



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SKATE  
PARK EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

**AUTOR:** URRESTA AYALA JONATHAN JAVIER

DIRECTOR: Eco. Luis Cervantes

IBARRA, FEBRERO DEL 2016

## RESUMEN EJECUTIVO


El principal propósito del siguiente estudio de factibilidad sobre la creación de un Skate Park en la ciudad de Ibarra es el de proporcionar a la ciudadanía un lugar de encuentro común para familias y amigos en el que se puedan practicar deportes extremos no motorizados sobre ruedas en un ambiente seguro. A través del diagnóstico situacional se pudo evidenciar la carencia de un establecimiento para este tipo de deportes que brinde las garantías del caso a sus ocupantes, tanto de seguridad frente a la práctica de actividades nocivas que son comunes en pistas de acceso libre, como la de protección ante las condiciones climatológicas que son un factor determinante al momento de entrenar. Debido a eso se elaboró un marco teórico, el cual abarca la base conceptual del proyecto. Habiendo estudiado los conceptos necesarios se puso en marcha el estudio de mercado, que reflejó el interés de la población objeto de estudio ante la puesta en marcha de un negocio de estas características, que para mayor atracción deberá brindar actividades y servicios adicionales. Con estos datos se procedió con el estudio técnico, donde se determinó la ubicación más idónea del proyecto y se trazó el boceto de las instalaciones que contará con pistas de diseños apropiados como su principal distintivo. Después, se realizó el estudio financiero en el cual se refleja la rentabilidad del proyecto, sin embargo, el periodo de recuperación de la inversión es muy elevado, gracias a la gran inversión que un proyecto de este tipo requiere. Gracias a estos indicadores se plantean alternativas como el de evaluar la factibilidad del proyecto en una ciudad con mayor población y de mayor actividad económica en donde el flujo de dinero entrante sea más constante y agilite el periodo de recuperación. También, se procedió con la elaboración de la estructura organizacional de la empresa y la evaluación de sus impactos, los cuales reflejaron un nivel positivo bajo.

## EXECUTIVE SUMMARY

The main purpose of the current feasibility study about the creation of a Skate Park in Ibarra city it's to provide the public a common meeting place for families and friends to practice non-motorized extreme sports on wheels in a safe environment on every matter. With the situational analysis the lack of an establishment for this kind of sports that provides the guaranties needed was evident, as much in the safety against the practice of harmful activities commonly practiced in public access Skate Parks as in the protection against climatological conditions, that represents a very important factor at training time. Thanks to all of this, the theoretical frame was built, which contains all the concepts needed. Once the concepts needed are studied, the market study was made, where the target population of the study shown big interest in the building of this kind of business, that for greater attraction should provide different kinds of additional activities and services. With the obtained data the technical study was made, were the most ideal location, and the proper drawn of the installations as its main distinguishing where stated. As a result, the financial study was made, which showed the low ratability of the project, stating as the most probable causes the current financial situation of Ecuador and because this sports popularity is at its first steps, in front of this circumstances alternatives where made. Like, considering the application of the project in a bigger city with higher economic activity or otherwise to execute it when the country improves its financial stability. Nevertheless, the organizational structure was effected and the evaluation of its impacts as well, showing a low positive impact.

**AUTORÍA**

Yo, Jonathan Javier Urresta Ayala portador de cedula de ciudadanía N° 100369639-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SKATE PARK, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y así se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jonathan Urresta', is written over a horizontal dotted line.

Jonathan Javier Urresta Ayala

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado **Jonathan Javier Urresta Ayala**, para optar por el Título de **INGENIERÍA COMERCIAL**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SKATE PARK, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. 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 22 días del mes de julio del 2016.



Eco. Luis Cervantes F



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Jonathan Javier Urresta Ayala portador de cedula de ciudadanía N° 100369639-8, 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 (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SKATE PARK, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA COMERCIAL** 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.

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

Sr. Jonathan Javier Urresta Ayala

C.I.: 100369639-8

Ibarra, a los 27 días del mes de marzo del 2017



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 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 IDENTIDAD:</b>		100369639-8	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>		JONATHAN JAVIER URRESTA AYALA	
<b>DIRECCIÓN:</b>		IBARRA, RAFAEL SÁNCHEZ Y JOSÉ LEORO	
<b>TELEFONO FIJO:</b>	062603388	<b>TELEFONO MOVIL</b>	0999425252
<b>E-MAIL</b>	jonxthxn91@outlook.com		
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TITULO:</b>		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SKATE PARK, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”	
<b>AUTOR:</b>		URRESTA, A. Jonathan J	
<b>FECHA:</b>		2017-03-27	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>		Posgrado	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>		INGENIERO COMERCIAL	

ASESOR/DIRECTOR

ECO. LUIS CERVANTES F

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

Yo, **Jonathan Javier Urresta Ayala**, con cédula de ciudadanía No. 100369639-8, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

**3. CONSTANCIAS**

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

Ibarra, a los 27 días del mes de marzo del 2017

**EL AUTOR:**

Jonathan Javier Urresta Ayala

C.C. 100369639-8

Facultado por resolución de Consejo Universitario



## DEDICATORIA

Todo el esfuerzo y empeño desplegado en la realización de este trabajo de grado se lo quiero dedicar a mi familia, quienes con su paciencia y amor supieron inculcarme buenos valores y formarme como una persona de bien.

A mis hermanos quienes en muchas ocasiones supieron asumir el rol de padres, demostrándome una y otra vez todo el amor que me tienen, amor que es totalmente correspondido.

A mi novia, Vanne, quien estuvo siempre a mi lado en todo momento, siendo mi pilar de fortaleza en tiempos difíciles y la persona quien sin su ayuda esto no fuera posible, mi único y verdadero amor.

A mis padres, a los que adoro con el corazón, pero muy especialmente se lo quiero dedicar a esa mujer luchadora, quien incansablemente se esforzó por proveer para su familia, muchas veces incluso anteponiendo su salud, a mi madre. Gracias por estar siempre cuando le necesito, por sus consejos, por su cariño, no me alcanzará la vida por agradecerle todo lo que ha hecho por mí. Simplemente gracias.

Jonathan.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a la Universidad Técnica del Norte y a todos quienes conforman esta noble institución, por ser quienes a través de sus procesos académicos de excelencia obtuve los conocimientos y la formación que me servirán de la más útil herramienta en mi vida profesional.

Además, agradecer al Econ. Luis Cervantes quien con paciencia y tacto supo impartirme sus conocimientos para encaminar este proyecto de la mejor manera.

También quiero extender mi más sincero agradecimiento a los miembros del tribunal, Ing. Diego Rodríguez, Ing Ana Lucía Espinoza e Ing. Ligia Beltrán.

Su guía y apoyo durante la elaboración del presente proyecto fue determinante para su culminación.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	III
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO .....	X
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XXV
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XXVI
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	28
1.1. Antecedentes .....	28
1.2. Objetivos diagnósticos.....	29
1.2.1. Objetivo General .....	29
1.2.2. Objetivos Específicos .....	30
1.3. Variables .....	30
1.4. Indicadores.....	30
1.4.1. Aspectos Geográficos .....	30
1.4.2. Aspectos Demográficos .....	31
1.4.3. Aspectos Económicos .....	31
1.4.4. Aspectos Sociales .....	31
1.4.5. Aspectos Regulatorios .....	32
1.4.6. Aspectos Políticos .....	32
1.5. Matriz de relación diagnóstica .....	32
1.6. Análisis de variables.....	34

1.6.1. Aspectos geográficos .....	34
1.6.1.1. Ubicación .....	34
1.6.1.2. Clima .....	34
1.6.1.3. Extensión .....	34
1.6.1.4. Límites .....	34
1.6.1.5. Altitud .....	35
1.6.1.6. Coordenadas geográficas .....	35
1.6.1.7. División política administrativa .....	35
1.6.1.7.1. Parroquias urbanas .....	35
1.6.1.8. Mercado inmobiliario de la ciudad de Ibarra .....	35
1.6.2. Aspectos demográficos .....	36
1.6.2.1. Población urbana .....	36
1.6.2.2. Estructura población por edad y género .....	36
1.6.2.3. Población económicamente activa .....	38
1.6.2.4. Crecimiento poblacional .....	40
1.6.3. Aspectos económicos .....	40
1.6.3.1. Participación de la actividad económica .....	40
1.6.3.2. Inflación .....	41
1.6.3.3. Establecimientos cuya actividad económica se relaciona a los deportes extremos .....	41
1.6.3.4. Entidades financieras disponibles .....	42
1.6.4. Aspectos sociales .....	43
1.6.4.1. Niveles socioeconómicos .....	43
1.6.4.2. Cultura .....	43
1.6.4.3. Espacios de encuentro común .....	44
1.6.4.4. Entidades proveedoras .....	46
1.6.5. Aspectos regulatorios .....	47

1.6.5.1. Código tributario del Ecuador .....	47
1.6.5.2. Código del trabajo del Ecuador .....	47
1.6.5.3. Ley de compañías .....	48
1.6.5.4. Ley de seguridad social .....	48
1.6.5.5. Ley del deporte, educación física y recreación .....	48
1.6.6. Aspectos políticos .....	49
1.6.6.1. Estabilidad gubernamental .....	49
1.6.6.2. Políticas tributarias .....	50
1.6.6.3. Postura gubernamental ante proyectos que promueven el deporte ..	50
1.7. Matriz AOOR .....	52
1.8. Determinación de la oportunidad de inversión .....	53
2. MARCO TEÓRICO .....	54
2.1 Objetivo general .....	54
2.2 Estudio de factibilidad .....	54
2.3 Estudio de mercado .....	54
2.3.1 Mercado .....	55
2.3.2 Población .....	56
2.3.3 Muestra .....	56
2.3.4 Segmentación de mercado .....	57
2.3.5 Mercado meta .....	57
2.3.6 Demanda .....	57
2.3.6.1 Ley de la demanda .....	58
2.3.7 Oferta .....	58
2.3.7.1 Ley de la oferta .....	59
2.3.8 El precio de mercado .....	59
2.3.9 Producto .....	60
2.3.10 Servicio .....	60

2.4	Estudio técnico.....	60
2.4.1	Macrolocalización.....	61
2.4.2	Microlocalización.....	61
2.4.3	Tamaño del proyecto .....	62
2.4.3.1	Condicionantes del tamaño del proyecto.....	63
2.4.4	Modalidades de capacidad.....	64
2.5	Estudio financiero.....	66
2.5.1	Elementos fundamentales del costo de producción .....	66
2.5.1.1	Materiales directos .....	66
2.5.1.2	Mano de obra directa .....	66
2.5.1.3	Mano de obra indirecta .....	67
2.5.1.4	Clasificación de los costos .....	68
2.5.1.4.1	Costos variables .....	68
2.5.1.4.2	Costos fijos .....	68
2.5.1.4.3	Costo directo .....	69
2.5.1.4.4	Costo indirecto .....	69
2.5.1.4.5	Costo unitario de producción.....	70
2.5.2	Gastos de venta.....	70
2.5.3	Gastos de administración.....	71
2.5.4	Gastos financieros .....	71
2.5.5	Estados financieros y flujo de efectivo.....	72
2.5.5.1	Estado de situación financiera .....	72
2.5.5.2	Estado de resultados .....	72
2.5.5.3	Flujo de efectivo.....	74
2.5.6	Capital de trabajo .....	74
2.5.7	Fuentes de financiación .....	74
2.5.8	Indicadores financieros .....	75

2.5.8.1	Liquidez .....	75
2.5.8.2	Relación beneficio/costo .....	75
2.5.8.3	Tasa interna de retorno (TIR) .....	76
2.5.8.4	Utilidad .....	77
2.5.8.5	Valor presente neto (VPN) .....	78
2.5.8.6	Tasa de rendimiento medio o costo de capital. ....	78
2.5.8.7	Valor actual neto .....	79
2.5.8.8	Periodo de recuperación de la inversión .....	79
2.5.8.9	Punto de equilibrio .....	80
2.5.9	Necesidades de inversión .....	80
2.5.9.1	Inversión inicial .....	81
2.6	Propuesta administrativa .....	81
2.6.1	Empresa .....	81
2.6.1.1	Tipos de empresas según su naturaleza jurídica .....	81
2.6.1.1.1	Limitada .....	81
2.6.1.1.2	La sociedad anónima .....	82
2.6.2	Filosofía empresarial .....	82
2.6.2.1	Misión .....	82
2.6.2.2	Visión .....	83
2.6.3	Diseño Organizacional .....	83
2.6.4	Departamentos básicos de una empresa .....	83
2.6.4.1	Departamento de operaciones .....	83
2.6.4.2	Departamento de comercial .....	84
2.6.4.3	Departamento de recursos humanos .....	84
2.6.4.4	Departamento económico financiero .....	85
2.6.5	Diseño de Puestos .....	85
2.6.6	Especialización del puesto .....	85

2.7	Impactos .....	86
2.7.1	Impacto social .....	86
2.7.2	Impacto económico .....	86
2.7.3	Impacto ambiental .....	87
2.8	Deportes extremos sobre ruedas .....	87
2.8.1	Equipos e infraestructura .....	87
2.8.2	Protecciones elementales .....	89
2.8.3	Patinaje .....	90
2.8.4	Rollerblading .....	93
2.8.5	Skateboarding .....	93
2.8.6	BMX Freestyle .....	95
3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	97
3.1	Introducción .....	97
3.2	Identificación del servicio y productos .....	97
3.3	Objetivos del estudio de mercado .....	98
3.3.1	Objetivo general .....	98
3.3.2	Objetivos específicos .....	98
3.4	Variables .....	99
3.5	Indicadores .....	99
3.5.1	Servicio .....	99
3.5.2	Mercado .....	99
3.5.3	Demanda .....	100
3.5.4	Oferta .....	100
3.5.5	Precios .....	100
3.5.6	Promoción .....	100
3.5.7	Clientes .....	100
3.6	Matriz de relación diagnóstica .....	101



3.7	Mecánica operativa del estudio de mercado .....	102
3.7.1	Identificación de la población .....	102
3.7.2	Cálculo de la muestra .....	103
3.7.3	Fuentes de información.....	104
3.7.3.1	Información secundaria.....	104
3.7.3.2	Encuesta.....	104
3.7.3.3	Observación.....	105
3.7.4	Resultados y análisis de la encuesta .....	106
3.7.4.1	Edad .....	106
3.7.4.2	Género.....	107
3.7.4.3	Pregunta N° 1 .....	108
3.7.4.4	Pregunta N° 2 .....	109
3.7.4.5	Pregunta N° 3 .....	110
3.7.4.6	Pregunta N° 4 .....	111
3.7.4.7	Pregunta N° 5 .....	112
3.7.4.8	Pregunta N° 6 .....	113
3.7.4.9	Pregunta N° 7 .....	114
3.7.4.10	Pregunta N° 8 .....	115
3.7.4.11	Pregunta N° 9 .....	116
3.7.4.12	Pregunta N° 10 .....	117
3.7.5	Fichas de observación .....	118
3.8	Servicio .....	119
3.8.1	Descripción .....	119
3.8.2	Servicios sustitutos .....	121
3.8.3	Servicios complementarios .....	123
3.9	Mercado.....	124
3.9.1	Segmentación de mercado .....	124

3.9.1.1	Demografía .....	124
3.9.1.2	Aspectos socio-económicos .....	124
3.9.2	Mercado meta .....	124
3.10	Demanda .....	125
3.10.1	Análisis de la demanda .....	125
3.10.2	Identificación de la demanda actual .....	125
3.10.3	Proyección de la demanda .....	126
3.11	Oferta.....	127
3.11.1	Análisis de la oferta.....	127
3.11.2	Identificación de la oferta actual .....	127
3.11.3	Proyección de la oferta .....	128
3.12	Demanda potencial a satisfacer .....	129
3.13	Precios.....	129
3.13.1	Fijación de precios .....	129
3.13.2	Diseño de estrategias .....	130
3.14	Promoción.....	130
3.14.1	Actividades o eventos de mayor acogida .....	130
3.14.2	Publicidad dirigida en medios de mayor audiencia.....	131
3.15	Cliente.....	131
3.15.1	Gustos .....	132
3.15.2	Preferencias.....	132
3.15.3	Recomendaciones .....	132
3.16	Conclusiones del estudio de mercado.....	132
4.	ESTUDIO TÉCNICO .....	135
4.1	Objetivos del estudio técnico.....	135
4.1.1	Objetivo general.....	135
4.1.2	Objetivos específicos .....	135

4.2	Localización del proyecto .....	135
4.2.1	Macrolocalización.....	135
4.2.2	Microlocalización.....	137
4.2.2.1	Opciones de Localización .....	137
4.2.2.2	Evaluación de las opciones de ubicación .....	138
4.3	Tamaño del proyecto .....	141
4.3.1	Factores determinantes.....	142
4.3.1.1	Disponibilidad de recursos financieros .....	142
4.3.1.2	Mercado .....	142
4.3.1.3	Disponibilidad de materia prima .....	143
4.3.1.4	Disponibilidad de mano de obra calificada .....	143
4.3.1.5	Capacidad y ocupación de las estructuras existentes en la ciudad	143
4.3.1.6	Capacidad y ocupación del proyecto.....	144
4.4	Flujograma de procesos.....	147
4.5	Descripción del servicio.....	148
4.6	Distribución de espacios y áreas.....	149
4.7	Inversiones.....	150
4.7.1	Inversión fija.....	150
4.8	Gastos operacionales .....	151
4.9	Gastos administrativos.....	152
4.10	Gastos de ventas .....	154
4.11	Gastos de constitución .....	155
4.12	Capital de trabajo .....	155
4.13	Resumen inversiones requeridas .....	156
4.14	Estructura del financiamiento .....	156
5.	ESTUDIO FINANCIERO .....	157
5.1	Objetivo general.....	157

5.2	Determinación de ingresos.....	157
5.2.1	Ingresos por alquiler de pistas.....	157
5.2.2	Ingresos por alquiler de protecciones.....	159
5.2.3	Ingresos del Snack Bar .....	160
5.2.4	Ingresos arriendo de tiendas.....	161
5.2.5	Ingresos por publicidad .....	162
5.2.6	Ingresos por concursos .....	163
5.2.7	Ingresos por cursos vacacionales .....	165
5.2.8	Ingresos consolidados .....	166
5.3	Determinación de egresos .....	167
5.3.1	Presupuesto de costos y gastos.....	167
5.3.2	Estado de situación inicial .....	168
5.3.3	Estado de resultados .....	170
5.3.4	Flujo de caja.....	173
5.3.5	Evaluación financiera .....	174
5.3.5.1	Tasa de descuento.....	174
5.3.5.2	VAN .....	174
5.3.5.3	TIR .....	175
5.3.5.4	Relación costo beneficio .....	176
5.3.5.5	PRI.....	176
5.3.6	Evaluación financiera ajustado.....	177
5.3.6.1	VAN .....	177
5.3.6.2	TIR.....	178
5.3.6.3	Relación Costo Beneficio .....	178
5.3.6.4	PRI.....	179
5.3.7	Punto de equilibrio .....	180
6.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	182

6.1	Objetivo general .....	182
6.2	Objetivos específicos .....	182
6.3	La empresa .....	182
6.3.1	Nombre .....	182
6.3.2	Logotipo .....	183
6.3.3	Tipo de empresa .....	183
6.3.4	Requisitos legales y proceso de constitución .....	184
6.3.5	Misión .....	187
6.3.6	Visión .....	187
6.3.7	Políticas organizacionales .....	187
6.3.8	Valores organizacionales .....	188
6.3.9	Organigrama estructural.....	189
6.3.9.1	Descripción de puestos y funciones .....	190
6.3.9.1.1	Nivel Legislativo .....	190
6.3.9.1.2	Nivel ejecutivo .....	191
6.3.9.1.3	Nivel asesor .....	193
6.3.9.1.4	Nivel operativo .....	194
7.	IMPACTOS .....	197
7.1	Objetivo general .....	197
7.2	Análisis y valoración de los impactos .....	197
7.3	Impacto social .....	198
7.4	Impacto económico .....	200
7.5	Impacto ambiental .....	201
7.6	Impacto general .....	203
	CONCLUSIONES .....	204
	RECOMENDACIONES.....	206
	FUENTES DE INFORMACIÓN .....	207

LINCOGRAFÍA .....	209
ANEXOS .....	211

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica.....	32
Tabla 2 Estructura de la población urbana de Ibarra por edad.....	36
Tabla 3 Distribución de la Población Económicamente Activa en los sectores productivos del Ecuador .....	38
Tabla 4 Resumen de participación económica de Ibarra por actividad .....	40
Tabla 5 Inflación nacional del Ecuador a partir del año 2007 .....	41
Tabla 6 Resumen de establecimientos cuya actividad económica se relaciona a los deportes extremos .....	42
Tabla 7 Distribución porcentual según las etnias de Ibarra .....	44
Tabla 8 Matriz de relación diagnóstica.....	101
Tabla 9 Edad de los encuestados.....	106
Tabla 10 Género de los encuestados .....	107
Tabla 11 Conocimiento de los encuestados sobre deportes extremos .....	108
Tabla 12 Aceptación de la idea del proyecto .....	109
Tabla 13 Personas con quien acudir al Skate Park.....	111
Tabla 14 Frecuencia de visita .....	112
Tabla 15 Duración de visita .....	113
Tabla 16 Servicios complementarios de preferencia.....	114
Tabla 17 Aceptación de actividades complementarias.....	115
Tabla 18 Preferencia de precios .....	116
Tabla 19 Medios de comunicación más utilizados .....	117
Tabla 20 Servicios sustitutos .....	121
Tabla 21 Identificación de la demanda.....	125
Tabla 22 Proyección de la demanda.....	126
Tabla 23 Identificación de la oferta .....	127
Tabla 24 Proyección de la oferta .....	128
Tabla 25 Demanda potencial a satisfacer .....	129
Tabla 26 Evaluación de las opciones de ubicación.....	138
Tabla 27 Capacidad y ocupación de las estructuras existentes en la ciudad .....	144

Tabla 28 Capacidades del proyecto.....	145
Tabla 29 Ocupación del establecimiento .....	146
Tabla 30 Inversión Fija .....	151
Tabla 31 Gastos operacionales .....	152
Tabla 32 Gastos administrativos.....	153
Tabla 33 Gastos de ventas .....	154
Tabla 34 Gastos de constitución.....	155
Tabla 35 Capital de trabajo.....	155
Tabla 36 Resumen de inversiones.....	156
Tabla 37 Estructura del financiamiento .....	156
Tabla 38 Ingresos por alquiler de pistas .....	158
Tabla 39 Ingresos por alquiler de protecciones.....	159
Tabla 40 Ventas semanales de Snacks.....	160
Tabla 41 Proyección de ventas anuales de Snacks.....	161
Tabla 42 Ingresos arriendo de tiendas.....	162
Tabla 43 Ingresos por publicidad .....	162
Tabla 44 Ingresos por concursos.....	163
Tabla 45 Ingresos por cursos vacacionales .....	165
Tabla 46 Ingresos consolidados .....	166
Tabla 47 Proyección de Costos y Gastos .....	167
Tabla 48 Estado de situación inicial .....	168
Tabla 49 Estado de resultados .....	170
Tabla 50 Flujo de caja .....	173
Tabla 51 Premio al riesgo.....	174
Tabla 52 TMAR .....	174
Tabla 53 Valor actual neto .....	174
Tabla 54 Tasa Interna de Retorno .....	175
Tabla 55 Índice de relación costo/beneficio .....	176
Tabla 56 Periodo de recuperación de la inversión .....	176
Tabla 57 Valor actual neto ajustado .....	177
Tabla 58 Tasa Interna de Retorno ajustada.....	178
Tabla 59 Índice de relación costo/beneficio ajustado.....	178
Tabla 60 Periodo de recuperación de la inversión ajustado.....	179
Tabla 61 Costos fijos y variables .....	180

Tabla 62 Participación de los costos .....	180
Tabla 63 Punto de equilibrio en unidades y en dólares .....	181
Tabla 64 Niveles de Impactos .....	197
Tabla 65 Impactos sociales .....	198
Tabla 66 Impactos económicos .....	200
Tabla 67 Impactos ambientales .....	201
Tabla 68 Impacto general .....	203
Tabla 69 Depreciaciones .....	212
Tabla 70 Amortización de la deuda.....	214
Tabla 71 Cálculo de nómina .....	217



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Índice de estabilidad gubernamental de Ecuador .....	49
Figura 2 Matriz AOOD .....	52
Figura 3 Edad de los encuestados.....	106
Figura 4 Género de los encuestados .....	107
Figura 5 Conocimiento de los encuestados sobre deportes extremos .....	108
Figura 6 Aceptación de la idea del proyecto .....	109
Figura 7 Criterio de visita .....	110
Figura 8 Criterio de visita .....	110
Figura 9 Personas con quien acudir al Skate Park .....	111
Figura 10 Frecuencia de visita .....	112
Figura 11 Duración de visita .....	113
Figura 12 Servicios complementarios de preferencia.....	114
Figura 13 Aceptación de actividades complementarias .....	115
Figura 14 Preferencia de precios .....	116
Figura 15 Medios de comunicación más utilizados .....	117
Figura 16 Ficha de observación pistas parque de la familia.....	118
Figura 17 Ficha de observación pistas parque ciudad blanca.....	119
Figura 18 Macrolocalización Ecuador-Imbabura .....	136
Figura 19 Macrolocalización Imbabura-Ibarra .....	136
Figura 20 Microlocalización Parroquias Urbanas de Ibarra .....	137
Figura 21 Ubicación del proyecto.....	139
Figura 22 Flujograma de procesos .....	147
Figura 23 Descripción del proceso de prestación de servicio.....	148
Figura 24 Plano del establecimiento .....	149
Figura 25 Vista lateral de pistas.....	150
Figura 26 Logotipo de la empresa .....	183
Figura 27 Organigrama estructural .....	189

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

### Objetivo general

- Realizar un estudio para determinar la factibilidad de la creación de un Skate Park en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### Objetivos específicos

- Efectuar el diagnóstico situacional del entorno del proyecto, para determinar qué aspectos pueden tener incidencia en el desarrollo del mismo, no se deben obviar a ninguno, ya sea que estos afecten de manera positiva o negativa.
- Establecer las bases teóricas que servirán de guía para el adecuado desarrollo del proyecto con el debido conocimiento del caso.
- Ejecutar el estudio de mercado con el fin de identificar oferta y demanda, y, acorde a las preferencias del mercado objetivo diseñar el modelo de negocio, los precios y el sistema de promoción del proyecto.
- Determinar la localización, el tamaño y las inversiones que se requerirán para la ejecución del proyecto.
- Realizar un análisis financiero del proyecto con el fin de determinar si su realización es factible o no.
- Diseñar una estructura organizacional que encamine todas las fuerzas de la organización, a través de políticas, responsabilidades y valores bien definidos y que contribuyan con la satisfacción plena de los clientes.

