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario y Caranqui

Fuente: Propia

Elaborado por: El Autor

### **3.5 Identificación del producto**

El servicio de alquiler de la cancha sintética de alquiler al público posee las siguientes características:

- El tiempo de alquiler de la cancha es de 2 horas para un máximo de 22 personas simultáneamente o una hora en caso que los clientes opten por jugar indor únicamente para 14 personas.
- Césped sintético de color verde de 6 centímetros de altura.
- Las dimensiones de la cancha son de 90 metros de largo por 45 metros de ancho, medidas que están acordes a los estándares FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado) para la práctica del fútbol.
- El lugar contará con 4 gradas de cemento y cubiertas a lo largo del costado de la cancha.
- El estacionamiento tiene capacidad para 25 vehículos.
- Existirán baños separados para hombres y mujeres que cada uno estará provisto de 3 inodoros, 3 lavabos y además el baño de hombres contará con 4 urinarios.
- Se proveerá a cada equipo un camerino.
- Existirá un Minimarket para venta de agua y bebidas energizantes.

### **3.6 Segmentación del mercado**

#### **3.6.1 Población**

Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Ibarra tiene una población en el área urbana de 139.721 habitantes de los cuales 67.165 son hombres y 72.556 son mujeres.

**Tabla 14.*****Población urbana de Ibarra por género***

GENERO	CASOS	PORCENTAJE
Hombres	67.165	48,07%
Mujeres	72.556	51,93%
Total	139.721	100,00%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

La población urbana de Ibarra se encuentra distribuida según su género y edad de la siguiente manera:

**Tabla 15.*****Segmentación de la población urbana de Ibarra por edad***

RANGO DE EDAD	HOMBRES	PORCENTAJE	MUJERES	PORCENTAJE
De 0 a 9 años	13.332	19,85%	12.892	17,76%
De 10 a 19 años	13.838	20,60%	13.633	18,83%
De 20 a 29 años	11.608	17,28%	12.697	17,50%
De 30 a 39 años	9.148	13,62%	10.717	14,77%
De 40 a 49 años	7.521	11,20%	8.904	12,27%
Más de 50 años	11.718	17,45%	13.713	18,87%
Total	67.165	100,00%	72.556	100,00%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

Según el Censo 2010 la población se divide en función de su estrato económico así:

**Tabla 16.*****Porcentajes de estratificación de la población urbana de Ibarra***

ESTRATO ECONÓMICO	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Alto	2.655	1,9%
Medio alto	15.649	11,2%
Medio	31.856	22,8%
Medio Bajo	68.743	49,2%
Bajo	20.818	14,9%
Total	139.721	100%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

Combinando información del censo 2010 con el PDOT se establece que la población urbana del cantón Ibarra se encuentra distribuida por parroquias de la siguiente manera:

**Tabla 17.****Población urbana de Ibarra por parroquias**

<b>Parroquia</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Alpachaca	13.972	10,00%
San Francisco	43.912	31,43%
El Sagrario	35.928	25,71%
El priorato	19.960	14,29%
Caranqui	25.948	18,57%
<b>Total</b>	<b>139.721</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC 2010 y PDOT cantón Ibarra  
Elaborado por: El Autor

**3.6.2 Mercado meta**

El servicio se dirigirá a los hombres y mujeres de 18 a 50 años que vivan en las parroquias urbanas San Francisco, El Sagrario y Caranqui que tengan un estrato socio económico alto, medio alto o medio. De la información del Censo INEC 2010 que ha sido citada mediante tablas se obtiene que el 48,21% de la población tiene entre 18 y 50 años; el 75,71% de la población vive en las parroquias San Francisco, El Sagrario y Caranqui; el 35,90% de la población integra los estratos económicos alto, medio alto y medio. Por lo tanto si acoplamos los factores que limitan nuestro mercado meta se establece que 13,1045% de la población urbana de Ibarra las cumple, lo que da un total de 18.310 personas.

**3.6.3 Muestra**

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{N * z^2 * pq}{e^2(N - 1) + (z^2 * pq)}$$

Dónde:

n es el tamaño de la muestra

N es el tamaño de la población

z es el nivel de confianza (95%)

p es la probabilidad positiva (0,15)

q es la probabilidad negativa (0,85)

e es el error (5%)

Reemplazando los valores se tiene:

$$n = \frac{18310 * (1,95^2) * (0,15 * 0,85)}{0,05^2 * (18310 - 1) + ((1,95^2) * (0,15 * 0,85))} = \frac{8968,31}{46,26}$$

$$n = 195$$

Como tamaño de la muestra se tiene 195 encuestas.

### 3.7 Encuesta

Para la recopilación de datos se utilizó como herramienta a la encuesta, misma que permitirá conocer y obtener datos específicos del mercado meta. Se realizaron 195 encuestas a individuos del mercado meta descrita anteriormente.

#### 3.7.1 Análisis y presentación de la información obtenida luego de realizar las encuestas

Para realizar el análisis de la información lograda, se realizan tablas que contienen los datos obtenidos. Además la información será representada mediante gráficos estadísticos y finalmente se efectúa una interpretación o análisis de la información recabada sobre el presente proyecto.

### Pregunta 1 ¿Practica usted fútbol en su tiempo libre?

**Tabla 18.**

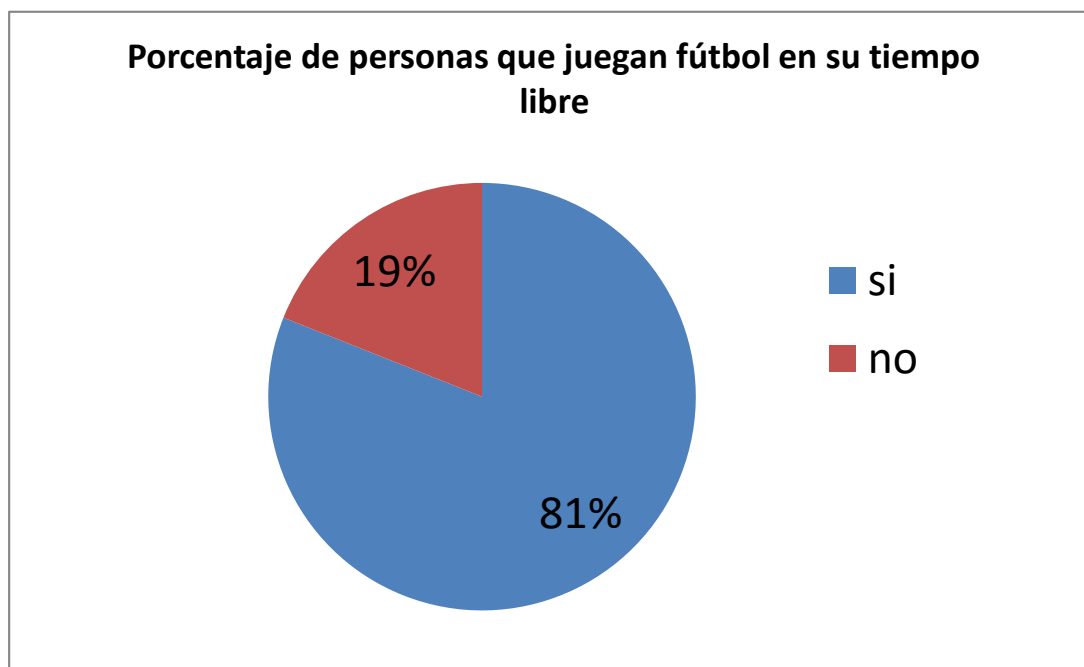
**Porcentaje de personas que juegan fútbol en su tiempo libre**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
si	158	81,03%
no	37	18,97%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 1.**

**Porcentaje de personas que juegan fútbol en su tiempo libre**



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### Interpretación:

La gran mayoría de los ciudadanos de Ibarra de un estrato socioeconómico medio, medio alto y alto juegan fútbol en sus tiempo libre debido a que es un deporte masivo en el que no se necesitan mayores implementos para jugarlo, lo que da un mercado potencial de 14.836 personas.



## Pregunta 2 ¿Con qué frecuencia practica usted éste deporte?

**Tabla 19.**

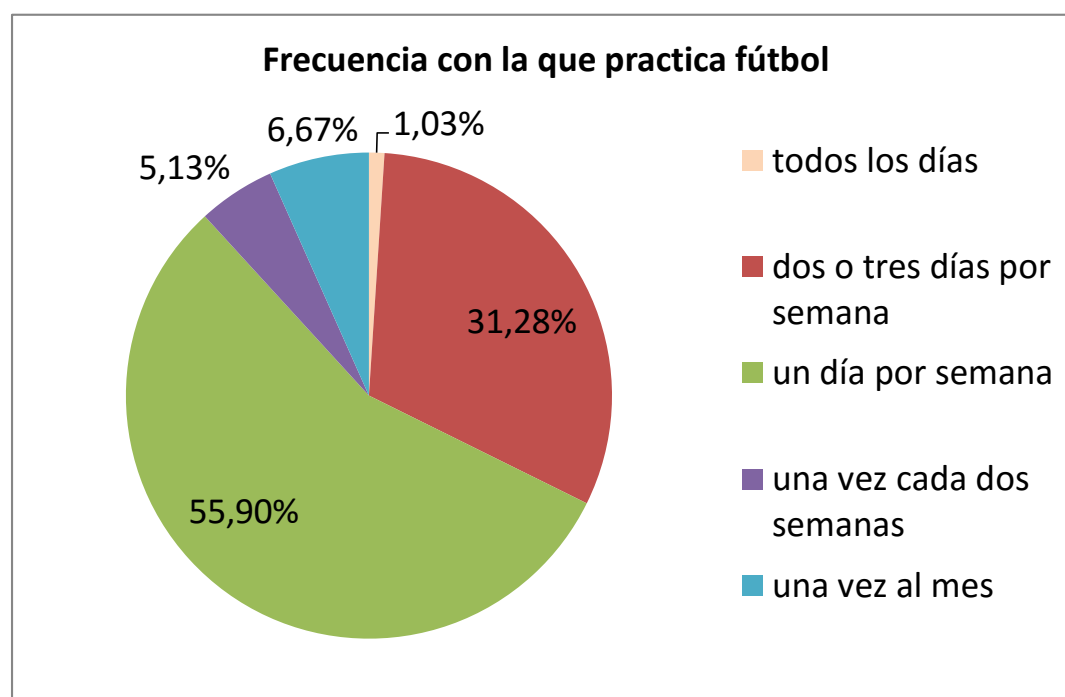
### *Frecuencia con la que practican fútbol*

Variable	Frecuencia	Total
todos los días	2	1,03%
dos o tres días por semana	61	31,28%
un día por semana	109	55,90%
una vez cada dos semanas	10	5,13%
una vez al mes	13	6,67%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 2.**

### *Frecuencia con la que practican fútbol*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### **Interpretación:**

A partir de los datos obtenidos la mayoría de la población objeto de estudio practica fútbol mínimo un día a la semana en función del tiempo que disponen.

### Pregunta 3 Señale el tipo de campeonatos de fútbol en los que usted participa

**Tabla 20.**

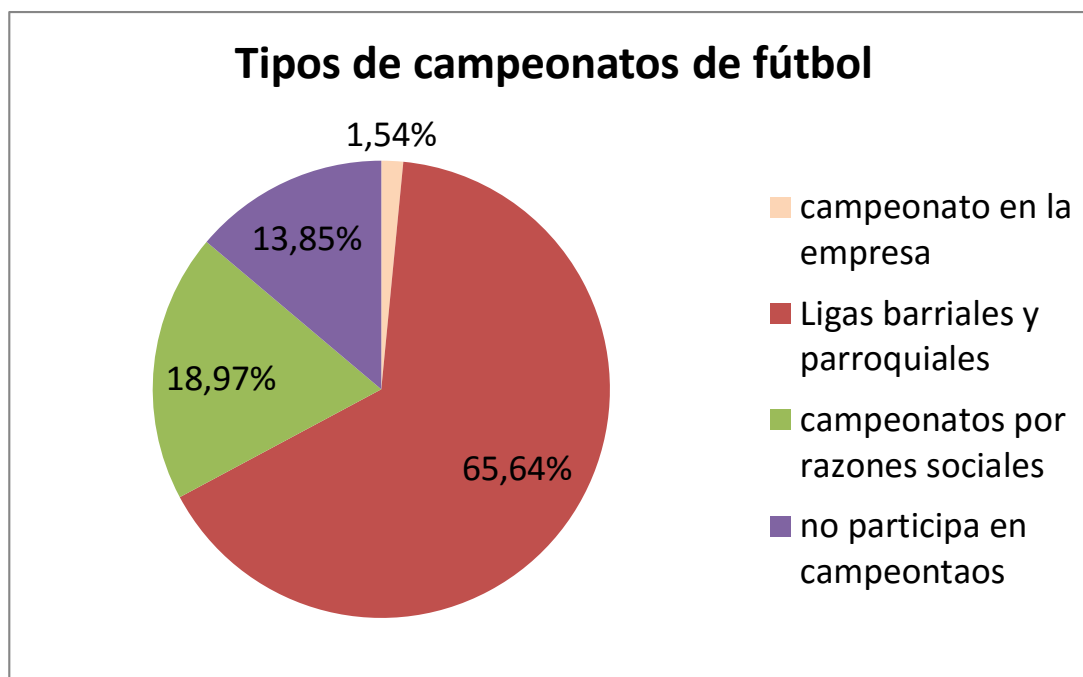
#### *Tipo de campeonatos de fútbol*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
campeonato en la empresa	3	1,54%
Ligas barriales y parroquiales	128	65,64%
campeonatos por razones sociales	37	18,97%
no participa en campeonatos	27	13,85%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 3.**

#### *Tipo de campeonatos de fútbol*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

#### **Interpretación:**

Se determina que más de la mitad de personas que practican el fútbol lo hacen en los campeonatos organizados por las ligas barriales y parroquiales con lo cual se evidencia que la práctica de éste deporte se lleva a cabo de manera seria y organizada.

**Pregunta 4 La cancha o estadio donde usted juega fútbol es:**

**Tabla 21.**

**Lugar en el que practica fútbol**

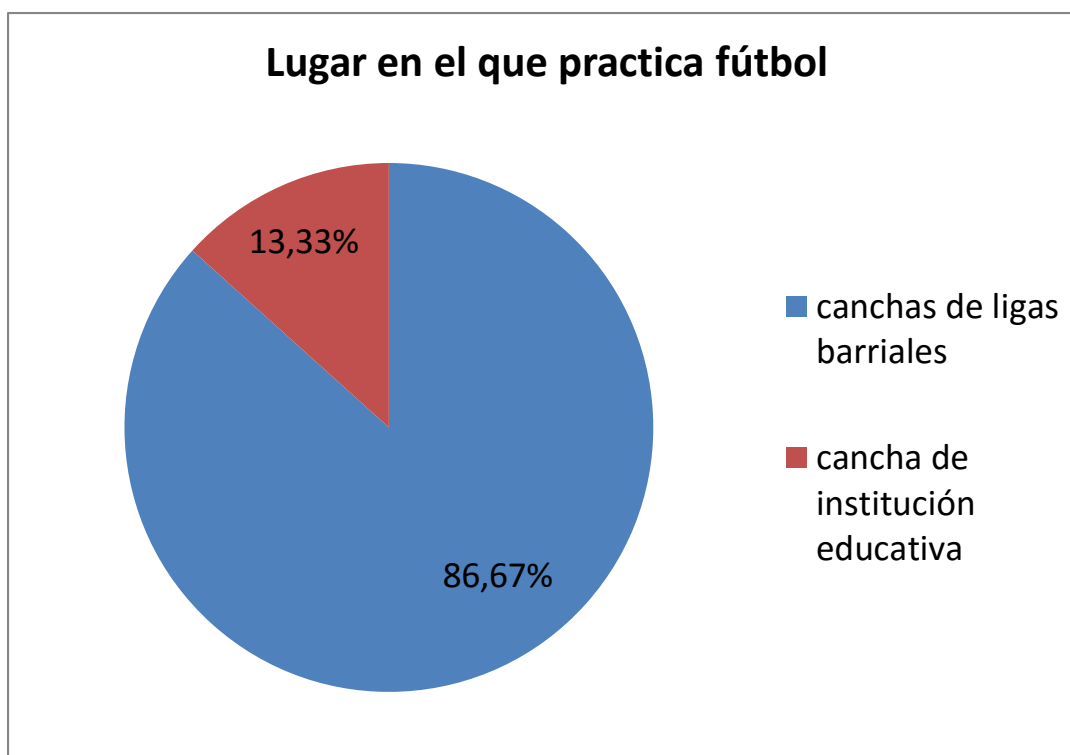
Variable	Frecuencia	Porcentaje
canchas de ligas barriales	169	86,67%
cancha de institución educativa	26	13,33%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

**Gráfico 4.**

**Lugar en el que practica fútbol**



Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

**Interpretación:**

Las canchas que son propiedad de las ligas barriales y parroquiales son las preferidas para llevar a cabo los partidos de fútbol del mercado meta de mi proyecto y una parte minoritaria accede a canchas de instituciones educativas.

**Pregunta 5 ¿De qué superficie es la cancha donde usted practica fútbol?**

**Tabla 22.**

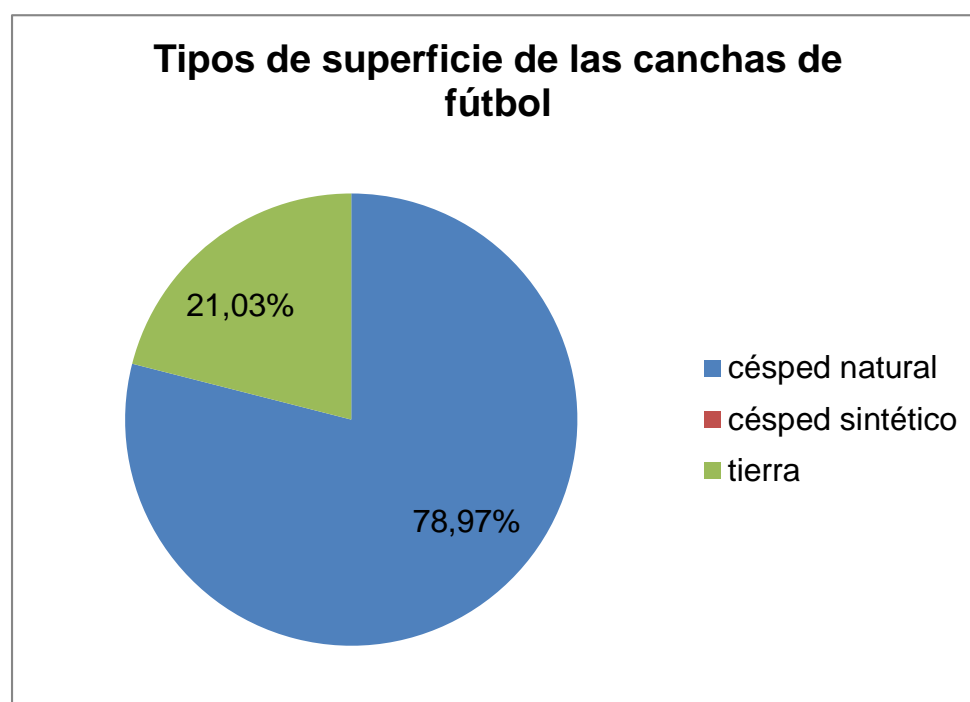
**Tipo de superficie de las canchas de fútbol**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
césped natural	154	78,97%
césped sintético	0	0,00%
tierra	41	21,03%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 5.**

**Tipos de superficie de las canchas de fútbol**



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Interpretación:**

De la información obtenida se concluye que la práctica del fútbol en el área de estudio se realiza principalmente en canchas de césped natural y no existe ninguna cancha de fútbol de césped sintético con las superficies para practicar dicho deporte en la modalidad original de once jugadores por cada equipo.

**Pregunta 6** Evalúe la importancia de las siguientes características que usted toma en cuenta para elegir el lugar donde jugar fútbol

**Pregunta 6a** Importancia del estado de la cancha

*Tabla 23.*

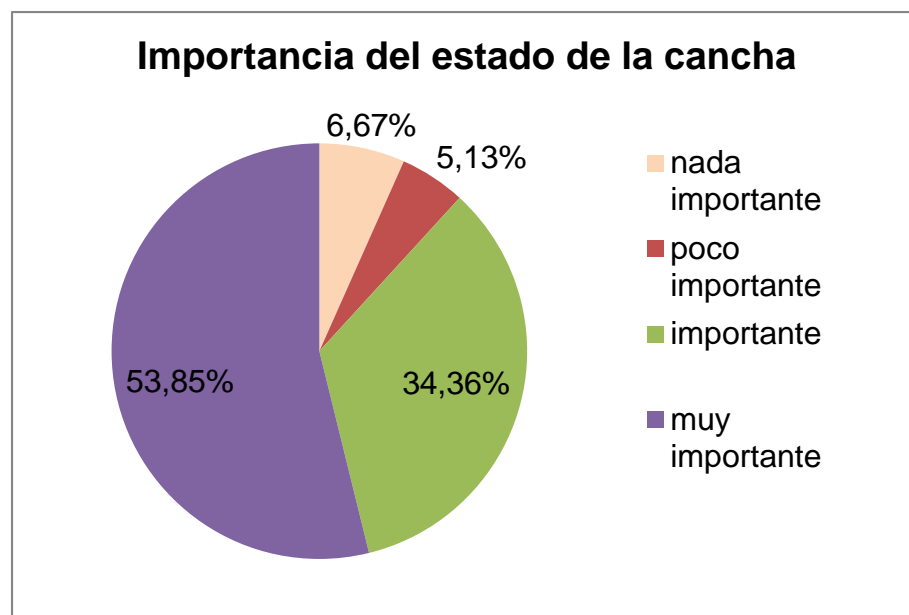
*Importancia del estado de la cancha*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
nada importante	13	6,67%
poco importante	10	5,13%
importante	67	34,36%
muy importante	105	53,85%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

*Gráfico 6.*

*Importancia del estado de la cancha*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Interpretación:**

De la información que obtuve se observa que la mayoría de los encuestados coinciden en opinar que el estado de la cancha de fútbol es muy importante ya que son conscientes que elegir una cancha en mal estado puede ocasionarles lesiones.

## Pregunta 6b Importancia del precio

**Tabla 24.**

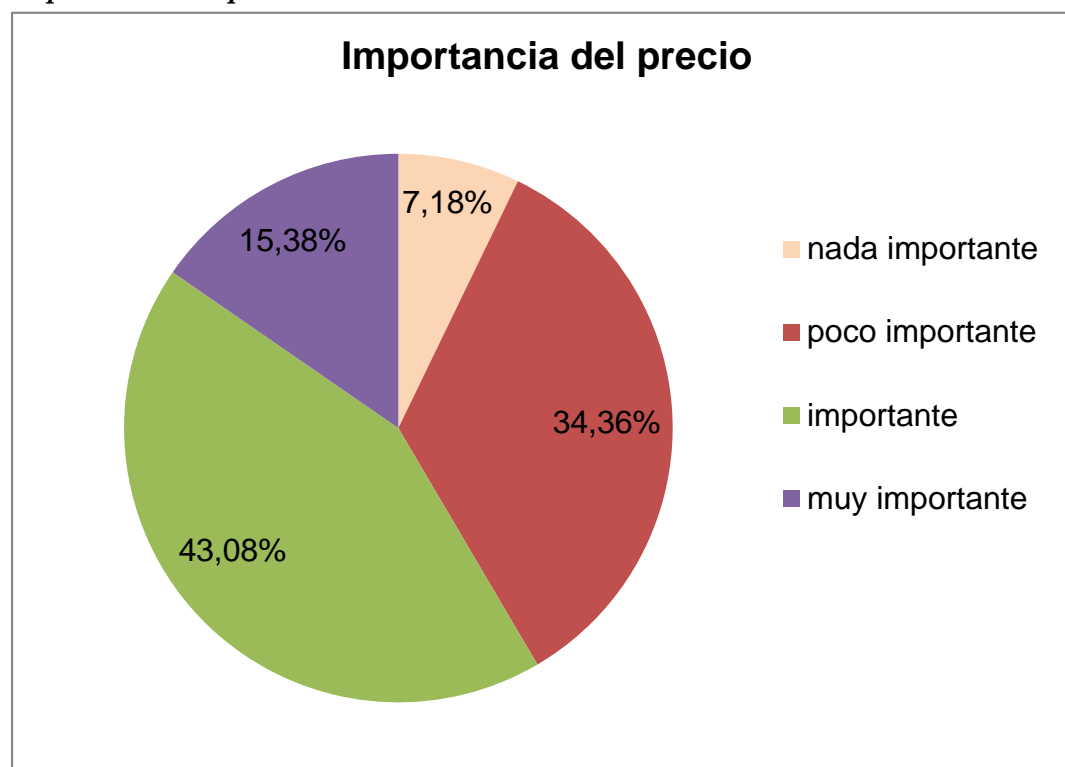
### *Importancia del precio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
nada importante	14	7,18%
poco importante	67	34,36%
importante	84	43,08%
muy importante	30	15,38%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 7.**

### *Importancia del precio*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### **Interpretación:**

En lo referente al precio de alquiler de cancha la opinión de los encuestados refleja que no es un aspecto fundamental al momento de la elección, creen que es importante pero el porcentaje no es contundente.