- Determinar los impactos que ocasionará la implementación del proyecto a un nivel social, económico y ambiental.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

Si bien es cierto deportes extremos como el Skateboarding, Rollerblading y el BMX freestyle son deportes relativamente nuevos, estos se han venido abriendo paso en la población juvenil de manera acelerada. Estos nuevos deportes han surgido teniendo como base a otras modalidades de los mismos, las cuales sirvieron como inspiración y al darles un toque de ingenio se convirtieron en actividades deportivas de mayor riesgo y en las que escasamente existen reglas, a excepción de concursos donde en ocasiones hay límites de tiempo y parámetros de calificación, al no haber reglas preestablecidas predomina el freestyle o el estilo libre, lo que ha hecho que estas nuevas modalidades de deporte sean aceptadas masivamente por los jóvenes, quienes siempre buscan cada vez mayores emociones y liberar su creatividad a través de maniobras que parecieran desafiar las leyes de la física.

En nuestra ciudad son escasos los lugares que se han construido específicamente para las personas que practican deportes extremos como el BMX Free Style, Skateboarding, y Rollerblading. Esto se debe a que son deportes a los que se los puede denominar como nuevos, ya que han surgido recién a finales del siglo XX en los Estados Unidos y que por ende no son considerados como deportes principales en nuestro país, pero cuya

popularidad ha venido tomando fuerza en los últimos años y han venido atrayendo cada vez a más adeptos.

Ibarra no ha sido la excepción, actualmente no somos ajenos a poder ver a jóvenes realizando acrobacias, transportarse de un lugar a otro, saltando obstáculos por las calles de la ciudad, pero sobre todo practicando en los pocos espacios que han sido designados para sus disciplinas, y es que Ibarra apenas cuenta con dos lugares especializados para estas actividades: la pista del parque de la familia, que fue la primera en ser construida en nuestra ciudad, a esta se le suma el Céntrica Skate Park que cuenta con un espacio reducido y un diseño que no va acorde a las necesidades para una práctica fluida de estos deportes, aspectos que le restan atractivo a estos lugares.

Adicionalmente, se podría nombrar a una pequeña pista ubicada junto al Instituto Médico Ecuatoriano, la cual es de dimensiones para un público infantil. Es por esto que muchas veces bikers, skaters y rollerbladers hacen de su lugar de entrenamiento a las gradas, pasamanos y obstáculos que la ciudad tiene para ofrecerles, lo que los exponen a accidentes con automóviles, ocasionarse daño a sí mismos, a los transeúntes o incluso maltratar el patrimonio de la ciudad.

Cabe recalcar que los lugares especializados para estas actividades anteriormente mencionados son todos de acceso público, por lo que un proyecto privado de este tipo sería pionero en la ciudad, incluso en el país.

## **1.2. Objetivos diagnósticos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Elaborar el diagnóstico situacional del entorno del proyecto, para determinar qué aspectos pueden tener incidencia en el desarrollo del mismo, estableciendo sus aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar los antecedentes del entorno en los aspectos geográficos y demográficos de la ciudad de Ibarra.
- Analizar los aspectos económicos de la población donde se desarrollará el proyecto.
- Plantear los aspectos sociales que pueden tener incidencia en el proyecto.
- Detectar los aspectos regulatorios bajo los cuales deberá regirse el proyecto.
- Identificar los elementos del entorno político en el que se va a desarrollar el proyecto.

### **1.3. Variables**

- Aspectos Geográficos
- Aspectos Demográficos
- Aspectos Económicos
- Aspectos Sociales
- Aspectos Legales
- Aspectos Políticos

### **1.4. Indicadores**

#### **1.4.1. Aspectos Geográficos**

- Ubicación
- Clima
- Extensión
- Límites
- Altitud
- Coordenadas geográficas
- División política administrativa
- Mercado inmobiliario de la ciudad de Ibarra

#### **1.4.2. Aspectos Demográficos**

- Población urbana
- Estructura población por edad y género
- Población económicamente activa
- Crecimiento poblacional

#### **1.4.3. Aspectos Económicos**

- Participación de la actividad económica
- Inflación
- Establecimientos cuya actividad económica se relaciona a los deportes extremos
- Entidades financieras disponibles
- Entidades proveedoras

#### **1.4.4. Aspectos Sociales**

- Niveles socioeconómicos
- Cultura
- Espacios de encuentro común

### 1.4.5. Aspectos Regulatorios

- Código tributario del Ecuador
- Código del trabajo del Ecuador
- Ley de compañías
- Ley de seguridad social
- Ley del deporte, educación física y recreación

### 1.4.6. Aspectos Políticos

- Estabilidad gubernamental
- Políticas tributarias
- Postura gubernamental ante proyectos que promueven el deporte

## 1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1

*Matriz de relación diagnóstica*

Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Fuente	Técnica
Determinar los antecedentes del entorno, tanto en su geografía como de su demografía.	Aspectos Geográficos	Ubicación	Secundaria	Documental
		Clima	Secundaria	Documental
		Extensión	Secundaria	Documental
		Límites	Secundaria	Documental
		Altitud	Secundaria	Documental
		Coordenadas geográficas	Secundaria	Documental
		División política administrativa del cantón	Secundaria	Documental
		Mercado inmobiliario de la ciudad de Ibarra	Secundaria	Documental
		Población urbana	Secundaria	Documental



	Demográficos	Estructura población por edad y género	Secundaria	Documental
		Población económicamente activa	Secundaria	Documental
		Crecimiento poblacional	Secundaria	Documental
Determinar aspectos económicos de la población donde se desarrollará el proyecto.	Aspectos Económicos	Participación actividad económica	Secundaria	Documental
		Inflación	Secundaria	Documental
		Crecimiento económico	Secundaria	Documental
		Establecimientos de actividad relacionada deportes extremos	Primaria	Observación
		Entidades financieras disponibles	Secundaria	Documental
		Entidades proveedoras	Secundaria	Documental
Plantear los aspectos sociales que pueden tener incidencia.	Aspectos Sociales	Niveles socioeconómicos	Secundaria	Documental
		Cultura	Secundaria	Documental
		Espacios de encuentro común	Secundaria	Documental
Detectar los aspectos regulatorios bajo los cuales deberá registrarse.	Aspectos Regulatorios	Código tributario del Ecuador	Secundaria	Documental
		Código del trabajo del Ecuador	Secundaria	Documental
		Ley de compañías	Secundaria	Documental
		Ley de seguridad social	Secundaria	Documental
		Ley del deporte, educación física y recreación	Secundaria	Documental
Identificar los elementos del entorno del proyecto.	Aspectos Políticos	Estabilidad gubernamental	Secundaria	Documental
		Políticas tributarias	Secundaria	Documental

Fuente: Diagnóstico situacional

Elaborado por: El autor

## **1.6. Análisis de variables**

### **1.6.1. Aspectos geográficos**

#### **1.6.1.1. Ubicación**

La ciudad de Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, la cual está ubicada al norte de la región sierra de la República del Ecuador a 115 Km. al noroeste de Quito y a 125 Km al sur de la ciudad de Tulcán. La provincia de Imbabura forma parte de la Zona 1 del país, la cual también la conforman las provincias del Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos.

#### **1.6.1.2. Clima**

El cantón Ibarra cuenta con un clima generalmente templado, la temperatura promedio es de 18°C aproximadamente. El clima a lo largo del año se divide en 3 partes, la etapa seca que va desde junio hasta principios de septiembre, la época estival de principios de septiembre a mediados de febrero, y la húmeda de finados de febrero a finados de mayo.

#### **1.6.1.3. Extensión**

La superficie del cantón Ibarra es de 1.093,30 Km<sup>2</sup>.

#### **1.6.1.4. Límites**

El cantón Ibarra limita al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y

Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

#### **1.6.1.5. Altitud**

Ibarra cuenta con una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar.

#### **1.6.1.6. Coordenadas geográficas**

De acuerdo a el sistema de coordenadas UTM (Universal Transverse Mercator), Ibarra se encuentra en 10'041.000 norte, 820.000 oeste tomando como punto de referencia el centro de la ciudad de Ibarra.

#### **1.6.1.7. División política administrativa**

El cantón Ibarra está conformado administrativamente por 5 parroquias urbanas y 6 parroquias rurales, se centrará el estudio a las parroquias urbanas debido a que el proyecto se ubicará en el cono urbano.

##### **1.6.1.7.1. Parroquias urbanas**

- San Francisco
- El Sagrario
- Caranqui
- Alpachaca
- Priorato

#### **1.6.1.8. Mercado inmobiliario de la ciudad de Ibarra**

El mercado inmobiliario de la ciudad de Ibarra es bastante variado en cuanto a la disposición de terrenos para la venta y construcción. El responsable de Avalúos y Catastros del Municipio, (Torres, 2011) en una entrevista a diario El Comercio manifestó: “Los costos de los terrenos tienen relación con su

ubicación geográfica respecto a los ejes comerciales y administrativos y los servicios básicos que poseen”.

Ante estas declaraciones se pudo constatar que en sectores exclusivos de la ciudad como lo son los situados en el centro de la ciudad los precios por metro cuadrado pueden bordear los USD 400. Mientras que en sectores no tan céntricos los valores bordean los USD 250 y 300. Sin embargo, también es posible encontrar en ciertas partes de la ciudad terrenos de aproximadamente los USD 100 el metro cuadrado. Estos factores deberán ser tomados a consideración para determinar la ubicación del proyecto.

### **1.6.2. Aspectos demográficos**

De acuerdo a datos proporcionados por el INEC del censo realizado en el 2010 el cantón Ibarra cuenta con 181.175 habitantes, siendo el responsable del 47.15% de la población total de la provincia de Imbabura.

#### **1.6.2.1. Población urbana**

La población urbana de Ibarra es de 131.856 habitantes, lo que representa el 62.85% de la población urbana de la provincia de Imbabura y el 72.78% de la población total del cantón.

#### **1.6.2.2. Estructura de la población urbana de Ibarra por edad.**

La población de las parroquias urbanas de Ibarra clasifica según su edad de la siguiente manera, tomando como fuente los datos obtenidos en el Censo aplicado por el INEC en el año 2010.

Tabla 2

Estructura de la población urbana de Ibarra por edad.

Grupos quinquenales de edad	Área Urbana
-----------------------------	-------------

Menor de 1 año	1.996
De 1 a 4 años	9.655
De 5 a 9 años	12.691
De 10 a 14 años	13.017
De 15 a 19 años	12.539
De 20 a 24 años	11.853
De 25 a 29 años	11.133
De 30 a 34 años	9.807
De 35 a 39 años	9.163
De 40 a 44 años	8.297
De 45 a 49 años	7.504
De 50 a 54 años	5.676
De 55 a 59 años	4.753
De 60 a 64 años	3.905
De 65 a 69 años	3.200
De 70 a 74 años	2.507
De 75 a 79 años	1.811
De 80 a 84 años	1.269
De 85 a 89 años	676
De 90 a 94 años	302
De 95 a 99 años	90
De 100 años y más	12
Total	131.856

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

### 1.6.2.3. Población económicamente activa

La Población Económicamente Activa (PEA) tuvo para el 2010 una tasa de crecimiento del 2,99% lo que representa a 20.587 personas, distribuidas entre los sectores productivos: agropecuario, industrial y de servicios. Las cuales se encuentran reflejadas en el siguiente cuadro:

Tabla 3

Distribución de la Población Económicamente Activa en los sectores productivos del Ecuador

SECTOR	ACTIVIDAD	PEA	%
Agropecuario	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	9.367	11,60
	SUBTOTAL	9.367	11,60
Industrias	Industrias manufactureras	9.929	12,31
	Construcción	4.920	6,10
	Explotación de minas y canteras	192	0,24
	Suministro de electricidad, gas, vapor, y aire acondicionado	319	0,40
	Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	270	0,33
	SUBTOTAL	15.630	19,38
Servicios	Comercio al por mayor y menor	16.571	20,54
	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3.213	3,98
	Administración pública y defensa	4.453	5,52
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.336	1,66
	Enseñanza	5.207	6,45
	Actividades de la atención de la salud humana	2.277	2,82
	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1.744	2,16
	Actividades de los hogares como empleadores	2.889	3,58
	Actividades financieras y de seguros	898	1,11
	Actividades inmobiliarias	95	0,12
	Artes, entrenamiento y recreación	506	0,63
	Información y comunicación	1.326	1,64
	Transporte y almacenamiento	4.724	5,86
	Otras actividades de servicios	1.564	1,94
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	52	0,06	

		SUBTOTAL	46.855	58,08
Otros	No declarado		6.086	7,54
	Trabajador nuevo		2.731	3,39
		SUBTOTAL	8.817	10,93
		TOTAL	80.669	99,99

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

Al analizar la tabla anterior se pueden destacar varios datos que pueden ser relevantes y deberán ser considerados, entre los cuales sobresalen:

La Población Económicamente Activa dedicada al sector de la construcción conforma el 6.10% de la PEA de Ibarra, lo que significa que 4920 personas pertenecen a dicho sector. Dando a entender que en la ciudad existen las fuentes suficientes de mano de obra para la edificación del proyecto. Otro dato interesante es el de las personas que operan en actividades de servicios administrativos y de apoyo que son 1.744 personas, una cifra positiva considerando que la empresa requerirá de servicios de asesoría o apoyo.

Además, se puede constatar que el 1.11% se dedica a actividades financieras y de seguros, cifra considerable tomando en cuenta que el proyecto necesitará de una entidad financiera para su financiación. Dichas entidades deberán ser objeto de análisis con el propósito de seleccionar la mejor alternativa.

Por último, las personas dedicadas a actividades de arte, entretenimiento y recreación. Esta sección conforma el 0.63% de la PEA, lo que hace pensar que en el sector al que apunta el proyecto a incursionar es relativamente pequeño, lo que la hace una de las actividades con menos competencia entre los sectores productivos.

#### 1.6.2.4. Crecimiento poblacional

Debido a que la población siempre se encuentra en constante crecimiento, se ha considerado pertinente analizar el crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra, el cual de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC es del 1.90%, mientras que la tasa provincial es del 1.6% y la nacional el 1.52%.

Los principales factores que influyeron en el crecimiento poblacional del cono urbano se debe a la emigración de Colombia que se ha asentado en la ciudad y por la migración de la población de cantones aledaños e incluso de la provincia del Carchi, los que han venido en busca de oportunidades laborales o por motivos de estudios académicos.

#### 1.6.3. Aspectos económicos

##### 1.6.3.1. Participación de la actividad económica

La participación en la actividad económica por parte de los Ibarreños es:

Tabla 4

Resumen de participación económica de Ibarra por actividad

ACTIVIDAD	PARTICIPACIÓN
Establecimientos económicos	9,4 mil establecimientos (58,20% de la provincia de Imbabura).
Ingreso por ventas	1,701 millones (68,70% de la provincia de Imbabura).
Personal ocupado	28,7 mil personas (61,60% de la provincia de Imbabura).

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

Al analizar esta tabla podemos observar que en todos los casos el cantón Ibarra participa en más de la mitad de las actividades económicas de la



provincia, lo que nos asegura que el proyecto tiene más posibilidades si es ubicado en Ibarra.

### 1.6.3.2. Inflación

De acuerdo a la Información Estadística Mensual brindada por el Banco Central del Ecuador, las tasas de inflación interanual a partir del año 2007 al 2015.

Tabla 5

Inflación nacional del Ecuador a partir del año 2007

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INFLACIÓN NACIONAL	2,30%	8,40%	5,20%	3,60%	4,50%	5,10%	2,70%	3,60%	3,38%

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

Lo que nos da un promedio de 3.86% de inflación en los cinco últimos años.

### 1.6.3.3. Establecimientos cuya actividad económica se relaciona a los deportes extremos

Ibarra es una ciudad diversa en cuanto a sus actividades económicas, es por eso que cuenta con varios negocios que se dedican a la venta de equipos e implementos para actividades deportivas de riesgo como lo son el skateboarding, rollerblading y el BMX freestyle. Las tiendas consideradas las más grandes son las que se dedican a la venta de bicicletas y sus repuestos. De ellas las más importantes son: la tienda Giant Ibarra, Arias Track Bike y Erick Bikes. Visitando estos locales se pudo constatar que para adquirir equipos de calidad es necesario un poder adquisitivo considerable. Mientras que para adquirir equipos de skateboarding y rollerblading de calidad es necesario realizar las compras vía online. Entre las páginas más populares

para esta modalidad de compra tenemos: mercado libre, SBEC, Vanessa Sport, entre otras. Aunque los implementos para estos deportes no son tan costosos como los de BMX freestyle, se requiere adquirir repuestos y cambiar de equipos con más frecuencia ya que la vida útil de patinetas y patines no es tan amplia como la de las bicicletas.

Tabla 6

Resumen de establecimientos cuya actividad económica se relaciona a los deportes extremos

ESTABLECIMIENTOS	ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICAN	MODALIDAD DE FUNCIONAMIENTO
Giant Ibarra	Venta de bicicletas y repuestos	Venta directa a través de tienda física
Arias Track Bike	Venta de bicicletas y repuestos	Venta directa a través de tienda física
Erick Bikes	Venta de bicicletas y repuestos	Venta directa a través de tienda física
Mercado libre Ecuador	Venta de varios implementos deportivos	Venta online
SBEC	Venta patines y patinetas	Venta directa a través de tienda física y online
Vanessa Sport	Venta patines y patinetas	Venta directa a través de tienda física y online

Fuente: Registro de Actividades Económicas de Ibarra 2016 e Internet

Elaborado por: El autor

#### **1.6.3.4. Entidades financieras disponibles**

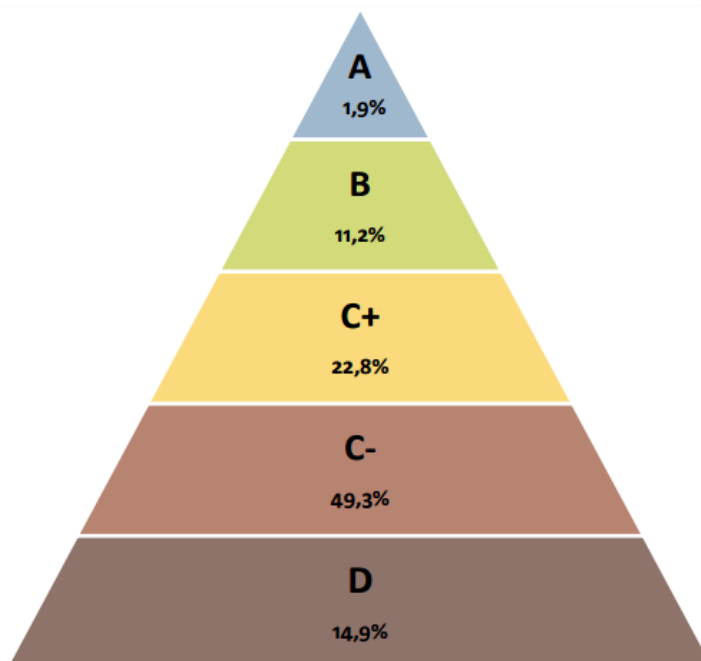
Al ser Ibarra la capital de la provincia de Imbabura, es lógico que en esta ciudad se disponga de una gran variedad de entidades financieras dispuestas a brindar sus servicios profesionales. Muchas de estas organizaciones funcionan a nivel nacional y ofrecen diferentes servicios y tarifas. Entre los principales bancos, mutualistas y cooperativas tenemos:

Banco Pichincha, Banco del Pacífico, Banco de Guayaquil, Mutualista Imbabura, Mutualista Pichincha, Corporación Financiera Nacional, Cooperativa Atuntaqui Ltda., entre otras.

#### **1.6.4. Aspectos sociales**

##### **1.6.4.1. Niveles socioeconómicos**

En la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE realizada por el INEC en el año 2011 se presenta la siguiente clasificación socioeconómica en los cinco niveles de estratos en los que está clasificada la población ecuatoriana:



##### **1.6.4.2. Cultura**

Según los datos aportados por el censo nacional efectuado por el INEC en el 2010, existen siete etnias con las que los ibarreños se identifican, los mestizos son el grupo étnico mayoritario que corresponde al 45,75% de la población, seguido por los caucásicos (descendientes de europeos y argentinos) con un 32,89%, seguido por los castizos (unión de mestizos con

blancos) 14,89%, atrás los asiáticos con un 2.31%, los árabes con un 1,17%, los negros con un 1,18% y el 1,9% restante lo constituyen mulatos, indígenas, montubios y otros grupos.

A continuación, se detallará la distribución porcentual dentro del territorio de la población según su etnia.

Tabla 7

Distribución porcentual según las etnias de Ibarra

ETNIA	PARROQUIA URBANA	PARROQUIA RURAL
Indígena	3,15%	5,68%
Afro ecuatoriano	3,85%	2,77%
Mulato	1,55%	0,51%
Montubio	0,26%	0,07%
Mestizo	64,86%	13,34%
Blanco	3,31%	0,48%
Otro	0,13%	0,03%

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

#### **1.6.4.3. Espacios de encuentro común**

La ciudad de Ibarra cuenta con un sinnúmero de lugares que visitar y actividades que practicar. En su centro histórico cuenta con casas de aspecto colonial y sobre todo Iglesias que llaman la atención a más de uno. Posee también varios sitios naturales que se puede visitar: la laguna de Yahuarcocha, la loma de Guayabillas, el mirador San Miguel Arcángel, incluso una caminata al volcán Imbabura.

Además, existen lugares donde se pueden practicar deportes extremos, se puede realizar rafting o kayaking en el río Mira, río Chota y muchos otros ríos que no han sido explorados completamente, pero son de fácil acceso y de diferentes niveles de dificultad. Otra actividad a la que a muchos turistas les atrae es el planear en un parapente los territorios que rodean la laguna de Yahuarcocha. Para los amantes de la naturaleza se puede realizar senderismo y ciclismo de montaña en las numerosas montañas que rodean a la ciudad. El entretenimiento nocturno tampoco le es esquivo a la ciudad a la que siempre se vuelve, cuenta con varios lugares de entretenimiento nocturno como lo son bares, discotecas, restaurantes, etc. Ahora, en cuanto a los espacios de encuentro común que su análisis es de interés para la realización del proyecto se pudo evidenciar que en la ciudad existen dos lugares a los que se les puede considerar como aptos para la práctica de actividades como el skateboarding, rollerblading y el BMX. Estos son la pista del Parque Ciudad Blanca y la del Parque de la Familia, en dichas pistas se pudo evidenciar que su diseño y extensión no son los adecuados como para practicar estos deportes. El diseño de los circuitos fue evidentemente realizado por personas ajenas a estos deportes ya que los obstáculos y rampas son pobremente colocados, lo que afecta a la ejecución de los trucos de los deportistas.

Otro factor determinante de los dos lugares mencionados previamente, es que ninguno cuenta con cubierta, lo que significa que en días lluviosos se hace imposible utilizar las instalaciones por el riesgo a sufrir caídas fuertes que desencadenen en lesiones considerables.

También se pudo evidenciar que en el Parque de la Familia es común ver personas practicar actividades nocivas para la salud, ajenas al deporte, en los alrededores de las pistas. Estas actividades influyen en que las personas eviten estos lugares como medida de precaución, acción que afecta directamente a la popularidad de estos deportes.

#### **1.6.4.4. Entidades proveedoras**

Como se había mencionado previamente, en Imbabura se ubican varias industrias, ya sean locales o sucursales de empresas nacionales e internacionales.

Estas entidades resultarán de gran ayuda para la ejecución del proyecto, desde su inicio hasta su puesta en marcha. Muchas de ellas incluso se consolidarán como nuestros proveedores de materiales, productos y servicios.

Por nombrar a los más relevantes tenemos:

- Unacem: empresa ubicada en el sector Otavalo, dedicada a la extracción y comercialización de cemento, materia prima que se utilizará en todo momento en que se efectúen labores de construcción para el proyecto.
- Coca-Cola: organización que opera a nivel internacional, cuentan con una planta envasadora en la ciudad de Ibarra, hecho muy conveniente ya que las bebidas producidas bajo esta marca tienen gran aceptación en el mercado.
- Frito-Lay: empresa americana con sucursales en todo el mundo, se dedica a la comercialización de papas fritas y otros aperitivos, sus productos son mundialmente conocidos y tienen gran aceptación en el

mercado ecuatoriano. Su fuerza de ventas también se encarga de distribuir sus productos en la ciudad.

- Productores locales: en caso de que la empresa busque diversificar sus productos, también se puede acudir a productores de la zona, para ayudar a que esos comercios crezcan y que los mayores beneficiarios del proyecto sean la población de Ibarra. Dichos productores nos pueden abastecer con varios productos, tales como: sánduches, postres, bocadillos, etc.

### **1.6.5. Aspectos regulatorios**

#### **1.6.5.1. Código tributario del Ecuador**

Al ser un proyecto que persigue el lucro, este obtendrá ingresos monetarios, por lo que adquirirá una obligación tributaria, se convertirá en un contribuyente más y mantendrá un vínculo jurídico personal con el Estado ecuatoriano, por lo que es de vital importancia tener conocimiento sobre lo que trata dicho código, para evitar incurrir en faltas que luego pueden resultar perjudiciales para la estabilidad del negocio.

#### **1.6.5.2. Código del trabajo del Ecuador**

En el código de trabajo se estipulan normas que regulan las relaciones empleador – trabajadores y cómo debe ser aplicado según la modalidad y condiciones en las que se desarrolla las actividades laborales. Gracias a que uno de los elementos más importantes para que el proyecto tenga éxito es su recurso humano, se deberá tener completo conocimiento sobre el código laboral, para instalar un ambiente laboral de tranquilidad y estabilidad de tal modo que sus trabajadores se sientan cómodos y se desempeñen de la mejor manera.

### **1.6.5.3. Ley de compañías**

Tomando en cuenta que el presente proyecto busca convertirse en una empresa legalmente constituida, automáticamente será regida por el marco jurídico que estipula la Ley de Compañías, por lo que es de vital importancia conocer de los artículos que regirán nuestra actividad comercial dentro del país.

### **1.6.5.4. Ley de seguridad social**

Como se había mencionado anteriormente, será necesaria la contratación de personal, el cual deberá estar afiliado en su totalidad al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social "IESS", para esto se debe tener conocimiento del conjunto de normas que dicta la Ley de Seguridad Social y de tal manera establecer una relación saludable entre empleador y trabajador, de manera que las dos partes sean beneficiadas.

### **1.6.5.5. Ley del deporte, educación física y recreación**

Es necesario tener conocimiento sobre las disposiciones que nos da esta ley que está vigente desde el año 2010, debido a que la naturaleza del proyecto se encuentra directamente relacionada con la misma. Especialmente porque en esta ley busca planificar y promover la igualdad de oportunidades a toda la población sin distinción de edad, género, capacidades diferentes, condición socio económica o intercultural a la práctica cotidiana y regular de actividades recreativas y deportivas. Además, el impulsar programas para actividades recreativas deportivas para un sano esparcimiento, convivencia familiar, integración social.



## 1.6.6. Aspectos políticos

### 1.6.6.1. Estabilidad gubernamental

De acuerdo al índice de estabilidad política proporcionado por el Banco Mundial, en el periodo de 1996 al 2014, el Ecuador obtuvo un valor medio de -0.65 puntos con un mínimo de -1 en 2003 y un máximo de -0.01 en 2014.

Figura 1

Índice de estabilidad gubernamental de Ecuador



Para cuyo cálculo se toman en cuenta varios aspectos como: el proceso por el que el gobierno fue elegido, monitoreado y reemplazado; la capacidad del gobierno de formular e implementar efectivamente políticas sólidas; y el respeto de los ciudadanos y el estado hacia las instituciones que gobiernan la economía e interacciones sociales entre ellos.

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

Es válido aclarar que, si bien en los últimos años el índice de estabilidad política ha venido mejorando, a la fecha el país se encuentra en un proceso de cambio de gobierno, hecho que ocasione que la estabilidad política de la nación de vea comprometida.

### **1.6.6.2. Políticas tributarias**

Durante el mandato del actual presidente el Eco. Rafael Correa Delgado se han obtenido cifras muy buenas en cuanto a la recolección de tributos, si bien la efectiva gestión de cobranza ha sido uno de los factores principales, cabe recalcar que esto también se podría deber a la creación de nuevos tributos como lo son: impuestos a la salida de capitales, impuestos a la tenencia de activos en el exterior, el impuesto mínimo en vez de anticipos al Impuesto a la Renta, impuesto a herencias, el RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano), regalías y patentes de conservación minera y a tierras rurales. A las cuales se sumaron últimamente los aranceles adicionales que deberán pagar ciertos productos para ingresar al país, medida que fue tomada como un intento de mejorar la situación económica del país. Además, se realizará un incremento del 2% al IVA, como medida de emergencia tras el golpe que sufrió el país a causa de desastres naturales que comprometieron la estabilidad económica del país.

### **1.6.6.3. Postura gubernamental ante proyectos que promueven el deporte**

En los últimos años, uno de los más importantes cambios que se ha pretendido tener en el país, es el cambio en la matriz productiva por lo que se ha optado de varias actividades que buscan promover el buen vivir de los ciudadanos, gracias a esto se ha dado mayor atención a proyectos locales e innovadores.

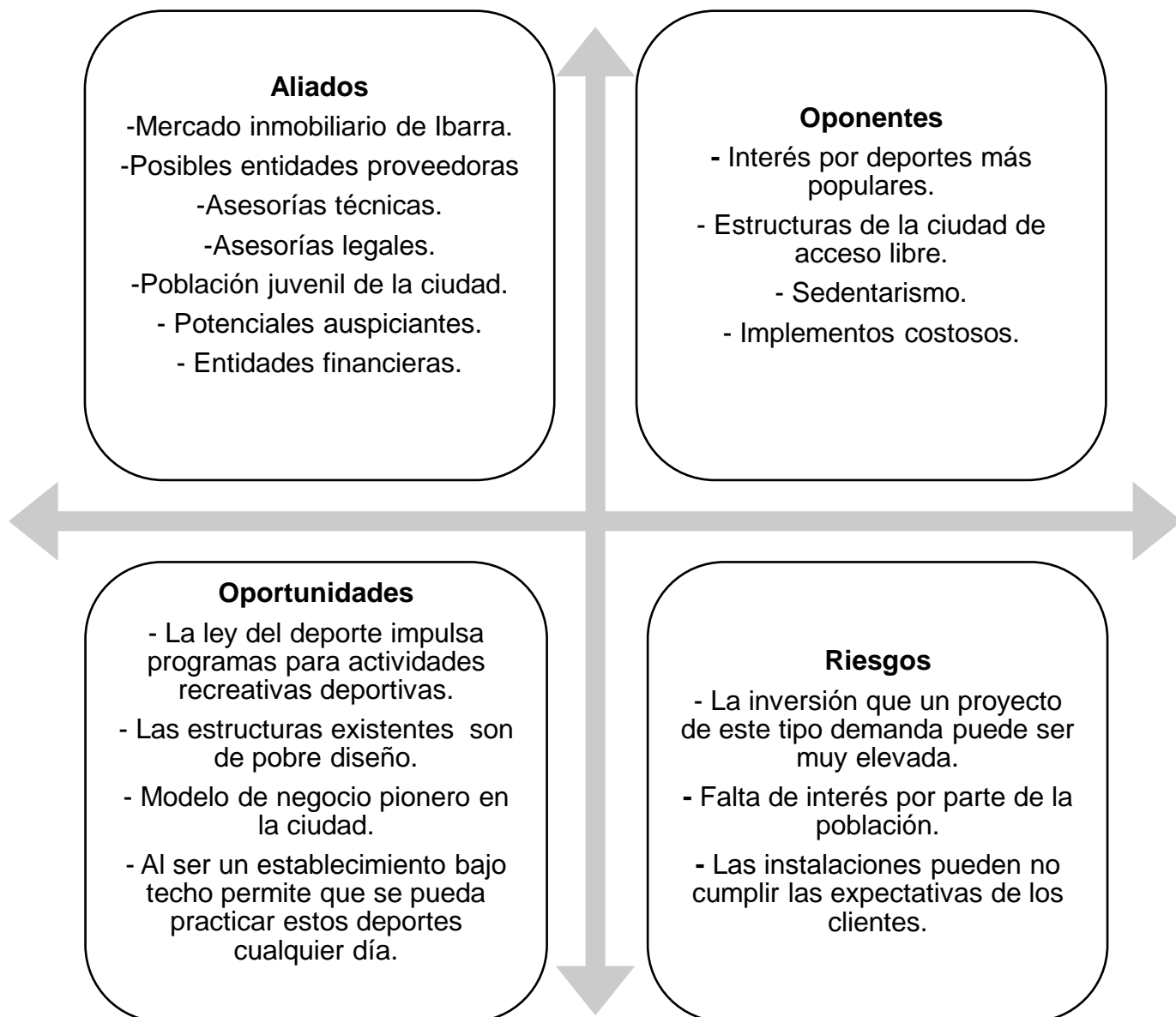
Gracias a que en este momento de cambio se ha tratado de impulsar la creación de nuevos lugares de encuentro común y de fomentar la práctica deportiva es pertinente suponer que un proyecto de esta naturaleza, será

bien visto por parte del gobierno, lo que nos puede ser extremadamente beneficioso si se diera el caso de requerir financiamiento económico de entidades públicas.

## 1.7. Matriz AOOR

Figura 2

Matriz AOOR



Fuente: Diagnóstico situacional

Elaborado por: El autor

### **1.8. Determinación de la oportunidad de inversión.**

Al realizar el estudio diagnóstico se pudo determinar varios aspectos que son relevantes para la realización del proyecto. En los que destacan que, los jóvenes forman parte de un gran grupo dentro de la población ibarreña, lo que nos da un buen mercado potencial al que podría llegar a atender el proyecto considerando que los deportes extremos se han caracterizado por atraer una gran cantidad de personas a ser parte de esta nueva cultura, que ha venido creciendo exponencialmente desde sus orígenes, donde los más atraídos a practicarlos son en efecto el público juvenil.

Además, se logró conocer que en nuestro país no se ha desarrollado una empresa que se dedique al servicio de alquiler de pistas para deportes extremos no motorizados sobre ruedas, convirtiéndolo en un mercado desatendido que podría llegar a tener éxito si se sabe explotar eficientemente este factor.

Este proyecto surge también a partir de la necesidad de brindar a la juventud y la población en general un lugar de estas características que proporcione garantías sobre la seguridad de sus ocupantes, porque de momento ninguna de las instalaciones disponibles lo hace.

Es por estos motivos que se ha considerado que la creación de un Skate Park representa una buena idea de negocio, que fomentará la práctica de actividades deportivas a los jóvenes de la ciudad.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Objetivo general**

- Establecer las bases teóricas que servirán de guía para el adecuado desarrollo del proyecto con el debido conocimiento del caso.

#### **2.2 Estudio de factibilidad**

Para (Blas, 2014) es:

El estudio económico financiero de la proyección financiera esperada de las alternativas variables <escenarios> de una entidad, proyecto, producto o servicio con el objeto de analizar el riesgo y la incertidumbre de los proyectos de interés, que se utiliza como soporte por parte de los directivos de una empresa para la toma de la decisión de aceptar o rechazar la compra o la instauración de la actividad evaluada.

El estudio de factibilidad será una de las principales herramientas que se va a utilizar para determinar si el proyecto puede brindar las garantías necesarias a sus grupos de interés como para poder decidir si será conveniente su puesta en marcha.

#### **2.3 Estudio de mercado**

Según (Sapag Chain, 2011):

El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de suma importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá. Para una correcta formulación y preparación del proyecto, más que uno, deben considerarse cuatro estudios del mercado: el del proveedor, el del competidor, el del distribuidor y el del consumidor.

Para que el estudio de mercado cumpla con su propósito, este debe considerar en su análisis los cuatro factores que componen el mercado, de manera que los resultados sean lo más cercanos a la realidad posible.

### **2.3.1 Mercado**

De acuerdo con (Mochón, 2011): “Un mercado es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian. (...), debido a la existencia del dinero el intercambio es indirecto: un bien se cambia por dinero y éste, posteriormente, por otros bienes. Cuando en el intercambio se utiliza el dinero existen dos tipos de agentes bien diferenciados: los compradores y los vendedores”.

Se puede denominar como mercado al lugar donde dos partes realizan el intercambio de bienes o servicios por dinero con la finalidad de satisfacer mutuamente las necesidades de las partes, comprador y vendedor.

### **2.3.2 Población**

(Ferrell & Hartline, 2010), afirma que: “Se denomina población al conjunto de elementos que cumplen ciertas propiedades y entre los que se desea estudiar el fenómeno en cuestión; este conjunto de elementos es de distinta naturaleza (...)”.

En el caso del presente estudio de factibilidad, se considera como población al conjunto de personas que viven en la ciudad de Ibarra y que cumplen con los parámetros que son relevantes para el proyecto, tales como: edad, sexo, sector en el que residen, etc.

### **2.3.3 Muestra**

Acorde a (Ferrell & Hartline, 2010):

Muestra es cualquier subconjunto de individuos pertenecientes a una población determinada. El interés de las muestras es que, en determinadas condiciones, las técnicas estadísticas permiten que los resultados que se obtengan del análisis de una muestra puedan ser extendidos («inferidos») al conjunto de la población a la que pertenece; estas técnicas nos evitan el enorme trabajo que puede suponer el estudio de toda una población de grandes dimensiones. Para ello las muestras deben ser representativas de la población, tener un tamaño suficientemente grande y cumplir otras condiciones estadísticas.

En concordancia a lo citado previamente, una muestra es la toma de un pequeño número de individuos pertenecientes a una población para aplicar



un estudio determinado, con el fin de esos resultados sean proyectados a la población y obtener información de manera más sencilla.

### **2.3.4 Segmentación de mercado**

(Ferrell & Hartline, 2010) establece que: “La segmentación del mercado se define como la subdivisión de un mercado en diferentes subconjuntos de clientes de acuerdo con sus necesidades y hábitos de compra”.

Como complemento podemos decir que la segmentación de mercado se realiza con el fin de delimitar la población que se considera tienen mayor potencial de convertirse en clientes que otros grupos de personas.

### **2.3.5 Mercado meta**

(Ferrell & Hartline, 2010) afirma que: “Identifica uno o más segmentos de individuos, empresas o instituciones hacia los cuales se dirigirán las actividades de marketing de la empresa”.

Se designa un mercado meta con el fin de enfocar los esfuerzos realizados en el marketing de la empresa, para de esta forma lograr ser más eficientes al dirigirse al segmento de la población que puede ser más receptiva ante la campaña de mercadeo realizada.

### **2.3.6 Demanda**

(Mochón, 2011) la define como:

Las cantidades demandadas de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar las denominamos demanda de dicho bien.

Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una

intención, mientras que la compra constituye una acción. Un agente demanda algo cuando lo desea y además posee los recursos necesarios para tener acceso a él.

Si trasladamos este concepto al presente proyecto, la demanda estará conformada por los consumidores que deseen y puedan adquirir un ticket para hacer uso de las instalaciones y servicios que tendremos a disposición.

#### **2.3.6.1 Ley de la demanda**

(Mochón, 2011) dice que: “Se refiere a la relación inversa existente entre el precio de un bien y la cantidad demandada, en el sentido de que al aumentar el precio disminuye la cantidad demandada, y lo contrario ocurre cuando se reduce el precio”.

Como podemos observar, la relación que mantiene la demanda y el precio es inversamente proporcional, lo que sirve de pauta para prever el comportamiento de la demanda con respecto a las variaciones que se puedan efectuar en los precios, ahora sabemos que si aumentamos los precios de nuestros productos podremos aumentar nuestro margen de ganancia, pero es posible que los demandantes disminuyan de número.

#### **2.3.7 Oferta**

(Mochón, 2011) señala que: “El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. (...), al distinguir entre demandar y comprar ahora debemos precisar la diferencia entre ofrecer y vender. Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores”.

Mientras que la demanda la conforman los compradores o usuarios, la oferta está compuesta por las empresas que funcionan en el mercado, estas son las que ofertan sus productos o servicios.

### **2.3.7.1 Ley de la oferta**

(Mochón, 2011) afirma que la ley de la oferta: “Expresa la relación directa que existe entre el precio y la cantidad ofrecida: al aumentar el precio se incrementa la cantidad ofrecida”.

Al contrario que en la ley de la demanda, en este caso oferta y precio guardan una relación directamente proporcional, la oferta sube o baja según lo haga el precio de los productos o servicios también.

### **2.3.8 El precio de mercado**

(Mochón, 2011) estipula que:

Los compradores y vendedores se ponen de acuerdo sobre el precio de un bien o un servicio de forma que se producirá el intercambio de cantidades determinadas de ese bien o servicio por una cantidad de dinero también determinada.

Los precios coordinan las decisiones de los productores y los consumidores en el mercado. Precios bajos estimulan el consumo y desaniman la producción, mientras que precios altos tienden a reducir el consumo y estimulan la producción. Los precios actúan como el mecanismo equilibrador del mercado.

Entonces, el precio puede ser considerado el factor regulatorio del mercado, su comportamiento es determinante para la forma en que vendedores y consumidores basan su comportamiento.

### **2.3.9 Producto**

(Samuelson & Nordhaus, 2010) determinan que: “Los productos son los distintos bienes resultantes del proceso de producción que o bien se consumen o bien se emplean para una producción posterior”.

Un producto es el resultado de someter una o varias materias primas a un proceso de transformación para obtener, ya sea, un producto final, o un nuevo insumo para la elaboración de otro.

### **2.3.10 Servicio**

(Kotler & Armstrong, 2012) lo definen como: “Productos intangibles que consisten en actos o acciones dirigidos hacia las personas o sus posesiones”.

Se considera un servicio a la acción, o el conjunto de ellas, destinados a la satisfacción de sus usuarios a cambio de una remuneración.

## **2.4 Estudio técnico**

Para (Sapag Chain, 2011) el estudio de la viabilidad técnica:

Busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto, y al cual se refiere este capítulo, es netamente financiero.

Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.

### **2.4.1 Macrolocalización**

De acuerdo a (Araujo Arévalo, 2012) la macrolocalización es:

La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto.

Los factores de incidencia con mayor frecuencia son:

- Proximidad al mercado de consumo.
- Proximidad al mercado de materias primas.
- Disponibilidad de mano de obra y aspectos laborales.
- Infraestructura física y de servicios, como: suministro de agua, tratamiento de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, carreteras, marco jurídico en general y otros servicios públicos.

La macrolocalización en sí, es una visión globalizada de la ubicación que tendrá el proyecto a desarrollarse, aquí se señala la región o ciudad donde se ubicará.

Para esto se debe tomar en cuenta los factores de incidencia mencionados anteriormente, debido a que estos serán determinantes en el desarrollo de sus actividades.

### **2.4.2 Microlocalización**

En cuanto a la Microlocalización (Araujo Arévalo, 2012) menciona que:

Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. La información requerida es:

- Tipo de edificaciones que se van a construir.
- Área requerida inicial y área para futura expansión.
- Accesos al predio, vías de comunicación, carreteras, ferrocarril y otros medios.
- Disponibilidad de agua energía eléctrica, gas y otros servicios específicos.
- Volumen producido de desperdicios.
- Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria.

En la microlocalización se deberá definir con exactitud el predio donde se construirá la infraestructura del proyecto, para lo que se tomará a consideración un conjunto de aspectos de vital importancia al momento de definir la ubicación, tales como: el tipo de edificación que se construirá, el tamaño de las instalaciones, si el terreno cuenta con las vías de acceso y suministro de servicios básicos, incluso el costo que implicará adquirir el terreno en determinado sector de la ciudad.

### **2.4.3 Tamaño del proyecto**

(Araujo Arévalo, 2012) estipula que: “El tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios

durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión”.

Siendo ese el caso, el tamaño del proyecto será determinado por el número de practicantes que las instalaciones sean capaces de abarcar dentro de cierto periodo, puede ser diaria, semanal, mensual e incluso anualmente. Esto dependerá también de las horas y días que el establecimiento prestará sus servicios.

#### **2.4.3.1 Condicionantes del tamaño del proyecto**

Para (Araujo Arévalo, 2012) son condicionantes del tamaño del proyecto:

- “Demanda del mercado.
- Suministro de materia prima
- Recursos financieros disponibles.
- Mano de obra capacitada.
- Economías de escala”.

Al analizar las propuestas del autor en cuanto a los condicionantes del tamaño del proyecto se puede decir que todas son válidas, ya que:

Si en el mercado no existe una demanda considerable será infructuoso invertir en grandes infraestructuras, equipos, materiales o personal, esto se convertiría en inversiones infructuosas que pueden resultar perjudiciales para la sobrevivencia del proyecto.

En caso de que no podamos abastecer de manera adecuada de materia prima, el proyecto puede quedar inconcluso o el servicio brindado puede no ser de la mejor calidad.

Si los recursos que se dispone no son los suficientes su realización se verá mermada.

Sin la mano de obra calificada necesaria resultará dificultosa la construcción de un proyecto si éste espera contar con instalaciones de grandes proporciones.

Además, si se espera prestar un servicio a grandes cantidades de usuarios con el fin de lograr una reducción en los costes, el tamaño del proyecto deberá ser lo suficientemente grande como para contar con la capacidad adecuada para lograrlo.

#### **2.4.4 Modalidades de capacidad**

(Araujo Arévalo, 2012) plantea las siguientes modalidades de capacidad:

##### **Capacidad diseñada.**

Es el monto hipotético de producción de artículos estandarizados en condiciones ideales de operación por unidad de tiempo.

##### **Capacidad instalada.**

Es la producción máxima de un artículo específico o una combinación de productos que el sistema de trabajadores y máquinas puede generar, trabajando en forma integrada por unidad de tiempo.

##### **Capacidad real**

Es el promedio de artículos producidos por unidad de tiempo que alcanza una empresa en un lapso determinado, considerando todas las posibles contingencias que se presentan en la producción de un artículo en condiciones normales de operación.



**Capacidad utilizada**

Es la producción lograda conforme a la demanda que dicta el mercado y que generalmente se ubica por debajo de la capacidad real.

**Capacidad ociosa**

Es la diferencia entre la capacidad utilizada y la real.

Existen varios tipos de capacidades, las cuales dependen del factor que se considera limitará el número de unidades producidas o de clientes atendidos si se trata de una empresa de servicios.

La capacidad diseñada es la que se da en caso de que la empresa opere todo el tiempo sin interrupciones.

Si hablamos de capacidad instalada estamos considerando la producción que lograrán trabajadores y maquinaria trabajando de manera conjunta.

Mientras que la capacidad real es la conjunción de la capacidad diseñada y la instalada, es decir se considera la capacidad de producir de la maquinaria y los trabajadores considerando contratiempos o eventualidades que se pueden ir presentando, horarios y días de funcionamiento de la empresa, en fin.