## Pregunta 6c Importancia de la cercanía al hogar

Tabla 25.

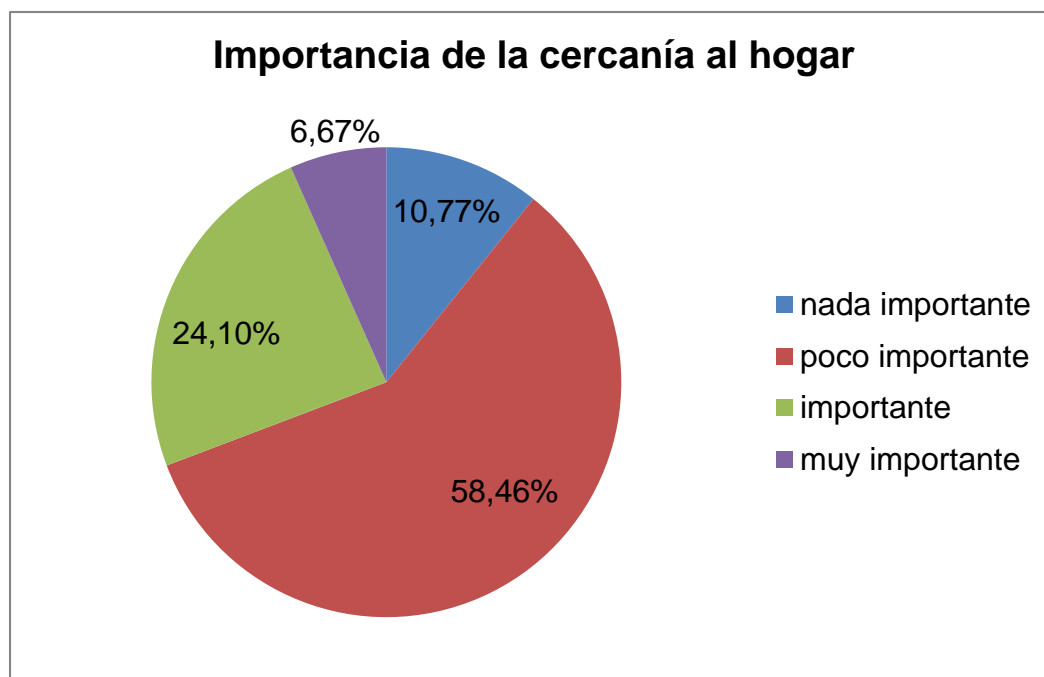
### Importancia de la cercanía al hogar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
nada importante	21	10,77%
poco importante	114	58,46%
importante	47	24,10%
muy importante	13	6,67%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### Gráfico 8.

#### Importancia de la cercanía al hogar



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### Interpretación:

La mayor parte de los encuestados coinciden que la ubicación de la cancha de fútbol a la que acuden es poco importante, lo cual quiere decir que están predispuestos a moverse y éste comportamiento del mercado potencial favorece las decisiones referentes a la micro localización de mi proyecto.

## Pregunta 6d Importancia del alumbrado de la cancha

**Tabla 26.**

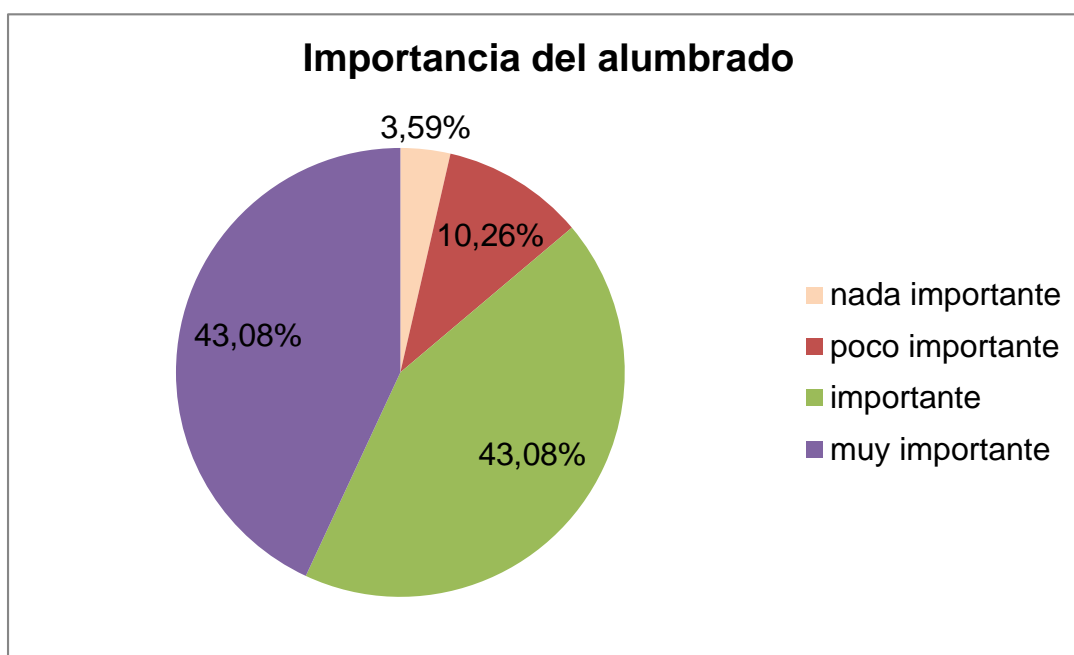
### *Importancia del alumbrado*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
nada importante	7	3,59%
poco importante	20	10,26%
importante	84	43,08%
muy importante	84	43,08%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 9.**

### *Importancia del alumbrado*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### **Interpretación:**

El alumbrado está considerado como importante y muy importante en la misma proporción, su opinión se debe a que los horarios elegidos con mayor énfasis son las horas de la noche.



## Pregunta 6e Importancia de la seguridad de la cancha de fútbol

Tabla 27.

### Importancia de la seguridad

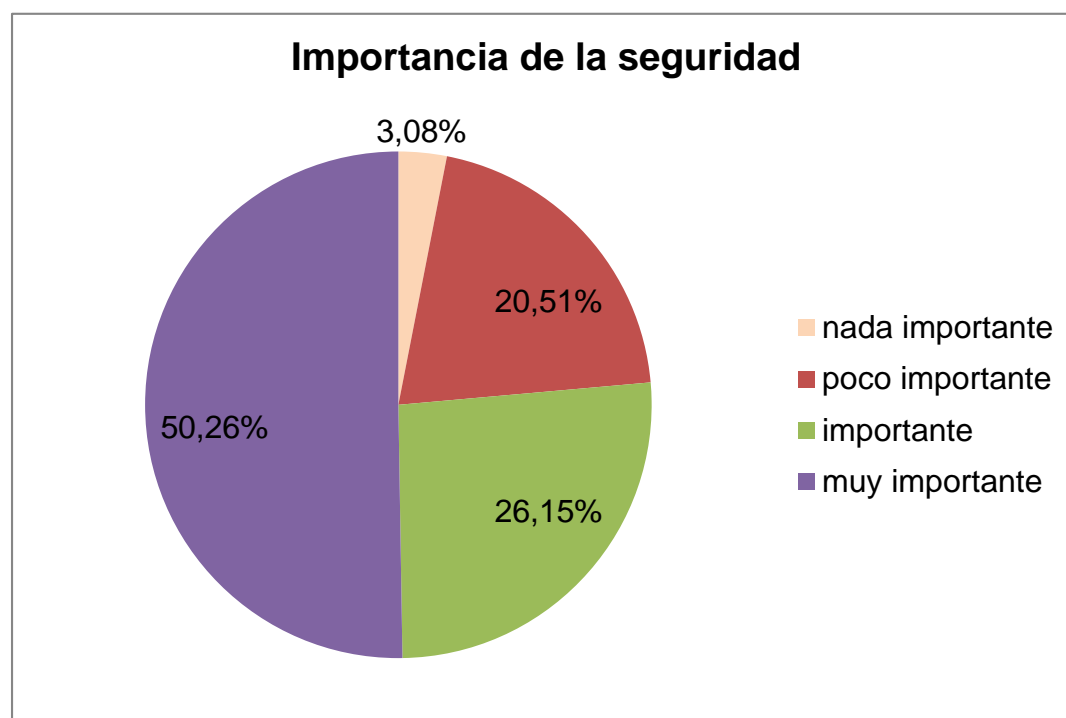
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
nada importante	6	3,08%
poco importante	40	20,51%
importante	51	26,15%
muy importante	98	50,26%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

Gráfico 10.

### Importancia de la seguridad



Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

### Interpretación:

Según la información obtenida la mitad de los encuestados consideran que la seguridad del establecimiento donde se encuentre la cancha de fútbol es muy importante ya que desean un ambiente de tranquilidad tanto personal como para sus pertenencias y sus acompañantes.

### Pregunta 7 ¿Por qué medio se entera usted de lugares para jugar fútbol?

**Tabla 28.**

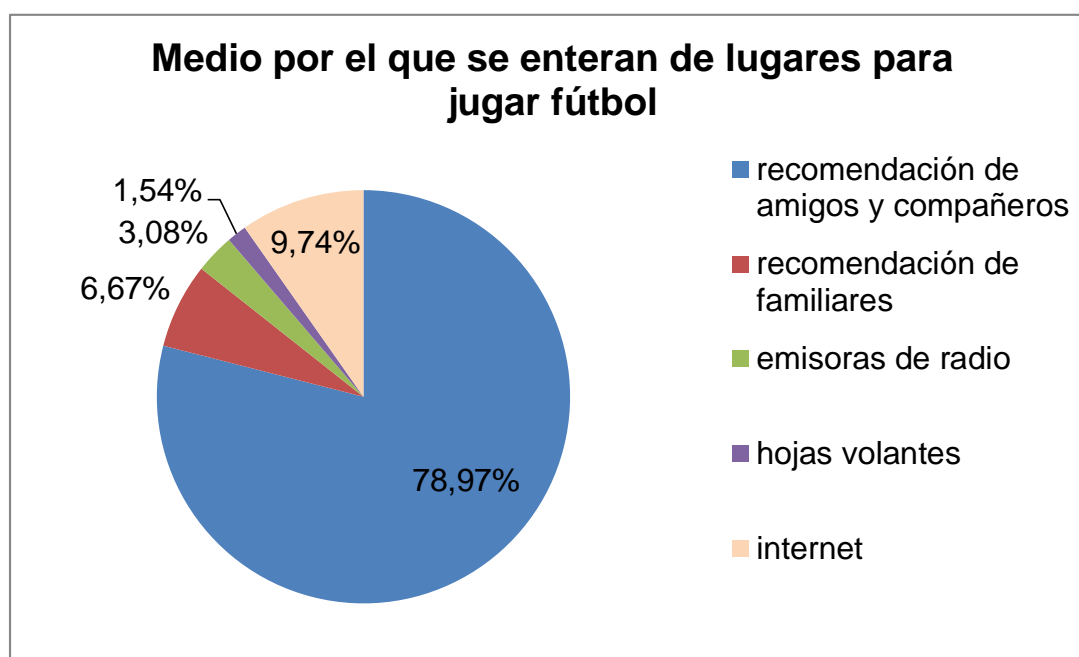
#### *Medio por el que se enteran de lugares para jugar fútbol*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
recomendación de amigos y compañeros	154	78,97%
recomendación de familiares	13	6,67%
emisoras de radio	6	3,08%
hojas volantes	3	1,54%
internet	19	9,74%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 11.**

#### *Medio por el que se enteran de lugares para jugar fútbol*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### **Interpretación:**

Las personas que practican fútbol en el área de estudio principalmente se enteran de la existencia de lugares existentes a través de recomendación de amigos y compañeros de trabajo por lo cual la mejor estrategia publicitaria es la que se los mismos clientes satisfechos se encargan de difundir en sus círculos sociales y laborales.

**Pregunta 8 ¿Qué tan interesado estaría en asistir a un local que alquile cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra, en un ambiente agradable y seguro?**

**Tabla 29.**

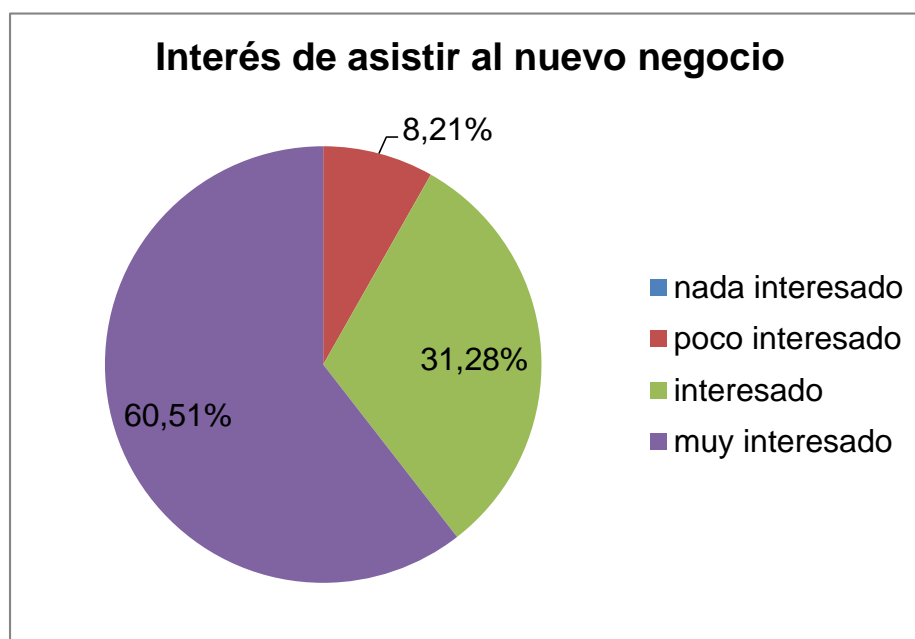
**Interés de asistir al nuevo local**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
nada interesado	0	0,00%
poco interesado	16	8,21%
interesado	61	31,28%
muy interesado	118	60,51%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 12.**

**Interés de asistir al nuevo negocio**



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Interpretación:**

De la información obtenida, el 90% de opiniones se concentran entre estar interesados o muy interesados en hacer uso del nuevo establecimiento y esto se debe a que en la ciudad de Ibarra no existe un local de las características que propongo implementar.

### Pregunta 9 ¿Con qué frecuencia acudiría usted a jugar fútbol en éste lugar?

**Tabla 30.**

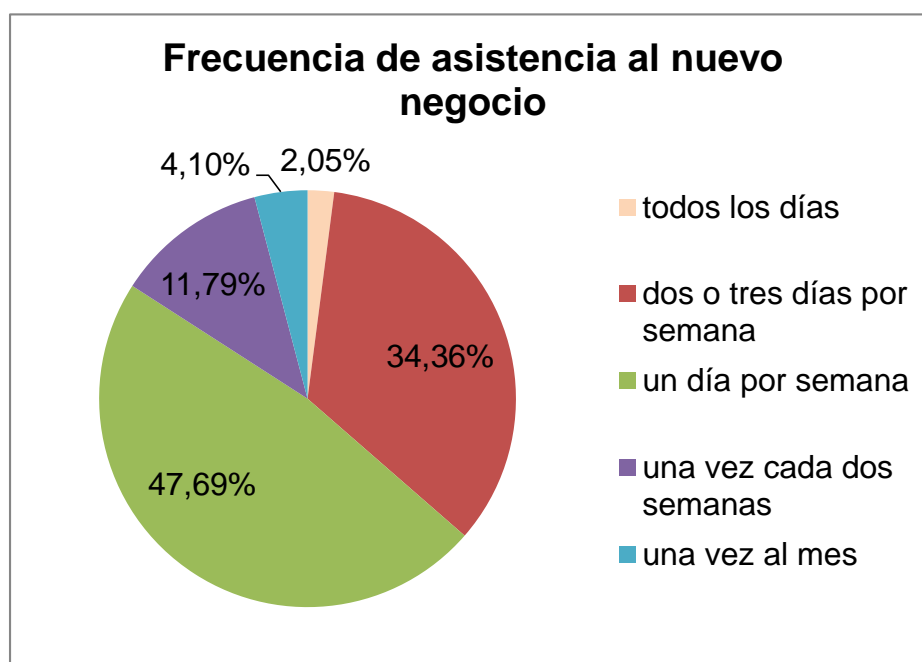
#### *Frecuencia de asistencia al nuevo negocio*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
todos los días	4	2,05%
dos o tres días por semana	67	34,36%
un día por semana	93	47,69%
una vez cada dos semanas	23	11,79%
una vez al mes	8	4,10%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 13.**

#### *Frecuencia de asistencia al nuevo negocio*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

#### **Interpretación:**

La frecuencia que se predomina es la asistencia de un día a la semana a jugar fútbol en la cancha contemplada en mi proyecto, información que coincide con la pregunta número dos sobre la frecuencia con la que actualmente practican este deporte; con lo cual se concluye que existe aceptación al césped sintético y que el mismo no disminuye la afición al fútbol.

**Pregunta 10 ¿En qué horas y qué días iría usted a jugar fútbol en éste lugar?**

**Tabla 31.**

**Intención de juego en la semana**

	<b>lunes</b>	<b>martes</b>	<b>miércoles</b>	<b>jueves</b>	<b>viernes</b>	<b>sábado</b>	<b>domingo</b>	<b>Total</b>
<b>08h00 - 12h00</b>	1,11%	0,37%	1,11%	0,37%	1,11%	7,01%	9,96%	21,03%
<b>12h00 - 18h00</b>	0,37%	1,11%	0,37%	1,48%	1,48%	8,49%	9,23%	22,51%
<b>18h00 - 22h00</b>	4,43%	3,69%	6,27%	7,75%	10,70%	16,61%	7,01%	56,46%
<b>Total</b>	5,90%	5,17%	7,75%	9,59%	13,28%	32,10%	26,20%	100,00%

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

**Interpretación:**

Los días que mayor afluencia habría son de miércoles a viernes en el horario nocturno, el sábado todo el día y el domingo en la mañana y tarde; ésta información es útil para establecer el horario de atención del negocio.

**Pregunta 11 ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a movilizarse para llegar para llegar a jugar fútbol en una cancha de césped sintético en la ciudad de Ibarra?**

**Tabla 32.**

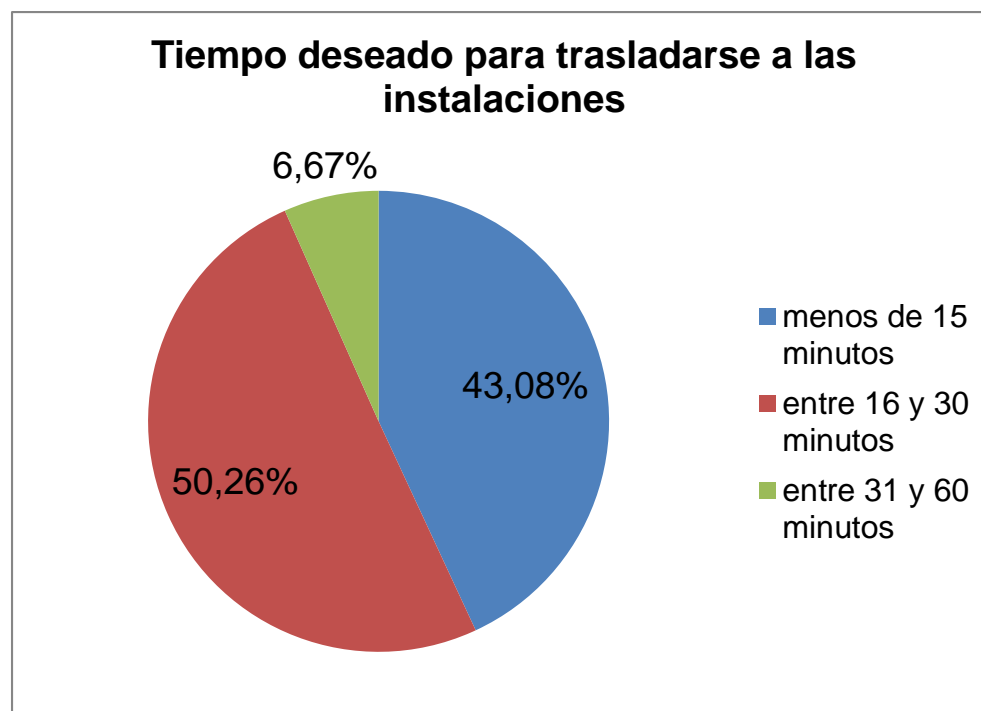
**Tiempo deseado para trasladarse a las instalaciones**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
menos de 15 minutos	84	43,08%
entre 16 y 30 minutos	98	50,26%
entre 31 y 60 minutos	13	6,67%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 14.**

**Tiempo deseado para trasladarse a las instalaciones**



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Interpretación:**

Los encuestados están dispuestos a trasladarse entre 16 y 31 minutos para llegar a jugar fútbol en una cancha sintética, lo cual llevado a la situación geográfica y de movilización de la ciudad de Ibarra flexibiliza la micro localización del nuevo negocio.

### Pregunta 12 ¿Qué servicios adicionales le gustaría encontrar?

**Tabla 33.**

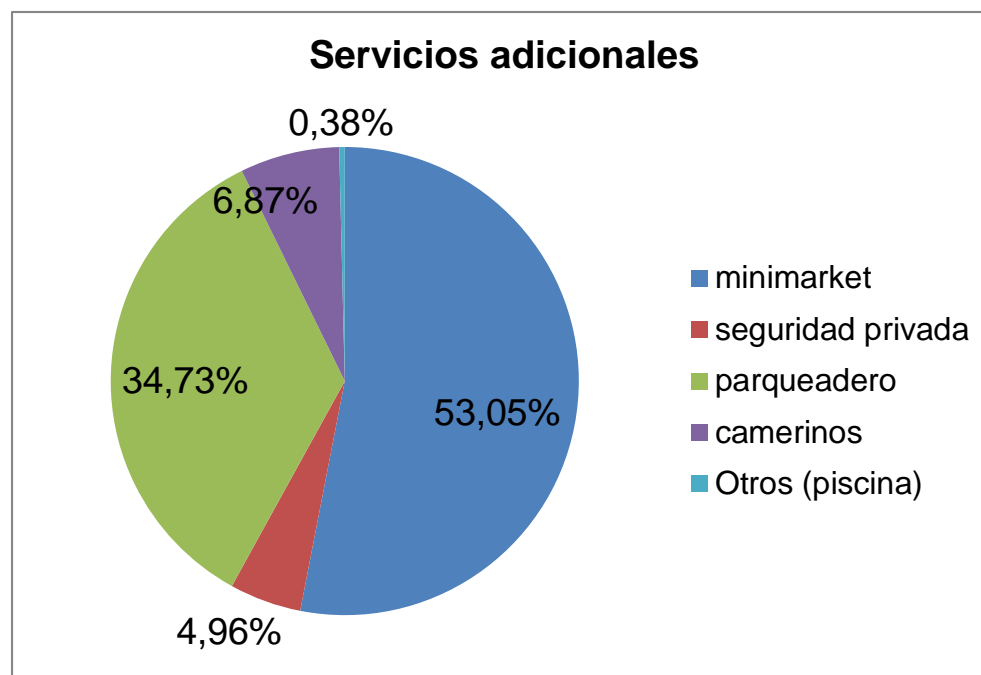
#### *Servicios adicionales*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Minimarket	139	53,05%
seguridad privada	13	4,96%
parqueadero	91	34,73%
camerinos	18	6,87%
Otros (piscina)	1	0,38%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 15.**

#### *Servicios adicionales*



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

#### **Interpretación:**

Contar con un lugar donde se pueda comprar bebidas energizantes y agua (53%) y la existencia de parqueadero son los servicios adicionales que se determinaron en función de la información obtenida.

**Pregunta 13 ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por jugar un partido en cancha de césped sintético en un ambiente agradable y seguro en la ciudad de Ibarra?**

**Tabla 34.**

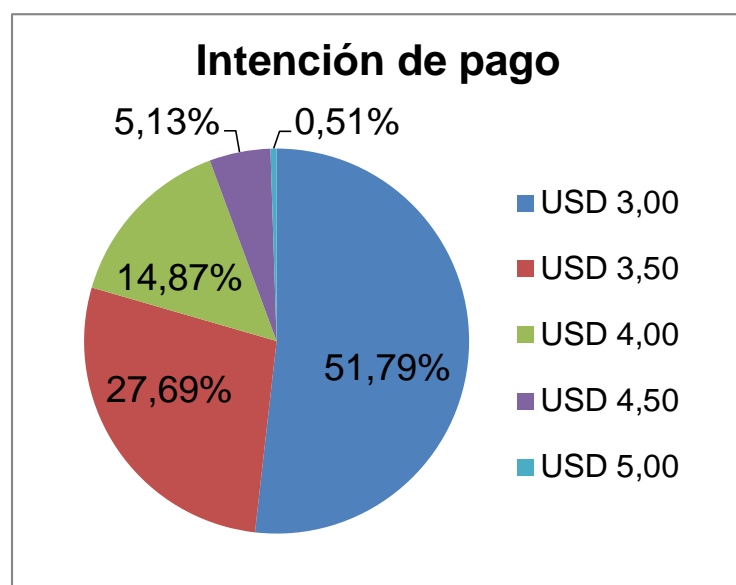
**Intención de pago**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
USD 3,00	101	51,79%
USD 3,50	54	27,69%
USD 4,00	29	14,87%
USD 4,50	10	5,13%
USD 5,00	1	0,51%
Total	195	100,00%

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Gráfico 16.**

**Intención de pago**



Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Interpretación:**

La intención de pago más observada (51%) en los encuestados es de USD 3,00 por cada jugador aunque la predisposición a cancelar el valor de USD 3,50 no es despreciable al momento de establecer el precio del servicio.