Ahora, la capacidad utilizada será en base al comportamiento de la demanda, esta suele ser inferior a la capacidad real. La diferencia entre la capacidad real y la utilizada es considerada capacidad ociosa.

## **2.5 Estudio financiero**

(Durán Ramírez, 2010) estipula que: “Consiste en verificar y definir por medio de los beneficios y costos estimados del proyecto, si es aconsejable su implementación y desarrollo”.

Es una de las principales razones para efectuar el estudio de factibilidad, conocer si el proyecto resultará rentable luego de realizar todas las inversiones necesarias para su funcionamiento.

### **2.5.1 Elementos fundamentales del costo de producción**

#### **2.5.1.1 Materiales directos**

(Pabón Barajas, 2012) dice que: “Los materiales directos y su costo se han considerado como el primer elemento integral del costo de producción, por cuanto constituyen la base de la elaboración y la transformación del producto”.

Son considerados como materiales directos aquellos de los que depende completamente el proceso productivo, son difícilmente reemplazables.

#### **2.5.1.2 Mano de obra directa**

Para (Pabón Barajas, 2012):

El proceso de transformación de los materiales en producto terminado requiere la participación del recurso humano, servicio por el cual la empresa paga una remuneración denominada salario y que a su vez genera o representa una serie de derechos y beneficios consagrados

por la ley en favor de los trabajadores, y a cargo de los patronos o de otras entidades destinadas al servicio y seguridad social de los empleados. Entonces se hace referencia a las prestaciones sociales y los aportes parafiscales o transferencias.

En conclusión, la mano de obra directa es aquella que está directamente relacionada con la producción de un producto o con la prestación de un servicio, para lo cual es necesario pagar un monto por sus servicios y además una serie de beneficios adicionales, ya sean otorgados voluntariamente por la empresa y aquellos que son establecidos por la ley como obligatorios.

### **2.5.1.3 Mano de obra indirecta**

(Pabón Barajas, 2012) expresa que:

La mano de obra indirecta es el valor del salario básico, prestaciones sociales y aportes patronales, generado por el servicio o la actividad prestada por el personal de producción que no interviene directamente en la transformación de las materias primas y demás materiales en producto terminado.

A diferencia de la mano de obra indirecta, en este caso son las personas que intervienen en el proceso de producción o de prestación de servicios de manera indirecta, como es el caso de las remuneraciones y beneficio que perciben proveedores, asistencia externa, entre otros, y que influyen en los desembolsos que realiza la empresa para contar con esos servicios.

## **2.5.1.4 Clasificación de los costos**

### **2.5.1.4.1 Costos variables**

(Pabón Barajas, 2012) argumenta que:

Algunos costos tienden a aumentar o a disminuir, en total, en proporción directa con los cambios en los niveles de actividad. Estos costos son los denominados costos variables. Osea, aquellos que guardan relación de causalidad directa con respecto a las fluctuaciones en el nivel de producción. Como costos variables se consideran: el costo en que se incurre por concepto de material directo, mano de obra directa y algunos costos indirectos de fabricación, tales como suministros, comisiones del personal de producción, costo de mantenimiento de equipos y maquinaria, etc., que varían directamente con el volumen de producción.

Son costos variables que están ligados a los niveles de producción, es decir, se incrementan o disminuyen conforme lo hace las unidades producidas o las veces que se presta un servicio. Por ejemplo, los costos incurridos en la adquisición de materia prima, si se va a producir mayores cantidades de ítems, es necesario incrementar el monto que se desembolsará por la adquisición de la materia prima necesaria.

### **2.5.1.4.2 Costos fijos**

(Pabón Barajas, 2012) da a conocer que:

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes para un rango de producción y tiempo definidos, sin importar la fluctuación o el

cambio en nivel de actividad (producción o ventas). Es decir, no guardan relación de causalidad directa con las fluctuaciones de la producción en un periodo de tiempo determinado.

Un costo fijo es considerado aquel que no varía acorde a la producción, es el caso del arriendo de instalaciones, no importa qué cantidades se producen o cuántas veces se brinda un servicio su precio permanecerá constante.

#### **2.5.1.4.3 Costo directo**

Según (Pabón Barajas, 2012):

Un costo directo es aquel que se identifica plena y directamente con un producto, un trabajo, un proceso, una actividad o un departamento. Por ejemplo, el costo de la materia prima para fabricar un mueble de oficina representa un costo directo respecto al producto. El sueldo que devenga el ingeniero de producción, en una determinada empresa manufacturera, constituye un costo directo para el departamento de producción de esa empresa.

Son aquellos que están involucrados directamente en el proceso productivo, por ejemplo, la compra de materia prima o las remuneraciones del departamento de producción.

#### **2.5.1.4.4 Costo indirecto**

De acuerdo con (Pabón Barajas, 2012):

Un costo indirecto es aquel que no puede identificarse ni atribuirse directamente a un producto, un trabajo, un proceso, una actividad o un departamento. Como ejemplo de costo indirecto puede citarse

aquel en el cual se incurre por concepto de depreciación de maquinaria, de seguros, de servicios públicos, de impuestos prediales, etc., sobre los cuales es posible conocer el monto global para toda la empresa, pero que identificarlos directa y específicamente con el artículo que se fabrica resulta prácticamente imposible.

Es decir, es aquel que no está relacionado directamente con el proceso productivo, como es el caso de los gastos de mercadeo, en fin.

#### **2.5.1.4.5 Costo unitario de producción**

(Pabón Barajas, 2012) revela que:

Para la contabilidad, el costo unitario de producción representa un costo promedio, definido por la relación entre el costo total ocasionado y el número de unidades que determinan su incurrencia. Por su parte, en economía, no se consideran costos promedio, sino que se maneja el concepto de costo marginal. El costo marginal representa al aumento del costo total provocado por la producción de una unidad de producto.

Es el costo incurrido para la elaboración de una unidad de producción, o en su defecto por la prestación de una unidad de servicio, se lo obtiene al dividir los costos totales para el total de unidades producidas o para el total de servicios prestados.

#### **2.5.2 Gastos de venta**

(Araujo Arévalo, 2012) expresa que:

Estas erogaciones incluyen el pago de comisiones a los agentes de venta, sus viáticos, materiales de promoción y publicidad, gastos de distribución, comunicaciones por teléfono, télex, fax, etc., que son necesarios efectuar para promover y cerrar las operaciones de venta.

Dichos gastos son todos aquellos que incurre la empresa con el fin de comercializar o vender un producto o servicio.

### **2.5.3 Gastos de administración**

Como lo hace notar (Araujo Arévalo, 2012):

En este rubro se agregan las erogaciones para el pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoría interna, compras, almacenes y demás sectores, así como aquellas otras destinadas a la adquisición de papelería, servicios de electricidad de las áreas antes mencionadas, servicio telefónico y mantenimiento del equipo de oficina, entre otros.

Dentro de estos rubros se encuentran las remuneraciones del personal administrativo y contable, además de los desembolsos realizados con el fin de suministrar los implementos necesarios para que se efectúen las actividades administrativas de la empresa.

### **2.5.4 Gastos financieros**

Como dice (Araujo Arévalo, 2012): “Estos gastos se refieren al pago de intereses sobre créditos presupuestados para el proyecto. La tasa de interés y las condiciones de pago dependen de la selección que se efectúe sobre diferentes fuentes de recurso”.

Dentro de este rubro están considerados todos los montos cancelados por concepto de interés sobre el financiamiento adquirido para el funcionamiento del proyecto.

## **2.5.5 Estados financieros y flujo de efectivo**

### **2.5.5.1 Estado de situación financiera**

Como plantea (Guajardo Cantú, 2014):

El estado de situación financiera es un estado financiero básico que muestra los montos del activo, pasivo y capital en una fecha específica; en otras palabras, muestra los recursos que posee el negocio, los adeudos y el capital aportado por los dueños. A su vez, la presentación de cada uno de los conceptos básicos -activo, pasivo y capital- se clasifica según la función que tenga en la actividad empresarial.

Este es un estado básico y ordenado en donde se reflejan los recursos de la empresa, sus obligaciones de deuda y el capital de los socios. Es decir, muestra los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa.

### **2.5.5.2 Estado de resultados**

Desde el punto de vista de (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2012):

El estado de resultados mide el desempeño a lo largo de un periodo específico, digamos, un año. La definición contable del término ingreso es la siguiente:

$$\text{Ingresos} - \text{gastos} = \text{beneficios}$$



Si el balance general es como una fotografía, el estado de resultados es como un video donde se registra lo que hizo la gente entre dos fotografías.

Por lo general, el estado de resultados incluye varias secciones. La sección operativa reporta los ingresos y gastos de las operaciones principales. Una cifra de particular importancia son las utilidades antes de intereses e impuestos (U A II), que resume las utilidades antes de impuestos y los costos de mandamiento. Entre otras cosas, la sección no operativa del estado de resultados incluye todos los costos de financiamiento. Como los gastos por intereses. Comúnmente, una segunda sección reporta como una partida separada, la cantidad de impuestos que se gravarán sobre los ingresos. El último elemento del estado de resultados es la línea inferior; es decir, la utilidad neta, que se expresa frecuentemente por cada acción de capital común: es decir, como la utilidad por acción. Cuando se analiza un estado de resultados, el administrador financiero debe tener presentes los PCGA, las partidas virtuales, el tiempo y los costos.

El estado de resultados, no es más que un resumen de todas las actividades económicas que efectuó la empresa en un lapso de tiempo determinado.

Aquí se reflejan los ingresos, gastos, los diferentes tipos de utilidades, los pagos de intereses y además los distintos impuestos que son obligaciones de la entidad.

### **2.5.5.3 Flujo de efectivo**

Teniendo en cuenta a (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2012): “Un documento contable oficial denominado estado de flujo de efectivo, que ayuda a explicar los cambios en el efectivo y en los equivalentes contables”.

Este documento es el encargado de reflejar todos los movimientos de efectivo que se realizan en la organización, ya sea ingresos o egresos del mismo.

### **2.5.6 Capital de trabajo**

(Durán Ramírez, 2010) deduce que: “Se realiza cuando la empresa necesita liquidez, se requiere aumentar el volumen de ventas o se desea reducir los costos. Ejemplos: financiación de cartera, cancelación de pasivos costosos, inventarios”.

El capital de trabajo son los recursos económicos con los que cuenta la empresa y gracias a los cuales es posible el apropiado desarrollo de sus funciones.

### **2.5.7 Fuentes de financiación**

Dicho con palabras de (Campo Arranz, 2014):

Cuando se han identificado con detalle los costes asociados al proyecto hay que identificar también las fuentes de financiación del mismo. Esencialmente existen cuatro posibles fuentes de financiación de proyectos que pueden agregarse.

- Fondos propios: fondos de la organización disponibles que se destinan a la realización del proyecto.
- Aportación de los socios inversores: se solicita una aportación extraordinaria de los socios y/o los inversores para poder acometer el proyecto.
- Financiación externa: mediante préstamos bancarios.
- Subvenciones: de entidades locales, automáticas o nacionales.

Es posible que la financiación acarree una serie de intereses, lo que supone un costo añadido al proyecto, que habrá que tener en cuenta.

Se trata de los abastecedores de los recursos económicos que necesitará el proyecto para su puesta en marcha.

## **2.5.8 Indicadores financieros**

### **2.5.8.1 Liquidez**

(Villarreal Navarro, 2013) alude que es el: “Efectivo que se genera o usa en una determinada transacción. La liquidez se contabiliza (o afecta) en el momento en que existe un movimiento real de dinero (una transferencia de efectivo de un ente a otro)”.

En otras palabras, es el dinero en efectivo que genera un proyecto durante su actividad, trata sobre los ingresos y egresos de dinero, cuyo saldo se reflejará en la cuenta Caja del Balance General.

### **2.5.8.2 Relación beneficio/costo**

Según (Villarreal Navarro, 2013):

Expresa la razón entre los ingresos (expresados en valor presente) y los egresos del proyecto (expresados también en valor presente). Este indicador, al restarle 1, permite cuantificar la ganancia marginal por encima del costo de oportunidad del inversionista al invertir en el proyecto que se está evaluando. La interpretación del resultado del indicador B/C es:

$B/C > 1$ : Aceptar. Realizar el proyecto puesto que genera una compensación adicional sobre el costo de oportunidad del inversionista.

$B/C = 1$ : Indiferente.

$B/C < 1$ : El proyecto no es conveniente. Rechazarlo debido a que no compensa por lo menos el costo de oportunidad del inversionista.

El indicador costo/beneficio refleja si se está generando una ganancia en base a lo invertido, si por lo menos se está recuperando lo invertido o si de hecho ni siquiera estamos cubriendo el costo de oportunidad del inversionista.

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

(Villarreal Navarro, 2013) expresa que es el:

Indicador que establece la rentabilidad que obtienen los dineros que permanecen invertidos durante la vida de ejecución (plazo) de un proyecto/inversión. Este indicador no permite concluir por sí mismo

sobre la conveniencia financiera de un proyecto, puesto que es necesario compararlo con el costo de oportunidad del inversionista. El costo de oportunidad se refleja por medio de una tasa de descuento (tasa de interés) apropiada para el inversionista. La regla de decisión de este indicador es:

$TIR > CO$ : Aceptar. Realizar el proyecto ya que compensa el costo de oportunidad del inversionista.

$TIR = CO$ : Indiferente.

$TIR < CO$ : El proyecto no es conveniente. Rechazarlo puesto que no es suficiente para compensar la rentabilidad exigida por el inversionista.

El TIR nos permite conocer si el dinero invertido en el proyecto nos está generando o no la rentabilidad que el inversionista espera.

#### **2.5.8.4 Utilidad**

Acorde a (Villarreal Navarro, 2013) tenemos:

Utilidad antes de impuestos: La que se obtiene al descontar de la utilidad operacional los ingresos y egresos no operacionales.

Utilidad bruta: Resulta, en el estado de pérdidas y ganancias, luego de descontar de los ingresos los costos de ventas (o costos de producción).

Utilidad neta: Se produce al descontar el impuesto de renta a la utilidad antes de impuestos. Esta utilidad debe trasladarse al

patrimonio de la empresa para hacer el cierre final del periodo contable.

Utilidad operacional: Es el resultado de descontar de la utilidad bruta los gastos de administración y ventas.

De manera general la utilidad representa la diferencia entre los ingresos del proyecto y los gastos incurridos con el motivo de generar esos ingresos.

#### **2.5.8.5 Valor presente neto (VPN)**

Para (Villarreal Navarro, 2013) es:

Cálculo en pesos de hoy ( $t=0$ ) que se obtiene al sumar todos los flujos positivos y negativos asociados a un proyecto/inversión, lo que es consistente con el concepto del valor del dinero en el tiempo, razón por la cual se emplea una tasa de descuento o costo de oportunidad ( $i\%$ ) para descontar los flujos de efectivo. Los resultados de este indicador se interpretan así:

$VPN > 0$ : Aceptar ya que crea valor/ riqueza. Realizar el proyecto.

$VPN = 0$ : Indiferente.

$VPN < 0$ : El proyecto no es conveniente. Rechazar ya que destruye valor/riqueza.

Se obtiene este indicador al traer los flujos de efectivo futuros a un valor presente a través de una tasa de descuento.

#### **2.5.8.6 Tasa de rendimiento medio o costo de capital.**

(Sapag Chain, 2011) agrega que:

Costo de capital es la tasa de retorno que, como mínimo, se le exige generar a la inversión requerida por el proyecto y que equivale a la rentabilidad esperada, o a la que se renuncia por invertir en un proyecto económico de riesgo similar.

Para Gabriel Baca: “El cálculo de esta tasa denominada TMAR, debe estar definida por esta fórmula:

$$TMAR = i + f + if = \text{premio al riesgo}; f = \text{inflación}$$

Para un inversionista debería calcular sumando el resultado por premio al riesgo más la inflación.

Este indicador nos demuestra cuál es la tasa de retorno mínima para que un proyecto sea factible, es decir, genere una rentabilidad esperada

#### **2.5.8.7 Valor actual neto**

Según (Sapag Chain, 2011): “Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión (...). Para ello calcula el valor actual d todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0”.

Dicho indicador nos muestra la rentabilidad que se obtuvo una vez recuperada toda la inversión que se ocupó en el proyecto.

#### **2.5.8.8 Periodo de recuperación de la inversión**

Como expresa (Sapag Chain, 2011): “Es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado”.

Se expresa en unidades de tiempo, en qué periodo se recuperará toda la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

#### **2.5.8.9 Punto de equilibrio**

A juicio de (Serrano, 2011): “El punto de equilibrio operacional se define como el punto a partir del cual se comienzan a generar utilidades operacionales, o sea el punto para el cual la utilidad operacional es igual a cero”

En otras palabras, nos indica el punto en el que se ha vendido lo suficiente como para que la empresa no gane ni pierda, solo se ha recuperado su inversión.

#### **2.5.9 Necesidades de inversión**

Desde el punto de vista de (Campo Arranz, 2014):

La inversión necesaria en un proyecto se estima teniendo en cuenta todos los recursos que se asignarán al proyecto; esto incluye, entre otros, el personal, los materiales, el equipo, los servicios las instalaciones, así como otros posibles costes como los financieros o partidas para contingencias.

Este concepto abarca todos y cada uno de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, incluyendo montos imprevistos que pueden surgir en el camino.



### **2.5.9.1 Inversión inicial**

Como señala (Campo Arranz, 2014): “Se trata del presupuesto del proyecto, lo que debe desembolsar la empresa para tener el proyecto acabado y funcionando”.

Son los rubros necesarios para que el proyecto puede empezar con sus actividades en un periodo de tiempo inicial, generalmente es expresado de manera bimensual o trimestral.

## **2.6 Propuesta administrativa**

Para (Durán Ramírez, 2010) la propuesta administrativa: “Define la estructura administrativa y su organización, creando cargos y estableciendo el perfil de cada funcionario”.

### **2.6.1 Empresa**

#### **2.6.1.1 Tipos de empresas según su naturaleza jurídica**

Según su naturaleza jurídica, las empresas se pueden dividir en:

##### **2.6.1.1.1 Limitada**

A juicio de (Mochón, 2011): “Los socios aportan capital y sólo son responsables de las suscripciones, que no acciones. Éstas deben estar dispuestas al constituirse la sociedad y no pueden incorporarse a títulos negociables ni llamarse acciones”.

La peculiaridad de este tipo de sociedad es que no se pueden manejar títulos o acciones, por lo que no pueden cotizar en bolsa.

### **2.6.1.1.2 La sociedad anónima**

Como afirma (Mochón, 2011):

El capital está dividido en pequeñas partes iguales, llamadas acciones, lo que facilita la reunión de grandes capitales. Cada socio accionista tiene una responsabilidad limitada, en concreto sólo responde del capital que ha aportado y no se responsabiliza de las deudas sociales de la empresa. Al limitarse la responsabilidad de los propietarios, existe una menor protección legal para los acreedores a quienes la sociedad adeuda dinero.

Si los socios aportan capital y trabajo, se habla de Sociedad Anónima Laboral. Cuando se crea para satisfacer las necesidades de los socios son Cooperativas, compartiendo riesgos y beneficios.

A diferencia de la sociedad limitada, este tipo de sociedad si está permitida crear títulos o acciones que pueden ser vendidas en el mercado, esto beneficia de gran manera a la empresa ya que permite reunir mayores sumas de capital, al poder comercializar dichos títulos.

## **2.6.2 Filosofía empresarial**

### **2.6.2.1 Misión**

A juicio de (Hernández, 2011): “La misión es lo que hace la empresa para satisfacer una necesidad de los usuarios y clientes.”

Aquí se muestra cuáles son las principales actividades de la empresa, a qué ésta se dedica.

### **2.6.2.2 Visión**

(Hernández, 2011, pág. 275) destaca que:

Es la manera de pensar de todos los miembros de la empresa, sobretodo de la alta dirección. Asimismo, está conformado por las ideas rectoras de los que hay que alcanzar en el mercado o ambiente donde se desenvuelve la institución para concretar la misión.

Este concepto busca plantear el cómo se verá la empresa dentro de un cierto lapso de tiempo, en qué desea convertirse.

### **2.6.3 Diseño Organizacional**

Dicho con palabras de (Griffin, 2011) es el: “Conjunto general de elementos estructurales y las relaciones entre ellos que se utilizan para administrar a la organización total”

Es la manera en que se organizará la entidad y cómo se conjugarán sus departamentos para ejecutar sus funciones.

### **2.6.4 Departamentos básicos de una empresa**

#### **2.6.4.1 Departamento de operaciones**

Desde el punto de vista de (Campo Arranz, 2014):

Es el que se encarga de generar el producto o servicio que la empresa ofrece a sus clientes. Tradicionalmente considerado como uno de los departamentos más importantes de la empresa, se encarga de coordinar la mano de obra, equipos, instalaciones, materiales y herramientas requeridas para la producción.

Se lo considera al departamento mediante el cual se elabora un producto o se presta un servicio.

#### **2.6.4.2 Departamento de comercial**

(Campo Arranz, 2014) menciona que es:

También denominado departamento de marketing o de ventas, es el encargado de vender el producto, de relacionarse con el mercado y conocer cómo llegar mejor a los clientes. Su finalidad es la de identificar los factores y hechos que influyen en el mercado, para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita, distribuyéndolo en forma tal que esté a disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.

Este departamento es el que mantendrá un contacto directo con el cliente, este se encargará de comercializar los productos de la empresa o de ejecutar la prestación de servicios si se trata de este tipo de empresa.

#### **2.6.4.3 Departamento de recursos humanos**

Como menciona (Campo Arranz, 2014):

Su labor principal radica en la selección del capital humano necesario para la realización de la actividad de la empresa. Otra labor importante es la de gestionar la carrera profesional de los empleados dentro de la empresa, a través de formación, promociones, reubicaciones, incentivos, etc. Resulta primordial que la actividad del departamento de recursos humanos esté de acuerdo a los objetivos de la empresa, su cultura y su estrategia.

Este departamento se encargará de realizar todas las actividades de gestión del recurso humano de la entidad. Desde la selección de nuevo personal, su debido entrenamiento e introducción a la empresa hasta las actividades de formación, promociones, reubicaciones, incentivos, e incluso se encargará de gestionar su salida de la empresa, si se da el caso.

#### **2.6.4.4 Departamento económico financiero**

(Campo Arranz, 2014) argumenta:

Su objetivo fundamental reside en la obtención de fondos para poder garantizar el funcionamiento de la empresa y en la utilización de los mismos, siempre de acuerdo con la ley, para el óptimo funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que pueden funcionar debidamente.

Las personas que conforman dicho departamento tendrán como principal función gestionar los recursos económicos de la organización, debe procurar que las actividades que realicen sean beneficiosas para la empresa y dichas actividades deben encontrarse enmarcadas dentro de lo que dicta la ley.

#### **2.6.5 Diseño de Puestos**

Desde la posición de (Griffin, 2011): “Es la determinación de las responsabilidades relacionados con el trabajo de un individuo”

Es decir, asignarle las tareas que le competen realizar a una persona de acuerdo a l puesto que ocupa en la compañía.

#### **2.6.6 Especialización del puesto**

Como señala (Griffin, 2011): “Es el grado al que la tarea general de la organización se desglosa y divide en partes componentes más pequeñas.”

Entonces, se trata de especializar un determinado puesto al asignarle una tarea en muy específica, la cual terminará formando parte de la actividad global que efectúa la empresa.

## **2.7 Impactos**

### **2.7.1 Impacto social**

Citando a (Arboleda Vélez, 2013): “Contempla no solo un análisis de eficiencia de los impactos de un proyecto, sino que también analiza aspectos de equidad; es decidir, los efectos que el proyecto tiene sobre la distribución de ingresos y riquezas”.

Se trata de medir las repercusiones que tendrá el proyecto una vez realizado a un nivel social, qué beneficios o perjuicios supondrá para la sociedad. ¿Se dinamizará el comercio del sector?, ¿se crearán nuevas plazas de trabajo?, ¿qué tipo de personas visitarán el sector?, entre otras interrogantes.

### **2.7.2 Impacto económico**

En la opinión de (Arboleda Vélez, 2013):

Define, desde el punto de vista de un inversionista, si los ingresos que recibe son superiores a los dineros que aporta. Se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir y emplea precios del mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los costos de operación y de financiación y los ingresos que genera el proyecto.

El principal objetivo para un inversionista es lograr una rentabilidad aceptable de las inversiones que realiza, es por eso que la medición de un impacto económico busca conocer si los dividendos que recibe de su inversión son mayores o menores a lo que él aportó al proyecto.

### **2.7.3 Impacto ambiental**

Teniendo en cuenta a (Arboleda Vélez, 2013): “Busca asegurar que el proyecto no traerá consigo impactos negativos sobre el medio ambiente, tales como contaminación del aire, contaminación de corrientes de aguas naturales, ruido, destrucción del paisaje, separación de comunidades que operan como unidades, etc.”.

Todo proyecto conlleva una modificación al entorno en el que se establece, el impacto ambiental está dispuesto a medir si el desarrollo de dicho proyecto conllevará daños al medioambiente y en el caso de que lo haga, determinar si serán o no a gran escala.

## **2.8 Deportes extremos sobre ruedas**

### **2.8.1 Equipos e infraestructura**

De acuerdo a (Campo, 2013) para la práctica de los deportes extremos se necesitará de cierto equipamiento, entre los que tenemos:

#### **Patines**

Existen diferentes tipos de patines que se amoldan a las necesidades de los practicantes y a cada modalidad. Para los patines de carreras, que cuentan con cinco ruedas en línea, son especiales para

desarrollar grandes velocidades; los de cuatro ruedas, se utilizan frecuentemente en patinaje recreativo, ya que son mejores para giros rápidos. En tanto que el patín agresivo posee una estructura diferente que sirve para deslizar y dar saltos.

### **Patineta**

El monopatín o skateboard es una superficie de forma ovalada, provista de ruedas, con una longitud que oscila entre los 50 y los 90 cm., y contiene: tabla, lija y cuatro ruedas.

### **Bicicleta**

La bicicleta es un vehículo ligero de mucha estabilidad y resistencia accionado por propulsión humana, que consta de dos ruedas alineadas fijas a un cuadro, se dirige mediante un manillar y es impulsada por una combinación de pedales y engranajes movidos por los pies.

### **Rampas**

La superficie de una rampa puede estar hecha con una combinación de armado y madera o cemento. Las partes de una rampa son:

- Transición: curva de la rampa, que define la utilidad de la rampa.
- Coping: caño tubular ubicado en el final de la transición.
- Piso: determina la velocidad de la rampa: entre más largo, más lenta la rampa; a menor longitud, más rápida, lo que dificulta la realización de las pruebas.



- Plataforma: sitio donde descansan los deportistas.
- Canal: sitio por donde se tiene acceso a la rampa.
- Cajón o extensión: medida de coping a coping, que generalmente mide 11 metros.

Es evidente que para poder practicar este tipo de deporte es necesaria la adquisición de cierto equipamiento y además se necesitará de cierta infraestructura que permita la ejecución de ciertos trucos y piruetas.

### **2.8.2 Protecciones elementales**

De acuerdo a (Campo, 2013) tenemos:

En cuanto al equipo hay que proteger codos, cabeza, y rodillas por lo que se debe usar casco, rodilleras y coderas. Por otra parte, se puede usar un par de guantes, que evitan raspaduras cuando se cae sobre las manos y muñequeras que también las protegen de posibles torceduras.

#### **Casco**

El caparazón, hecho en poliestireno moldeado, hace contacto con la cabeza mediante fragmentos de gomaespuma; sobre el caparazón se coloca la capota, cuya función es mantener en su lugar los fragmentos, en caso de que el caparazón se rompa. Entre en el caparazón y la capota pasa la cincha o barboquejo, que siendo de nylon, evita la caída del casco mediante su mecanismo de cierre.

### **Rodilleras**

Las rodilleras que se usan son flexibles, estables y poco voluminosas; en la rampa se usan rodilleras grandes con una gruesa capa de espuma que protege la parte alta de la tibia, sujetas con varias tiras de velcro.

### **Coderas**

Provistas de una tela de material sintético o cuero, en la que descansa un almohadillado de goma espuma cubierto por un caparazón de plástico compuesto, se sujetan al patinador por medio de velcro o correas.

Debido a que las acrobacias que se realizan en este tipo de deporte, son actividades consideradas de alto riesgo, por lo que es primordial contar con protecciones además del equipo para minimizar el riesgo de sufrir lesiones graves.

### **2.8.3 Patinaje**

(Campo, 2013) explica que:

Deporte practicado sobre cualquier superficie llana y lisa, que consiste en desplazarse o deslizarse, mediante el encadenamiento de impulsos simultáneos de piernas y sobre unos aparatos formados por una plantilla y cuatro ruedas, que se junta a la suela de la bota y a los que se le denomina patines.

## **Modalidades**

Entre las modalidades con que cuenta el patinaje sobre ruedas están el patinaje de velocidad, que consiste en recorrer diferentes distancias preestablecidas en el menor tiempo posible y, el patinaje artístico, que consiste en efectuar diferentes movimientos y figuras con acompañamiento musical, con los que el patinador hace gala de un perfecto equilibrio, precisión flexibilidad y ritmo.

## **Historia**

El primer modelo de patines de ruedas fue desarrollado alrededor del año 1700 por un alemán que deseaba simular patinaje en el hielo en la época de verano; para ello usó unos trocitos de madera clavados a un listón de madera, los cuales a su vez estaban atados a sus zapatos.

En 1760, el belga Joseph Merlin, diseñó por primera vez los patines de ruedas, al adaptar sobre unas botas unas ruedas de metal. Sin embargo, este invento no tuvo aceptación, ya que el diseño elemental del patín, no permitía realizar giros y las paradas siempre terminaban en un estrellón.

En 1819, M. Petitbled presentó en Francia, la primera patente de un patín sobre ruedas. Los patines de Petitbled eran un artefacto de único tamaño, con ruedas fijas hechas en metal, madera o marfil y, montadas bajo una base de madera con correas ara sujetarlos al pie. Sin embargo, las ruedas fijas hacían imposible desplazarse por una línea curva.

En 1823, Robert J. Tyer patentó en Londres el –Rolito-, primer patín en línea. Atrajo la atención de un muy reducido grupo de personas, hasta que, en 1840, el patín se hizo muy popular, gracias a un tabernero de una provincia cercana a Berlín, quien tuvo la idea de que las chicas que atendían su taberna estuvieran ataviadas sobre patines, lo que atrajo la atención, no sólo hacia la taberna, sino principalmente hacia los novedosos artefactos sobre los que se desplazaban las meseras.

A partir del renombrado caso de la taberna alemana, se empezaron a abrir pistas de patinaje, y así para 1857, ya se contaban con dos pistas en el centro de Londres.

En 1908, el Madison Square Garden fue convertido en pista de patinaje y durante los siguientes dos años, cientos de pistas fueron abiertas en Estados Unidos e Inglaterra.

Los patines en línea se crearon en 1989, invento patentado por dos jugadores de hockey sobre hielo norteamericanos, Scott y Brennan Olson, quienes tuvieron la idea de quitarle la cuchilla a un patín de hielo de los que usaban para sus prácticas, y ponerle ruedas de poliuretano, adicionándole además un freno de caucho en el talón.

En 1996, aparecieron en el mercado las primeras botas flexibles, luego, en 1997, se lanzaron las platinas movibles, para dar paso a las platinas articuladas con absorción de choque. Desde 1998, las ruedas de los patines vienen provistas de cámaras de aire.

Es posible evidenciar que el patinaje es de los precursores en incluir ruedas a ciertos elementos como una alternativa para actividades recreativas, originándose este deporte al buscar una alternativa para el patinaje en hielo en épocas de verano, su evolución se dio pausadamente, pero tuvo tal aceptación que terminó por ser una actividad acogida en todo el mundo.

#### **2.8.4 Rollerblading**

Para (Campo, 2013): “El patinaje extremo o rollerblading es una modalidad de patinaje que consiste en dar saltos y deslizar sobre patines en rampas, caños, rieles, tubos, etc.”

Es considerada la modalidad extrema del patinaje debido a la cantidad de acrobacias que aquí se practican.

#### **2.8.5 Skateboarding**

(Campo, 2013) expresa sobre el skateboarding lo siguiente:

##### **Street o sidewalk skating**

Se recorren las calles de la ciudad evitando cuanto obstáculo aparezca en el camino: bandas, aceras, huecos, barandas.

##### **Acrobatic skating**

Es la modalidad que claramente le da el carácter de deporte “extremo”, pues se trata de realizar figuras acrobáticas tanto en terreno llano, como en rampas en las que es posible alcanzar alturas cercanas a los tres o cuatro metros.

Existen figuras establecidas, pero es una modalidad que se renueva continuamente.

### **Circuito**

Se trata de una prueba de velocidad y habilidad en un circuito que representa numerosos obstáculos de toda clase.

### **Historia**

El monopatín o skateboard surgió a mediados de 1960 en las playas americanas, como sustituto en tierra de las tablas usadas en el surf, cuando, sobre todo en las ocasiones en que, por falta de viento, resultaba imposible practicar este deporte en el mar. Por lo tanto, los surfistas se las ingeniaron para incorporar unas ruedas de arcilla a las tablas más pequeñas, luego fueron las de PVC, y así los diseños fueron mejorando. Rápidamente esta práctica fue extendiéndose como una fiebre mundial, e integrándose paulatinamente a una nueva cultura joven a la que empezaba a gustarle este deporte extremo. Para finales de 1970 ya se había extendido por todo el mundo, realizándose en 1977, el primer Campeonato Mundial de Skateboarding. Aunque años después, pasó de moda y se quedó con la imagen de un juego para niños; Solo unos pequeños círculos siguieron practicándolo, época durante la cual, el skateboard logró su mayor evolución, pues los skaters se convirtieron en marginales, naciendo con ellos todo un estilo de vida. Después de muchos altibajos, a principios de 1990, volvió a resurgir el movimiento de

monopatín como una moda, en la que es fácil encontrar a practicantes de todas las edades, realizando diversas y espectaculares piruetas en la calle.

Es probablemente de la más popular de las disciplinas extremas, tuvo un explosivo crecimiento en los años 90, donde se empezó la comercialización en masa las tablas para skateboarding. Ocasionando que jóvenes de todo el mundo se vuelvan adeptos a este deporte.

### **2.8.6 BMX Freestyle**

(Campo, 2013) menciona que:

Es una bicicleta diseñada para realizar con ella todo tipo de acrobacias. Bastante similar a la de BMX, no obstante, posee algunos elementos que la diferencian, entre los que resaltan su tamaño bastante reducido y unos anclajes suplementarios que se colocan tanto en la rueda trasera como en la delantera para poder apoyar los pies al realizar determinados ejercicios.

Las características generales de este tipo de bicicleta son:

- El cuadro es mucho más alargado;
- Posee dos frenos en lugar de uno, generalmente en forma de "U" o herradura;
- El manillar diseñado para los impactos, es más ancho y posee una barra transversal que lo atraviesa;
- No posee suspensión en las horquillas y los neumáticos están hechos de un material muy resistente;

- La tija del sillín es regulable, con bastante longitud para poder sentarte sobre ella, o para apartarla de en medio y hacerla más manejable mientras el ciclista se sitúa de pie sobre los pedales o sobre los anclajes de los bujes;
- El sillín es duro y alargado;
- Los pedales que se utilizan son los tradicionales, sin ningún tipo de sujeción ya que se apoya el pie y se quita de forma continuada.

Esta modalidad de practicar bicicleta es la forma más reciente de deporte extremo, aunque su origen es relativamente no tan antiguo como los otros deportes, es una actividad que ha venido teniendo gran acogida y que cada vez va creciendo más. Esto se puede evidenciar en que cada vez existen más concursos a nivel mundial, hay más deportistas estrellas que vienen acarreado auspiciantes, marcas y grandes cantidades de seguidores. Sin duda un deporte con un futuro prometedor.



## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción**

En el presente capítulo se tratará sobre uno de los estudios más importantes en la evaluación del proyecto, se trata del estudio de mercado, es donde se evaluará el mercado donde se desenvolverá el proyecto. Se analizará aspectos como la demanda, la oferta, el servicio, su precio y la publicidad con la que se promocionará el mismo. Con el objeto de intentar anticipar el impacto que estas variables podrían tener sobre la rentabilidad del proyecto.

Para la ejecución del estudio de mercado se utilizará la encuesta como técnica de recolección de datos. La recolección de datos se realizará a través de las preguntas contenidas en la encuesta, las cuales serán dirigidas a una muestra representativa de la población de estudio, estos datos obtenidos servirán para construir un panorama sobre sus características, opiniones y preferencias.

#### **3.2 Identificación del servicio y productos**

El principal servicio que se brindará es el alquiler del complejo de pistas para deportes extremos no motorizados sobre ruedas, el circuito estará conformado por rampas y una serie de elementos que sirven como obstáculos para estos deportes, como escalones y barandales.

Pensando siempre en la seguridad del cliente el uso de las instalaciones solo será permitido si los usuarios poseen el equipo de protección adecuado.

En caso de que no posean dicho equipamiento el establecimiento pondrá a disposición de su clientela el servicio de alquiler de los implementos de protección; coderas, rodilleras, guantes y esencialmente cascos. Además, se considerará ofrecer servicios adicionales como la venta de snacks, bebidas hidratantes, ropa y accesorios alusivos a los deportes que se practican en las instalaciones, la prestación de asistencia técnica y la organización de eventos. Para determinar cuáles de estos servicios adicionales se deben implementar se tomará como guía el presente estudio de mercado, para estructurar el modelo de negocio de acuerdo a las preferencias y gustos de la población de estudio.

### **3.3 Objetivos del estudio de mercado**

#### **3.3.1 Objetivo general**

- ❖ Ejecutar el estudio de mercado con el fin de identificar oferta y demanda, y, acorde a las preferencias del mercado objetivo diseñar el modelo de negocio, los precios y el sistema de promoción del proyecto.

#### **3.3.2 Objetivos específicos**

- ❖ Definir el nivel de aceptación que podría tener la creación de un Skate Park en la ciudad de Ibarra.
- ❖ Conocer las especificaciones que los posibles clientes recomiendan para que el servicio brindado haga más atractivo el proyecto.
- ❖ Identificar la posible demanda que podría generar la creación del Skate Park.

- ❖ Determinar si existen otras empresas que oferten el mismo servicio que pretende proveer el proyecto.
- ❖ Diseñar el precio del servicio que se brindará, tomando en cuenta las sugerencias y las posibilidades económicas del mercado objetivo.
- ❖ Formular las estrategias de promoción que el Skate Park establecerá para la captación de más clientes, dar a conocer más el establecimiento y desarrollar su marca.

### **3.4 Variables**

- Servicio.
- Mercado.
- Demanda.
- Oferta.
- Precios.
- Promoción.
- Clientes

### **3.5 Indicadores**

#### **3.5.1 Servicio**

- Descripción.
- Servicios sustitutos.
- Servicios complementarios.

#### **3.5.2 Mercado**

- Demografía
- Aspectos socio-económicos
- Mercado meta.

### **3.5.3 Demanda**

- Análisis de la demanda.
- Identificación de la demanda actual.
- Proyección de la demanda.

### **3.5.4 Oferta**

- Análisis de la demanda.
- Identificación de la demanda actual.
- Proyección de la demanda.

### **3.5.5 Precios**

- Fijación de precios.
- Diseño de estrategias.

### **3.5.6 Promoción**

- Actividades o eventos de mayor acogida
- Publicidad dirigida en medios de mayor audiencia.

### **3.5.7 Clientes**

- Gustos
- Preferencias
- Sugerencias

### 3.6 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 8

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS
Identificar las características que tendrá el servicio.	Servicio	Descripción	Primaria	Encuesta
		Servicios sustitutos	Secundaria	Observación
		Servicios complementarios	Primaria	Encuesta
Delinear a la población que servirá de estudio en la encuesta.	Mercado	Demografía	Secundaria	Documental
		Aspectos socio-económicos	Secundaria	Documental
		Mercado meta	Secundaria	Documental
Analizar el comportamiento que tendrá la demanda bajo un ambiente determinado.	Demanda	Análisis de la demanda	Primaria	Encuesta
		Identificación de la demanda actual	Primaria	Encuesta
		Proyección de la demanda	Primaria	Encuesta
Determinar cuáles son los otros oferentes del mismo tipo de servicio.	Oferta	Análisis de la oferta	Secundaria	Observación y documental
		Identificación de la oferta actual	Secundaria	Observación y documental
		Proyección de la oferta	Secundaria	Documental

Definir el sistema de precios bajo el que el negocio funcionará.	Precios	Fijación de precios	Primaria	Encuesta
		Diseño de estrategias	Primaria	Encuesta
Diseñar las estrategias y actividades que se realizarán para promocionar la empresa e incrementar la captación de clientes.	Promoción	Actividades o eventos de mayor acogida	Primaria	Encuesta
		Publicidad dirigida en medios de mayor audiencia.	Primaria	Encuesta
Conocer la naturaleza de los posibles clientes, cuáles son sus gustos, preferencias y receptar sus sugerencias para completar de diseñar la idea de negocio.	Clientes	Gustos	Primaria	Encuesta
		Preferencias	Primaria	Encuesta
		Sugerencias	Primaria	Encuesta

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### 3.7 Mecánica operativa del estudio de mercado

#### 3.7.1 Identificación de la población

Para delimitar a la población que será parte del estudio de mercado se tomó en cuenta las edades para las cuales está diseñado el proyecto, las cuales van de 10 a 29 años y que se residen en parroquias urbanas, los cuales son 48.542 personas entre hombres y mujeres que residen en el cono urbano y a este número determinado de habitantes se le aplicó el porcentaje de 35.9%

presentado en la pirámide de Nivel Socioeconómico Agregado producto de cifras arrojadas por la encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizada por el INEC en el año 2011 y que representa a la población de nivel económico medio alto y alto a nivel nacional, que es a los niveles económicos de la población que apunta el proyecto. Dando como resultado 17.427 personas que será la población objeto de estudio.

### 3.7.2 Cálculo de la muestra

Los universos considerados para calcular la muestra son hombres y mujeres residentes en las parroquias urbanas del cantón Ibarra que pertenecen a los niveles económicos medio alto y alto que según a la pirámide de Nivel Socioeconómico Agregado realizada por el INEC en el año 2011, representan al 35.9% de la población. A través de la siguiente fórmula:

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

En donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Población objeto de estudio.

Z: 1.96 para un nivel de confianza del 95%

$\sigma$ : Desviación estándar 0.50

e: 0.05 para un error de muestreo del 5%

Dando como resultado:

$$n = \frac{17.427 * 1,96^2 * 0,5^2}{0,05^2(17.427 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{16736,89}{44,53}$$

$$n = 376,90$$

$$n = 377$$

### **3.7.3 Fuentes de información**

#### **3.7.3.1 Información secundaria**

Se utilizará información secundaria proveniente de libros, artículos, informes realizados por el INEC, entre otros. Esta información fue utilizada principalmente para la mecánica operativa y el diseño de la encuesta.

A través de la indagación realizada en información publicada en Internet se logró determinar que al momento no hay una empresa en el país que oferte los servicios que este proyecto busca ofrecer y que modelos de negocios similares solo han sido implementado en el extranjero.

#### **3.7.3.2 Encuesta**

La encuesta será utilizada para recopilar información de la muestra, que servirá como base para conocer el nivel de aceptación que tiene el proyecto y poder determinar si será factible su ejecución. Además, se pretende conocer sus gustos, preferencias y sugerencias para diseñar el servicio que se pondrá a disposición.



### **3.7.3.3 Observación**

La observación fue utilizada en el análisis de las estructuras que existen en la ciudad para practicar estos tipos de deportes.

Concluyendo que los escasos lugares que existen se encuentran bajo la administración del departamento de plazas y parques del municipio de Ibarra, al ser de libre acceso no garantizan la seguridad de sus ocupantes, no se encuentran techados y el diseño de los circuitos de las pistas no van acorde a las necesidades que ciertos trucos o piruetas requieren para su ejecución.

### 3.7.4 Resultados y análisis de la encuesta

#### 3.7.4.1 Edad

Tabla 9

Edad de los encuestados

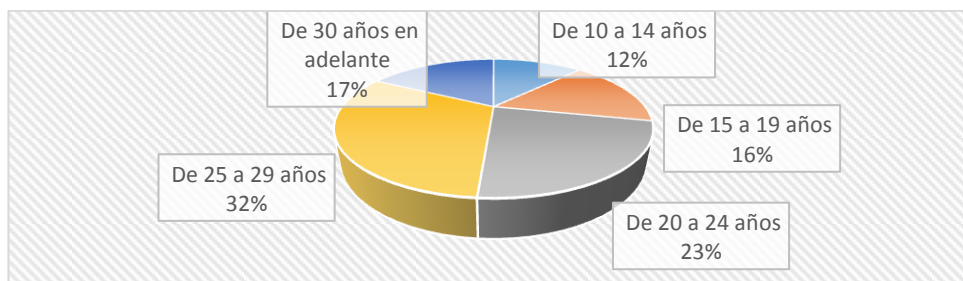
Variable	Frecuencia	%
De 10 a 14 años	46	12,20
De 15 a 19 años	61	16,18
De 20 a 24 años	86	22,81
De 25 a 29 años	119	31,56
De 30 años en adelante	65	17,24
Totales	377	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 3

Edad de los encuestados



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### Análisis:

Una vez aplicadas las encuestas a los habitantes de parroquias urbanas del cantón Ibarra se logró determinar que el mayor grupo lo conforman personas entre los veinte y los treinta años de edad, seguidos por dos grupos menos representativos, el que va de los cinco hasta los diecinueve años y los que se encuentran en el de treinta años en adelante.

### 3.7.4.2 Género

Tabla 10

Género de los encuestados

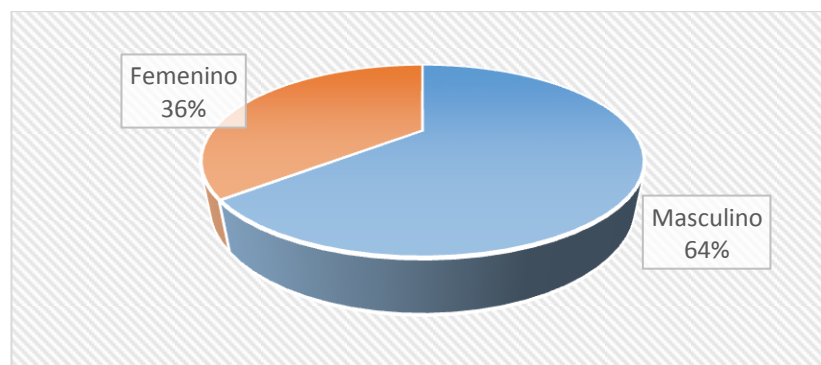
Variable	Frecuencia	%
Masculino	241	63,93
Femenino	136	36,07
Total	377	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 4

Género de los encuestados



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### **Análisis:**

Debido a que los deportes extremos son en su mayoría seguidos por la población masculina la mayoría de encuestados fueron hombres, pero, sin dejar de lado a la población femenina ya que el proyecto está enfocado a atender a los dos géneros.

### 3.7.4.3 Pregunta N° 1

¿De los siguientes deportes extremos sobre ruedas no motorizados, señale de cuál ha escuchado o conoce sobre él?

Tabla 11

Conocimiento de los encuestados sobre deportes extremos

Variable	Frecuencia	%
Skateboarding (Patineta)	167	44,30
Rollerblading (Patines)	37	9,81
BMX (Bicicleta)	125	33,16
Scooting (Monopatín)	48	12,73
Totales	377	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 5

Conocimiento de los encuestados sobre deportes extremos



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### Análisis:

Como se puede observar, todos los encuestados conocen al menos uno de los deportes extremos sobre los que se les cuestionó, resaltando entre todos el Skateboarding y el BMX Freestyle como los deportes de los que las personas tienen conocimiento, o simplemente han escuchado o saben de lo que se trata.

### 3.7.4.4 Pregunta N° 2

**¿Le gustaría visitar un parque privado y bajo techo donde se puedan practicar estos tipos de deportes todos los días?**

Tabla 12

Aceptación de la idea del proyecto

Variables	Frecuencia	%
Si	306	81,17
No	71	18,83
Totales	377	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 6

Aceptación de la idea del proyecto



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### **Análisis:**

La gran mayoría de las personas que participaron de la encuesta mostró gran aceptación ante la idea de crear un Skate Park privado donde se brinden las medidas de seguridad que las diferentes pistas de la ciudad no lo hacen, manifestando que sí estarían dispuestos a visitar este tipo de negocio. Mientras que los que se mostraron indiferentes ante la idea señalaron que prefieren otras actividades deportivas como: fútbol, trotar o incluso acudir a gimnasios para realizar actividades físicas.