### 3.8 Demanda

#### 3.8.1 Análisis de la demanda

El objetivo del análisis de la demanda es medir y determinar las fuerzas de los requerimientos y necesidades del mercado con respecto al servicio que se pretende brindar, para conocer y lograr la satisfacción de la misma.

Por otro lado define la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por los consumidores y/o clientes a diferentes precios, además se estima los clientes que están dispuestos a hacer uso del servicio.

Los factores que afectan la demanda son: necesidad del servicio, precio, gustos, preferencias, servicios sustitutos, nivel de ingresos de la población y la cantidad de la población.

#### 3.8.2 Determinación de la demanda

El mercado meta considerado es de 18.310 personas, se obtiene que el 81,03% juegan fútbol por lo que el mercado potencial son 14.836 personas.

#### *Tabla 35.*

#### *Demanda de personas en función de la práctica del fútbol*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>
si	14.836
no	3.474
<b>Total</b>	<b>18.310</b>

Fuente: Tabla 18  
Elaborado por: El autor

Tomando en cuenta la información que prevalece en los aspectos referentes a la frecuencia, interés y facilidad en el horario en el cual acudirían los encuestados a jugar fútbol en las instalaciones de mi proyecto puedo determinar que la demanda representada en número de personas es:

**Tabla 36.*****Demanda de personas en función de la frecuencia con la que juegan fútbol***

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>
todos los días	152
dos o tres días por semana	4.641
un día por semana	8.293
una vez cada dos semanas	761
una vez al mes	989
<b>Total</b>	<b>14.836</b>

Fuente: Tabla 19

Elaborado por: El autor

**Tabla 37.*****Demanda de personas en función de la Intención de uso de las instalaciones de mi proyecto***

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>
nada interesado	0
poco interesado	1.217
interesado	4.641
muy interesado	8.978
<b>Total</b>	<b>14.836</b>

Fuente: Tabla 29

Elaborado por: El autor

Por lo que procedo a determinar la demanda de mi proyecto en horas de uso de las instalaciones para cada día de la semana:

**Tabla 38.*****Demanda diaria en horas***

<b>lunes</b>	<b>martes</b>	<b>miércoles</b>	<b>jueves</b>	<b>viernes</b>	<b>sábado</b>	<b>domingo</b>	<b>Total</b>
38	32	50	64	90	220	178	672

Fuente: Tabla 31

Elaborado por: El autor

**Tabla 39.*****Demanda del proyecto***

<b>Demanda</b>	<b>Horas</b>
Semanal	672
Mensual	2.688
Anual	32.256

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**3.8.3 Proyección de la demanda**

Para proyectar la demanda he tomado en cuenta la tasa de incremento de equipos que practican el fútbol en las ligas parroquiales y barriales del área de influencia del proyecto, misma que es del 9,16% según los registros de FEDELIGAS Imbabura con lo cual establezco a continuación la demanda en horas de uso de las instalaciones.

**Tabla 40.*****Demanda proyectada***

<b>Detalle</b>	<b>Año base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Demanda Proyectada	32.256	35.211	38.437	41.959	45.804	50.000

Fuente: FEDELIGAS Imbabura  
Elaborado por: El autor

**3.9 Oferta****3.9.1 Análisis de la oferta**

El objetivo del análisis de la oferta es determinar y medir al número y condiciones de los servicios que se ofrecen en el mercado. Los factores que intervienen en la oferta son: el precio del servicio, el nivel de ingresos de los consumidores y/o clientes, el número de empresas competidoras entre otros.

**3.9.2 Determinación de la oferta**

No existe oferta del servicio que propongo ya que en Ibarra no hay ninguna cancha de fútbol de césped sintético con las dimensiones para practicarlo en la modalidad de once jugadores por cada equipo; pero para estimar la oferta considero las canchas sintéticas de menor

dimensión existentes en la zona de influencia de mi proyecto.

**Tabla 41.**

**Información sobre la oferta**

<b>Detalle</b>	<b>Valores</b>
Número de canchas existentes	5
Número de jugadores en la cancha	14
Porcentaje de ocupación promedio	80%
Horas diarias de atención promedio	8
Días de atención a la semana	5

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

En consecuencia la oferta que estimo en horas de uso de las instalaciones es:

**Tabla 42.**

**Oferta**

<b>Oferta</b>	<b>Horas</b>
Semanal	160
Mensual	640
Anual	7.680

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### 3.9.3 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta la tasa de crecimiento de la población del cantón Ibarra que según el INEC es del 1,63% y se realiza una proyección para cinco años; cabe recalcar que la oferta está en horas de juego.

**Tabla 43.**

**Oferta proyectada**

<b>Detalle</b>	<b>Año base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Oferta Proyectada	7.680	7.805	7.932	8.062	8.193	8.327

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

### 3.10 Demanda insatisfecha

La demanda Insatisfecha es la parte del mercado que no ha sido cubierta por los

oferentes existentes. Luego de conocer la oferta y la demanda del presente proyecto de presenta la demanda insatisfecha.

### 3.10.1 Estimación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha, en horas de juego de mi proyecto es:

**Tabla 44.**

#### ***Demanda insatisfecha***

<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
32.256	7.680	24.576

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

La demanda insatisfecha son 24.576 horas de juego que corresponden a 540.672 usuarios anualmente.

### 3.10.2 Proyección de la demanda insatisfecha

La proyección de demanda insatisfecha para mi proyecto es la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada para cada año de vigencia del proyecto, se presenta a continuación en horas de juego:

**Tabla 45.**

#### ***Proyección de la demanda insatisfecha***

<b>Detalle</b>	<b>Año base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Demanda Insatisfecha	24.576	27.406	30.505	33.897	37.610	41.673

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

## 3.11 Precio

Para determinar el precio se toma en cuenta el análisis de la información obtenida en las encuestas, de la cual se deriva que la mayor predisposición a pagar es de USD 3,00 por cada persona lo que facilita establecer un precio de USD 60,00 por cada partido de fútbol; o USD 30,00 si optan por utilizar únicamente la mitad de la cancha para jugar indor. Por lo tanto el precio de utilización de una hora de la cancha sintética es de USD 30,00.

### **3.12 Comercialización del servicio**

Una de las alternativas más eficaces para ganar mercado son las estrategias de comercialización que se pretende establecer para obtener ventaja sobre la competencia y atraer a los clientes. Para dar a conocer el servicio que se va a ofertar se generarán estrategias tanto como para el servicio, precio, plaza y promoción que se describen a continuación:

#### **3.12.1 Servicio**

- El servicio principal en el que se centrará la empresa “Fair Play” es en el alquiler de la cancha de fútbol de césped sintético al público en general.
- Además se contará con servicios como el minimarket, el parqueadero privado y la proyección de partidos de fútbol de interés local y nacional en pantalla gigante.
- La calidad es un factor muy importante en este servicio, por tal razón se brindará a los ciudadanos ibarreños un servicio totalmente distinguido ya que la superficie de césped sintético que se instala cumple con estándares de calidad aprobados internacionalmente por la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) para la práctica del fútbol.
- El personal de atención al cliente será seleccionado de manera tal que esté capacitado para brindar un servicio de calidad y con calidez atendiendo de la manera más educada los requerimientos de los clientes.
- Se provee el servicio de camerinos para que los clientes tengan la comodidad y privacidad necesarias para su preparación previa a jugar un partido de fútbol.
- Se proveerá de chalecos para identificar los equipos mientras se desarrolla el partido de fútbol, así como la disponibilidad del balón número 5.

#### **3.12.2 Precio**

- Establecer precios accesibles para el público de manera que se pueda posicionar el servicio en el mercado.

- El precio será establecido acorde al que maneje la competencia, además analizando las encuestas realizadas y considerando la capacidad instalada que se desea tener el precio de utilización de la cancha sintética será de USD 30,00 la hora dando a elegir a los clientes la opción de jugar indor fútbol o fútbol acorde al número de personas que integren el grupo de clientes en dicho momento.
- Se tendrá un precio diferenciado para organizaciones de fútbol barrial o empresarial que deseen hacer uso de las instalaciones previo acuerdo con la administración.

### **3.12.3 Plaza**

- La cancha de fútbol de césped sintético está ubicada en un lugar estratégico, en el parque “Ciudad de Ibarra” que goza de un clima templado, un nivel de precipitaciones menor al promedio de la ciudad por lo que cuenta con características propicias para el juego del fútbol.
- Las instalaciones del local se encontrarán ordenadas, organizados, con la señalización necesaria para guiar a los clientes.
- La ubicación de la empresa cuenta con vías de acceso en buen estado, existe un recorrido de transporte público de la ciudad y sobre todo está muy cercano al centro de la ciudad.
- El sector en el que se sitúa la empresa es un foco de desarrollo comercial ya que la construcción del parque más grande de la provincia en dicha zona atrae inversionistas y emprendimientos que la transformarán en un área próspera para la actividad comercial.

### **3.12.4 Promoción**

- Publicidad en la radio para el lanzamiento del producto, enfatizando en franjas de horario que se transmitan programas deportivos.
- Emitir publicidad a través de la página web [www.ligasycampeonatos.com](http://www.ligasycampeonatos.com) y el portal de Fedeligas Imbabura que son muy visitados por personas que habitúan la práctica del fútbol.

- Creación de un perfil para la empresa en las redes sociales facebook, twitter, instagram y periscope para difundir mediante fotografías y testimonios de los clientes a la empresa y sus ventajas competitivas.
- Promociones que consisten en descuentos porcentuales de precio a clientes que hagan uso de las instalaciones con relativa frecuencia a criterio de la administración.
- Facilitar el desarrollo de un partido de fútbol por semana de manera diferenciada correspondiente a la liga barrial “San Miguel de Ibarra” para difundir la empresa en convenio con los dirigentes de mencionada organización.

### **3.13 Conclusiones del estudio de mercado**

- Por lo descrito anteriormente puedo establecer que es conveniente ofrecer el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético debido a que:
- En la ciudad de Ibarra no existe ninguna cancha de fútbol de estas condiciones ya que las pocas que hay son de césped natural o tierra.
- El precio al que se ofrece el servicio es de USD 3,00 por persona lo cual fija un precio de USD 60,00 por la utilización de dos tiempos de 45 minutos interrumpidos por un descanso de 15 minutos dando un total de 105 minutos; o un valor de USD 30,00 por la utilización de la mitad de la cancha en dos tiempos de 25 minutos interrumpidos por un descanso de 5 minutos. Por lo que el precio es de USD 30,00 por hora de utilización de la cancha.
- Los potenciales clientes desean contar con un servicio de Minimarket y parqueadero, mismos que se implementarán desde el inicio de funcionamiento del negocio.
- Una mayoría absoluta (93%) estarían dispuestos a movilizarse entre 1 y 30 minutos para llegar a las instalaciones descritas.
- El horario de atención del negocio se describe a continuación:



**Tabla 46.****Horario de atención**

<b>Hora</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>	<b>Total</b>
Apertura	10h00	10h00	08h00	08h00	08h00	<b>(horas)</b>
Cierre	22h00	22h00	22h00	22h00	20h00	
<b>Total (horas)</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>64</b>

Fuente: Propia  
 Elaborado por: El autor

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El Estudio Técnico presenta el análisis del proceso de producción y debe contestar las siguientes interrogantes: cuando, donde, cómo, con qué y cuánto con respecto a la producción o realización de un producto o servicio y todos los aspectos técnicos operativos y de funcionamiento concernientes al proyecto de manera que se utilicen ordenadamente y se optimicen los recursos del proyecto.

#### **4.1 Objetivo del estudio técnico**

Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, procesos productivos, tecnología, inversiones y talento humano del proyecto.

#### **4.2 Tamaño del proyecto**

Al tratarse de un proyecto directamente relacionado con la prestación de servicio de alquiler de un espacio físico en la cual se llevará a cabo una actividad normada o reglamentada por criterios universalmente conocidos, para establecer su tamaño se debe tomar en cuenta la capacidad que se alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha determinada anteriormente.

Factores que determinan el tamaño del proyecto

Los factores que determinan el tamaño del proyecto serán analizados e interrelacionados por variables como son la demanda, disponibilidad de recursos financieros, de mano de obra y de insumos.

#### **4.2.1 El mercado**

El mercado de la nueva unidad productiva abarca a toda la población de las parroquias El Sagrario, San Francisco y Caranqui del cantón Ibarra. Además parte del servicio está destinado a empresas públicas, privadas, colegios y universidades en el desarrollo del fútbol dentro de sus actividades recreativas. Por otro lado también se ofrece el servicio a organizaciones gremiales y sindicales como los transportistas que por la legislación que los rigen deben practicar actividades de deporte y recreación.

#### **4.2.2 Disponibilidad de recursos financieros**

En la ciudad de Ibarra existe presencia de una variedad de instituciones financieras que pueden financiar parte del proyecto, y que a través de un análisis se escogerá aquel que lo haga con mayor comodidad y seguridad, y que en lo posible genere un bajo costo. Para el presente proyecto el 30% (inversionistas) serán recursos propios y el 70% serán recursos financiados o ajenos.

Adicional a las instituciones financieras mencionadas, se opta por los créditos de inversión a pequeñas y medianas empresas que brindan la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento.

#### **4.2.3 Disponibilidad de mano de obra**

La disponibilidad y formación del capital humano es considerado como un elemento importante que influye en la competitividad de las empresas. Para el alquiler de la cancha no será necesaria contar con mano de obra técnicamente calificada; sin embargo se requerirá de personal con conocimientos básicos a los cuales se les sumará adiestramiento en atención al cliente, manejo de reservaciones, control de tiempos de uso y espera, y asesoramiento en el campo deportivo al cual se está enfocando la empresa que en mi caso es el fútbol.

#### **4.2.4 Disponibilidad de insumos**

La empresa para el alquiler de cancha de fútbol de césped sintético utilizará como insumos para su operación el grass artificial, arcos de fútbol, redes, balones, chalecos, silbatos, banderines. Al ser un servicio relativamente nuevo en el país existen en provincias como Pichincha, Guayas y Azuay empresas que se dedican a la comercialización e instalación del césped sintético o conocido como grass artificial, por lo que se concluye que los insumos necesarios para la operación de la empresa son de fácil accesibilidad.

#### **4.2.5 Disponibilidad de tecnología**

En el tamaño del proyecto es importante identificar la disponibilidad de tecnología, lo que se requiere son computadora, impresora, teléfono, caja registradora; los cuales se pueden encontrar sin dificultad en varias distribuidoras electrónicas que existen en la ciudad de Ibarra.

#### **4.2.6 Capacidad instalada**

De la demanda insatisfecha anual misma que son 24.576 horas de juego de fútbol que corresponden a 540.672 personas al año; en la empresa se pretende operar 3.072 horas de juego en el año con lo cual se logra atender únicamente a 67.584 personas anualmente acorde a las instalaciones físicas de la nueva unidad productiva.

Por lo que el porcentaje de captación del proyecto corresponde al 12,5% de la demanda insatisfecha.

### **4.3 Localización del proyecto**

La localización del proyecto es una parte importante del mismo, ya que de ésta depende el éxito o fracaso de la empresa; de tal manera que se evaluarán el estado de las vías de acceso, disponibilidad de medios de transporte y comunicación, los factores ambientales ya que estos factores permitirán identificar las diversas alternativas de localización y la selección del mejor

sitio.

En los datos obtenidos en base a la información primaria con la pregunta número 11 se obtiene que el 93% estaría dispuesto a movilizarse entre 1 y 30 minutos con lo que no abre más posibilidades para seleccionar la ubicación del nuevo negocio.

#### 4.3.1 Macrolocalización

El presente proyecto estará ubicado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura ubicada en la zona andina septentrional del territorio ecuatoriano.

#### *Ilustración 2.*

#### *Macrolocalización del proyecto*



Fuente: [www.ibarra.gob.ec](http://www.ibarra.gob.ec)  
Elaborado por: El autor

Ecuador es una nación andina ubicada sobre la línea equinoccial por lo que el territorio ecuatoriano se encuentra en los dos hemisferios; está limitado al norte con Colombia, al oeste con el océano Pacífico, al sur y este con Perú y su territorio se encuentra dividido en 24 provincias.

### *Ilustración 3.*

#### *Mapa del Ecuador*

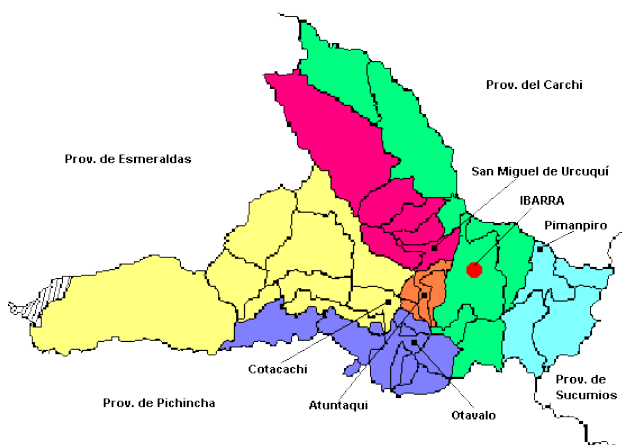


Fuente: Wikipedia  
Elaborado por: El autor

Imbabura es una provincia ubicada en la Sierra Norte del Ecuador, esta provincia tiene un potencial turístico natural debido a que en ella se encuentran una gran cantidad de lagos y lagunas por lo que toma el nombre de la Provincia de los Lagos, por otro lado posee una gran riqueza cultural misma que, es un atractivo turístico a nivel local, nacional e internacional.

Imbabura es favorecida en cuanto a climas, ya que posee una gama que va desde el clima cálido tropical del Valle del Chota hasta el intenso frío de los páramos de los Volcanes Imbabura y Cotacachi, todo dentro de una sola provincia y a muy poco tiempo de viaje.

La provincia de Imbabura se divide en seis cantones mismos que son: Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí.

**Ilustración 4.****Mapa de Imbabura**

Fuente: Wikipedia

Elaborado por: El autor

Ibarra es la capital de la provincia, conocida como la Ciudad Blanca a la que siempre se vuelve por todos sus atractivos como arquitectura colonial, clima cálido y veraniego, es visitada además como un sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia por sus parques, catedrales, iglesias y sitios naturales como la Loma de Guayabillas, laguna de Yahuarcocha, entre otros. Ibarra tiene siete parroquias rurales y cinco urbanas de las cuales las dos más pobladas son San Francisco y El Sagrario.

**Ilustración 5.****Mapa del cantón Ibarra**

Fuente: Wikipedia

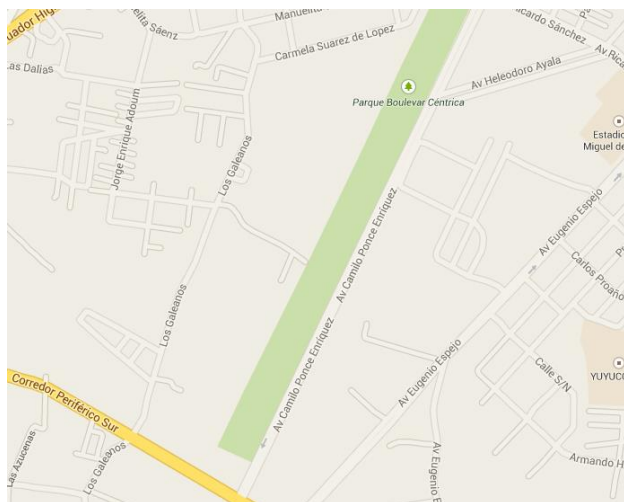
Elaborado por: El autor

### 4.3.2 Microlocalización

La ubicación de este proyecto será en la parroquia San Francisco junto al parque “Ciudad de Ibarra” en la avenida Camilo Ponce Enríquez al extremo sur oriental de dicho parque, ya que existe el espacio disponible.

#### *Ilustración 6.*

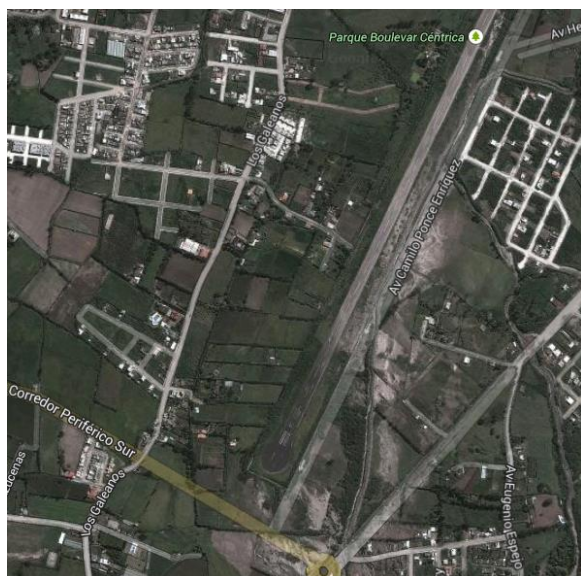
##### *Mapa del área del proyecto*



Fuente: Google maps  
Elaborado por: El autor

#### *Ilustración 7.*

##### *Vista Aérea del área del proyecto*



Fuente: Google maps  
Elaborado por: El autor



**a) Vías de acceso**

La principal vía de acceso es la avenida Camilo Ponce Enríquez que se encuentra adoquinada en buen estado y además se puede llegar al lugar por el corredor periférico sur que está asfaltado y en condiciones óptimas.

**b) Transporte**

El acceso a esta zona de la ciudad se lo puede realizar a través del transporte público urbano con líneas como la de la cooperativa de transportes “San Miguel de Ibarra” en su recorrido que va hacia Pílanquí, misma que existe cada 10 minutos. El transporte es muy accesible al público ya que la tarifa vigente es de USD 0,30. Además se puede llegar en transporte privado sin inconveniente por el muy buen estado de las vías descrito anteriormente.

**c) Servicios Públicos**

Dentro del sector a ubicarse el proyecto existe la cobertura de todos los servicios básicos como son agua potable, alcantarillado, electricidad, teléfono tanto fijo como móvil, recolección de basura y alumbrado público.

**4.4 Ingeniería del proyecto****4.4.1 Diseño de las instalaciones**

Es importante conocer las instalaciones físicas con las que se contará dentro del presente proyecto, las diferentes áreas serán ubicadas de acuerdo a los requerimientos del servicio que se espera ofertar.

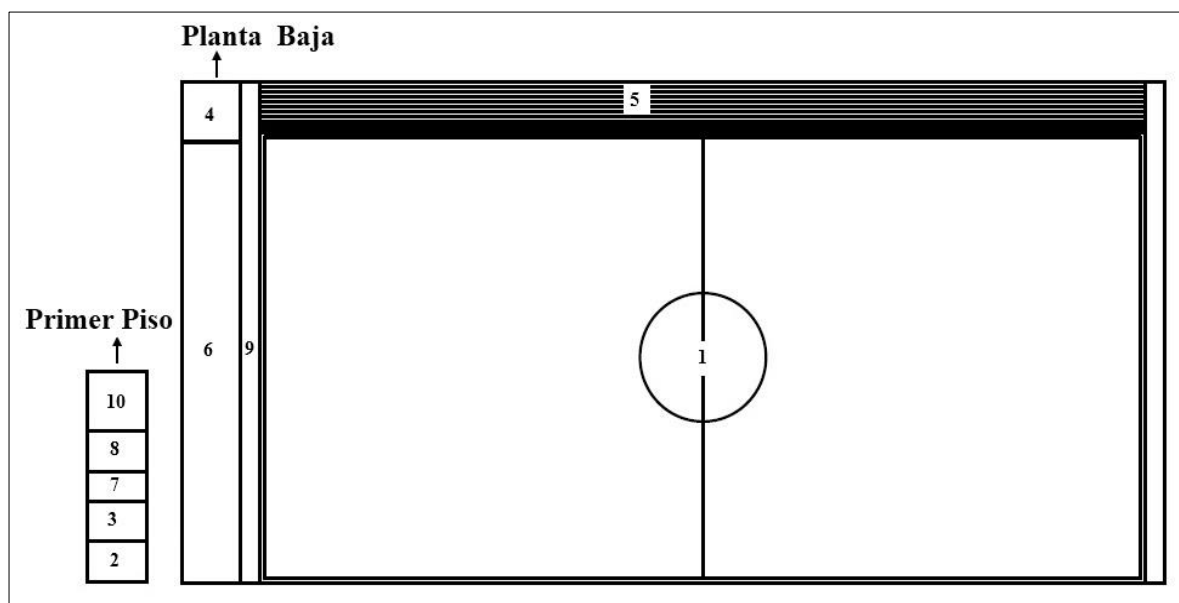
**a) Distribución de las instalaciones**

El terreno es de 5000 metros cuadrados distribuidos en las siguientes áreas que contempla el proyecto:

**Tabla 47.****Distribución de las instalaciones del proyecto**

N°	Áreas	Dimensiones (m <sup>2</sup> )
1	Cancha de fútbol	4.050
2	Oficina y recepción	24
3	Minimarket	24
4	Servicios Higiénicos	36
5	Gradería	450
6	Parqueadero	240
7	Bodega	18
8	Lavandería	24
9	Espacio peatonal	98
10	Camerinos	36
<b>Total</b>		<b>5.000</b>

Elaborado por: El autor

**Ilustración 8.****Distribución de las instalaciones del proyecto**

Elaborado por: El autor

La numeración empleada en la distribución de las instalaciones del proyecto es la misma que se refleja en el gráfico para indicar su ubicación.

## **b) Especificaciones generales de las áreas del proyecto**

### **Cancha de fútbol**

La cancha de fútbol tendrá como dimensiones: 90 metros de largo y 45 metros de ancho; pero adicionalmente se toma en consideración que debe existir 1 metro como distancia mínima entre las líneas de saque y las mallas de separación de los espectadores.

### **Oficina y recepción**

La recepción se localiza detrás de la línea de fondo de la cancha; se accede a través de una puerta lateral en donde se encontrarán la ventanilla de información y la caja o recaudación. Además, la recepción contará con un baño privado.

### **Minimarket**

El Minimarket dispone de bebidas energizantes y agua para las personas que hacen uso de las instalaciones.

### **Camerinos**

Ubicados al fondo del negocio, los camerinos estarán equipados con bancas en donde los usuarios podrán alistarse para el juego.

### **Servicios Higiénicos**

Junto a los camerinos también se encuentran ubicados los servicios higiénicos, uno para hombres, que consta de 3 W.C., 4 urinarios, 3 lavabos integrados y un espejo horizontal. Además un baño para damas, que consta de: 3 W.C. y 3 lavabos integrados con espejo horizontal.

### **Bodega y lavandería**

Al costado derecho de la oficina recepción se encuentra ubicada una bodega en la que

se guardarán los insumos de limpieza, así como herramienta útil para la reparación de cualquier desperfecto.

#### **4.4.2 Proceso del servicio**

Los procesos permiten que se lleve a cabo un conjunto de actividades de manera ordenada y con una lógica, estos constan de pasos que deben ser ejecutados de manera sistemática.

Para determinar las operaciones más importantes con relación al servicio que se ofrecerá se realizó un análisis para determinar: la secuencia entre las diferentes etapas, los requerimientos de equipos, insumos materiales y humanos, tiempos de procesamiento, espacios ocupados, etc. Una vez realizado éste análisis se determinaron las cuatro operaciones más importantes que contribuirán con el correcto funcionamiento y gestión del servicio son:



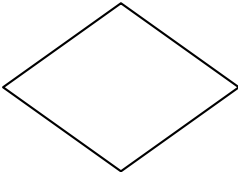
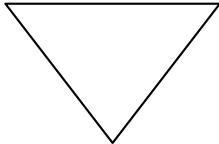
- Entrega del servicio general
- Adquisición de insumos
- Recepción de quejas, inquietudes y sugerencias
- Reserva de las canchas para eventos especiales
- Al ser la entrega del servicio la operación más crítica, se detalla a continuación la lista de actividades.
- Llegada del cliente a las instalaciones
- Se dirige al parqueadero si llega en auto
- Se dirige a la oficina recepción
- Pide información del servicio / Pregunta disponibilidad de la cancha
- Recibe información del servicio / Cancela el valor de alquiler de la cancha
- Deja en prenda dos documentos de identidad por equipo y recibe implementos

- Se dirige a los camerinos
- Ingresa a la cancha y juega el partido de fútbol
- Se dirige a los camerinos
- Entrega implementos prestados para el juego y recibe sus documentos
- Cancela el valor de parqueo
- Sale de las instalaciones

#### 4.4.3 Flujo-grama del proceso de servicio de alquiler de la cancha sintética

*Tabla 48.*

##### *Simbología del flujograma*

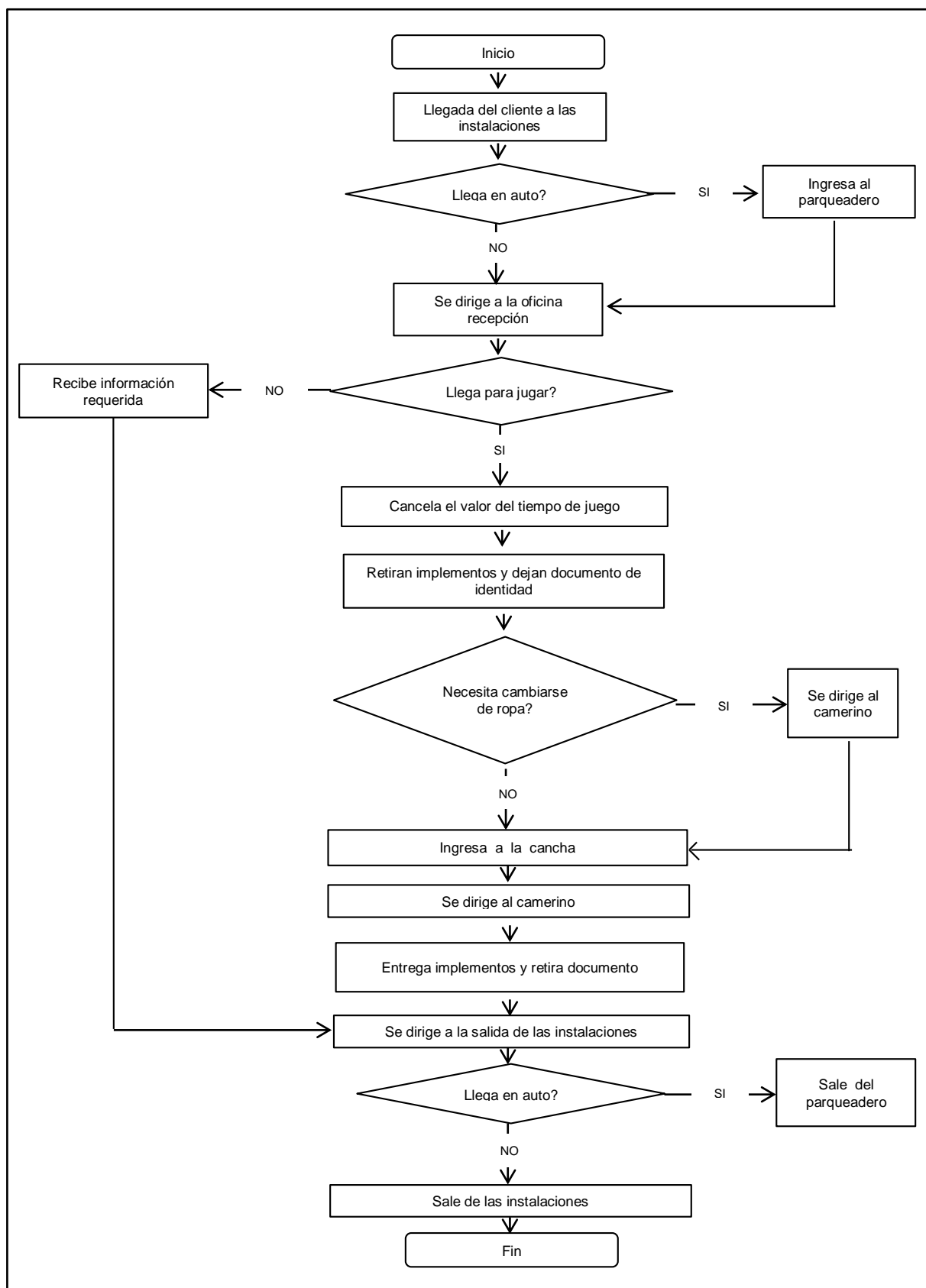
Figura	Simbología
	<b>Inicio o Final.</b> - Da inicio o finaliza un proceso.
	<b>Proceso.</b> - Representa la ejecución de una operación.
	<b>Decisión.</b> - Representa 2 o más alternativas por respuesta a una pregunta siguiéndose acciones diferentes según sea la misma.
	<b>Archivo.</b> - Representa el archivo de documentos, su característica depende del tipo de documento.

Elaborado por: El autor

Para la elaboración del flujo-grama del proceso de servicio de alquiler de cancha sintética empleo el diagrama por bloques como una forma sencilla de representar la operación de la empresa comprendida en mi proyecto.

**Ilustración 9.**

**Flujo grama del proceso del servicio de alquiler de cancha**



## 4.5 Presupuesto técnico

### 4.5.1 Inversión fija

#### a) Terreno

El espacio físico donde se pretende ubicar el proyecto es de una extensión de 5.000 metros cuadrados, el mismo que debe ser adquirido a un valor de USD 109,00 por metro cuadrado dando un total de USD 545.000,00:

**Tabla 49.**

#### **Terreno**

Superficie	Unidad	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
5.000	m <sup>2</sup>	109,00	545.000,00

Fuente: Sr. Marco Orellana Propietario del terreno  
Elaborado por: El autor

#### b) Construcción de edificación

Dentro de éste rubro se encuentran todos los gastos de construcción de acuerdo a las especificaciones requeridas de la totalidad de las instalaciones.

**Tabla 50.**

#### **Obra civil**

Obra civil	Unidad	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
612	m <sup>2</sup>	99,45	60.865,00

Fuente: Ing. Civil Pablo Almeida Abarca  
Elaborado por: El autor

#### c) Cancha de fútbol

La preparación del terreno, compactación y colocación de la superficie del césped artificial se detalla a continuación:

**Tabla 51.**

#### **Cancha de fútbol**

Superficie	Unidad	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
4.050	m <sup>2</sup>	23,00	93.150,00

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por: El autor

## d) Equipo y mobiliario

A continuación se especifica los requerimientos de equipo tanto de computación, maquinaria y de oficina necesarios para el adecuado funcionamiento del proyecto.

**Tabla 52.**

### *Equipo operativo*

Concepto	Número	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
Arcos de fútbol	2	160,00	320,00
Marcador Electrónico	1	39,00	39,00
Pizarra led borrable (para los cambios)	1	39,00	39,00
Chalecos	60	3,50	210,00
Redes para arcos de fútbol	2	13,50	27,00
Equipo inflador de balones	1	25,00	25,00
Extintor de polvo químico (4,5 kg)	1	35,00	35,00
Balón número 5	8	50,00	400,00
<b>Total Equipo Operativo</b>			<b>1.095,00</b>

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por: El autor

**Tabla 53.**

### *Equipo de oficina*

Concepto	Número	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
Escritorio	2	165,00	330,00
Silla	5	39,00	195,00
Archivador	1	169,00	169,00
Computador	2	485,00	970,00
Impresora	1	75,00	75,00
Teléfono fijo	2	30,00	60,00
Útiles de oficina	-	200,00	200,00
<b>Total Equipo de Oficina</b>			<b>1.999,00</b>

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por: El autor

**Tabla 54.**

### *Equipo de Minimarket*

Concepto	Número	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
Refrigerador	1	680,00	680,00
Sillas plásticas	2	21,00	42,00
Caja registradora	1	80,00	80,00
<b>Total Equipo de Minimarket</b>			<b>802,00</b>

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por: El autor



**Tabla 55.****Equipo de camerino y lavandería**

Concepto	Número	Valor unitario (USD)	Valor Total (USD)
Basureros medianos	2	21,00	42,00
Basureros grandes	2	112,00	224,00
Espejos (1 x 1,8 m)	2	100,00	200,00
Sillas plásticas	25	21,00	525,00
Dispensador de jabón líquido	2	17,00	34,00
Dispensador de papel higiénico	2	15,00	30,00
Lavadora	1	850,00	850,00
Estantería	2	128,00	256,00
<b>Total Equipo de camerino</b>			<b>2.161,00</b>

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por: El autor

**e) Resumen de activos Fijos**

Para poner en ejecución el proyecto se presenta el resumen de la inversión fija:

**Tabla 56.****Resumen de activos fijos**

Concepto	Valores (USD)
Terreno	545.000,00
Edificio	60.865,00
Cancha de fútbol	93.150,00
Equipo Operativo	1.095,00
Equipo de oficina	1.999,00
Equipo de Minimarket	802,00
Equipo de camerino y lavandería	2.161,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>705.072,00</b>

Fuente: Tablas de la 49 a la 55  
Elaborado por: El autor

**4.5.2 Costos de producción****a) Materia Prima Directa**

La materia prima del proyecto son los balones empleados para jugar fútbol y a continuación se estiman de manera mensual.

**Tabla 57.****Materia prima directa**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Valor Total (USD)
Balón No. 5	40	50,00	2.000,00

Fuente: Mercado libre  
Elaborado por: El autor

**b) Mano de Obra Directa**

Para su cálculo y determinación se toma en cuenta la Remuneración Mensual Unificada (RMU) para el año 2015 que es de USD 354,00 y la tasa de crecimiento del 10,20%:

**Tabla 58.****Mano de obra directa**

Personal	Cantidad	Valor (USD)
<b>Atención al cliente</b>	2	354,00
<b>Total</b>		<b>708,00</b>

Fuente: Ministerio de relaciones laborales  
Elaborado por: El autor

**c) Costos Indirectos de Fabricación**

Los costos indirectos de fabricación comprenden los servicios básicos, se detallan de la siguiente manera en rubros mensuales:

**Tabla 59.****Costos indirectos de fabricación**

Servicio	Unidad	Cantidad mensual	V. Unitario (USD)	V. mensual (USD)
Agua potable	m <sup>2</sup>	400	0,40	160,00
Energía eléctrica	kwh	2400	0,09	216,00
Telefonía	min	1000	0,02	20,00
<b>Total</b>				<b>396,00</b>

Fuente: Empresas EMAPA, EMELNORTE, CNT  
Elaborado por: El autor

**4.5.3 Gastos administrativos**

Los gastos administrativos son salarios, insumos y servicios básicos que se detallan a continuación mediante tablas:

**Tabla 60.*****Salarios del personal administrativo***

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor (USD)</b>
Gerente	1	973,50
Secretaria	1	531,00
Contador	1	708,00
Personal limpieza	1	354,00
<b>Total</b>		<b>2.566,50</b>

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: El autor

**Tabla 61.*****Servicios básicos administrativos***

<b>Servicio</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Valor Unitario (USD)</b>	<b>Valor mensual (USD)</b>
Agua potable	m <sup>2</sup>	20	0,40	8,00
Energía eléctrica	kwh	180	0,09	16,20
Telefonía	min	1000	0,02	20,00
<b>Total</b>				<b>44,20</b>

Fuente: Empresas EMAPA, EMELNORTE, CNT

Elaborado por: El autor

**Tabla 62.*****Suministros de oficina***

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario (USD)</b>	<b>V. Total (USD)</b>
Papel Bond	resma	1	5,00	5,00
Facturas	libreta	1	8,00	8,00
Grapas	Caja	1	2,00	2,00
Carpetas	unidad	2	0,50	1,00
Esferos	unidad	8	0,50	4,00
Tinta color para impresora	unidad	1	30,00	30,00
Tinta negra para impresora	unidad	1	30,00	30,00
Resaltador	unidad	2	1,25	2,50
Sello de Caucho	unidad	1	15,00	15,00
Grapadora	unidad	1	3,00	3,00
Perforadora	unidad	1	2,50	2,50
Calculadora	unidad	1	22,00	22,00
<b>Total</b>				<b>125,00</b>

Fuente: Mercado libre

Elaborado por: El autor

**Tabla 63.****Suministros de limpieza**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario (USD)	V. Total (USD)
Uniformes de limpieza	unidad	3	30,00	90,00
Trapeadores	unidad	1	8,00	8,00
Escoba	unidad	2	3,00	6,00
Recolector de basura	unidad	2	3,00	6,00
Balde	unidad	2	4,00	8,00
Franela	unidad	10	2,00	20,00
Ambientador	unidad	6	2,00	12,00
Cloro	galón	1	6,00	6,00
Papel higiénico	rollo	12	0,50	6,00
Toallas para manos	rollo	1	4,00	4,00
Jabón líquido	galón	1	6,00	6,00
<b>Total</b>				<b>172,00</b>

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por: El autor

**Tabla 64.****Suministros de Minimarket**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario (USD)	Precio Total (USD)
Bebida energizante	352	1,50	528,00
Botella de agua	704	0,45	316,80
<b>Total</b>			<b>844,80</b>

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por: El autor

**4.5.4 Gastos de constitución****Tabla 65.****Gasto constitución**

Concepto	Valor (USD)
Apertura de cuenta	800,00
Honorarios notario	100,00
Elaboración de minuta	200,00
Registro notaria publica	150,00
Registro mercantil	100,00
tramite RUC	5,00
Imprevistos	100,00
<b>Total</b>	<b>1.455,00</b>

Fuente: Abogado Juan Carlos Quiroz  
Elaborado por: El autor

#### 4.5.5 Gastos de ventas

La campaña publicitaria se basará en redes sociales y prensa escrita por medio de anuncios en el Diario El Norte en un cuarto de página a color por un costo de USD 180,00 cada emisión.

**Tabla 66.**

##### *Gasto de ventas*

<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual (USD)</b>
Campaña Publicitaria	600,00
Profesional de marketing	177,00
<b>Total Gasto de ventas</b>	<b>777,00</b>

Fuente: Diario El Norte; Ing. Marketing Pablo Farinango  
Elaborado por: El autor

#### 4.6 Capital de trabajo

El cálculo del capital de trabajo se realiza para dos meses debido a que es el tiempo óptimo para alcanzar sustentabilidad del negocio y empezar a trabajar con capital propio. Procedo a elaborar una tabla resumen del capital de trabajo anual y a continuación se determinó el capital de trabajo para los dos primeros meses de funcionamiento.

**Tabla 67.**

##### *Capital de trabajo anual*

<b>Detalle</b>	<b>Valor (USD)</b>
Mano de Obra Directa	10.859,30
Costos indirectos de fabricación	4.752,00
Sueldo Personal Administrativo	38.214,48
Servicios básicos administrativos	530,40
Suministros de oficina	612,50
Suministros de limpieza	970,00
Gasto constitución	1.455,00
Gasto de ventas	9.324,00
<b>Total</b>	<b>66.717,68</b>

Fuente: Tablas de la 57 a la 66  
Elaborado por: El autor

De donde se desprende que el capital de trabajo para los dos primeros meses es:

**Tabla 68.****Capital de trabajo**

<b>Detalle</b>	<b>Valor (USD)</b>
Mano de Obra Directa	1.809,88
Costos indirectos de fabricación	792,00
Sueldo Personal Administrativo	6.369,08
Servicios básicos administrativos	88,40
Suministros de oficina	102,08
Suministros de limpieza	161,67
Gasto constitución	1.455,00
Gasto de ventas	1.554,00
<b>Total</b>	<b>12.332,11</b>

Fuente: Tabla 67

Elaborado por: El autor

**4.7 Inversión total**

La inversión total que se conforma por los activos fijos y el capital de trabajo es:

**Tabla 69.****Inversión total**

<b>Detalle</b>	<b>Valor (USD)</b>
Activos fijos	705.072,00
Capital de trabajo	12.332,11
<b>Total</b>	<b>717.404,11</b>

Fuente: Tablas 56 y 68

Elaborado por: El autor

**4.8 Estructura de la inversión**

Para ejecutar el proyecto se realizará un crédito de USD 490.000,00 correspondiente al 68,30% y el 31,70 % corresponden a USD 227.404,11 son capital propio.

**Tabla 70.*****Estructura de la inversión***

<b>Detalle</b>	<b>Valor (USD)</b>
Capital propio	227.404,11
Financiamiento	490.000,00
<b>Total</b>	<b>717.404,11</b>

Fuente: Tabla 66

Elaborado por: El autor

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero busca la obtención de la mejor alternativa comparando flujos positivos o ingresos con los flujos negativos o egresos que genera un proyecto durante su vida útil.

El análisis del estudio financiero admite proyectar la evaluación económica del proyecto de inversión, a través de la realización del mismo se puede conocer si es rentable o no y además permite saber cuál es la mejor alternativa y que tan productiva es la utilización del recurso capital.

En éste capítulo se realizarán los presupuestos de ingresos y gastos, se conocerán los estados financieros y se llevarán a cabo las evaluaciones de dichos estados para conocer la viabilidad o no del proyecto.

#### **5.1 Objetivo del estudio**

Elaborar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

#### **5.2 Presupuesto de ingresos**

A continuación se presenta las cantidades y precios para determinar los ingresos del proyecto.

##### **5.2.1 Ingresos por utilización de la cancha sintética**

La cantidad de horas de juego se determina en función del horario de atención de nuestra empresa que son 64 horas a la semana y si se contemplan las 4 semanas de cada uno de los 12



meses del año obtenemos un total de 3.072 horas anuales. Para proyectar la cantidad de horas de juego de los años siguientes utilizamos la tasa de crecimiento poblacional que es de 1,63% anual.

**Tabla 71.**

***Cantidad de horas de juego***

<b>Detalle</b>	<b>Año Base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Horas de juego	3.072	3.353	3.661	3.996	4.362	4.762

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

El precio utilización de la cancha sintética es de USD 30,00 cada hora y para proyectar los precios de años siguientes se emplea la inflación estimada que es de 3,68% anual.

**Tabla 72.**

***Precio de hora de juego***

<b>Detalle</b>	<b>Año Base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio hora de juego	30,00	31,10	32,22	33,35	34,50	35,65

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

Si multiplicamos para cada periodo la cantidad por el precio obtenemos los ingresos para cada año de vida del proyecto.

**Tabla 73.**

***Ingresos por utilización de la cancha***

<b>Detalle</b>	<b>Año base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos por utilización de cancha	92.160,00	104.301,45	117.948,30	133.276,66	150.482,12	169.781,87

Fuente: Tablas 71 y 72  
Elaborado por: El autor

## **5.2.2 Ingresos del Minimarket**

La cantidad de botellas de agua que se estiman vender son 176 botellas de agua a la semana lo que nos da el total de 8.448 botellas de agua anualmente y para proyectar la cantidad de los años siguientes se usa la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,63%.

**Tabla 74.*****Cantidad de botellas de agua vendidas***

<b>Detalle</b>	<b>Año Base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Botellas de agua	8.448	8.586	8.726	8.868	9.012	9.159

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

El precio de la botella de agua se fija en USD 0,75 y la proyección de los años siguientes se hace empleando la tasa de inflación estimada del 3,68%.

**Tabla 75.*****Precio de botella de agua***

<b>Detalle</b>	<b>Año Base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio botella de agua	0,75	0,78	0,81	0,83	0,86	0,89

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

La cantidad de botellas de bebida energizante que se estiman vender son 88 botellas por semana lo que nos da un total de 4.224 botellas de bebida energizante anual y se proyecta para los años siguientes con la tasa de crecimiento poblacional de 1,63%.

**Tabla 76.*****Cantidad de bebidas energizantes vendidas***

<b>Detalle</b>	<b>Año Base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Botellas de bebida energizante	4.224	4.293	4.363	4.434	4.506	4.580

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

El precio de la botella de bebida energizante se fija en USD 2,50 y la proyección de los años siguientes se hace empleando la tasa de inflación estimada del 3,68%.

**Tabla 77.*****Precio de bebida energizante***

<b>Detalle</b>	<b>Año Base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio bebida energizante	2,50	2,59	2,69	2,78	2,87	2,97

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

Si multiplicamos para cada periodo la cantidad por el precio obtenemos los ingresos por ventas de botellas de agua y bebidas hidratantes en el Minimarket para cada año de vida

del proyecto.

**Tabla 78.**

***Ingresos del Minimarket***

<b>Detalle</b>	<b>Año base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Botella de agua	6.336,00	6.675,95	7.028,52	7.393,95	7.772,43	8.164,19
Bebida energizante	10.560,00	11.126,58	11.714,21	12.323,24	12.954,05	13.606,99
<b>Total</b>	<b>16.896,00</b>	<b>17.802,53</b>	<b>18.742,73</b>	<b>19.717,19</b>	<b>20.726,49</b>	<b>21.771,18</b>

Fuente: Tablas de la 74 a la 77  
Elaborado por: El autor

### 5.2.3 Resumen de ingresos

Los ingresos de la empresa son por utilización de la cancha sintética y por las ventas del Minimarket, para obtener los ingresos totales sumamos ambos rubros.