### 3.7.4.5 Pregunta N° 3

#### ¿Bajo qué concepto estaría dispuesto a visitar el Skate Park?

Figura 7

Criterio de visita

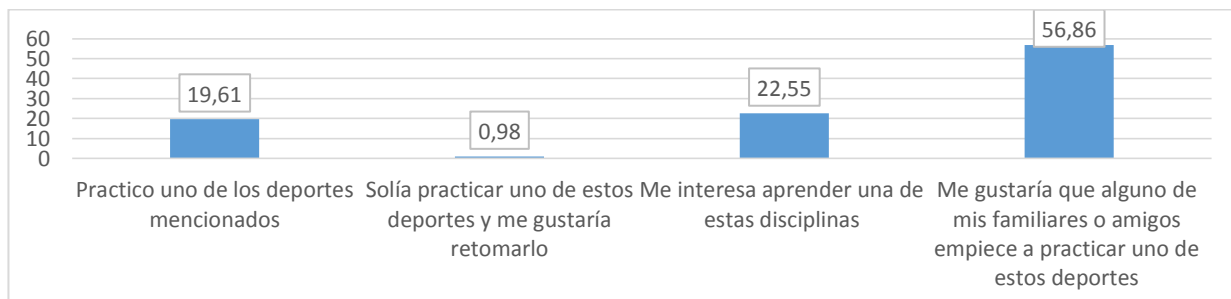
Variables	Frecuencia	%
Practico uno de los deportes mencionados	60	19,61
Solía practicar uno de estos deportes y me gustaría retomarlo	3	0,98
Me interesa aprender una de estas disciplinas	69	22,55
Me gustaría que alguno de mis familiares o amigos empiece a practicar uno de estos deportes	174	56,86
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 8

Criterio de visita



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### Análisis:

Como podemos observar los encuestados en su mayoría eran personas que no practican estas actividades, dando a conocer que, si bien muestran un interés en acudir al Skate Park, no será necesariamente para que ellos hagan uso de las instalaciones, sino que más bien su interés se basa en el hecho de que les gustaría que alguno de sus familiares o amigos empiece a practicar uno de estos deportes, especialmente sus hijos.

### 3.7.4.6 Pregunta N° 4

#### ¿Con quién acudiría a este establecimiento?

Tabla 13

Personas con quien acudir al Skate Park

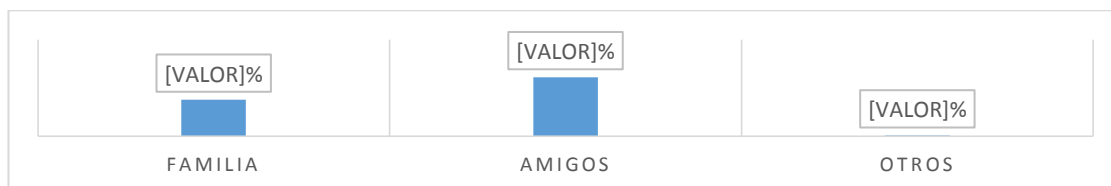
Variables	Frecuencia	%
Familia	116	37,91
Amigos	187	61,11
Otros (Cuáles):	3	0,98
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 9

Personas con quien acudir al Skate Park



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### Análisis:

De las personas que mostraron interés en acudir al establecimiento, la mayoría manifestó que les gustaría ir en compañía de amigos, mientras que de cerca le sigue con un porcentaje ligeramente menor las personas que afirmaron les gustaría ir en familia, mientras que el grupo menos significativo aseveró preferir ir en pareja.

### 3.7.4.7 Pregunta N° 5

#### ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el Skate Park?

Tabla 14

Frecuencia de visita

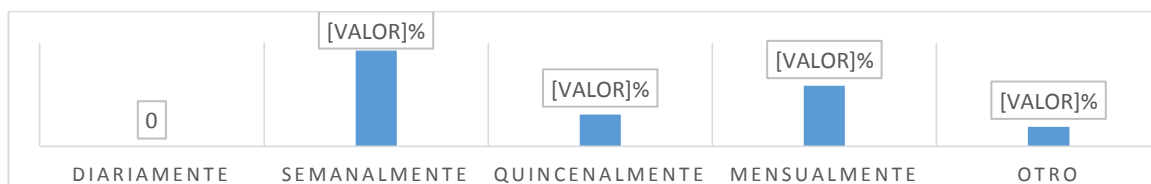
Variable	Frecuencia	%
Diariamente	0	0,00
Semanalmente	141	46,08
Quincenalmente	47	15,36
Mensualmente	89	29,08
Otro	29	9,48
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 10

Frecuencia de visita



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### **Análisis:**

En cuanto a la frecuencia de visita las personas supieron manifestar que se encuentran más cómodas con visitas semanales, sin limitarse a una sola visita por semana. Otro grupo, el segundo más representativo, afirmó preferir realizar visitas mensuales. Un dato importante, es que ninguna persona afirmó encontrarse dispuesto a efectuar visitas diarias, lo que es comprensible ya que resultaría prácticamente imposible considerando el factor monetario que esto les representaría.



### 3.7.4.8 Pregunta N° 6

**¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a ocupar visitando un sitio como este?**

Tabla 15

Duración de visita

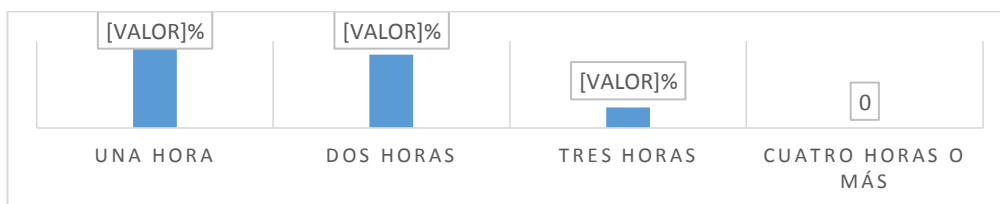
Variables	Frecuencia	%
Una hora	141	46,08
Dos horas	129	42,16
Tres horas	36	11,76
Cuatro horas o más	0	0
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 11

Duración de visita



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### **Análisis:**

Al observar los datos provistos por la encuesta, podemos deducir que es muy probable que las personas que visitarán nuestras instalaciones, su estadía sea de una hora, máximo dos. Lo que nos lleva a pensar que es muy poco probable que la estadía de los usuarios se extienda a las tres horas.

### 3.7.4.9 Pregunta N° 7

#### ¿Qué servicios adicionales le gustaría que sean ofrecidos al cliente?

Tabla 16

Servicios complementarios de preferencia

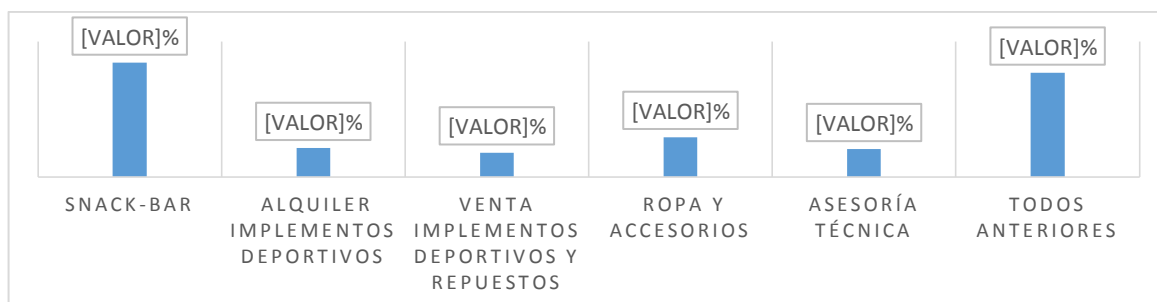
Variables	Frecuencia	%
Snack-Bar	103	33,66
Alquiler implementos deportivos	26	8,50
Venta implementos deportivos y repuestos	22	7,19
Ropa y accesorios	36	11,76
Asesoría técnica	25	8,17
Todos anteriores	94	30,72
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 12

Servicios complementarios de preferencia



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### Análisis:

Observando los datos obtenidos podemos aseverar que las personas muestran gran disposición para la implementación de todos los servicios adicionales propuestos, especialmente un Snack-Bar, lo que nos lleva a pensar que a los encuestados les atrae la diversidad de servicios, ir a un lugar donde puedas no solo ir a divertirte y hacer deporte sino además encontrar una gama de servicios y productos alusivos a los deportes extremos.

### 3.7.4.10 Pregunta N° 8

¿Qué actividades adicionales le gustaría que el establecimiento realizara?

Tabla 17

Aceptación de actividades complementarias

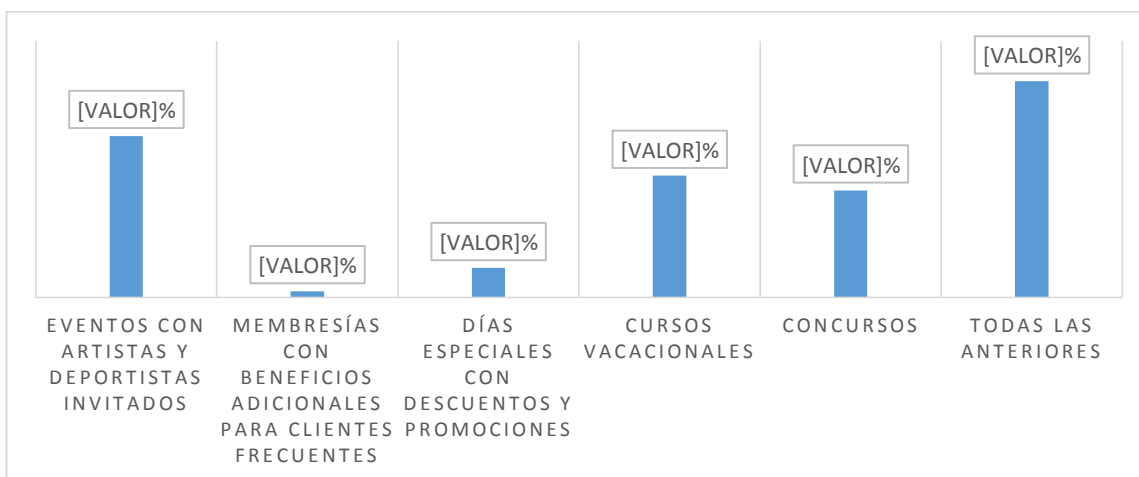
Variables	Frecuencia	%
Eventos con artistas y deportistas invitados	77	25,16
Membresías con beneficios adicionales para clientes frecuentes	3	0,98
Días especiales con descuentos y promociones	14	4,58
Cursos vacacionales	58	18,95
Concursos	51	16,67
Todas las anteriores	103	33,66
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 13

Aceptación de actividades complementarias



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### Análisis:

Como se refleja en el gráfico, los encuestados siguen marcando una tendencia a preferir la variedad ante todo, ya que la mayoría afirmó que le gustaría que el establecimiento realice todas las actividades adicionales que se les planteó. Mientras que grupos más pequeños afirmaron preferir actividades como eventos con artistas y deportistas invitados, cursos vacacionales y concursos.

### 3.7.4.11 Pregunta N° 9

#### ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora de servicio?

Tabla 18

Preferencia de precios

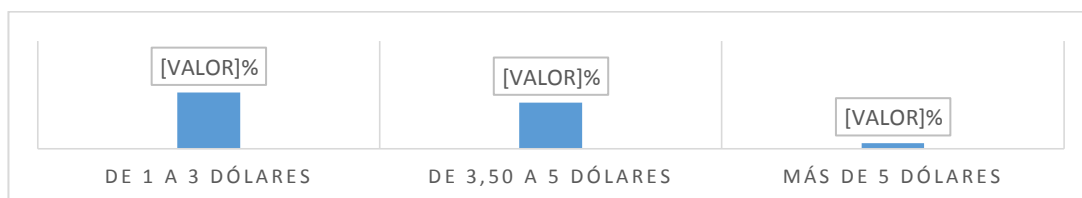
Variables	Frecuencia	%
De 1 a 3 dólares	159	51,96
De 3 a 5 dólares	131	42,81
De 5 dólares en adelante	16	5,23
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 14

Preferencia de precios



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### Análisis:

Observando el cuadro mostrado previamente, se puede señalar que el rango de precios donde los encuestados se sintieron más cómodos es el que va de \$1 a \$3. Siguiendo de cerca se encuentra un grupo menor pero igualmente representativo que afirma que estarían de acuerdo con un precio que vaya de \$3,50 a \$5, mientras que un grupo reducido de personas creen que un precio justo sería superior a los \$5.

### 3.7.4.12 Pregunta N° 10

#### ¿Qué medios de comunicación utiliza con más frecuencia?

Tabla 19

Medios de comunicación más utilizados

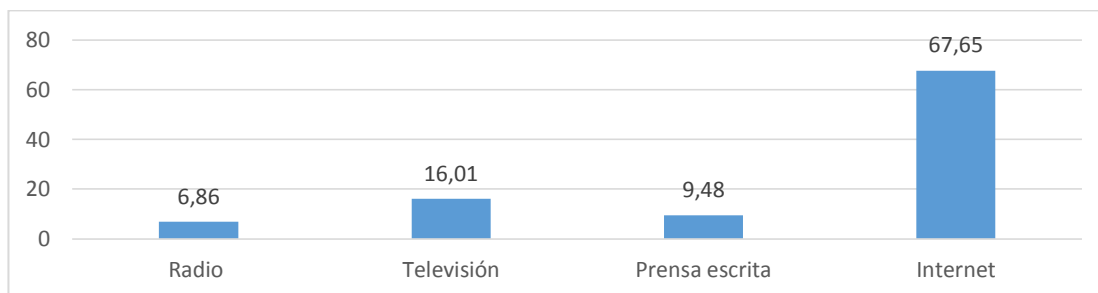
Variables	Frecuencia	%
Radio	21	6,86
Televisión	49	16,01
Prensa escrita	29	9,48
Internet	207	67,65
Totales	306	100

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 15

Medios de comunicación más utilizados



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

#### **Análisis:**

Las respuestas obtenidas en esta interrogante van acorde a como se ha venido desarrollando la comunicación en estos tiempos, a través de medios virtuales. Y es que la gran mayoría afirma que el internet es su principal medio de comunicación. Las personas restantes señalan a la televisión, la prensa o radio como su medio de comunicación preferido.

### 3.7.5 Fichas de observación

A continuación, se presentan las fichas de observación elaboradas con el fin de analizar las estructuras existentes en la ciudad de Ibarra para la práctica de deportes extremos no motorizados sobre ruedas.

Figura 16

Ficha de observación pistas parque de la familia

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SKATE PARK EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"</b>	
Lugar:	Pista del parque de la familia      Fecha: 20-oct-16
Dirección	Yacucalle
<b>Características del lugar</b>	
Acceso	El acceso a la pista es de forma libre
Infraestructura	Las pistas se encuentran en buen estado, sin embargo, el diseño del circuito es precario y no va acorde a las necesidades de los deportistas. Además, no cuenta con techo lo que hace que sea imposible practicar en días lluviosos.
Seguridad	El lugar carece de seguridad por lo que es común ver a personas en estado etílico en sus alrededores e incluso existe el consumo de sustancias estupefacientes.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Figura 17  
Ficha de observación pistas parque ciudad blanca

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>		
<b>"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SKATE PARK EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"</b>		
Lugar:	Pista del parque ciudad blanca	Fecha: 20-oct-16
Dirección	Pilanquí	
<b>Características del lugar</b>		
Acceso	El acceso a la pista es de forma libre	
Infraestructura	Las pistas se encuentran en buen estado, aunque el diseño del circuito es mejor que el de las pistas del parque de la familia, su espacio es reducido lo que complica a los deportistas para la ejecución de trucos. Tampoco cuenta con techo lo que hace que sea imposible practicar en días lluviosos.	
Seguridad	El parque cuenta con personal de seguridad, sin embargo, es de reducido número y es poco frecuente el patrullaje por la zona.	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### **3.8 Servicio**

#### **3.8.1 Descripción**

Principalmente el servicio consistirá en la venta de un ticket, el cual dará a sus adquirientes acceso a las instalaciones y cubrirá el uso de las pistas, por una hora. El tiempo de acceso a las pistas dependerá del número de tickets por persona o será especificado por la administración en caso de que se considere necesario. Una vez que el usuario haya ingresado a las instalaciones se receptorá su boleto y se verificará que no se ingrese con alimentos o bebidas adquiridas fuera del establecimiento y que cada persona cuente con el equipo de protección adecuado, en caso de que no posea equipo de protección propio, podrá alquilar implementos de seguridad que se pondrá a su disposición, esta medida se hace efectiva pensando siempre en la seguridad de los clientes, considerando que estos deportes conllevan un alto riesgo de caídas y accidentes.

Habiendo cumplido con estas normas se permitirá el acceso a las pistas donde los usuarios podrán hacer uso de las mismas por el tiempo que se canceló en la entrada o en casos puntuales hasta que la administración lo considere necesario. Cabe destacar que las personas que deseen visitar las áreas adicionales a las pistas con las que se contará, no será necesario adquirir un boleto de entrada.

Los atributos que el proyecto ofrecerá con el fin de volverlo más atractivo que otros lugares de acceso gratis son:

- Principalmente será un lugar que fomente la actividad física, por lo que por obvios motivos será un establecimiento libre de alcohol y otras prácticas nocivas para la salud.
- Los obstáculos y rampas se encuentran posicionados en las pistas de manera que sus usuarios tengan una experiencia fluida en la ejecución de trucos. Además, contará con una piscina de esponjas que podrá ser utilizada para practicar trucos que impliquen mayor riesgo.
- Al ser un espacio cerrado y con un ingreso controlado de personas se convierte en un establecimiento más seguro que pistas de acceso libre, por lo que padres de familia pueden tener la tranquilidad que sus hijos se encuentran practicando deporte en un lugar seguro.
- Otro factor determinante es que el complejo de pistas constará con un techo que proteja las instalaciones de situaciones climatológicas como la lluvia, factor que impide se pueda practicar este tipo de deportes en ciertos días. Gracias al techado se podrá abrir al público



incluso en épocas de lluvia y además proporciona de protección contra rayos UV en días de altas temperaturas.

### 3.8.2 Servicios sustitutos

Para la identificación de los servicios sustitutos se ha recurrido a la investigación documental y a la observación.

Al considerar que el servicio que se va a brindar es el de alquilar las instalaciones para practicar un deporte, se considera como servicios sustitutos a los lugares en donde la población acude a realizar actividades deportivas.

Entre los principales establecimientos que prestan servicios sustitutos se encuentran las canchas, especialmente las de césped sintético para fútbol ya que es el deporte más practicado, no solo en Ecuador sino en el mundo, y la cantidad de canchas que se han construido en la ciudad ha aumentado considerablemente en los últimos años. Actualmente se encuentran registradas trece canchas en la ciudad.

Además, se puede evidenciar que el número de gimnasios en la ciudad han aumentado habiendo actualmente veintiún establecimientos en la ciudad, esto debido a que la cultura de practicar deportes y cuidar la salud y el aspecto físico se ha difundido en gran medida entre la población. Información reflejada en el registro de Actividades Económicas de la ciudad de Ibarra en el 2016.

Tabla 20

#### Servicios sustitutos

N°	Establecimientos	Sector
----	------------------	--------

1	Canchas / bebidas	Colinas de Ibarra
2	Alquiler de canchas deportivas	Santa rosa del tejtar
3	Canchas de voley y bar	Priorato
4	Canchas deportivas La casa del futbol 5	El retorno
5	Canchas de ecuavoley Manuel Córdova	Ferro norte
6	Canchas deportivas El golazo de Lucas	Los ceibos
7	Alquiler de canchas deportivas Fireball	Yacucalle
8	Canchas de ecuavoley Aquí me quedo	La primavera
9	Cancha / picantería Danielita	Los ceibos
10	Cancha deportiva El chanfle	Los ceibos
11	La bombonera futbol 7	Jardín de paz
12	Alquiler canchas deportivas/bebidas alcohólicas	Los ceibos
13	Canchas deportivas mete gol gana	Los ceibos
14	Instalaciones para actividades deportivas Power fit girl	Los ceibos
15	Gimnasio en forma	Sucre
16	Body gym	Caranqui
17	Ironnman gym	Ajaví
18	Gimnasio	Los ceibos
19	Hard form	Centro de la ciudad
20	Imbabura	Yacucalle
21	Flex gym	Centro de la ciudad
22	Gimnasio	Priorato
23	Body gym	Yacucalle
24	Fitness club	Los ceibos
25	Energy fitness	Centro de la ciudad
26	Crossfit Ibarra	Pilanqui
27	World gym	Centro de la ciudad
28	Zeus gym	Ajaví
29	Gimnasio	Bola amarilla
30	Gimnasio	Yacucalle
31	Gimnasio	Ajaví
32	Gimnasio Alliv gym 2	Ajaví
33	Olympo gym	Almeida Galarraga
34	Titanes gym	Pilanqui
35	Fitness pro	Pilanqui

Fuente: Registro de Actividades Económicas de Ibarra 2016

Elaborado por: El autor

### **3.8.3 Servicios complementarios**

Al tomar en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de mercado, específicamente la pregunta número ocho de la encuesta, es posible notar que todas las opciones de servicios complementarios como: eventos con artistas y deportistas invitados, membresías con beneficios adicionales para clientes frecuentes, días especiales con descuentos y promociones, cursos vacacionales y concursos que se planteó resultaron tener gran acogida, esto lo podemos evidenciar ya que la variable con más aceptación fue la que implicaba que se acojan todos los servicios complementarios propuestos en la implementación del proyecto. Al tratarse de un proyecto que estaría apenas en sus pasos iniciales y que se debe tener mucho tacto al momento de realizar la inversión en el proyecto para no comprometer su rentabilidad, se tomará en cuenta el segundo parámetro que también obtuvo gran aceptación por parte de la población encuestada, la implementación de un snack bar. Esto no significa que se haga caso omiso a las recomendaciones receptadas, de hecho, estas recomendaciones brindan un dato importante, ya que, si a futuro se empieza a considerar implementar un nuevo servicio complementario, la administración ya tendrá un dato que puede servir de referencia, el cual indica que estos servicios adicionales pueden tener aceptación. Para profundizar en el tema será necesario realizar un nuevo estudio de mercado donde se profundice especialmente en los temas de interés.

### **3.9 Mercado**

#### **3.9.1 Segmentación de mercado**

Para elaborar la segmentación de mercado se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

##### **3.9.1.1 Demografía**

El mercado hacia el que se dirige el proyecto son tanto hombres como mujeres de la ciudad de Ibarra, que se encuentran en edades que van de 10 a 29 años, y que residen en las parroquias urbanas del cantón Ibarra, los cuales son 48.542 personas entre hombres y mujeres.

##### **3.9.1.2 Aspectos socio-económicos**

En cuanto a lo económico se ha decidido enfocarse en las personas que pertenezcan a los niveles socioeconómicos medio alto y alto que acorde a la pirámide de Nivel Socioeconómico Agregado que diseñó el INEC con las cifras arrojadas por la encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizada en el año 2011 es de 35.9%.

#### **3.9.2 Mercado meta**

Una vez realizada la segmentación de la población se determinó que el mercado meta lo constituirán los 17.427 hombres y mujeres que van de los 10 a los 29 años, que residen en la zona urbana del cantón Ibarra y que poseen un nivel económico medio alto y alto.

### 3.10 Demanda

#### 3.10.1 Análisis de la demanda

Para la determinación de la demanda se tomará como referente el porcentaje de aceptación que obtuvo el proyecto, indicador que se puede elaborar a partir de los resultados obtenidos en la pregunta número 2 de la encuesta, la cual pretende conocer si los encuestados estarían dispuestos a visitar un Skate Park privado y bajo techo donde se puedan practicar estos tipos de deportes todos los días.

#### 3.10.2 Identificación de la demanda actual

Considerando que el mercado meta del proyecto es de 17.427 personas y que el nivel de aceptación que obtuvo el proyecto en la encuesta realizada en el estudio de mercado fue del 81% se obtiene que los posibles demandantes del servicio serán 13.941 personas, a lo que agregando las frecuencias de visitas obtenidas en la pregunta número cinco de la encuesta, se obtiene:

Tabla 21

Identificación de la demanda

Frecuencia	Disponibilidad de visitas en porcentaje	Disponibilidad de visitas por personas	Frecuencia de visitas	Demanda anual en N° de visitas
Semanalmente	46,1%	6.427	52	334.194
Quincenalmente	15,26%	2.127	26	55.312
Mensualmente	28,9%	4.029	12	48.347
Cada dos meses	9,74%	1.358	6	8.147
Totales	100%	13.941		446.000

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### 3.10.3 Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se tomará la tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el INEC que para el año 2010 fue de 1.90% para la ciudad de Ibarra.