**Tabla 79.**

***Presupuesto de ingresos***

<b>Detalle</b>	<b>Año base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Utilización de la cancha	92.160,00	104.301,45	117.948,30	133.276,66	150.482,12	169.781,87
Minimarket	16.896,00	17.802,53	18.742,73	19.717,19	20.726,49	21.771,18
<b>Total Ingresos</b>	<b>109.056,00</b>	<b>122.103,97</b>	<b>136.691,03</b>	<b>152.993,85</b>	<b>171.208,61</b>	<b>191.553,05</b>

Fuente: Tablas 73 y 78  
Elaborado por: El autor

### 5.3 Determinación de egresos

En la determinación de egresos están tanto los costos como los gastos en los que se incurrirá el proyecto.

#### 5.3.1 Costos

Llamamos costos al conjunto de valores incurridos en un período, identificados con el servicio que se ofrece. Dentro de este rubro está la materia prima directa (MPD), mano de obra directa (MOD) y los costos indirectos de fabricación (CIF).

##### a) Materia Prima Directa

La materia prima necesaria para el funcionamiento de la empresa son balones de fútbol,

mismos que se emplearán 40 balones en el primer año y 48 balones en cada año siguiente. El precio de cada balón es de USD 50,00 y se proyecta con la tasa de inflación de 3,68% anual. Por lo tanto el producto de la cantidad de balones de fútbol y el precio de los mismos nos genera el presupuesto de materia prima directa necesaria para el proyecto.

**Tabla 80.**

**Presupuesto de materia prima directa**

Detalle	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
cantidad de balones	40	48	48	48	48	48
precio de balones	50,00	51,84	53,70	55,59	57,49	59,42
<b>Total</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.488,21</b>	<b>2.577,60</b>	<b>2.668,13</b>	<b>2.759,72</b>	<b>2.852,33</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

**b) Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa corresponde al salario de dos trabajadores de atención al cliente que cada uno de ellos recibe una remuneración mensual de USD 354,00 más los beneficios de ley; para la proyección de sus salarios en los años siguientes se emplea la tasa de crecimiento del salario básico que es del 10,20% anual:

**Tabla 81.**

**Presupuesto de mano de obra directa**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración	8.496,00	9.362,95	10.318,36	11.371,26	12.531,60	13.810,35
Aporte Patronal	947,30	1.043,97	1.150,50	1.267,90	1.397,27	1.539,85
Fondo de Reserva	0,00	0,00	859,86	947,60	1.044,30	1.150,86
13ra remuneración	708,00	780,25	859,86	947,60	1.044,30	1.150,86
14ta remuneración	708,00	780,25	859,86	947,60	1.044,30	1.150,86
<b>Total</b>	<b>10.859,30</b>	<b>11.967,41</b>	<b>14.048,44</b>	<b>15.481,97</b>	<b>17.061,77</b>	<b>18.802,78</b>

Fuente: Tabla 58

Elaborado por: El autor

**c) Costos Indirectos de Fabricación**

Los costos indirectos de fabricación son los servicios básicos de la parte operacional del proyecto; de agua potable se emplean mensualmente 400 metros cuadrados con un costo unitario de USD 0,40; de energía eléctrica se consumen cada mes 2.400 kilovatios hora con un

costo unitario de USD 0,09; de telefonía fija se utilizan cada mes 1.000 minutos a un costo unitario de USD 0,02 y para anualizar estos valores multiplicamos por doce en cada servicio básico descrito. Para proyectar las cantidades de servicios básicos utilizados en años siguientes se usa la tasa de crecimiento poblacional del 1,63% anual y los precios de los servicios básicos se mantienen constantes por las políticas públicas que los rigen.

**Tabla 82.**

**Presupuesto de costos indirectos de fabricación**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua Potable	1.920,00	1.951,30	1.983,10	2.015,43	2.048,28	2.081,67
Energía Eléctrica	2.592,00	2.634,25	2.677,19	2.720,83	2.765,18	2.810,25
Telefonía	240,00	243,91	247,89	251,93	256,03	260,21
<b>Total CIF</b>	<b>4.752,00</b>	<b>4.829,46</b>	<b>4.908,18</b>	<b>4.988,18</b>	<b>5.069,49</b>	<b>5.152,12</b>

Fuente: Tabla 59

Elaborado por: El autor

**d) Resumen de Costos**

El costo de ventas es la suma de los valores por concepto de mano de obra directa, materia prima directa y costos indirectos de fabricación.

**Tabla 83.**

**Presupuesto de costos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MPD	2.488,21	2.577,60	2.668,13	2.759,72	2.852,33
MOD	11.967,41	14.048,44	15.481,97	17.061,77	18.802,78
CIF	4.829,46	4.908,18	4.988,18	5.069,49	5.152,12
<b>Total</b>	<b>19.285,07</b>	<b>21.534,22</b>	<b>23.138,28</b>	<b>24.890,98</b>	<b>26.807,24</b>

Fuente: Tablas 80, 81 y 82

Elaborado por: El autor

**5.3.2 Gastos**

Son aquellos egresos incurridos en actividades administrativas que planifican, organizan, controlan y evalúan los procesos de la empresa.

## Gastos administrativos

### a) Sueldos Administrativos

Los salarios mensuales son el gerente USD 973,50; la secretaria USD 531,00; el contador USD 708,00 y el encargado de limpieza USD 354,00. Para anualizar dichos valores multiplicamos por doce, adicionamos los beneficios de ley y para proyectar los sueldos de los siguientes años se emplea la tasa de crecimiento de la remuneración mensual unificada que es del 10,20% anual.

**Tabla 84.**

#### *Presupuesto de sueldos administrativos*

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración	30.798,00	33.940,68	37.404,04	41.220,81	45.427,05	50.062,50
Aporte Patronal	3.433,98	3.784,39	4.170,55	4.596,12	5.065,12	5.581,97
Fondo de Reserva	0,00	0,00	3.177,00	3.435,07	3.785,59	4.171,88
13ra remuneración	2.566,50	2.828,39	3.177,00	3.435,07	3.785,59	4.171,88
14ta remuneración	1.416,00	1.560,49	1.719,73	1.895,21	2.088,60	2.301,72
<b>Total Sueldo Administrativo</b>	<b>38.214,48</b>	<b>42.113,94</b>	<b>49.528,32</b>	<b>54.582,28</b>	<b>60.151,94</b>	<b>66.289,94</b>

Fuente: Tablas 60

Elaborado por: El autor

### b) Servicios Básicos Administrativos

Los servicios básicos de la parte administrativa del proyecto son de agua potable se emplean mensualmente 20 metros cuadrados con un costo unitario de USD 0,40; de energía eléctrica se consumen cada mes 180 kilovatios hora con un costo unitario de USD 0,09; de telefonía fija se utilizan cada mes 1.000 minutos a un costo unitario de USD 0,02 y para anualizar estos valores multiplicamos por doce en cada servicio básico descrito. Para proyectar las cantidades de servicios básicos utilizados en años siguientes de usa la tasa de crecimiento poblacional del 1,63% anual y los precios de los servicios básicos se mantienen constantes por las políticas públicas que los rigen.

**Tabla 85.****Presupuesto de servicios básicos administrativos**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua Potable	96,00	97,56	99,16	100,77	102,41	104,08
Energía Eléctrica	194,40	197,57	200,79	204,06	207,39	210,77
Telefonía	240,00	243,91	247,89	251,93	256,03	260,21
<b>Total</b>	<b>530,40</b>	<b>539,05</b>	<b>547,83</b>	<b>556,76</b>	<b>565,84</b>	<b>575,06</b>

Fuente: Tablas 61  
Elaborado por: El autor

**c) Suministros de Oficina**

Los suministros de oficina alcanzan un valor mensual de USD 125,00 por lo que si multiplicamos por los doce meses obtenemos un valor anual de USD 1.500,00 y para proyectar los valores de los años siguientes se aplica la tasa de inflación del 3,68%.

**Tabla 86.****Presupuesto de suministros de oficina**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	1.500,00	1.555,13	1.611,00	1.667,58	1.724,83	1.782,71

Fuente: Tablas 62  
Elaborado por: El autor

**d) Suministros de Limpieza**

Los suministros de limpieza alcanzan un valor mensual de USD 172,00 por lo que si multiplicamos por los doce meses obtenemos un valor anual de USD 2.064,00 y para proyectar los valores de los años siguientes se aplica la tasa de inflación del 3,68%.

**Tabla 87.****Presupuesto de suministros de limpieza**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de limpieza	2.064,00	2.139,86	2.216,74	2.294,59	2.373,36	2.453,00

Fuente: Tablas 63  
Elaborado por: El autor

**e) Suministros de Minimarket**

Los suministros de Minimarket alcanzan un valor mensual de USD 844,80 por lo que si multiplicamos por los doce meses obtenemos un valor anual de USD 10.137,60 y para

proyectar los valores de los años siguientes se aplica la tasa de inflación del 3,68%.

**Tabla 88.**

**Presupuesto de suministros de Minimarket**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Minimarket	10.137,60	10.510,20	10.887,80	11.270,17	11.657,07	12.048,24

Fuente: Tablas 64

Elaborado por: El autor

**f) Resumen Gastos Administrativos**

**Tabla 89.**

**Presupuesto de gastos administrativos**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Administrativos	38.214,48	42.113,94	49.528,32	54.582,28	60.151,94	66.289,94
Servicios Básicos Administrativos	530,40	539,05	547,83	556,76	565,84	575,06
Suministros de Oficina	1.500,00	1.555,13	1.611,00	1.667,58	1.724,83	1.782,71
Suministros de Limpieza	2.064,00	2.139,86	2.216,74	2.294,59	2.373,36	2.453,00
Suministros de Minimarket	10.137,60	10.510,20	10.887,80	11.270,17	11.657,07	12.048,24
Gastos de Constitución	1.455,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>53.901,48</b>	<b>56.858,18</b>	<b>64.791,70</b>	<b>70.371,38</b>	<b>76.473,03</b>	<b>83.148,95</b>

Fuente: Tablas de la 84 a la 88

Elaborado por: El autor

**g) Gastos de Ventas**

Los gastos de ventas mensuales son USD 600,00 para la campaña publicitaria y USD 177,00 el pago por servicios a un profesional de marketing; para anualizar estos valores se multiplica por doce y para proyectar los años siguientes se usa la tasa de inflación del 3,68% anual.

**Tabla 90.**

**Presupuesto de gastos de ventas**

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Campaña Publicitaria	7.200,00	7.464,63	7.732,81	8.004,38	8.279,17	8.556,99
Profesional de Marketing	2.124,00	2.202,07	2.281,18	2.361,29	2.442,35	2.524,31
<b>Total</b>	<b>9.324,00</b>	<b>9.666,70</b>	<b>10.013,99</b>	<b>10.365,68</b>	<b>10.721,52</b>	<b>11.081,30</b>

Fuente: Tabla 66

Elaborado por: El autor



## h) Gastos Financieros

Estos gastos son aquellos pagos que se realizan por intereses a instituciones financieras.

El crédito adquirido será cancelado en cinco años mediante pagos mensuales que se detallan a continuación:

### Información del crédito

**Tabla 91.**

#### *Información del crédito*

Monto del crédito	490.000,00
tasa de interés	10%
tiempo (años)	5
número de pagos	60
Cuota mensual	10.411,05

Fuente: Corporación Financiera Nacional (Ibarra)

Elaborado por: El autor

### Tabla de Amortización del crédito

**Tabla 92.**

#### *Tabla de amortización del crédito*

No	Saldo Inicial	Pago Programado	Capital	Interés	Saldo Final	Interés Acumulativo
1	490.000,00	10.411,05	6.327,72	4.083,33	483.672,28	4.083,33
2	483.672,28	10.411,05	6.380,45	4.030,60	477.291,83	8.113,94
3	477.291,83	10.411,05	6.433,62	3.977,43	470.858,21	12.091,37
4	470.858,21	10.411,05	6.487,23	3.923,82	464.370,98	16.015,19
5	464.370,98	10.411,05	6.541,29	3.869,76	457.829,68	19.884,94
6	457.829,68	10.411,05	6.595,80	3.815,25	451.233,88	23.700,19
7	451.233,88	10.411,05	6.650,77	3.760,28	444.583,11	27.460,47
8	444.583,11	10.411,05	6.706,19	3.704,86	437.876,92	31.165,33
9	437.876,92	10.411,05	6.762,08	3.648,97	431.114,84	34.814,31
10	431.114,84	10.411,05	6.818,43	3.592,62	424.296,41	38.406,93
11	424.296,41	10.411,05	6.875,25	3.535,80	417.421,16	41.942,73
12	417.421,16	10.411,05	6.932,54	3.478,51	410.488,62	45.421,24
13	410.488,62	10.411,05	6.990,31	3.420,74	403.498,31	48.841,98
14	403.498,31	10.411,05	7.048,57	3.362,49	396.449,74	52.204,47
15	396.449,74	10.411,05	7.107,30	3.303,75	389.342,44	55.508,22
16	389.342,44	10.411,05	7.166,53	3.244,52	382.175,91	58.752,74
17	382.175,91	10.411,05	7.226,25	3.184,80	374.949,65	61.937,54
18	374.949,65	10.411,05	7.286,47	3.124,58	367.663,18	65.062,12

19	367.663,18	10.411,05	7.347,19	3.063,86	360.315,99	68.125,98
20	360.315,99	10.411,05	7.408,42	3.002,63	352.907,57	71.128,61
21	352.907,57	10.411,05	7.470,16	2.940,90	345.437,42	74.069,51
22	345.437,42	10.411,05	7.532,41	2.878,65	337.905,01	76.948,15
23	337.905,01	10.411,05	7.595,18	2.815,88	330.309,83	79.764,03
24	330.309,83	10.411,05	7.658,47	2.752,58	322.651,36	82.516,61
25	322.651,36	10.411,05	7.722,29	2.688,76	314.929,07	85.205,37
26	314.929,07	10.411,05	7.786,64	2.624,41	307.142,43	87.829,78
27	307.142,43	10.411,05	7.851,53	2.559,52	299.290,90	90.389,30
28	299.290,90	10.411,05	7.916,96	2.494,09	291.373,94	92.883,39
29	291.373,94	10.411,05	7.982,94	2.428,12	283.391,00	95.311,51
30	283.391,00	10.411,05	8.049,46	2.361,59	275.341,54	97.673,10
31	275.341,54	10.411,05	8.116,54	2.294,51	267.225,00	99.967,61
32	267.225,00	10.411,05	8.184,18	2.226,88	259.040,82	102.194,49
33	259.040,82	10.411,05	8.252,38	2.158,67	250.788,45	104.353,16
34	250.788,45	10.411,05	8.321,15	2.089,90	242.467,30	106.443,06
35	242.467,30	10.411,05	8.390,49	2.020,56	234.076,81	108.463,62
36	234.076,81	10.411,05	8.460,41	1.950,64	225.616,39	110.414,26
37	225.616,39	10.411,05	8.530,92	1.880,14	217.085,48	112.294,40
38	217.085,48	10.411,05	8.602,01	1.809,05	208.483,47	114.103,45
39	208.483,47	10.411,05	8.673,69	1.737,36	199.809,78	115.840,81
40	199.809,78	10.411,05	8.745,97	1.665,08	191.063,81	117.505,89
41	191.063,81	10.411,05	8.818,85	1.592,20	182.244,96	119.098,09
42	182.244,96	10.411,05	8.892,34	1.518,71	173.352,62	120.616,80
43	173.352,62	10.411,05	8.966,45	1.444,61	164.386,17	122.061,40
44	164.386,17	10.411,05	9.041,17	1.369,88	155.345,00	123.431,29
45	155.345,00	10.411,05	9.116,51	1.294,54	146.228,49	124.725,83
46	146.228,49	10.411,05	9.192,48	1.218,57	137.036,01	125.944,40
47	137.036,01	10.411,05	9.269,09	1.141,97	127.766,93	127.086,36
48	127.766,93	10.411,05	9.346,33	1.064,72	118.420,60	128.151,09
49	118.420,60	10.411,05	9.424,21	986,84	108.996,38	129.137,93
50	108.996,38	10.411,05	9.502,75	908,30	99.493,64	130.046,23
51	99.493,64	10.411,05	9.581,94	829,11	89.911,70	130.875,34
52	89.911,70	10.411,05	9.661,79	749,26	80.249,91	131.624,61
53	80.249,91	10.411,05	9.742,30	668,75	70.507,61	132.293,36
54	70.507,61	10.411,05	9.823,49	587,56	60.684,12	132.880,92
55	60.684,12	10.411,05	9.905,35	505,70	50.778,77	133.386,62
56	50.778,77	10.411,05	9.987,90	423,16	40.790,87	133.809,78
57	40.790,87	10.411,05	10.071,13	339,92	30.719,74	134.149,70

58	30.719,74	10.411,05	10.155,05	256,00	20.564,69	134.405,70
59	20.564,69	10.411,05	10.239,68	171,37	10.325,01	134.577,07
60	10.325,01	10.411,05	10.325,01	86,04	0,00	134.663,11

Fuente: Corporación Financiera Nacional (Ibarra)  
Elaborado por: El autor

## Resumen del Crédito

**Tabla 93.**

### *Resumen del crédito*

Detalle	Valor (USD)
Pago programado	10.411,05
Número de pagos programados	60
Interés Total	134.663,11

Fuente: Tablas 91 y 92  
Elaborado por: El autor

## Resumen de Gastos Financieros

Los gastos financieros corresponden al interés pagado en cada cuota del crédito.

**Tabla 94.**

### *Presupuesto de gastos financieros*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Interés Total
Gasto Financiero	45.421,24	37.095,36	27.897,66	17.736,83	6.512,03	134.663,11

Fuente: Tabla 92  
Elaborado por: El autor

## i) Depreciaciones

La depreciación anual es del 5% para el edificio; del 20% para la superficie de césped sintético; del 33% para el equipo de cómputo y del 10% para equipos de oficina, operativo, de Minimarket y de limpieza. Las depreciaciones están realizadas mediante el método de línea recta con un valor residual del 10% de su cuantía.

**Tabla 95.****Resumen de activos sujetos a depreciación**

Concepto	Valor	Valor Residual	Valor Depreciado	Vida útil (años)	Depreciación Anual
Edificio	60.865,00	6.086,50	54.778,50	20	2.738,93
Superficie Césped Sintético	93.150,00	9.315,00	83.835,00	5	16.767,00
Equipo de cómputo	1.045,00	104,50	940,50	3	313,50
Equipo Operativo	1.095,00	109,50	985,50	10	98,55
Equipo de oficina	954,00	95,40	858,60	10	85,86
Equipo de Minimarket	802,00	80,20	721,80	10	72,18
Equipo de camerino y lavandería	2.161,00	216,10	1.944,90	10	194,49
<b>Total</b>	<b>160.072,00</b>	<b>16.007,20</b>	<b>144.064,80</b>		<b>20.270,51</b>

Fuente: Tabla 56

Elaborado por: El autor

Una vez establecida la depreciación anual de cada activo se establece la depreciación para cada año de vida del proyecto.

**Tabla 96.****Presupuesto de depreciaciones**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	2.738,93	2.738,93	2.738,93	2.738,93	2.738,93
Superficie Césped Sintético	16.767,00	16.767,00	16.767,00	16.767,00	16.767,00
Equipo de cómputo	313,50	313,50	313,50	0,00	0,00
Equipo Operativo	98,55	98,55	98,55	98,55	98,55
Equipo de oficina	85,86	85,86	85,86	85,86	85,86
Equipo de Minimarket	72,18	72,18	72,18	72,18	72,18
Equipo de camerino y lavandería	194,49	194,49	194,49	194,49	194,49
<b>Total</b>	<b>20.270,51</b>	<b>20.270,51</b>	<b>20.270,51</b>	<b>19.957,01</b>	<b>19.957,01</b>

Fuente: Tabla 95

Elaborado por: El autor

**5.4 Estados financieros****5.4.1 Estado de situación inicial**

Este estado financiero presenta la situación financiera y económica inicial estimada del proyecto, es decir presenta las condiciones en las cuales inicia la nueva unidad productiva.

**Tabla 97.****Estado de situación inicial****Estado de Situación Inicial**

<b>Activos Corrientes</b>	<b><u>12.332,11</u></b>	<b>Pasivos</b>	<b><u>490.000,00</u></b>
Capital de Trabajo	12.332,11	Préstamo	490.000,00
<b>Activos Fijos</b>	<b><u>705.072,00</u></b>	<b>Patrimonio</b>	<b><u>227.404,11</u></b>
Terreno	545.000,00	Inversiones	227.404,11
Edificio	60.865,00		
Superficie Césped Sintético	93.150,00		
Equipo de cómputo	1.045,00		
Equipo Operativo	1.095,00		
Equipo de oficina	954,00		
Equipo de Minimarket	802,00		
Equipo de camerino y lavandería	2.161,00		
<b>Total Activos</b>	<b><u>717.404,11</u></b>	<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b><u>717.404,11</u></b>

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

## 5.4.2 Estado de resultados

**Tabla 98.**

### *Estado de resultados proyectado*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	122.103,97	136.691,03	152.993,85	171.208,61	191.553,05
Costo de Ventas	19.285,07	21.534,22	23.138,28	24.890,98	26.807,24
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>102.818,90</b>	<b>115.156,81</b>	<b>129.855,57</b>	<b>146.317,62</b>	<b>164.745,82</b>
Gastos Administrativos	58.313,18	64.791,70	70.371,38	76.473,03	83.148,95
Gastos de Ventas	9.666,70	10.013,99	10.365,68	10.721,52	11.081,30
Depreciaciones	20.270,51	20.270,51	20.270,51	19.957,01	19.957,01
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>14.568,62</b>	<b>20.080,61</b>	<b>28.848,01</b>	<b>39.166,07</b>	<b>50.558,56</b>
Gastos Financieros	45.421,24	37.095,36	27.897,66	17.736,83	6.512,03
<b>UAPT</b>	<b>-30.852,73</b>	<b>-17.014,76</b>	<b>950,36</b>	<b>21.429,24</b>	<b>44.046,53</b>
15% participación a trabajadores	0,00	0,00	142,55	3.214,39	6.606,98
<b>UAI</b>	<b>-30.852,73</b>	<b>-17.014,76</b>	<b>807,81</b>	<b>18.214,86</b>	<b>37.439,55</b>
22% impuesto	0,00	0,00	177,72	4.007,27	8.235,70
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-30.852,73</b>	<b>-17.014,76</b>	<b>630,09</b>	<b>14.207,59</b>	<b>29.202,85</b>

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

## 5.4.3 Flujo de caja

Es el resumen del comportamiento financiero de la empresa.

**Tabla 99.**

### *Flujo de caja*

Detalle	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	227.404,11					
Utilidad Neta		-30.852,73	-17.014,76	630,09	14.207,59	29.202,85
(+) Depreciación		20.270,51	20.270,51	20.270,51	19.957,01	19.957,01
(+) Valor de Rescate						99.785,03
<b>Total Ingresos</b>		<b>-10.582,22</b>	<b>3.255,75</b>	<b>20.900,59</b>	<b>34.164,59</b>	<b>148.994,88</b>
Pago al principal		79.511,38	87.837,26	97.034,97	107.195,80	118.420,60
Reinversión					1.167,36	
<b>Total egresos</b>		<b>79.511,38</b>	<b>87.837,26</b>	<b>97.034,97</b>	<b>108.363,16</b>	<b>118.420,60</b>
<b>Flujo de Caja Neto</b>		<b>-90.093,60</b>	<b>-84.581,51</b>	<b>-76.134,37</b>	<b>-74.198,57</b>	<b>30.524,28</b>

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

## 5.5 Evaluación financiera

### 5.5.1 Determinación del costo de oportunidad

Para determinar el costo de oportunidad se tomará en cuenta la tasa pasiva para la inversión propia que es del 5,51% y la tasa activa para el financiamiento que corresponde al 10%.

**Tabla 100.**

#### **Costo de oportunidad**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Tasa Ponderada</b>	<b>Valor Ponderado</b>
Inversión Propia	227.404,11	31,6982%	5,5100%	1,7466%
Inversión Financiada	490.000,00	68,3018%	10,0000%	6,8302%
<b>Total</b>	<b>717.404,11</b>	<b>100,0000%</b>	<b>15,5100%</b>	<b>8,5768%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, Corporación Financiera Nacional  
Elaborado por: El autor

### 5.5.2 Determinación de la tasa de redescuento (TRM)

La tasa de redescuento o también llamada tasa de rendimiento medio (TRM) tiene dos componentes que son el costo del capital ( $C_k$ ) y la inflación del país ( $i$ ). La TRM se determina con la siguiente fórmula:

$$TRM = (1 + C_k)(1 + i) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,085768)(1 + 0,0376) - 1$$

$$TRM = 0,126592 = 12,6592\%$$

La tasa de redescuento o tasa de rendimiento medio indica lo mínimo que debe rendir el proyecto en condiciones normales.

### 5.5.3 Determinación del valor actual neto (VAN)

El VAN nos permite comparar todas las ganancias o pérdidas esperadas con los desembolsos de dinero que fueron necesarios para producirlas; por lo tanto si el VAN es mayor que cero el proyecto debe ponerse en marcha y caso contrario el proyecto no se debe llevar a

cabo. El valor actual neto (VAN) se calcula con la siguiente fórmula.

$$VAN = -Inversión Inicial + \sum_{i=1}^n \text{Flujos Netos de Efectivo Actualizados}$$

$$VAN = -Inversión Inicial + \sum_{i=1}^n \frac{FNE_i}{(1 + TRM)^i}$$

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1 + TRM)^1} + \frac{FNE_2}{(1 + TRM)^2} + \frac{FNE_3}{(1 + TRM)^3} + \frac{FNE_4}{(1 + TRM)^4} + \frac{FNE_5}{(1 + TRM)^5}$$

$$VAN = -227.404,11 + \frac{-90.063,60}{(1 + 0,1266)^1} + \frac{-84.581,51}{(1 + 0,1266)^2} + \frac{-76.134,37}{(1 + 0,1266)^3} + \frac{-74.198,57}{(1 + 0,1266)^4} + \frac{30.524,28}{(1 + 0,1266)^5}$$

$$VAN = -456.501,38 \text{ USD}$$

**Tabla 101.**

**Valor actual neto**

<b>Año</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>TRM</b>	<b>Flujo Actualizado</b>
0			-227.404,11
1	-90.063,60	1,126592	-79.970,01
2	-84.581,51	1,269210	-66.641,05
3	-76.134,37	1,429883	-53.245,19
4	-74.198,57	1,610895	-46.060,46
5	30.524,28	1,814822	16.819,44
<b>Valor Actual Neto</b>			<b>-456.501,38</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

Se obtiene un VAN negativo por lo que ya puedo concluir que el proyecto no es viable.

#### **5.5.4 Determinación de la tasa interna de retorno (TIR)**

La TIR indica la capacidad que tiene un proyecto de producir utilidades; como en el proyecto se obtiene un VAN negativo, es decir que se presenta pérdida no se puede establecer la tasa interna de retorno en las condiciones y tiempo de vigencia del proyecto. La principal causa para que el proyecto no sea viable y no exista retorno de la inversión es el elevado gasto financiero ya que si bien la tasa de interés vigente para el crédito es aceptable, el monto del



crédito es demasiado dinero para ser pagado en únicamente cinco años de vida útil del proyecto. Si analizamos el estado de resultados nos damos cuenta que el proyecto presenta utilidad operativa para cada uno de los cinco años proyectados pero es por el gasto financiero considerablemente alto que se vuelve inviable.

### 5.5.5 Período de recuperación de la inversión

Este indicador permite conocer el tiempo en el cual se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja actualizados que recupera el proyecto. En nuestro caso en las condiciones dadas el período de recuperación de la inversión es mayor al tiempo de vigencia del proyecto, es decir que en los cinco años que se analiza la operación del proyecto no se logra recuperar la inversión. Para establecer el período de recuperación de la inversión sería necesario extender el tiempo de análisis del proyecto con el fin de pagar el crédito en un más años pero cabe resaltar que de igual forma se realizaría una reinversión en la superficie de césped sintético que tiene vida útil suficiente para operar únicamente cinco años acorde al horario establecido por la empresa.

### 5.5.6 Relación Costo – Beneficio

Permite determinar cómo se generan las utilidades o pérdidas en función de la inversión.

La relación costo – beneficio se determina a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{-229.097,27}{227.404,11}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = -1,0074$$

**Tabla 102.****Relación Costo - Beneficio**

Flujos Netos Actualizados	-229.097,27
Inversión Inicial	227.404,11
<b>Costo – beneficio</b>	<b>-1,007446</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

De la relación costo beneficio se concluye que se pierde un valor aproximado de 1,007 dólares por cada dólar invertido en el proyecto; este indicador al igual que los anteriores establece la inviabilidad del proyecto.

**5.5.7 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio hace referencia a la cantidad de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, punto en el cual la utilidad es nula. El punto de equilibrio se determina de la siguiente manera:

$$\text{Punto de Equilibrio (USD)} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

### a) Punto de Equilibrio por utilización de la cancha sintética

**Tabla 103.**

#### **Punto de equilibrio**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos por uso de la cancha</b>	<b>104.301,45</b>	<b>117.948,30</b>	<b>133.276,66</b>	<b>150.482,12</b>	<b>169.781,87</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>121.634,25</b>	<b>121.211,58</b>	<b>117.562,86</b>	<b>113.159,14</b>	<b>108.578,86</b>
Gasto Administrativo	46.347,98	53.903,90	59.101,21	64.815,97	71.100,71
Gasto de Ventas	9.666,70	10.013,99	10.365,68	10.721,52	11.081,30
Gasto Financiero	45.421,24	37.095,36	27.897,66	17.736,83	6.512,03
Depreciaciones	20.198,33	20.198,33	20.198,33	19.884,83	19.884,83
<b>Costos Variables</b>	<b>18.894,95</b>	<b>21.104,29</b>	<b>22.664,47</b>	<b>24.368,83</b>	<b>26.231,80</b>
Materia Prima Directa	2.488,21	2.577,60	2.668,13	2.759,72	2.852,33
Mano de Obra Directa	11.577,28	13.618,51	15.008,17	16.539,62	18.227,35
CIF	4.829,46	4.908,18	4.988,18	5.069,49	5.152,12
<b>Punto de Equilibrio (USD)</b>	<b>149.225,70</b>	<b>148.284,36</b>	<b>142.260,90</b>	<b>135.586,21</b>	<b>128.937,01</b>
<b>Punto de Equilibrio (horas de juego)</b>	<b>4.798</b>	<b>4.602</b>	<b>4.265</b>	<b>3.930</b>	<b>3.616</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

Analizando la determinación del punto de equilibrio se establece que en los primeros tres años del proyecto la empresa presenta un nivel de ingresos inferior al necesario para lograr el equilibrio, es decir existe pérdida en este periodo. En el cuarto y quinto años se generan ingresos superiores al punto de equilibrio, esto se debe principalmente al descenso considerable del gasto financiero ya que es conocido que al momento de amortizar un crédito, el pago de intereses es mayor en las primeras cuotas y va sufriendo un decremento a medida que llega a su fin el periodo establecido del crédito.

### **5.6 Resumen de indicadores de la evaluación financiera**

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es tener una perspectiva general de las condiciones de la factibilidad o no factibilidad del proyecto.

**Tabla 104.****Resumen de indicadores de evaluación financiera**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Conclusión</b>
Valor Actual Neto	USD -456.501,38	No factible
Relación Costo / Beneficio	-1,0074	No factible
Período de recuperación de la inversión	superior a 5 años	No factible

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

Con los resultados expuestos se puede apreciar que el proyecto no es factible ya que se obtiene un valor actual neto negativo; en las condiciones establecidas no se puede determinar la tasa interna de retorno; se genera una pérdida de aproximadamente un dólar y un centavo por cada dólar invertido y en los cinco años de estudio del proyecto no se logra recuperar la inversión.

## CAPÍTULO VI

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

La estructura de una empresa es la organización de una serie de partes o elementos dispuestos con un orden específico y con determinadas relaciones entre ellos. La estructura deberá ser relativamente duradera y divide el trabajo y los mecanismos de coordinación que se realizan dentro de la empresa. Hay estructuras encargadas de la división de funciones, puestos y niveles de toma de decisiones.

#### 6.1 Estructura administrativa

Es una empresa de servicios, la misma que se dedicará a la prestación del servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético a la población urbana de la ciudad de Ibarra de manera directa.

El estudio administrativo busca determinar la parte organizacional de la empresa en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la empresa.

##### 6.1.1 Razón social

La razón social de la empresa es **“Fair Play”** y su eslogan es “El fútbol es lo más importante de lo menos importante”. Estará ubicada en la parroquia San Francisco del cantón Ibarra en la provincia de Imbabura; la cual tendrá como función principal será brindar el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético.

**Ilustración 10.****Logotipo de la empresa**

Elaborado por: Ing. Pablo Farinango  
Fuente: Propia

**6.1.2 Importancia**

La importancia de la empresa radica en que se pretende ofrecer a los habitantes de la ciudad de Ibarra un espacio en el que puedan encontrar una manera divertida y saludable de distraerse al compartir un partido de fútbol en un ambiente agradable y seguro en horarios acordes a su disponibilidad de tiempo.

**6.1.3 Beneficiarios**

Mediante la creación y ejecución del presente proyecto se obtendrá beneficiarios directos e indirectos.

Los beneficiarios directos serán hombres y mujeres de entre 18 y 50 años que vivan en las parroquias San Francisco, El Sagrario y Caranqui y que tengan un estrato socio económico medio, medio alto o alto; que realizarán la práctica del fútbol como actividad recreativa y de conservación de su estado de salud.

Están considerados como beneficiarios indirectos los comerciantes de implementos

necesarios para jugar fútbol como son tiendas de calzado, locales de ropa deportiva, el sector textil dedicado a la confección de uniformes deportivos; además son beneficiarios indirectos profesionales como médicos fisioterapeutas y comerciantes ambulantes que se sitúan en los alrededores de la empresa.

#### **6.1.4 Sector económico**

De acuerdo a la clasificación nacional de actividades revisión 4.0; la empresa “Fair Play” se encuentra encasillada en el rubro R93 actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas; por lo tanto es una empresa del sector económico terciario o de servicios.

#### **6.1.5 Tipo de empresa**

La empresa de servicios “Fair Play” será una empresa jurídica, de carácter privada con fines de lucro y catalogada como microempresa porque posee seis trabajadores.

#### **6.1.6 Misión**

“Fair Play” tiene como misión ser una empresa especializada en la práctica del fútbol recreativo en un ambiente limpio, seguro y acogedor que garantiza la satisfacción del cliente, fomenta la salud y la práctica de valores a través del deporte.

#### **6.1.7 Visión**

“Fair Play” dentro de cinco años se posicionará como el mejor lugar de alquiler de canchas sintéticas para ser reconocidos por su calidad de servicio y liderar el mercado de la práctica del fútbol como actividad de esparcimiento.

#### **6.1.8 Objetivos de la empresa**

- Posicionarse en el mercado para a futuro incrementar la cobertura de personas que acceden a su servicio.

- Mejorar la calidad de vida de sus clientes mediante el fomento de la actividad física como terapia de esparcimiento y control de su estado de salud.
- Fortalecer los lazos sociales y afectivos de los clientes para desarrollar el trabajo en equipo y de esta manera cohesionar los tejidos sociales de la población.
- Contribuir a la disminución del sedentarismo que provoca enfermedades cardio vasculares como la obesidad.
- Brindar a los empleados capacitación adecuada para que sean competentes en el cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades.

#### **6.1.9 Principios de la empresa**

- Reconocer el talento y ofrecer una remuneración adecuada.
- Brindar servicio eficiente, de calidad y con calidez.
- Coordinación de los equipos de trabajo de cada uno de los departamentos o unidades.
- Mantener buenas relaciones interpersonales.
- Predisposición para asumir nuevos retos.
- Escuchar a los clientes e innovar permanentemente para intentar liderar el mercado.

#### **6.1.10 Políticas de la empresa**

- Cumplir y superar las expectativas de nuestros clientes más exigentes, así como las normativas y especificaciones legales.
- Alcanzar los estándares más altos de calidad.
- Identificar los puntos críticos de nuestros procesos para asegurar la inercia del servicio brindado.
- Disminuir continuamente la incidencia de no conformidades mediante su seguimiento estadístico y la aplicación de acciones correctivas.
- Aspirar a la mejora continua apoyados por el seguimiento de indicadores de calidad y



permanente cualificación del proceso y del talento humano.

- Establecer normas de convivencia que aseguren un trato amable entre los colaboradores en sus diferentes niveles jerárquicos.
- Solucionar conflictos internos que pudieran comprometer el bienestar de trabajadores y clientes.

### **6.1.11 Valores**

Dentro de la empresa se deberá trabajar con valores y principios permanentemente, ya que es parte de la cultura e identidad empresarial que permite tener una distinción en la calidad de servicio que se brindará.

Practicar el trabajo en el marco de la ética profesional y personal es lo que permitirá evitar cualquier tipo de irregularidad y aportar a una mejor toma de decisiones.

Los siguientes valores son los que se estimularán principalmente:

- Vocación al servicio

El personal de “Fair Play” debe conservar una actitud alineada hacia el servicio, misma que debe estar caracterizada por la calidez y la oportunidad en la atención a los clientes.

- Honestidad

El personal siempre debe actuar en base a la rectitud, integridad y moral.

- Transparencia

Permite la generación de un ambiente interno lleno de confianza y seguridad de manera que esto se proyecte a los clientes, mejorando así la percepción sobre la empresa.

- Trabajo en equipo

Procurar que todos los recursos así como los esfuerzos realizados para lograr los objetivos tanto individuales como grupales estén acorde a los objetivos de la empresa.

- Responsabilidad

Cumplir de manera adecuada y dentro de las especificaciones planteadas los compromisos y obligaciones adquiridas, con rapidez y respuesta apropiadas a los requerimientos. Asumir las consecuencias de los actos ocasionados por las decisiones o comportamientos y estar dispuestos a rendir cuentas sobre los mismos.

- Responsabilidad Ambiental

Manifiestar con actos profesionales y personales el respeto al medioambiente mediante el uso racional de recursos y herramientas de trabajo.

- Respeto

El recurso humano de “Fair Play” se apegará al establecimiento de relaciones interpersonales sanas, dentro de un marco de tolerancia y observando los derechos y la dignidad de las personas.

- Colaboración

El personal de la empresa deberá estar siempre dispuesto a contribuir de manera activa con su equipo de trabajo para cumplir de mejor manera los objetivos institucionales.

- Permanente innovación

Buscar que se mejoren los procesos, los servicios y demás mediante la investigación de

necesidades y realización de acciones que permitan optimizar recursos y ser más eficientes en el servicio ofertado, cumpliendo así con las expectativas de nuestros clientes.

## 6.2 Estructural Organizacional

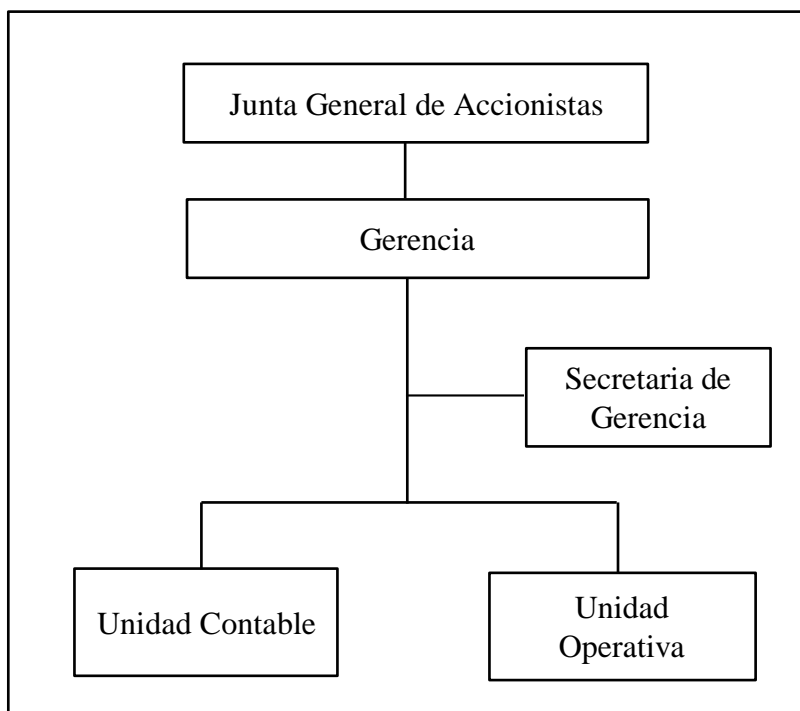
La empresa contará con seis trabajadores que realizarán funciones tanto en administración, secretaría, contabilidad, atención al cliente y limpieza. Dentro de la empresa las funciones serán el agrupamiento de las principales unidades de trabajo, mediante la reunión lógica y armoniosa de actividades afines. La estructura organizacional implicará orden, articulación y comunicaciones jerárquicas llevadas en forma dinámica.

### 6.2.1 Orgánico Estructural

El orgánico estructural representa gráficamente la estructura organizativa de la empresa:

#### *Ilustración 11.*

#### *Orgánico estructural*



### **6.2.2 Niveles administrativos**

Para la ejecución de las actividades se requerirá talento humano que conozca y cumpla con los perfiles demandados para el correcto desempeño de la empresa; además debe tener cimentados los valores y principios descritos anteriormente.

La estructura orgánica está conformada por los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo: En este nivel se encuentran los accionistas del proyecto.
- Nivel Ejecutivo: Dentro de éste nivel se encuentra el gerente del proyecto, mismo que es el encargado de ejecutar el plan estratégico.
- Nivel Asesor: En éste nivel está ubicado una persona que brindará asesoría en lo referente al marketing y será ocasional.
- Nivel Auxiliar: Se encuentra la secretaria de la empresa.
- Nivel Operativo: En éste nivel está ubicado por la persona de atención al cliente.

### **6.2.3 Descripciones de perfiles y funciones del personal**

El talento humano deberá contar con los perfiles y deberán cumplir las funciones descritas a continuación:

**Tabla 105.****Requerimiento de personal ejecutivo**

I. Descripción del cargo: Gerente	
Unidad:	Administrativo
Salario:	USD 973,50
Objetivo del cargo:	Optimizar y organizar de manera eficiente y eficaz los recursos de la empresa.
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Representar legal y judicialmente a la organización.</li> <li>○ Establecer procedimientos administrativos, financieros y de talento humano necesarios para un buen desarrollo del trabajo.</li> <li>○ Organizar y dirigir los diferentes departamentos de la empresa.</li> <li>○ Responsabilizarse de las labores administrativas así como por el incremento de las ventas.</li> <li>○ Ejercer un efectivo control administrativo y financiero de la empresa.</li> <li>○ Realizar otras funciones relacionadas con su puesto que no hayan sido enumeradas en este documento.</li> </ul>	
III. Perfil	
Profesionales:	
Formación:	Educación superior
Especialidad:	Ingeniero Comercial o afines
Experiencia:	Mínimo un año en cargos similares
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Liderazgo</li> <li>○ Discreción y honestidad comprobadas</li> <li>○ Capacidad de trabajar en equipo</li> <li>○ Habilidad administrativa y experiencia contable</li> </ul>	

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Tabla 106.****Requerimiento de personal auxiliar**

I. Descripción del cargo: Secretaria de Gerencia	
Unidad:	Administrativo
Salario:	USD 531,00
Objetivo del cargo:	Apoyar los procesos administrativos, atendiendo los requerimientos de gerencia.
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mantener en orden los documentos de la empresa.</li> <li>○ Preparar la documentación requerida sobre los temas administrativos.</li> <li>○ Recepcionar y realizar llamadas telefónicas, correos electrónicos y documentación variada e informar al gerente.</li> <li>○ Brindar una excelente atención al cliente interno y externo, y satisfacer inquietudes pertinentes de los mismos.</li> <li>○ Recepcionar pedidos de los clientes e informar a la unidad operativa.</li> <li>○ Apoyar a todo el equipo para que se realice un buen trabajo, en todos los niveles de la empresa.</li> <li>○ Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>	
III. Perfil	
Profesionales:	
Formación:	Educación superior
Especialidad:	Secretariado o afines
Experiencia:	Mínimo un año en cargos similares
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capacidad organizacional</li> <li>○ Ética profesional, discreción y honestidad comprobadas.</li> <li>○ Vocación al servicio</li> <li>○ Habilidad para interrelacionarse</li> <li>○ Destreza en computación</li> <li>○ Capacidad para resolver conflictos y trabajo por prioridades</li> </ul>	

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

**Tabla 107.****Requerimiento de personal Financiero**

I. Descripción del cargo: Contador	
Unidad:	Contable
Salario:	USD 708,00
Objetivo del cargo:	Apoyar los procesos administrativos y contables atendiendo a los requerimientos de la administración.
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Responsabilizarse de las tareas contables.</li> <li>○ Establecer procedimientos financieros necesarios para que se desarrolle un excelente trabajo y con apoyo adecuado.</li> <li>○ Cumplir y hacer cumplir los estatutos legales establecidos.</li> <li>○ Ejercer un efectivo control financiero de los recursos de la empresa.</li> <li>○ Coordinar, supervisar, controlar y monitorear todos los procesos financieros.</li> <li>○ Mantener el orden y seguridad de los documentos de la empresa.</li> <li>○ Preparar la documentación requerida sobre temas administrativos, contables y de tributación.</li> <li>○ Apoyar a todo el equipo para que se realice un buen trabajo, en todos los niveles de la empresa.</li> <li>○ Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>	
III. Perfil	
Profesionales:	
Formación:	Educación superior
Especialidad:	Contabilidad o afines
Experiencia:	Mínimo un año en cargos similares
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capacidad organizativa</li> <li>○ Ética profesional, discreción y honestidad comprobadas.</li> <li>○ Habilidad para interrelacionarse</li> <li>○ Capacidad de trabajo en equipo a nivel profesional.</li> <li>○ Destreza en computación</li> <li>○ Experiencia contable</li> <li>○ Capacidad para resolver conflictos rápidamente y trabajo por prioridades.</li> </ul>	

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**Tabla 108.****Requerimiento de personal de limpieza**

I. Descripción del cargo: Personal de limpieza	
Unidad:	Operativa
Salario:	USD 354,00
Objetivo del cargo:	Realizar la limpieza de las instalaciones de la empresa tanto administrativa como operativa.
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mantener el orden y limpieza de las áreas exteriores del restaurante.</li> <li>○ Realizar la limpieza de las oficinas.</li> <li>○ Brindar una excelente atención al cliente interno y externo.</li> <li>○ Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.</li> </ul>	
III. Perfil	
Profesionales:	
Formación:	Educación general básica
Especialidad:	ninguna
Experiencia:	No indispensable
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Orden</li> <li>○ Discreción y honestidad comprobadas.</li> <li>○ Habilidad para interrelacionarse</li> <li>○ Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>○ Destreza en jardinería</li> </ul>	

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor



**Tabla 109.****Requerimiento de personal operativo**

I. Descripción del cargo: Atención al cliente	
Unidad:	Operativa
Salario:	USD 354,00
Objetivo del cargo:	Realizar la atención personalizada y con calidez a cada uno de los grupos de clientes.
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Promocionar los demás servicios de la empresa.</li> <li>○ Cobrar a los clientes por la utilización de la cancha de fútbol.</li> <li>○ Emitir y entregar la factura al cliente.</li> <li>○ Reportar cualquier anomalía al administrador.</li> </ul>	
III. Perfil	
Profesionales:	
Formación:	Bachillerato
Especialidad:	ninguna
Experiencia:	Mínimo un año en cargos similares
Personales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capacidad organizativa</li> <li>○ Ética profesional, discreción y honestidad comprobadas.</li> <li>○ Vocación del servicio</li> <li>○ Habilidad para interrelacionarse</li> <li>○ Capacidad de trabajo en equipo a nivel profesional.</li> <li>○ Capacidad para resolver conflictos rápidamente y trabajo por prioridades.</li> </ul>	

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

**6.3 Marco legal****6.3.1 Registro único de contribuyentes**

Para que la sociedad pueda funcionar correctamente es necesario obtener requisitos, uno de ellos es el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Para obtener el RUC se debe presentar la siguiente documentación en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) en

nuestra ciudad de Ibarra:

- Formularios RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el gerente que es el representante legal.
- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Original y copia de una planilla de un servicio básico de hasta tres meses atrás a la fecha en que se desea obtener el RUC, la planilla debe ser del lugar en donde se pretende ubicar el proyecto.
- Original y copia de la cédula de identidad del representante legal, que en mi caso es el gerente.
- Original y copia del certificado de votación del gerente en calidad de representante legal.

Luego de presentar la documentación descrita y obtener el RUC se debe imprimir o solicitar autorización para los documentos de emisión obligatorios como son las facturas que respaldan la actividad comercial de mi empresa de acuerdo a la normativa tributaria vigente.

Leyes que se deben tomar en cuenta durante el funcionamiento de mi proyecto:

- Ley de Régimen Tributario Interno
- Normas Internacionales de Información Financiera (NIIFS)
- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA)
- Normas de Calidad
- Estatutos de Constitución de la Empresa.

### **6.3.2 Patente municipal**

Otro requisito importante para nuestro funcionamiento es la Patente Municipal y para

ello son necesarios los siguientes requisitos:

- Certificado provisional o definitivo que haya sido emitido por el cuerpo de bomberos del cantón Ibarra.
- Debido a que éste trámite es para iniciar la actividad económica se necesita presentar la Escritura de Constitución así como el documento que acredite el nombramiento del representante legal.
- Original y copia de la cédula y certificado de votación del representante legal.
- Formulario de solicitud para el Registro de Patente Municipal; original y copia lleno y suscrito por el representante legal.
- Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa.