Para el cálculo se empleará la siguiente fórmula del monto:  $D_n = D_o (1+i)^n$

Donde:

$D_n$ = Demanda futura

$D_o$ = Demanda actual efectiva

$i$ = Tasa de crecimiento 1.90%

$n$ = Año proyectado

Dando como resultado:

Tabla 22

Proyección de la demanda

Año	Demanda proyectada en número de visitas al año
2016	446000
2017	454474
2018	471909
2019	499322
2020	538365
2021	591491

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### 3.11 Oferta

#### 3.11.1 Análisis de la oferta

El cálculo de la oferta se lo hará analizando los dos principales establecimientos donde se pueden practicar los deportes extremos en los que el proyecto se enfoca, estos son el Parque de la Familia y el Parque Ciudad Blanca.

#### 3.11.2 Identificación de la oferta actual

Se considerará el número de visitantes por semana de cada parque y se utilizará el dato proporcionado por la Unidad de Parques y Jardines del cantón Ibarra.

Además, se pudo conocer que aproximadamente el 20% de los visitantes de los parques hacen uso de las pistas que cada uno dispone, por lo que tenemos:

Tabla 23

Identificación de la oferta

Parques	Visitas semanales parque	Visitas semanales pistas	Oferta anual
Parque de la Familia	3000	600	31200
Parque Ciudad Blanca	8000	1600	83200
<b>Totales</b>	<b>11000</b>	<b>2200</b>	<b>114400</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### 3.11.3 Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta también se tomará la tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el INEC que para el año 2010 fue de 1.90% para la ciudad de Ibarra.

Para el cálculo se empleará la siguiente fórmula del monto:  $O_n = O_o (1+i)^n$

Donde:

$O_n$ = Oferta futura

$O_o$ = Oferta actual

$i$ = Tasa de crecimiento

$n$ = Año proyectado

Dando como resultado:

Tabla 24

Proyección de la oferta

Año	Oferta proyectada en número de visitas al año
2016	114400
2017	116574
2018	121045
2019	128077
2020	138092
2021	151719

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor



### 3.12 Demanda potencial a satisfacer

La demanda potencial a satisfacer se encuentra contrastada entre la demanda y oferta del proyecto, para determinar si existe un mercado del cual el proyecto pueda valerse para su funcionamiento y determinar la demanda que se captará.

Tabla 25

Demanda potencial a satisfacer

Año	Demanda proyectada en número de visitas al año	Oferta proyectada en número de visitas al año	Demanda potencial en número de visitas al año
2016	446000	114400	331600
2017	454474	116574	337901
2018	471909	121045	350863
2019	499322	128077	371245
2020	538365	138092	400274
2021	591491	151719	439772

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### 3.13 Precios

#### 3.13.1 Fijación de precios

Para la fijación del precio del servicio se tomará en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta, en la cual, el mayor grupo de encuestados mostraron su preferencia por el rango que va desde un dólar hasta los tres dólares. Este rango nos servirá para tomar una decisión en cuanto al precio una vez se calculen los costos de operación y se le añada la utilidad esperada.

### **3.13.2 Diseño de estrategias**

Para el diseño de las estrategias de precios, se recurrirá a los datos propiciados en la encuesta en la que tuvieron una buena aceptación actividades como membresías las cuales serán válidas por un número determinado de visitas, estas otorgarán un descuento en el valor del ingreso y una mayor duración del tiempo permitido en pista. Además, se otorgarán descuentos en días de poca concurrencia, generalmente inicios de semana, y combos de 2x1 en fechas especiales.

## **3.14 Promoción**

### **3.14.1 Actividades o eventos de mayor acogida**

Las actividades que se realizarán con el objeto de promocionar el proyecto son:

- Eventos con artistas y deportistas invitados:

Se organizarán eventos donde se presenten artistas principalmente originarios de la provincia y que busquen aumentar su audiencia. A estos eventos se invitará a deportistas destacados de la provincia a hacer demostraciones de habilidad.

- Cursos vacacionales:

Se aprovechará la temporada vacacional en donde la demanda por cursos o campamentos de actividades deportivas aumenta considerablemente debido al aumento de tiempo libre en niños y jóvenes. Lo que resulta una buena oportunidad para dar a conocer el negocio y promover al crecimiento de estos deportes.

- Concursos:

Es de común conocimiento que el aspecto monetario siempre resulta atractivo e interesante para las personas. Es por eso que se organizarán concursos, con el fin de atraer la atención de más personas. Se categorizará las competencias con el propósito de crear una categoría para novatos para incentivar a que se empiece a practicar estos tipos de deportes. Para poder participar se cobrarán inscripciones y se premiará a los mejores participantes.

### **3.14.2 Publicidad dirigida en medios de mayor audiencia.**

En los últimos años la facilidad de acceso y la rapidez con la que una noticia puede hacerse viral han hecho que las personas utilicen cada vez más medios virtuales como fuente de información e incluso de comunicación, esto se puede evidenciar en la encuesta aplicada en donde cerca del 68% de los encuestados afirma que el Internet es el medio de comunicación que utiliza con más frecuencia es el Internet.

Es por eso que la publicidad será focalizada en medios de difusión como redes sociales, videos en YouTube que son más atractivos que medios de comunicación convencionales y que no requieren demasiada inversión.

### **3.15 Cliente**

Considerando que el cliente es una parte esencial en la conformación del proyecto, se ha considerado pertinente realizar un análisis de sus gustos, preferencias y recomendaciones que ellos puedan tener, por medio de la encuesta, en la que se pudo determinar:

### **3.15.1 Gustos**

La mayoría de la población encuestada se mostró receptiva ante la idea de un Skate Park privado en la ciudad de Ibarra, sobre todo por constituir un centro deportivo en donde la población pueda practicar deportes extremos sobre ruedas en un ambiente controlado y seguro.

### **3.15.2 Preferencias**

Además, la encuesta sirvió para que los encuestados puedan establecer sus preferencias que incentiven su visita al Skate Park, entre las que se destacan:

La mayoría supo manifestar que preferencialmente visitarían las instalaciones entre amigos, lo harían de manera semanal y generalmente por el lapso de una hora. Si bien no todas las personas encuestadas se dedican a practicar estos deportes extremos, les gustaría que sus familiares o allegados puedan aprender dichas disciplinas.

### **3.15.3 Recomendaciones**

Se supo receptar varias recomendaciones como la de ofrecer servicios adicionales en el establecimiento para hacer más agradable y atractiva la visita al Skate Park. También se logró conocer que la realización de promociones y eventos especiales pueden atraer incluso más clientes.

## **3.16 Conclusiones del estudio de mercado**

- ❖ En el presente capítulo se ha logrado determinar a través de la encuesta aplicada en el estudio de mercado que el nivel de

aceptación sobre el proyecto fue del 81%, siendo este un nivel muy positivo.

- ❖ Se logró concluir que las personas gustan de la variedad de servicios, asistir a un lugar que pueda satisfacer varias necesidades o expectativas, esto gracias a que se recogió un gran número de respuestas positivas sobre los servicios adicionales propuestos, tales como la venta de snacks, bebidas hidratantes o incluso implementos deportivos y ropa; así mismo se mostraron abiertos a la realización de eventos como cursos vacacionales, competencias y presentaciones de artistas y deportistas invitados.
- ❖ A través del estudio de mercado luego de realizar las respectivas proyecciones de la demanda y oferta se logró identificar a una posible demanda de 337.901 visitas en el año 2017.
- ❖ Al realizar el estudio de la oferta se logró determinar que en el país no existe un modelo de negocio como el que propone el proyecto, todas las pistas que se han construido en el país están bajo responsabilidad de cada municipio competente, estos lugares aunque son de libre acceso carecen de mantenimiento, de una cubierta y principalmente carece de seguridad lo que hace que no se brinden las garantías como para que todos los habitantes de la ciudad puedan utilizar estos espacios sintiéndose seguros, aspectos que se detallan en las fichas de observación.
- ❖ En cuanto al precio por el uso del servicio se logró conocer que la población de estudio se mostró más cómoda en el rango de uno a tres

dólares, el valor que se escoja se lo fijará definitivamente una vez realizado el estudio de costos de operación.

- ❖ El estudio de mercado logró determinar que, aspectos como: membresías, días de descuentos especiales y combos hacen que el negocio resulte más atractivo para la población, por lo que se diseñará un sistema donde se incluyan estas recomendaciones. Además, se conoció que el medio de comunicación más utilizado es el Internet, lo que lo hace una herramienta valiosa para la empresa al contar también con un gran alcance de difusión y que requiere de una inversión moderada.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Objetivos del estudio técnico**

##### **4.1.1 Objetivo general**

- ❖ Determinar la localización, el tamaño y las inversiones que se requerirán para la ejecución del proyecto.

##### **4.1.2 Objetivos específicos**

- ❖ Detallar la localización del proyecto de manera general y específica.
- ❖ Establecer el tamaño óptimo que deberá tener el proyecto, de manera que sea capaz de albergar la estructura necesaria y atender a los usuarios.
- ❖ Calcular la inversión necesaria para la implementación y funcionamiento del proyecto.

#### **4.2 Localización del proyecto**

##### **4.2.1 Macrolocalización**

De manera global el proyecto se encontrará en la Zona 1 del Ecuador, en la provincia de Imbabura, la cual se encuentra ubicada al norte del país en la región sierra, tal como se delinea en la figura.

Figura 18

## Macrolocalización Ecuador-Imbabura

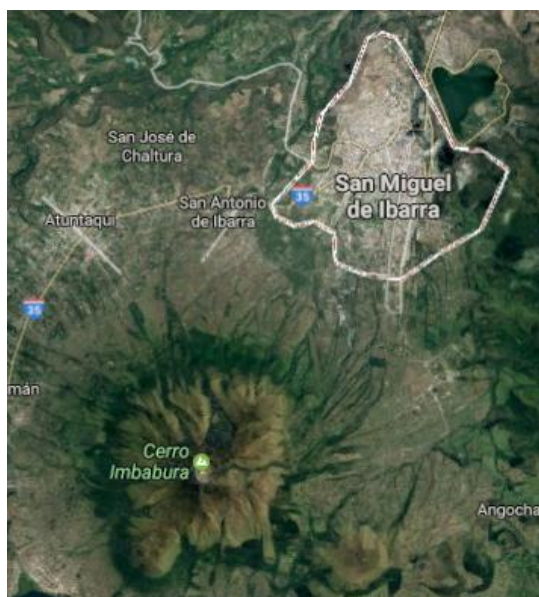


Fuente: Google Maps

Elaborado por: El autor

Figura 19

## Macrolocalización Imbabura-Ibarra



Fuente: Google Maps

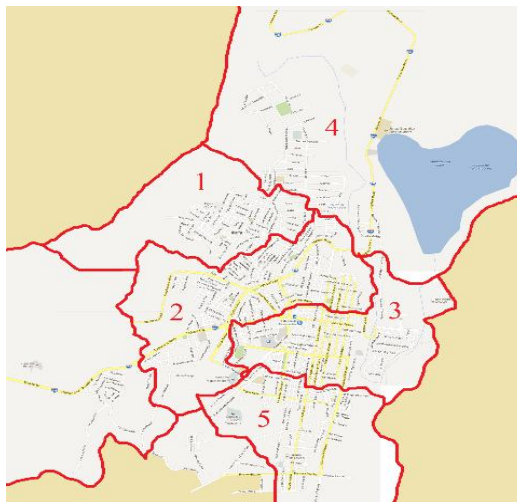
Elaborado por: El autor



## 4.2.2 Microlocalización

Figura 20

Microlocalización Parroquias Urbanas de Ibarra



Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Ibarra

Elaborado por: El autor

1. Alpachaca
2. San Francisco
3. El Sagrario
4. Priorato
5. Caranqui

### 4.2.2.1 Opciones de Localización

**Opción A:** Av. Eugenio Espejo, junto a la Liga San Miguel

**Opción B:** Corredor Periférico Sur

**Opción C:** Av. Mariano Acosta y Corina Parral de Velasco.

#### 4.2.2.2 Evaluación de las opciones de ubicación

Tabla 26

Evaluación de las opciones de ubicación

Variable	Peso	Opción	Ponderación	Opción	Ponderación	Opción	Ponderación
		A	A	B	B	C	C
Ubicación	0,11	9	0,99	8	0,77	7	0,88
Orografía del suelo	0,1	7	0,7	7	0,8	8	0,7
Disponibilidad de espacio físico	0,18	10	1,8	8	1,8	10	1,44
Costo terreno	0,2	8	1,6	8	1	5	1,6
Vías de acceso	0,1	10	1	8	1	10	0,8
Disponibilidad de servicios básicos	0,1	10	1	10	1	10	1
Proveedores	0,07	8	0,56	8	0,56	8	0,56
Mano de obra calificada	0,07	7	0,49	7	0,49	7	0,49
Seguridad	0,07	8	0,56	8	0,56	8	0,56
Total	1		8,7		7,98		8,03

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

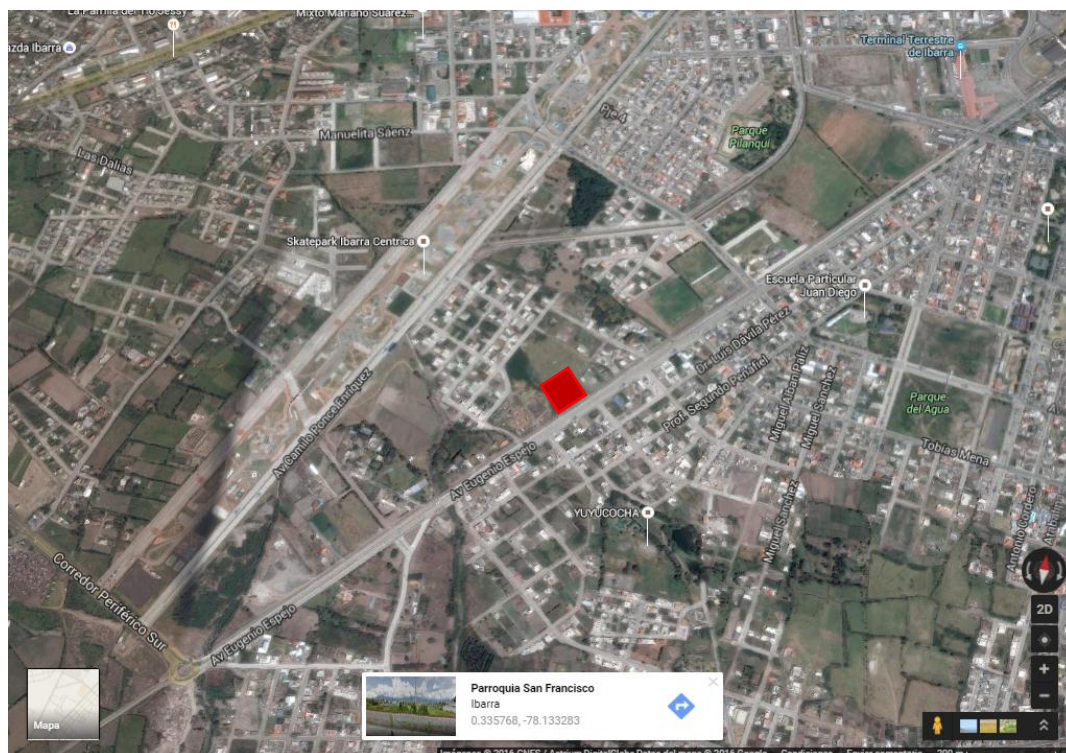
Una vez realizada la evaluación de las opciones de ubicación del proyecto se obtuvo a la opción A como la mejor puntuada, lo que nos lleva a fijar al terreno que se encuentra en el Corredor Periférico Sur como la ubicación definitiva donde tendrá a lugar la ejecución del proyecto. Para esto se tomó en cuenta lo siguiente:

### a) Ubicación

El proyecto se instalará en la parroquia de San Francisco, específicamente en el sector de la Liga San Miguel. Esta ubicación se considera estratégica ya que se encuentra entre dos barrios de gran concurrencia como lo son Yacucalle y Pilanqui, en estos barrios se encuentran el Parque de la Familia y el Parque Ciudad Blanca respectivamente, los cuales reúnen gran cantidad de visitantes, especialmente los fines de semana. Además, en las cercanías se encuentra el Terminal Terrestre de la ciudad, nuevas obras como el Corredor Periférico Sur y proyectos en desarrollo como el nuevo mercado de la ciudad. Lo que hace que este sector tenga una gran proyección.

Figura 21

Ubicación del proyecto



Fuente: Google Maps

Elaborado por: El autor

**b) Orografía del suelo**

En cuanto a la orografía, el terreno seleccionado cuenta con un área prácticamente plana, la calidad del suelo es buena al igual que su densidad, lo que facilita el proceso de preparación del suelo para el inicio de la construcción de la infraestructura necesaria.

**c) Disponibilidad de espacio físico**

El espacio que ocupa el terreno es realmente amplio, de hecho, supera por mucho lo que el proyecto necesitará para su funcionamiento. La ventaja de este terreno es que no es necesaria la adquisición de la totalidad del espacio, de hecho, el vendedor brinda las facilidades para que la adquisición del espacio sea acorde a lo que necesitará el proyecto.

**d) Costo terreno**

Considerando la proyección que tiene este sector el precio es bastante módico. Este tiene un costo de \$100 por cada metro cuadrado, el cual se encuentra dentro de los niveles de precios que tienen los terrenos en el sector.

**e) Vías de acceso**

Todas las vías de acceso se encuentran en óptimas condiciones, especialmente la vía principal, la Av. Eugenio Espejo la cual culminó su fase de adoquinado en el año 2012 lo que la hace de fácil acceso y tránsito fluido.

#### **f) Disponibilidad de servicios básicos**

El terreno cuenta con accesibilidad a todos los servicios básicos, alcantarillado, agua potable, energía eléctrica y servicio de telecomunicación e internet.

#### **g) Proveedores**

Al encontrarse en una zona urbana de la cabecera cantonal de Imbabura, la disponibilidad de proveedores no dispone ninguna dificultad. La provincia cuenta con la cementera UNACEM que puede servir como el proveedor principal del cemento que será la principal materia prima de la infraestructura del proyecto.

#### **h) Mano de obra calificada**

Así mismo para la selección de la mano de obra calificada se dispone de 4.920 personas, que según la distribución de la PEA por rama de actividad las personas dedicadas a la construcción representan el 6.10%.

#### **i) Seguridad**

El barrio donde se ubicará el proyecto es considerado de baja peligrosidad, además en las cercanías se encuentra el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911, que en caso de alguna emergencia pueden proporcionar una pronta respuesta.

### **4.3 Tamaño del proyecto**

Acorde al tamaño del proyecto se determinarán aspectos como la inversión necesaria, los costos, su capacidad y los posibles ingresos con lo que se contará, estos factores ayudarán a decidir si se invertirá o no en el proyecto.

### **4.3.1 Factores determinantes**

#### **4.3.1.1 Disponibilidad de recursos financieros**

Para el financiamiento del proyecto se contará con un porcentaje de capital propio, y el otro porcentaje, el cuál será el de mayor peso (60%), se lo realizará a través de un préstamo a una entidad financiera. Debido a que el proyecto necesitará para su funcionamiento una suma considerable de dinero, se necesitará de una entidad financiera que brinde facilidades de pago a largo plazo y con un porcentaje de interés módico.

Para el presente proyecto se ha considerado conveniente presentarlo a la Corporación Financiera Nacional para obtener el financiamiento, dicha entidad estatal otorga créditos que van desde los 50 mil hasta los 25 millones de dólares y los plazos que otorga son de hasta 15 años, con un período de gracia de dos, y la tasa de interés anual será de 11,02%, tasa que se encuentra dentro de los parámetros normales en comparación a las otras entidades financieras.

#### **4.3.1.2 Mercado**

Se ha considerado oportuno implementar este tipo de negocio debido a que actualmente no hay una empresa en el Ecuador que oferte esta clase de servicios, lo que aportaría a que el turismo hacia la provincia aumente, considerando las características del establecimiento. Además, los deportes extremos han venido teniendo una acogida cada vez más alta en los últimos tiempos, especialmente por la juventud, este aspecto resulta fundamental considerando que la población juvenil de la ciudad de Ibarra conforma aproximadamente la mitad de la población.

#### **4.3.1.3 Disponibilidad de materia prima**

Para que el proyecto pueda operar en óptimas condiciones y se brinde un servicio de calidad se necesitará de varios implementos adicionales a la infraestructura del Skate Park.

Se deberá adquirir equipos de protección para que los asistentes puedan alquilar en caso de no contar con equipamiento propio. Incluso se necesitará alimentos y bebidas para el Snack bar.

#### **4.3.1.4 Disponibilidad de mano de obra calificada**

Principalmente se necesitará de mano de obra calificada para la construcción de toda la infraestructura del Skate Park y las adecuaciones necesarias, de lo que será responsable el contratista de la obra.

También se necesitará recursos humanos una vez puesto en marcha el proyecto, dentro de los cuales se encuentra el personal que cumplen funciones de mantenimiento, seguridad, administrativas y de instrucción.

#### **4.3.1.5 Capacidad y ocupación de las estructuras existentes en la ciudad**

Al considerar el área que comprende a las dos pistas municipales que serán objeto de análisis se logró determinar su capacidad, considerando que cada ocupante utiliza veinte metros cuadrados en la práctica de estos deportes y en base a las visitas que cada una obtiene se calculó su respectiva ocupación, dando como resultado:

Tabla 27

Capacidad y ocupación de las estructuras existentes en la ciudad

	Área	m <sup>2</sup> por persona	Capacidad simultánea	Visitas semanales a las pistas	Capacidad utilizada
Pista parque de la familia	1358	20	68	600	11
Pista parque ciudad blanca	1072	20	54	1600	29
	2430		122	2200	39

Fuente: Google earth

Elaborado por: El autor

Aplicando una regla de tres podemos apreciar que el porcentaje de ocupación de las pistas es de aproximadamente un 31%.

#### 4.3.1.6 Capacidad y ocupación del proyecto

Para determinar la capacidad del proyecto se realizará un análisis del espacio físico disponible para el establecimiento y de acuerdo a las estructuras que se pondrán a disposición del cliente.

Es importante señalar que el establecimiento funcionará los siete días de la semana, de lunes a miércoles durante cuatro horas y de jueves a Domingo por siete horas al día.

A continuación, se realiza el cálculo de las diferentes capacidades tanto la diseñada, instalada y la real.



Tabla 28

## Capacidades del proyecto

VARIABLES	$m^2$ por persona	$m^2$ pistas	Capacidad por hora	Capacidad diaria	Capacidad semanal	Capacidad mensual	Capacidad Anual
Capacidad diseñada.	20	600	30	720	5040	20160	241920
Capacidad instalada.	20	600	30	210	1470	5880	70560
Capacidad real.	20	600	30	120	840	3360	40320

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

Primeramente, cabe señalar que se ha asignado a cada usuario de la pista un área de  $20m^2$ , considerando que es un área en la que los deportistas podrán movilizarse fácilmente. Como sabemos las pistas ocuparán  $600m^2$ , y si cada usuario dispone de  $20m^2$  se podrá atender a 30 personas por hora.

La capacidad diseñada diaria se obtuvo al multiplicar las 30 personas que pueden practicar cada hora por las 24 horas de cada día.

Para la capacidad instalada diaria se multiplicó las 30 personas que pueden practicar cada hora por 7, suponiendo que todos los días se laboren siete horas diarias.

Mientras que para la capacidad real diaria se fijó un 70% de utilización de la capacidad instalada lo que se multiplicó por las 30 personas que pueden practicar cada hora por un promedio diario de 5.71 horas, considerando que se atenderá de lunes a miércoles durante cuatro horas y de jueves a Domingo por siete horas al día.

A cada una de estas capacidades diarias se les multiplicó por siete para obtener un valor semanal, luego por cuatro para obtener el valor mensual y finalmente por doce para el valor anual.