### **6.3.3 Permisos de funcionamiento de bomberos**

Junto al pago de la Patente Municipal se cobra la tasa de autorización de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos por un monto del 10% de la patente, rubro que en ningún caso debe sobrepasar los USD 100,00. Los requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento de bomberos son:

- Llenar el formulario de inspección que es entregado en las oficinas del cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar el informe de inspección realizada por el Inspector del cuerpo de bomberos de Ibarra.
- Copia de la cédula de identidad si es persona natural o del representante legal en caso de persona jurídica.
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el SRI.

### **6.3.4 Permiso sanitario de funcionamiento**

El permiso sanitario de funcionamiento brinda a la población una garantía de que los

establecimientos cumplen con las condiciones higiénicas necesarias para la manipulación de sus productos o para brindar su servicio.

Para obtener este documento se debe presentar a la Dirección de Salud de Imbabura una Solicitud dirigida al Director Provincial de Salud con la siguiente información:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC), se debe adjuntar la copia de este documento.
- Original y copia de la cédula de identidad del propietario o representante legal.
- Actividad o actividades que realiza el establecimiento.
- Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal, número, intersecciones, teléfono, correo electrónico.

A la solicitud se debe adjuntar:

- Documentos que acrediten la personería jurídica.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos.

Luego de que la documentación completa sea entregada en el Área de Salud a la que pertenece el establecimiento, luego de 48 horas de revisada la documentación y verificado la ubicación del establecimiento, si es favorable la evaluación se procede a la inspección y posterior se emite el informe, y se puede proceder a cancelar los valores correspondientes para la emisión de los permisos de funcionamiento debidamente legalizados por el Director o Directora Provincial de Salud y Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria Provincial

con sus firmas y sellos respectivos.

El monto recaudado por conceptos de emisión de dicho permiso es destinado al mejoramiento de las actividades de control y vigilancia sanitaria de la provincia.

### **6.3.5 Responsabilidad laboral**

Los empleadores mantienen obligaciones para con sus empleados descritas en el código de trabajo vigente en el país. Algunas obligaciones son las siguientes:

- Cancelar las cantidades correspondientes al trabajador de acuerdo al contrato y disposiciones del Código.
- Tener y mantener todas las instalaciones de acuerdo a las disposiciones legales y a las órdenes de las autoridades sanitarias.
- Elaborar y mantener actualizado un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneración, fecha de ingreso y de salida.
- Sujetarse al reglamento interno que haya sido legalmente aprobado.
- Proveer oportuna y regularmente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para realizar su trabajo y un lugar adecuado y seguro para almacenarlos.
- Otorgar al trabajador de manera gratuita y cada vez que lo solicite certificados referentes a su trabajo. Y cuando el trabajador se separe definitivamente, el empleador tiene la obligación de entregar un certificado que atestigüe el tiempo y la clase de servicios prestados.
- Facilitar la inspección y vigilancia a las autoridades.
- Cumplir con las obligaciones descritas en la ley de seguridad social.
- Se debe contratar personas con capacidades diferentes de acuerdo a las necesidades y posibilidades de la empresa en función de lo establecido por las comisiones sectoriales del Ministerio del Trabajo.

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS

En este capítulo se determinará la incidencia de los impactos económico, social y ambiental en la operación del proyecto.

#### 7.1 Valoración de impactos

Para el análisis se realizará una matriz de impactos con las respectivas valoraciones para identificar el nivel de impactos y sus escalas de puntuación.

En la matriz se señala una valoración que oscila entre -3 y 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

#### *Cuadro 4.*

#### *Matriz de valoración de impactos*

<b>Puntuación</b>	<b>Significado</b>
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles, los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

## 7.2 Impacto económico

### Cuadro 5.

#### Matriz de impacto económico

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generar fuentes de empleo					X			1
Estabilidad laboral			X					-1
Mayores ingresos					X			1
Disminución de costos	X							-3
Alta rentabilidad	X							-3
Total	-6	0	-1	0	2	0	0	-5

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{-5}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = -1$$

*Nivel de impacto económico: Impacto bajo negativo*

### 7.2.1 Análisis del impacto económico

#### a) Generar fuentes de empleo

El impacto de generar fuentes de empleo tiene el valor de 1 porque la empresa de alquiler de cancha sintética logra crear seis nuevas plazas de empleo para personas que cumplan los requisitos establecidos.

#### b) Estabilidad laboral

El impacto de estabilidad laboral está valorado con -1 ya que considero que como el proyecto no es factible lo más probable es que luego de finalizar los contratos laborales

firmados, el personal no continúe trabajando en la empresa.

### c) Mayores ingresos

El impacto de mayores ingresos tiene el valor de 1 porque del análisis se observa que el nivel de ingresos del proyecto si es relativamente elevado.

### d) Disminución de costos

El impacto de la disminución de costos se ha valorado como -3 debido a que los costos del proyecto son altos, especialmente los rubros de salarios administrativos y principalmente el gasto financiero que se necesita para cancelar el crédito obtenido para la implementación del proyecto.

### e) Alta rentabilidad

El impacto de alta rentabilidad está valorado con -3 porque definitivamente el proyecto genera pérdidas por lo tanto no es para nada rentable.

## 7.3 Impacto social

### *Cuadro 6.*

#### *Matriz de impacto social*

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejorar la calidad de vida							X	3
Eficiente atención al cliente							X	3
Mejorar las relaciones interpersonales							X	3
Beneficios para la salud						X		2
Incrementar la necesidad de esparcimiento							X	3
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor



$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{14}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 2,8 \cong 3$$

*Nivel de impacto social: Impacto alto positivo*

### **7.3.1 Análisis del impacto social**

#### **a) Mejorar la calidad de vida**

El impacto de mejorar la calidad de vida adopta un valor de 3 porque la práctica del deporte, en el caso específico del fútbol permite incrementar la percepción de bienestar de quienes intervienen directamente o lo observan de forma pasiva gracias al disfrute que causa en las personas que gustan de este multitudinario deporte.

#### **b) Eficiente atención al cliente**

El impacto de la eficiente atención al cliente se ha valorado con 3 debido a que la empresa cuenta con talento humano debidamente seleccionado, periódicamente capacitado y permanentemente evaluado para ser capaz de atender eficientemente al cliente, con un trato cordial y la pertinencia necesaria para satisfacer las necesidades de los clientes y que estos disfruten momentos agradables en las instalaciones de la empresa.

#### **c) Mejorar las relaciones interpersonales**

El impacto de mejorar las relaciones interpersonales ha sido valorado con 3 ya que se tiene en cuenta que a través del fútbol las personas aprenden, ponen en práctica y fomentan un sinnúmero de valores como por ejemplo el trabajo en equipo, la competencia limpia y leal, el respeto a normas y reglamentos interpretados por un árbitro, el compañerismo, la solidaridad,

la demostración cortés del sentirse ganador y la aceptación oportuna de una derrota.

#### d) Beneficios para la salud

El impacto de beneficios para la salud acoge el valor de 2 puesto que la actividad física canalizada en nuestro caso a través del fútbol genera beneficios para la salud como combatir el sedentarismo, disminución del riesgo a padecer obesidad y sus consecuencias como los trastornos cardio vasculares. Sin embargo no llega a obtener el valor más alto en la escala de valoración por el riesgo intrínseco de un juego en el que es aceptado la fricción y el roce físico.

#### e) Incrementar la necesidad de esparcimiento

El impacto de incrementar la necesidad de esparcimiento toma el valor de 3 porque la práctica del fútbol o la observación pasiva del mismo logra distraer a las personas de actividades como su trabajo o problemas familiares que son los causantes de estrés y las complicaciones de salud emocional y física causadas por dicho padecimiento contemporáneo.

### 7.4 Impacto ambiental

#### *Cuadro 7.*

#### *Matriz de impacto ambiental*

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Bajo nivel de contaminación auditiva (ruido)			X					-1
Clasificación de desechos							X	3
Manejo de normativa ambiental						X		2
Salud ocupacional							X	3
Reducción de la contaminación							X	3
Total	0	0	-1	0	0	2	9	10

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{10}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = 2$$

*Nivel de impacto ambiental: Impacto medio positivo*

#### **7.4.1 Análisis del impacto ambiental**

##### **a) Bajo nivel de contaminación auditiva (ruido)**

El impacto de bajo nivel de contaminación auditiva se ha valorado con -1 debido a que al jugar fútbol se agrupan veintidós personas que interactúan entre ellas dándose ánimo e instrucciones para las cuales en ocasiones es necesario gritar, gracias a la extensión y características de las instalaciones el ruido no es excesivamente alto pero si es un factor a considerarse.

##### **b) Clasificación de los desechos**

El impacto de la clasificación de los desechos es alto, tiene el valor de 3 puesto que la empresa tiene como eje transversal de sus actividades el reciclaje, por lo tanto se dispondrá de los elementos necesarios para reciclar con la señalización adecuada dentro de las instalaciones de la empresa.

##### **c) Manejo de normativa ambiental**

El manejo de normativa ambiental ha tomado la valoración de 2 debido a que si bien la empresa está comprometida por cumplir la legislación vigente hay que recalcar que dicha reglamentación se encuentra sujeta a mejoramiento constante por parte de las autoridades responsables a nivel local y nacional.

#### d) Salud ocupacional

El impacto de salud ocupacional tiene un valor de 3 porque es política de la empresa preocuparse por el estado de salud mental y físico tanto de sus trabajadores como de sus clientes externos implementando medidas de control.

#### e) Reducción de la contaminación

El efecto de la reducción de la contaminación es de 3, lo que quiere decir que minimizamos lo más posible la contaminación ya que al tratarse de una superficie sintética no se acude al uso de plaguicidas ni pesticidas químicos que son utilizados para el tratamiento del césped natural.

### 7.5 Resumen general de impactos

#### Cuadro 8.

##### Matriz de impacto general

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto económico			X					-1
Impacto social							X	3
Impacto ambiental						X		2
Total	0	0	-1	0	0	2	3	4

Fuente: Propia  
Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{4}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto general} = 1,33 \cong 1$$

Nivel de impacto general: Impacto bajo positivo

### **7.5.1 Análisis del impacto general**

#### **a) Impacto económico**

El impacto económico obtenido es de -1 principalmente debido a que los egresos del proyecto son excesivamente altos, corresponden a salarios administrativos y al gasto financiero. Por estas razones el proyecto no es financieramente rentable y se concluye su no factibilidad.

#### **b) Impacto social**

El impacto social que se genera es de 2,8 considerado como positivo alto debido a los múltiples beneficios causados por la práctica del fútbol tanto en la salud física al combatir el sedentarismo como también en la salud mental al rescatar valores propios de una actividad en equipo que se rige por normas preestablecidas.

#### **c) Impacto ambiental**

El impacto ambiental es de 2, está catalogado como medio positivo y no alcanza valores más altos de la escala porque surge el ruido o contaminación auditiva que se compone principalmente de gritos propios de un deporte que se practica en un espacio amplio.

De manera general se concluye que el proyecto de creación de una empresa que alquilar la cancha sintética de fútbol posee un impacto positivo bajo por lo que desde la opinión técnica se recomienda la no implementación del proyecto.

## CONCLUSIONES

- Luego de realizar el diagnóstico situacional se concluye que en el cantón Ibarra existe las potencialidades económicas y sociales que permiten crear una empresa que preste el servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético que permita a la población practicar el deporte más popular del mundo en un ambiente seguro y confortable.
- Es de vital importancia para el proyecto tener la base teórica y científica de los tópicos y sub tópicos contemplados en el desarrollo del mismo, para sustentar definiciones técnicas del presente trabajo.
- Mediante la realización del estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha en servicios de cancha de césped artificial con dimensiones que permitan practicar el fútbol con once jugadores por equipo, teniendo así una oportunidad de inversión para cubrir un 12,5% de la demanda insatisfecha.
- De acuerdo al estudio técnico y al análisis realizado en cuanto a materia prima, mano de obra, vialidad, servicios básicos entre otros, se determinó la ubicación óptima del proyecto, además los mencionados factores permitieron establecer el tamaño del proyecto y los procesos que implica su ejecución.
- En el estudio financiero se logró concluir que el proyecto no es factible mediante el uso de indicadores financieros, ya que se obtiene un valor actual neto negativo; el motivo principal para la inviabilidad del proyecto es la elevada inversión inicial, misma que no llega a ser recuperada en el período analizado de vida útil del proyecto.

- En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas y operativas de la empresa. Se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, principios y valores, las funciones y responsabilidades de cada integrante de nueva unidad productiva.

## RECOMENDACIONES

- La nueva empresa deberá aprovechar las ventajas que tiene la ciudad de Ibarra, al considerar la difusión y práctica del fútbol recreativo ya sea de forma competitiva como lúdica.
- Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.
- Tomar en consideración las necesidades así como los gustos y preferencias del mercado hacia el cual se dirige el proyecto para obtener mayores utilidades y satisfacer al cliente del proyecto.
- Aprovechar la ubicación estratégica y privilegiada que tiene el proyecto, aprovechando la fácil accesibilidad que ofrece el sector y además explotar las características de la superficie del césped sintético que disminuye las lesiones al momento de jugar fútbol. El diseño de las inhalaciones de la cancha debe ser atractivo y confortable para los usuarios.
- Dentro de la evaluación financiera es importante la utilización de información adecuada y fidedigna para así minimizar los riesgos de inversión.
- Para realizar la estructura organizativa de la empresa se debe tomar en cuenta las necesidades de la misma, es decir realizar un profundo análisis de los perfiles profesionales requeridos para la ejecución del proyecto, para con ello laborar de manera eficiente y hacer una correcta utilización de los recursos.



- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existan variaciones, tratar de enmendar errores y solucionar los inconvenientes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Anzola Rojas, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas* (Tercera ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Araujo, D. (2012). *Proyectos de Inversión*. Sao Paulo: Trillas.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Séptima ed.). México D.F.: McGraw Hill.
- Barría, M. (2014). *Clasificación de las empresas*. Obtenido de universidaddevalparaiso.cl: <http://ceur-ws.org/Vol-488/paper10.pdf>
- Bravo Valdivieso, M. (2013). *Contabilidad de Costos* (Tercera ed.). Quito: Editorial Escobar.
- Caldentey, P. (2010). De Baja y Cultivando. *La Cultura del Agro*, 22.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos: El Capital Humano de las Organizaciones* (Novena ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Fernandez, L. (2012). *blogspot.com*. Recuperado el 2014, de Clasificación de las Empresas: <http://admluisfernando.blogspot.com/2012/03/clasificacin-de-las-empresas.html>
- FIFA. (2014). *FIFA.com*. Recuperado el 2014, de fifa.com: <http://es.fifa.com/>
- García Ferrando, M. (2010). *El Análisis de la realidad Social: Métodos y Técnicas de Investigación* (Tercera ed.). Valencia: Alianza Editorial.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra. (2011). *Ibarra Ecuador.gob.ec*. Recuperado el 2014, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra: <http://www.ibarraecuador.gob.ec/>
- Julián, C. C. (2014). *Somos del mismo barro* *blogspot*. Obtenido de <http://somosdelmismobarro.blogspot.com/>
- Kunz, M. (2011). *FIFA.com*. Obtenido de Gran Censo 2010: [http://es.fifa.com/mm/document/fifafacts/bcoffsurv/smaga\\_9472.pdf](http://es.fifa.com/mm/document/fifafacts/bcoffsurv/smaga_9472.pdf)

- Lagares Barreiro, P. (2013). *Población y Muestra*. Obtenido de Managment mathematics for european schools: [http://optimierung.mathematik.uni-kl.de/mamaeusch/veroeffentlichungen/ver\\_texte/sampling\\_es.pdf](http://optimierung.mathematik.uni-kl.de/mamaeusch/veroeffentlichungen/ver_texte/sampling_es.pdf)
- Libera Bonilla, B. (2012). *oas.org*. Recuperado el 2014, de Evaluación del Impacto Económico, Social y Ambiental: [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15\\_3\\_07/aci08307.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm)
- Martín González, M. (2014). *Bibliociencias*. Obtenido de Didáctica de la Cultura Física: <http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/libros/index/assoc/HASH01b0.dir/doc.pdf>
- Méndez Morales, J. (2012). *La Economía en la empresa*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Mera Orozco , J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos* (Tercera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Morales Castro, A. (2011). *Planeación Financiera*. Bogotá: Patria .
- Muñiz Gonzalez, R. (2013). *Marketing en el siglo XXI* (Quinta ed.). Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Palacios Acero, L. C. (2012). *Estrategias de Creación Empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Prieto Herrera, J. (2013). *Gerencia del Servicio: La clave para ganar todos* (Tercera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Robbins, S. (2010). *Administración* (Décima ed.). México D.F.: Prentice-Hall.

## LINKOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador BCE. (2015). *bce.fin.ec*. Recuperado el 2015, de Resumen de Inflación: <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Banco Central del Ecuador BCE. (2015). *bce.fin.ec*. Recuperado el 2015, de Tasas de Interés Vigentes:  
<http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Climate-Data. (2015). *climate-data.org*. Obtenido de Clima: Ibarra: <http://es.climate-data.org/location/2964/>
- Confederación Sudamericana de Fútbol. (2014). *CONMEBOL.com*. Obtenido de <http://www.conmebol.com/>
- Corporación Financiera Nacional CFN. (2015). *cfn.fin.ec*. Recuperado el 2015, de Condiciones de Crédito:  
[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1722&Itemid=810](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1722&Itemid=810)
- Edukanda. (2012). *edukanda.es*. Recuperado el 2014, de Técnicas de investigación social: Población y Muestra:  
[http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page\\_07.htm](http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page_07.htm)
- Federación de Ligas Barriales y Parroquiales de Imbabura. (2014). *fedeligasimbabura.com*. Obtenido de <http://fedeligasimbabura.com/Fedeligas/>
- Federación Internacional de Fútbol Asociado FIFA. (2012). *fifa.com*. Recuperado el 2014, de Los orígenes del fútbol: <http://es.fifa.com/classicfootball/history/the-game/origins.html>
- Federación Internacional de Fútbol Asociado FIFA. (2012). *fifa.com*. Recuperado el 2014, de Programa de calidad de la FIFA: ¿Qué es el césped artificial?: <http://quality.fifa.com/es/Cesped-artificial/El-cesped-artificial/Que-es-el-cesped-artificial/>

- Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra. (2011). *Ibarra Ecuador.gob.ec*. Recuperado el 2014, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra: <http://www.ibarraecuador.gob.ec/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra. (2012). *ibarraecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.ibarraecuador.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Recuperado el 2014, de Sistema Integrado de Consultas: <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2011). *Ecuador en cifras.gob.ec*. Recuperado el 2014, de Resultados Provinciales Imbabura: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2012). Post data "La realidad tras las cifras". *Revista Posdata No 2, 24*.
- MercadoLibre Ecuador. (2015 ). *mercadolibre.com.ec*. Recuperado el 2015, de <http://www.mercadolibre.com.ec/>
- Ministerio del Trabajo. (2015). *trabajo.gob.ec*. Recuperado el 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES. (2014). *planificacion.gob.ec*. Obtenido de Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 - 2013: [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan\\_Nacional\\_para\\_el\\_Buen\\_Vivir.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf)
- TeamGrass. (2013). *teamgrass.com*. Recuperado el 2015, de Césped Sintético Deportivo: <http://www.teamgrass.com/cesped-sintetico-deportivo.html#>
- The International Football Association Board . (2014). *IFAB.com*. Obtenido de <http://es.fifa.com/about-fifa/ifab/about-ifab.html>

# ANEXOS

**Anexo 1.** Encuesta aplicada

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA, MENCIÓN FINANZAS**  
**ENCUESTA**

**Objetivo:** Conocer la opinión de los posibles clientes sobre el establecimiento de una cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra.

Datos del encuestado:

Edad: \_\_\_\_\_

1.- ¿Practica usted fútbol en su tiempo libre?

Si (  )                      No (  )                      Si su respuesta es No; gracias por su

Colaboración (termina la encuesta)

2.- ¿Con qué frecuencia practica usted éste deporte?

Todos los días                      (  )

Dos o tres día por semana      (  )

Un día por semana                (  )

Una vez cada dos semanas      (  )

Una vez al mes                      (  )

3.- Señale el tipo de campeonatos de fútbol en los que usted participa. (Puede seleccionar más de una respuesta)

Campeonato de mi empresa ( )

Campeonato de las ligas barriales y parroquiales ( )

Campeonatos por motivos sociales de mi barrio ( )

No participa en campeonatos ( )

4.- La cancha o estadio donde usted juega fútbol es: (Puede seleccionar más de una respuesta)

Propiedad de ligas barriales y parroquiales ( )

Propiedad de una Institución Educativa ( )

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

5.- ¿De qué superficie es la cancha donde usted practica fútbol?

Césped Natural ( )

Tierra ( )



6.- Evalúe la importancia de las siguientes características que usted toma en cuenta para elegir el lugar en donde jugar fútbol.

<b>Características</b>	<b>Nada importante</b>	<b>Poco importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Muy importante</b>
Estado de la cancha				
Precio				
Cercanía al hogar				
Alumbrado				
Seguridad				

7.- ¿Por qué medio se entera usted de lugares para jugar fútbol? (Puede seleccionar más de una respuesta)

Recomendación de amigos / compañeros de trabajo ( )

Recomendación de familiares ( )

Internet ( )

Emisoras de radio ( )

Hojas volantes ( )

8.- ¿Qué tan interesado estaría en asistir a un local que alquile cancha de fútbol de césped sintético en la ciudad de Ibarra, con un ambiente agradable y seguro?

<b>Nada Interesado</b>	<b>Poco Interesado</b>	<b>Interesado</b>	<b>Muy interesado</b>

9.- ¿Con qué frecuencia acudiría usted a jugar fútbol en éste lugar?

Todos los días ( )

Dos o tres día por semana ( )

Un día por semana ( )

Una vez cada dos semanas ( )

Una vez al mes ( )

10.- ¿Entre qué horas y qué días usted iría a jugar fútbol en éste lugar? (Puede seleccionar más de una opción)

<b>Horario</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
08h00 – 12h00							
12h00 – 18h00							
18h00 – 22h00							

11.- ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a movilizarse (transportarse) para llegar a jugar fútbol en cancha de césped sintético en la ciudad de Ibarra?

Menos de 15 minutos ( )

Entre 16 y 30 minutos ( )

Entre 31 y 60 minutos ( )

12.- ¿Qué servicios adicionales al de alquiler de cancha de césped sintético le gustaría encontrar?

Minimarket ( )

Parqueadero privado ( )

Camerino ( )

Otro (especifique) \_\_\_\_\_

13.- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar (CUOTA POR CADA JUGADOR) por un partido en cancha de fútbol de césped sintético a cualquier hora del día en un ambiente seguro y agradable?

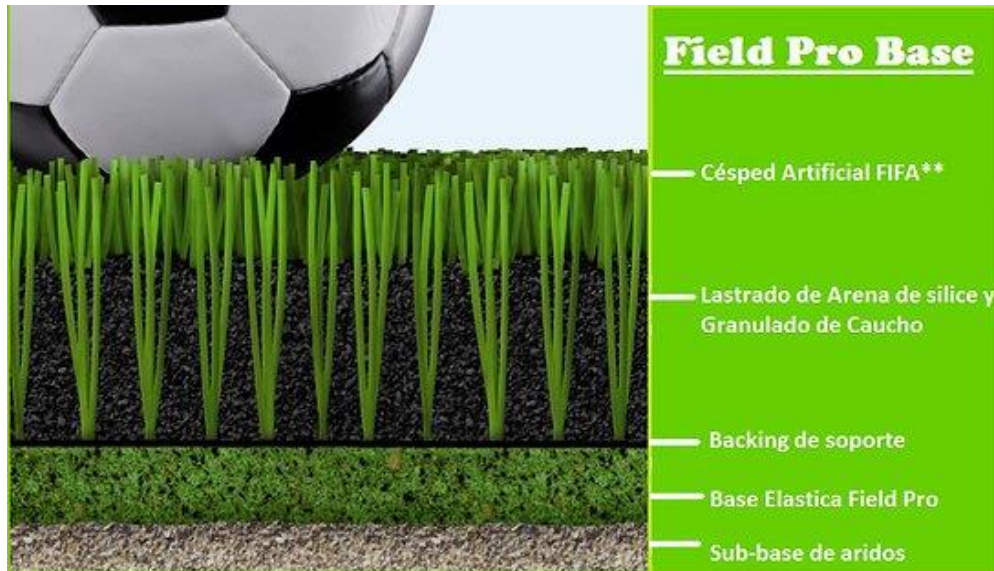
USD 3,00	USD 3,50	USD 4,00	USD 4,50	USD 5,00

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo 2. Fotografías

### *Ilustración 12.*

#### *Césped sintético homologado por FIFA y sus partes*



Fuente: [www.teamgrass.com](http://www.teamgrass.com)

### *Ilustración 13.*

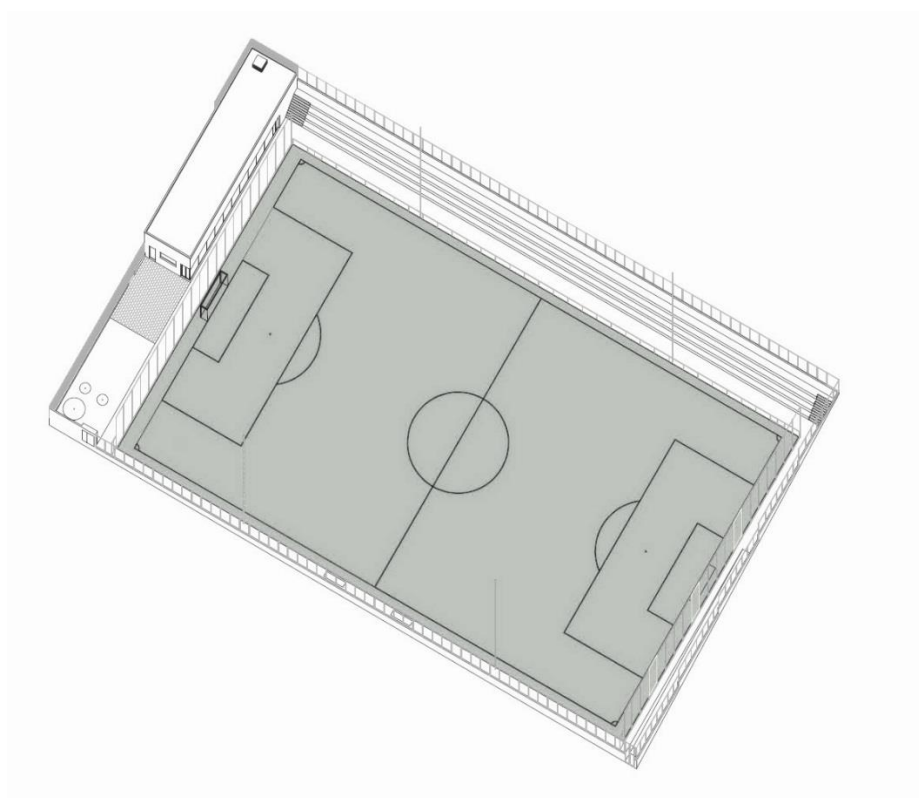
#### *Césped sintético instalado*



Fuente: [www.teamgrass.com](http://www.teamgrass.com)

**Ilustración 14.****Estadio Christian Benítez con cancha sintética**

Fuente: [www.riverecuador.ec](http://www.riverecuador.ec)

**Ilustración 15.****Croquis de las instalaciones del proyecto**

Fuente: propia

### **Anexo 3. Reglas del fútbol**

#### **Regla 1: Superficie de juego**

- Los partidos pueden jugarse en superficies naturales o artificiales, de acuerdo con el reglamento de la competición.
- El terreno de juego será rectangular.
- La longitud de la línea de banda deberá ser superior a la longitud de la línea de meta.
- Largo = mínimo 90 metros máximo 120 metros
- Ancho = mínimo 45 metros máximo 90 metros

#### **Regla 2: El balón**

- Será esférico
- Será de cuero u otro material adecuado
- Tendrá una circunferencia no superior a 70 centímetros y no inferior a 68 cm
- Tendrá un peso no superior a 450 g y no inferior a 410 g al comienzo del partido
- Tendrá una presión equivalente a 0,6 – 1,1 atmósferas (600 – 1100 g/cm<sup>2</sup>) al nivel del mar.

#### **Regla 3: El número de jugadores**

- El partido será jugado por dos equipos formados por un máximo de 11 jugadores cada uno, de los cuales uno jugará como guardameta.
- El partido no se iniciará si uno de los equipos tiene menos de siete jugadores.
- Se puede utilizar hasta un máximo de seis sustitutos (tres para partidos oficiales)
- En todos los partidos, los nombres de los sustitutos deberán entregarse al árbitro antes del comienzo del partido.

**Regla 4: Equipamiento de los jugadores**

- Los jugadores no utilizarán ningún equipamiento ni llevarán ningún objeto que sea peligroso para ellos mismos o para los demás jugadores (incluido cualquier tipo de joyas).
- El equipamiento básico obligatorio de un jugador será: una camiseta; pantalones cortos; medias; canilleras; calzado.

**Regla 5: El árbitro**

Cada partido será controlado por un árbitro, quien tendrá la autoridad total para hacer cumplir las Reglas de Juego en el partido para el que ha sido nombrado; son poderes y deberes del árbitro:

- Hará cumplir las reglas de juego.
- Controlará el partido en cooperación con los árbitros asistentes.
- Se asegurará de que los balones utilizados correspondan a las exigencias de la Regla 2.
- Se asegurará de que el equipamiento de los jugadores cumpla las exigencias de la Regla 4.
- Actuará como cronometrador y tomará nota de los incidentes en el partido.
- Interrumpirá, suspenderá o finalizará el partido cuando lo juzgue oportuno, en caso de que se contravengan las reglas de juego.
- Interrumpirá, suspenderá o finalizará el partido por cualquier tipo de interferencia externa.

**Regla 6: Los árbitros asistentes**

Se designarán dos árbitros asistentes que tendrán, bajo reserva de lo que decida el árbitro, la misión de indicar:

- Si el balón ha traspasado en su totalidad los límites del terreno de juego.
- A qué equipo corresponde efectuar los saques de esquina, de meta o de banda.

- Cuando se deberá sancionar a un jugador por estar en posición de fuera de juego.
- Cuando se solicita una sustitución.
- Cuando ocurre alguna infracción u otro incidente fuera del campo visual del árbitro.
- Cuando se cometen infracciones más cerca del asistente que del árbitro (en particular, cuando ocurren en el área penal).
- Si, en los tiros penales, el guardameta se adelanta antes de que se pateo el balón y en caso de que el balón haya cruzado la línea.

### **Regla 7: Duración del partido**

El partido de fútbol tiene una duración de 90 minutos divididos en dos tiempos de 45 minutos cada uno separados por un intervalo de 15 minutos; el árbitro puede incrementar unos minutos al cumplirse los 90 minutos a criterio propio si considera que se ha perdido tiempo.

### **Regla 8: Inicio y reanudación del juego**

- Se lanzará una moneda y el equipo que gane el sorteo decidirá la dirección en la que atacará en el primer tiempo del partido.
- El otro equipo efectuará el saque de salida para iniciar el partido.
- El equipo que gane el sorteo ejecutará el saque de salida para iniciar el segundo tiempo.
- En el segundo tiempo del partido, los equipos cambiarán de mitad de campo y atacarán en la dirección opuesta.

### **Regla 9: El balón en juego o fuera de juego**

El balón estará fuera del juego cuando:

- Ha traspasado completamente una línea de banda o de meta, ya sea por tierra o por aire.
- El juego ha sido detenido por el árbitro.



- El balón estará en juego cuando:
- El balón estará en juego en todo otro momento, incluso cuando: rebota de los postes, travesaño o poste de esquina y permanece en el terreno de juego; rebota del árbitro o de un árbitro asistente ubicado en el interior del terreno de juego.

### **Regla 10: El gol marcado**

- Se habrá marcado un gol cuando el balón haya traspasado totalmente la línea de meta entre los postes y por debajo del travesaño, siempre que el equipo anotador no haya contravenido previamente las reglas de juego.
- El equipo que haya marcado el mayor número de goles durante un partido será el ganador. Si ambos equipos marcaron el mismo número de goles o no marcaron ningún gol, el partido terminará en empate.

### **Regla 11: El fuera de juego**

- El hecho de estar en una posición de fuera de juego no constituye una infracción en sí.
- Un jugador estará en posición de fuera de juego sí: se encuentra más cerca de la línea de meta contraria que el balón y el penúltimo adversario.
- Un jugador no estará en posición de fuera de juego si: se encuentra en su propia mitad de campo o está a la misma altura que el penúltimo adversario o está a la misma altura que los dos últimos adversarios.

### **Regla 12: Faltas o incorrecciones**

Se concederá un tiro libre al equipo adversario si un jugador comete una de las siguientes infracciones de una manera que el árbitro considere imprudente, temeraria o con el uso de una fuerza excesiva:

- Dar o intentar dar una patada a un adversario.
- Poner o intentar poner una zancadilla a un adversario.
- Saltar sobre un adversario.
- Cargar contra un adversario.
- Golpear o intentar golpear a un adversario.
- Empujar a un adversario.

### **Regla 13: Tiros libres**

Los tiros libres son directos e indirectos. Tanto para los tiros libres directos como los indirectos, el balón deberá estar inmóvil cuando se lanza el tiro y el ejecutor no podrá volver a jugar el balón antes de que éste haya tocado a otro jugador.

- Tiro libre directo: si se introduce directamente en la meta contraria un tiro libre directo jugado con el pie, se concederá un gol.
- Tiro libre indirecto: El árbitro indicará un tiro libre indirecto levantando el brazo en alto por encima de su cabeza. Deberá mantener su brazo en dicha posición hasta que el tiro haya sido ejecutado y conservar la señal hasta que el balón haya tocado a otro jugador o haya salido del juego.

### **Regla 14: El tiro penal**

Se concederá un tiro penal contra el equipo que comete una de las diez infracciones que entrañan un tiro libre directo, dentro de su propia área penal mientras el balón esté en juego.

### **Regla 15: El saque de banda**

- El saque de banda es una forma de reanudar el juego. No se podrá anotar un gol directamente de un saque de banda. Se concederá saque de banda: cuando el balón haya

traspasado en su totalidad la línea de banda, ya sea por tierra o por aire.

- En el momento de lanzar el balón, el ejecutor deberá estar de frente al terreno de juego; tener una parte de ambos pies sobre la línea de banda o en el exterior de la misma.

### **Regla 16: El saque de meta**

El saque de meta es una forma de reanudar el juego. Se concederá saque de meta cuando: el balón haya traspasado en su totalidad la línea de meta, ya sea por tierra o por aire, después de haber tocado por último a un jugador del equipo atacante, y no se haya marcado un gol conforme a la regla 10.

Para ejecutarse el saque de banda un jugador del equipo defensor jugará el balón con el pie desde cualquier punto del área de meta; los adversarios deberán permanecer fuera del área penal hasta que el balón esté en juego; el ejecutor del saque no podrá volver a jugar el balón hasta que éste no haya tocado a otro jugador y el balón estará en juego cuando haya sido lanzado directamente fuera del área penal.

### **Regla 17: El saque de esquina**

El saque de esquina es una forma de reanudar el juego. Se concederá un saque de esquina cuando el balón haya traspasado en su totalidad la línea de meta, ya sea por tierra o por aire, después de haber tocado por último a un jugador del equipo atacante

EL procedimiento para el saque de esquina el balón se colocará en el interior del cuadrante del banderín de esquina más cercano; no se deberá quitar el poste del banderín; los adversarios deberán permanecer a un mínimo de 9,15 m del balón hasta que esté en juego.; el balón será jugado con el pie por un jugador del equipo atacante; el ejecutor del saque no deberá jugar el balón por segunda vez hasta que no haya tocado a otro jugador.

## Anexo 4. Proformas

### Ilustración 16.

#### Proforma del césped sintético

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre. The header includes the Mercado Libre logo, a search bar, and links for 'Regístrate' and 'Ingresa'. The product title is 'Césped Sintético - Deportivo Certificado Fifa' with a 'Me gusta' button. Below the title, it indicates 'Artículo nuevo' and '2 vendidos'. The main image shows a synthetic green turf field with a goalpost and a woman in a headset. The price is 'U\$S 23<sup>00</sup>'. The listing includes a 'Finaliza en 5 d 17 h' timer, payment options ('Pago a acordar con el vendedor'), and shipping information ('Envío gratis a todo el país'). A 'Comprar' button is visible at the bottom right.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)

### Ilustración 17.

#### Proforma del arco

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre. The header includes the Mercado Libre logo, a search bar, and links for 'Regístrate' and 'Ingresa'. The product title is 'Arcos De Futbol Y Futbolito Desmontable En Vinylo Uno' with a 'Me gusta' button. Below the title, it indicates 'Artículo nuevo'. The main image shows a portable soccer goal on a green field. The price is 'U\$S 160<sup>00</sup>'. The listing includes a 'Finaliza en 5 d 19 h' timer, payment options ('Pago a acordar con el vendedor'), and shipping information ('Envío a acordar con el vendedor'). A 'Comprar' button is visible at the bottom right.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)

**Ilustración 18.****Proforma del marcador electrónico**

mercado libre

Marcador Electronico Para Futbol Basquet Volley Tablero **Me gusta**

Artículo nuevo 7 vendidos

**U\$S 39<sup>00</sup>**

Pago a acordar con el vendedor.  
Acepta efectivo.  
[Más información](#)

Envío a acordar con el vendedor.  
Ubicado en Quito Valle Chillos (Pichincha (Q  
[Más información](#)

Cantidad: 1 **Comprar**

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 19.****Proforma de los chalecos**

mercado libre

Chaleco Tela Con Forro Rojo Talla M **Me gusta**

Artículo usado

**U\$S 3<sup>50</sup>**

Finaliza en 5 d 11 h

Pago a acordar con el vendedor.  
[Más información](#)

Envío a acordar con el vendedor.  
Ubicado en Cuenca (Azuay)  
[Más información](#)

¡Único disponible!

**Comprar**

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 20.****Proforma del balón de fútbol**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar is in the center, and a 'Regístrate' button is on the right. The product title is 'Pelota Mikasa Original #5' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo nuevo' and '3 vendidos'. The price is 'U\$S 50<sup>00</sup>'. There are two payment options: 'Pago a acordar con el vendedor' (with sub-options 'Acepta depósito bancario, efectivo' and 'Más información') and 'Envío a acordar con el vendedor' (with sub-option 'Ubicado en Machala (El Oro)' and 'Más información'). A quantity selector shows '1' and a 'Comprar' button. There are also heart and Facebook share icons.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)**Ilustración 21.****Proforma del escritorio**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar is in the center, and 'Regístrate' and 'Ingresa' buttons are on the right. Below the search bar, it says 'También puede interesarte: electrodomesticos, refrigerador, comedores, cocinas'. Navigation links include 'Volver al listado', 'Hogar y Muebles > Muebles', and 'Publicación #406898858 Denuncia'. The product title is 'Escritorio De 1.50m X 0.60 Con Cajonera' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo nuevo' and '5 vendidos'. The price is 'U\$S 165<sup>00</sup>'. There are two payment options: 'Pago a acordar con el vendedor' (with sub-options 'Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito' and 'Más información') and 'Envío a acordar con el vendedor' (with sub-option 'Ubicado en Quito (Pichincha ( Quito ))' and 'Más información'). A '¡Último disponible!' message is above the 'Comprar' button. There are also heart, Facebook share, and chat icons.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)

**Ilustración 22.****Proforma de la silla giratoria**

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre. At the top, there is a yellow header with the Mercado Libre logo, a search bar, and a 'Regístrate' button. Below the header, a navigation bar includes 'Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles' and 'Publicación #40683084'. The main content area features the title 'Silla Giratoria Oficinas Escritorios Economicas Nuevas.' and a sub-header 'Artículo nuevo 17 vendidos'. The central image is a blue office chair with a black base and casters. To the left of the chair are icons for a chair, a Visa logo, and a Mastercard logo. To the right, the price is displayed as 'U\$S 39<sup>00</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor.' with subtext 'Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta' and a 'Más información' link; and 'Envío a acordar con el vendedor.' with subtext 'Ubicado en Quito (Pichincha ( Quito ))' and a 'Más información' link. At the bottom right, there is a 'Cantidad:' field with a minus sign, the number '1', and a plus sign, followed by a blue 'Comprar' button and social media icons for Facebook and WhatsApp.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 23.****Proforma del archivador**

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre. At the top, there is a yellow header with the Mercado Libre logo, a search bar, and 'Regístrate' and 'Ingresa' buttons. Below the header, a navigation bar includes 'Archivador Metalico De 4 Gavetas' and a 'Me gusta' button. The main content area features the title 'Archivador Metalico De 4 Gavetas' and a sub-header 'Artículo nuevo 3 vendidos'. The central image is a tall, dark metal filing cabinet with four drawers. To the left of the cabinet are three small thumbnail images showing different views of the cabinet. To the right, the price is displayed as 'U\$S 168<sup>70</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor.' with subtext 'Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.' and a 'Más información' link; and 'Envío a acordar con el vendedor.' with subtext 'Ubicado en Quito (Pichincha ( Quito ))' and a 'Más información' link. At the bottom right, there is a 'Cantidad:' field with a minus sign, the number '1', and a plus sign, followed by a blue 'Comprar' button and social media icons for Facebook and WhatsApp.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 24.****Proforma de la computadora**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar is in the center, and 'Regístrate' and 'Ingresa' are on the right. The product title is 'Computadora Core I3 4150 3.5 4ta Generac 750gb 4gb Led 20' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo nuevo' and '32 vendidos'. The main image shows a desktop PC with a monitor displaying the Intel Core i3 logo. To the right of the image, the price is 'U\$S 485<sup>00</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor' (with options for bank deposit or cash) and 'Envío a acordar con el vendedor' (located in Quito). At the bottom right, there is a quantity selector set to '1' and a 'Comprar' button, along with social media icons for heart, Facebook, and chat.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 25.****Proforma de la impresora**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar is in the center, and 'Regístrate' and 'Ingresa' are on the right. Below the search bar, it says 'También puede interesarte: mouse, tarjeta video, ipad 2, ipad'. The breadcrumb trail is 'Volver al listado | Computación > Impresoras > Chorro Tinta'. The product title is 'Impresora Canon Mg2410 Sistema Continuo Entrega Gratis Quito' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo nuevo' and '663 vendidos'. The main image shows a Canon printer with ink cartridges. To the right of the image, the price is 'U\$S 74<sup>99</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor' (with options for bank deposit or cash) and 'Envío a acordar con el vendedor' (located in Quito). At the bottom right, there is a quantity selector set to '1' and a 'Comprar' button, along with social media icons for heart, Facebook, and chat.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com



**Ilustración 26.**

**Proforma del teléfono**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top, the Mercado Libre logo is on the left, and search and user options are on the right. The product title is "Motorola Teléfono Inalambrico L601 Identificador De Llamadas" with a "Me gusta" button. Below the title, it says "Artículo nuevo" and "79 vendidos". The main image shows a black Motorola cordless phone on its charging base. To the left of the phone is a vertical logo for "compraecuator" with a circular graphic. To the right of the phone, the price is listed as "U\$S 29<sup>99</sup>". Below the price, there are two sections: "Pago a acordar con el vendedor" (Accepts bank deposit, cash, credit card) and "Envío a acordar con el vendedor" (Located in Quito). At the bottom right, there is a quantity selector set to "1" and a blue "Comprar" button, along with social media icons for heart, Facebook, and chat.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 27.**

**Proforma del refrigerador**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top, the Mercado Libre logo is on the left, and search and user options are on the right. The product title is "Refrigerador Panorámico / Vitrina Vertical Refrigerada" with a "Me gusta" button. Below the title, it says "Artículo nuevo" and "6 vendidos". The main image shows a tall, white, vertical refrigerator with a glass door and a blue sky graphic at the top. To the left of the refrigerator is a vertical strip of small thumbnail images. To the right of the refrigerator, the price is listed as "U\$S 680<sup>00</sup>". Below the price, there are two sections: "Pago a acordar con el vendedor" (Accepts bank deposit, cash) and "Envío a acordar con el vendedor" (Located in Rumihahui). At the bottom right, there is a quantity selector set to "1" and a blue "Comprar" button, along with social media icons for heart, Facebook, and chat.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 28.****Proforma de la silla plástica**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. The header features the Mercado Libre logo, a search bar, and links for 'Regístrate' and 'Ingresar'. The product title is 'Sillas Plásticas De Gran Variedad Guayaquil. Jg Damo Factura' with a 'Me gusta' button. Below the title, it indicates 'Artículo nuevo' and '7 vendidos'. The main image shows a white plastic chair. To the left of the main image are smaller thumbnails for different views and a video player. The price is prominently displayed as 'U\$S 20<sup>70</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor' (Accepts bank deposit, cash, credit card) and 'Envío a acordar con el vendedor' (Located in Guayaquil (Guayas)). At the bottom, there is a quantity selector set to '1' and a blue 'Comprar' button, along with social media sharing icons for heart, Facebook, and chat.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)**Ilustración 29.****Proforma de la caja registradora**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. The header features the Mercado Libre logo, a search bar, and a 'Regístrate' link. Below the header, there is a recommendation: 'También puede interesarte: brochas maquillaje, jack daniels, cigarrillo, vendo maquillaje mac'. Navigation links include 'Volver al listado' and 'Otras categorías > Otros'. The product title is 'Caja Registradora Organizadora Monedas Dinero Cheques Nuevas' with a 'Publicación #407035325' ID. It indicates 'Artículo nuevo' and '57 vendidos'. The main image shows a black cash register with its drawer open, revealing compartments for coins and bills. To the left of the main image are smaller thumbnails for different views. The price is prominently displayed as 'U\$S 79<sup>99</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor' (Accepts bank deposit, cash, credit card) and 'Envío a acordar con el vendedor' (Located in Quito (Pichincha (Quito))). At the bottom, there is a quantity selector set to '1' and a blue 'Comprar' button, along with social media sharing icons for heart, Facebook, and chat.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)

**Ilustración 30.****Proforma del basurero mediano**

mercado libre

Basurero Plastico Con Pedal Capacidad De 30 Litros Me gusta

Artículo nuevo 2 vendidos

**U\$S 20<sup>70</sup>**

Pago a acordar con el vendedor.  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)

Envío a acordar con el vendedor.  
Ubicado en Loja  
[Más información](#)

¡Último disponible!

[Comprar](#)

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 31.****Proforma del basurero grande**

mercado libre

Basurero Grande Con Tapa Y Canasta Me gusta

Artículo nuevo

**U\$S 111<sup>94</sup>**

Pago a acordar con el vend  
[Más información](#)

Envío a acordar con el vend  
Ubicado en Quito (Pichincha ( Qu  
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

Publicidad

[Importadores Videojuegos](#) [Lector F](#)  
Consolas Accesorios Serv. Tecnico Unitech  
Empresa Con 10 Años De Experiencia Usb Ccd  
- www.zonaimp.com - www.idr

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 32.****Proforma del espejo**

The screenshot shows a Mercado Libre listing for a large mirror. The header includes the Mercado Libre logo, a search bar, and a 'Regístrate' link. The product title is 'Espejo Grande 2 Metro X 1.50' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo usado'. The main image shows a large, rectangular mirror leaning against a wall in a room with tiled floors. To the right of the image, the price is listed as 'U\$S 100<sup>00</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor. Acepta efectivo. Más información' and 'Envío a acordar con el vendedor. Ubicado en Durán (Guayas) Más información'. At the bottom right, it says '¡Único disponible!' and features a 'Comprar' button, a heart icon, a Facebook icon, and a chat icon.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)**Ilustración 33.****Proforma del dispensador de jabón líquido**

The screenshot shows a Mercado Libre listing for a liquid soap dispenser. The header includes the Mercado Libre logo, a search bar, and a 'Regístrate' link. The product title is 'Dispensadores De Jabón Líquido O Gel Antiséptico' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo nuevo' and '5 vendidos'. The main image shows a white, wall-mounted soap dispenser with a blue logo that says 'BIOCLEAN'. To the left of the main image is a vertical strip of smaller images showing different views of the dispenser. To the right of the main image, the price is listed as 'U\$S 17<sup>00</sup>'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor. Acepta depósito bancario. Más información' and 'Envío a acordar con el vendedor. Ubicado en Quito (Pichincha ( Quito )) Más información'. At the bottom right, it says 'Cantidad: - 1 +' and features a 'Comprar' button, a heart icon, a Facebook icon, and a chat icon.

Fuente: [www.mercadolibreecuador.com](http://www.mercadolibreecuador.com)

**Ilustración 34.****Proforma del dispensador de papel higiénico**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar is in the top right. The product title is 'Dispensador Papel Higienico Jumbo' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo nuevo' and '1 vendido'. The price is 'U\$S 14<sup>99</sup>'. There are two payment options: 'Pago a acordar con el vendedor. Acepta depósito bancario. Más información' and 'Envío a acordar con el vendedor. Ubicado en Manta (Manabi) Más información'. At the bottom, there is a quantity selector set to '1' and a 'Comprar' button, along with heart and social media icons.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com

**Ilustración 35.****Proforma de la lavadora**

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. At the top left is the Mercado Libre logo. A search bar is in the top right. The product title is 'Lavadora Whirlpool Modelo 1808 Selladas 11 Ciclos 40 Libras' with a 'Me gusta' button. Below the title, it says 'Artículo nuevo'. The price is 'U\$S 849<sup>99</sup>'. There are two payment options: 'Pago a acordar con el vendedor. Acepta depósito bancario, efectivo. Más información' and 'Envío a acordar con el vendedor. Ubicado en Quito, Ambato (Pichincha) Más información'. At the bottom, there is a quantity selector set to '1' and a 'Comprar' button, along with heart and social media icons. On the left side of the product image, there is a vertical blue banner with the logo for 'almacenes anamá'.

Fuente: www.mercadolibreecuador.com