Para el cálculo de la ocupación que tendrá el establecimiento se utilizará el porcentaje de ocupación calculado anteriormente que es del 31%, el cual se lo repartió dando mayor peso a los fines de semana, por ser considerados días de mayor concurrencia, por lo que tenemos:

Tabla 29

## Ocupación del establecimiento

	Horas laborables	Capacidad	Ocupación	Personas c/día
Lunes	4	84	30%	25
Martes	4	84	30%	25
Miércoles	4	84	30%	25
Jueves	7	147	30%	44
Viernes	7	147	30%	44
Sábado	7	147	34%	50
Domingo	7	147	34%	50
Promedio	5.71		31%	
		Personas c/semana	Personas c/mes	Personas al año
		264	1.055	12.660










Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### 4.4 Flujograma de procesos

Figura 22

Flujograma de procesos

<b>Símbolos</b>	<b>Descripción</b>
	<b>Rectángulo:</b> Operación
	<b>Flecha ancha:</b> Movimiento / Transporte
	<b>Diamante:</b> Punto de decisión
	<b>Círculo grande:</b> Inspección
	<b>Rectángulo de base curva:</b> Documentación
	<b>Rectángulo obtuso:</b> Demora / Retraso
	<b>Triángulo:</b> Almacenamiento
	<b>Flecha:</b> Dirección de flujo
	<b>Elipse:</b> Límites

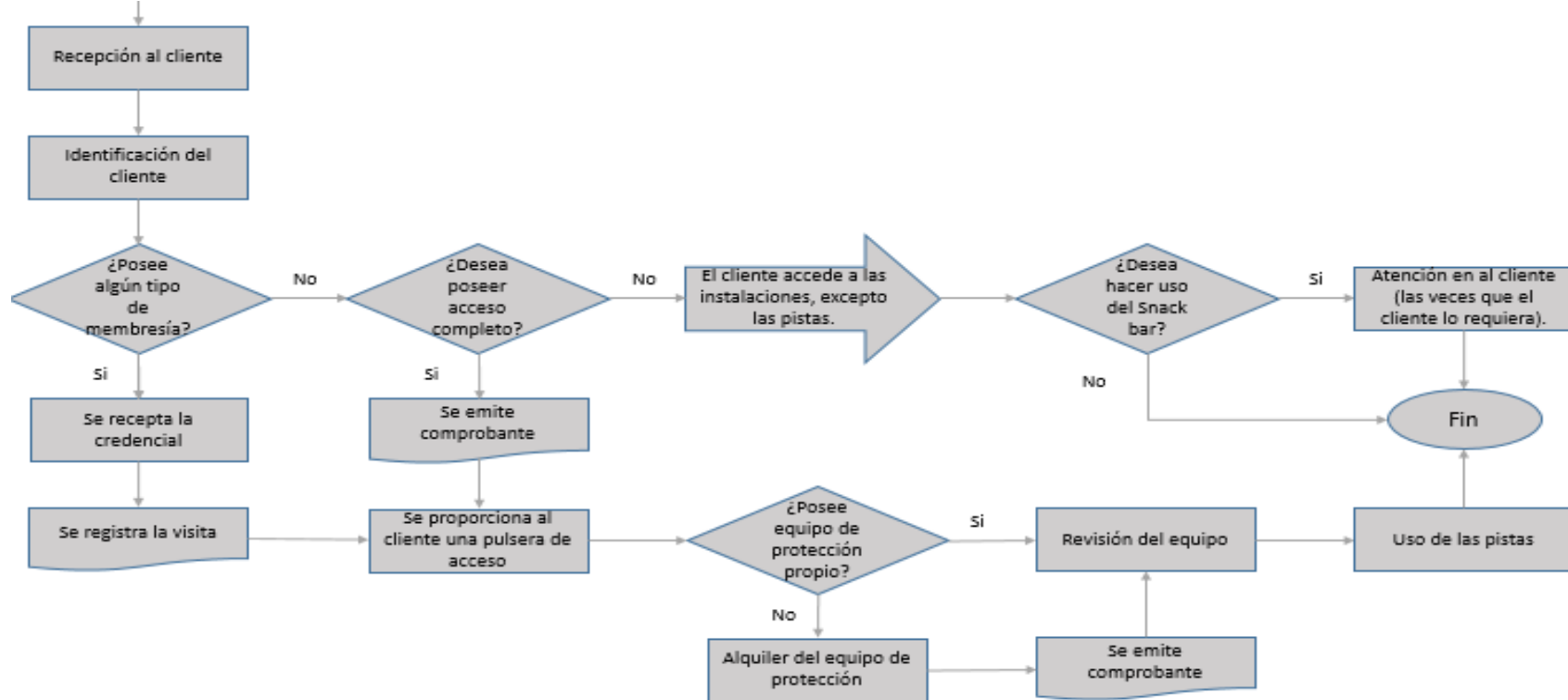
Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

## 4.5 Descripción del servicio

Figura 23

Descripción del proceso de prestación de servicio



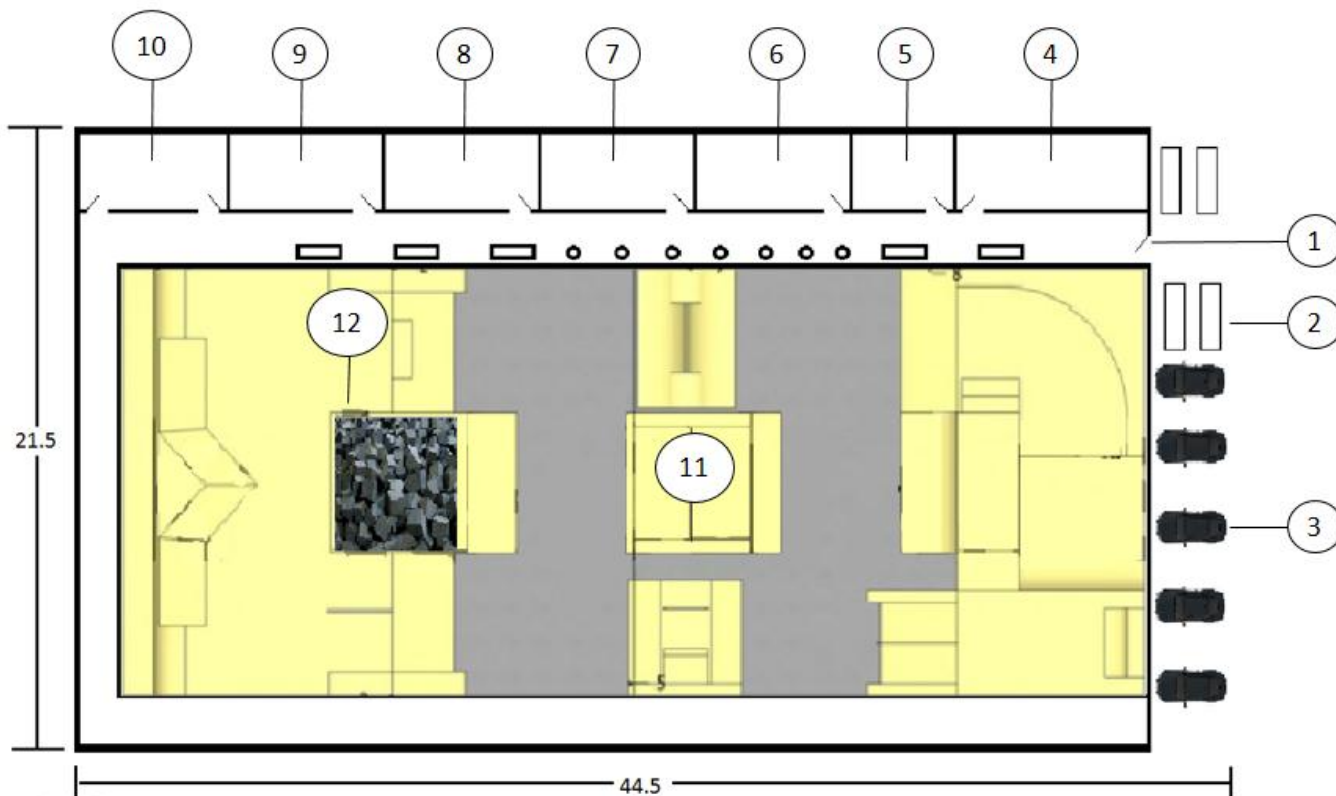
Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

## 4.6 Distribución de espacios y áreas

Figura 24

Plano del establecimiento



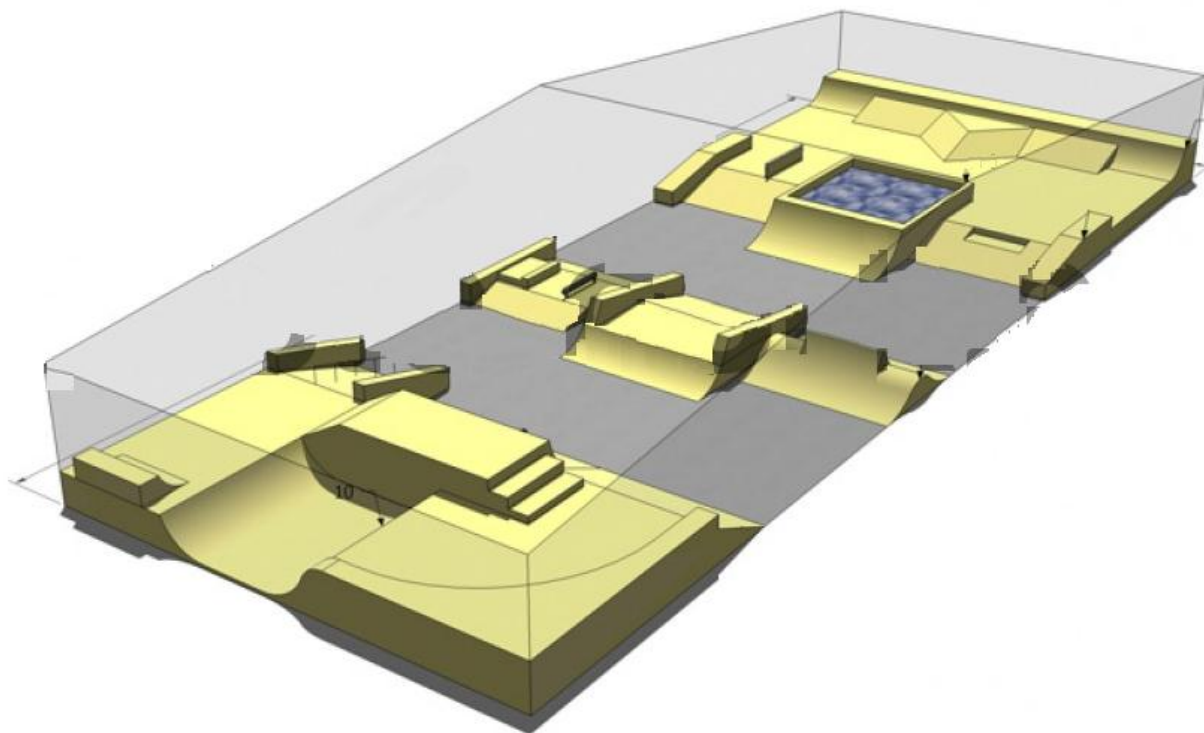
Fuente: Skate-park.es

Elaborado por: El autor

- |                                |                          |
|--------------------------------|--------------------------|
| 1. Entrada                     | 7. Snack-Bar             |
| 2. Sección para bicicletas     | 8. Tienda 1              |
| 3. Aparcamiento de automóviles | 9. Tienda 2              |
| 4. Administración              | 10. Servicios Higiénicos |
| 5. Caja                        | 11. Secciones de pistas  |
| 6. Entrega de protecciones     | 12. Piscina de esponjas  |

Figura 25

Vista lateral de pistas



Fuente: Skate-park.es

Elaborado por: El autor

## 4.7 Inversiones

Para determinar la inversión que requerirá el proyecto se considerará todo tipo de recursos que se utilizarán durante todas las etapas del proyecto desde sus inicios hasta su culminación.

### 4.7.1 Inversión fija

En lo que respecta a la inversión fija del proyecto tenemos el valor por metro cuadrado del terreno y de las adecuaciones que se realizarán, además, los valores en los que se adquirirá los demás implementos necesarios para el funcionamiento del establecimiento. Los que serán detallados a continuación:

Tabla 30

## Inversión Fija

Variables	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	957 m2	100,00	95.700,00
Edificio	800 m2	150,00	120.000,00
Maquinaria y equipo			1.800,00
Pulidora industrial	1,00	600,00	600,00
Protecciones	30,00	40,00	1.200,00
Muebles y enseres			1.870,00
Escritorio	1,00	150,00	150,00
Silla giratoria	1,00	50,00	50,00
Sillas	2,00	30,00	60,00
Archivero	2,00	60,00	120,00
Mostradores	2,00	200,00	400,00
Repisas	3,00	35,00	105,00
Juego de mesas y sillas	5,00	180,00	900,00
Microondas	1,00	50,00	50,00
Sanduchera	1,00	35,00	35,00
Equipos y sistemas informáticos			2.350,00
Computador	2,00	600,00	1.200,00
Impresora	2,00	250,00	500,00
Registradora	1,00	400,00	400,00
Sistema de facturación	1,00	250,00	250,00
<b>TOTAL</b>			<b>221.720,00</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### 4.8 Gastos operacionales

Para su cálculo se consideró los productos con los que contará el Snack Bar, el salario del instructor y los desembolsos por concepto de servicios básicos, donde se toma en cuenta el servicio de energía eléctrica y de agua potable.

Además de un paquete comunicacional conformado por los servicios de internet, telefonía fija y televisión por cable.

Tabla 31

Variables	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Mensual	Valor Anual
Materia prima directa				713,44	8.561,28
Sánduches	55	1,00	55,00	220,00	2.640,00
Papas	42	0,30	12,60	50,40	604,80
Nachos	40	0,35	14,00	56,00	672,00
Chifles	35	0,30	10,50	42,00	504,00
Gaseosas	60	0,45	27,00	108,00	1.296,00
Aguas	67	0,28	18,76	75,04	900,48
Bebidas energizantes	45	0,90	40,50	162,00	1.944,00
Mano de obra directa				529,10	6.349,20
Instructor	1	529,10	529,10	529,10	6.349,20
CIF				275,00	3.300,00
Servicios básicos				275,00	3.300,00
Electricidad	1	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Agua potable	1	70,00	70,00	70,00	840,00
Paquete comunicacional	1	55,00	55,00	55,00	660,00
<b>Gastos operacionales netos</b>				<b>1.517,54</b>	<b>18.210,48</b>
<b>Gastos operacionales</b>					

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### 4.9 Gastos administrativos

En el caso de los gastos administrativos se tomó en cuenta el salario del Gerente, los suministros de oficina y de limpieza que requerirá el establecimiento.



Tabla 32

## Gastos administrativos

Variables	Q	Valor Unitario	Valor Total	Valor Mensual	Valor Anual
Remuneraciones				1.027,70	12.332,40
Gerente	1	1.027,70	1.027,70	1.027,70	12.332,40
Honorarios				150,00	1.800,00
Contaduría externa	1	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Suministros de oficina				6,84	82,10
Papel	1	4,00	4,00	2,00	24,00
Grapadora	2	4,50	9,00	0,75	9,00
Grapas	1	1,10	1,10	1,10	13,20
Perforadora	2	3,80	7,60	0,63	7,60
Lapiceros	5	1,00	5,00	0,42	5,00
Esferos	10	0,35	3,50	0,29	3,50
Carpetas	10	1,50	15,00	1,25	15,00
Cuadernos	4	1,20	4,80	0,40	4,80
Suministros de limpieza				28,35	340,20
Escobas	4	3,00	12,00	2,00	24,00
Trapeadores	4	4,50	18,00	3,00	36,00
Recolectores	4	2,50	10,00	1,67	20,00
Basureros medianos	4	6,00	24,00	2,00	24,00
Basureros grades	3	25,00	75,00	6,25	75,00
Desinfectante (GI)	1	5,00	5,00	5,00	60,00
Paños (Paquete)	1	3,20	3,20	1,60	19,20
Limpia vidrios (GI)	1	6,00	6,00	6,00	72,00
Guantes (Pares)	4	1,25	5,00	0,83	10,00
Gastos administrativos netos				1.212,89	14.554,70

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### 4.10 Gastos de ventas

Los gastos de ventas están constituidos por los desembolsos que realizará la empresa con el fin de promocionar la marca y el salario del vendedor, para esto se realizará:

Tabla 33

##### Gastos de ventas

Variables	Q	Valor Unitario	Valor Total	Valor Trimestral	Valor resto del año	Valor Anual
Remuneraciones						5.840,63
Vendedor	1	486,72	486,72	-	-	5.840,63
Gastos de publicidad				954,00	510,00	1.464,00
Volantes publicitarios	2	15,00	30,00	360,00	240,00	600,00
Cuñas radiales	7	6,00	42,00	504,00	0,00	504,00
Fan page en redes sociales	1	30,00	30,00	90,00	270,00	360,00
<b>Total gastos de ventas</b>				<b>954,00</b>	<b>510,00</b>	<b>7.304,63</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

La entrega de los volantes publicitarios se lo realizará dos veces por semana (jueves y viernes) en las afueras de instituciones educativas particulares. Se entregarán en total 4000 volantes mensuales durante los primeros tres meses del proyecto. Luego se entregará 8000 volantes durante el resto del año. Preferencialmente previo al inicio de competencias y cursos vacacionales. Se realizarán cuñas radiales diarias solo durante el primer trimestre de vida del proyecto, los meses restantes se enfocará principalmente en promocionar la página en redes sociales, ya que como observamos en los resultados de la encuesta la mayoría aceptó los medios digitales como su principal fuente de información, mientras que el uso de la radio ha venido disminuyendo en los últimos tiempos. Finalmente se

realizará una campaña de promoción a través de redes sociales, la cual se mantendrá durante todo el año.

#### 4.11 Gastos de constitución

Para el cálculo de la inversión diferida se tomaron en cuenta todos los trámites de constitución, para los que gracias a políticas actuales la revisión y aprobación de la documentación no toma más de 48 horas y su costo no supera los 200 dólares. También se considerará los estudios técnicos del proyecto.

Tabla 34

##### Gastos de constitución

Variables	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Mensual	Valor Anual
Trámites de constitución	1	200,00	200,00	16,67	200,00
Estudios técnicos	1	1.000,00	1.000,00	83,33	1.000,00
Otros	1	100,00	100,00	8,33	100,00
Total gastos de constitución				108,33	1.300,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### 4.12 Capital de trabajo

En esta fase se tomará en cuenta los recursos que necesitará el proyecto para que alcance su independencia operativa, para esto se considerará el capital de trabajo necesario para un bimestre de funcionamiento.

Tabla 35

Variable	Valor mensual	Valor bimensual
Gastos operacionales	1.517,54	3.035,08
Gastos administrativos	1.212,89	2.425,78
Gastos de ventas	608,72	1.217,44
Total capital de trabajo	3.339,15	6.678,30

##### Capital de trabajo

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### 4.13 Resumen inversiones requeridas

Para conocer el total de las inversiones que necesitará el proyecto se resumirán a todas las inversiones en la siguiente tabla:

Tabla 36

Resumen de inversiones

Inversiones	Costo
Inversión fija	221.720,00
Inversión diferida	1.300,00
Capital de trabajo (2 meses)	6.678,30
<b>Inversión requerida</b>	<b>229.698,30</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### 4.14 Estructura del financiamiento

El financiamiento contará con el 60% de aporte por parte de un préstamo otorgado por la Corporación Financiera Nacional y con un 40% de aporte otorgado por los socios.

Tabla 37

Estructura del financiamiento

Variable	Valor	Porcentaje
Capital financiado	137.818,98	60%
Capital propio	91.879,32	40%

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1 Objetivo general**

- Realizar un análisis financiero del proyecto con el fin de determinar si su realización es factible o no.

#### **5.2 Determinación de ingresos**

##### **5.2.1 Ingresos por alquiler de pistas**

Para el cálculo del alquiler de las pistas se tomó en cuenta la ocupación de las pistas del Parque de la Familia y del Parque Ciudad Blanca, en donde de acuerdo a la extensión de cada una de las pistas y el número de visitas que reciben se obtuvo una ocupación del 31%. Lo que significa que se receptorá a 12.660 clientes en el primer año.

Receptando esta cantidad de usuarios en el establecimiento se puede acotar que se captará un 3.82% de la demanda insatisfecha calculada en el estudio de mercado.

Lo que nos dio como resultado la siguiente tabla de ingresos:

*Tabla 38*

Ingresos por alquiler de pistas

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cantidad	12.660,48	13.293,50	13.958,18	14.656,09	15.388,89	16.158,34	16.966,25	17.814,57	18.705,30	19.640,56
Valor unitario	3,50	3,63	3,78	3,92	4,07	4,23	4,39	4,56	4,74	4,92
Valor total	44.311,68	48.321,36	52.693,86	57.462,02	62.661,64	68.331,77	74.514,98	81.257,69	88.610,53	96.628,72

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

Para la proyección de las cantidades se planteó como meta la captación de nuevos clientes con una tasa del 5% de crecimiento anual. Mientras que para la proyección de los precios se tomó en cuenta un promedio de la tasa de inflación nacional de los cinco últimos años que es del 3.86%.

### 5.2.2 Ingresos por alquiler de protecciones

Para calcular el ingreso por alquiler de protecciones se consideró un 80% de las personas que ingresen a las pistas, tomando en cuenta que el uso y la adquisición de las protecciones no es muy popular entre los practicantes de estos deportes.

Tabla 39

#### Ingresos por alquiler de protecciones

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cantidad	10.128,38	10.634,80	11.166,54	11.724,87	12.311,11	12.926,67	13.573,00	14.251,65	14.964,24	15.712,45
Valor unitario	1,00	1,04	1,08	1,12	1,16	1,21	1,25	1,30	1,35	1,41
Valor total	10.128,38	11.044,88	12.044,31	13.134,18	14.322,66	15.618,69	17.031,99	18.573,19	20.253,84	22.086,56

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

El procedimiento de proyección de cantidades y precios fue el mismo utilizado en el cálculo de ingresos por alquiler de pistas.

### 5.2.3 Ingresos del Snack Bar

Para la atención del snack bar se tomó como base el 65% de personas que mostraron interés por un Snack Bar en la pregunta número 7 de la encuesta aplicada en el estudio de mercado, porcentaje multiplicado por la ocupación semanal de las pistas de 264 personas, dando como resultado 172 personas a satisfacer semanalmente, las cuales se las repartió entre alimentos y bebidas. Suponiendo que cada producto adquirido sea vendido, tenemos:

Tabla 40

Ventas semanales de Snacks

Producto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sánduches	55	2,00	110,00
Papas	42	0,60	25,20
Nachos	40	0,70	28,00
Chifles	35	0,60	21,00
Gaseosas	60	0,90	54,00
Aguas	67	0,60	40,20
Bebidas energizantes	45	1,80	81,00



Ingresos semanales Snack Bar	359,40
Ingresos mensuales Snack Bar	1.437,60
Ingresos anuales Snack Bar	17.251,20

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

#### *Tabla 41*

#### Proyección de ventas anuales de Snacks

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Valor total	17.251,20	17.916,41	18.607,26	19.324,76	20.069,92	20.843,82	21.647,56	22.482,29	23.349,20	24.249,55

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

La proyección de las ventas para los próximos años se efectuó en base al promedio de la inflación nacional de los últimos cinco años, 3.86%.

#### **5.2.4 Ingresos arriendo de tiendas**

Este ingreso consta del arriendo de las dos tiendas que dispondrá el establecimiento a \$200 cada una por los 12 meses del año.

Tabla 42

## Ingresos arriendo de tiendas

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cantidad	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Valor unitario	200,00	207,71	215,72	224,04	232,68	241,65	250,97	260,65	270,70	281,13
Valor total	4.800,00	4.985,09	5.177,31	5.376,95	5.584,29	5.799,62	6.023,25	6.255,51	6.496,72	6.747,23

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

El incremento en el valor del arriendo para los próximos años también fue calculado en base al promedio de la inflación nacional de los últimos cinco años, 3.86%.

### 5.2.5 Ingresos por publicidad

Para los ingresos de publicidad se ha planteado un incremento del 20% en la captación anual como meta, el cual dependerá de la gestión realizada por la gerencia y del incremento de la popularidad del negocio.

Tabla 43

## Ingresos por publicidad

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
----------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------

Cantidad	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Valor unitario	1.000,00	1.200,00	1.440,00	1.728,00	2.073,60	2.488,32	2.985,98	3.583,18	4.299,82	5.159,78
Valor total	12.000,00	14.400,00	17.280,00	20.736,00	24.883,20	29.859,84	35.831,81	42.998,17	51.597,80	61.917,36

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

Cabe señalar que este tipo de publicidad será ubicada en los interiores del establecimiento, por lo que no será necesario tramitar algún tipo de permiso.

### 5.2.6 Ingresos por concursos

Los concursos serán organizados trimestralmente en donde cada concurso durará tres horas y se otorgará un tiempo de tres minutos a cada concursante para que desenvuelva su rutina, dando como tope a 60 personas por concurso.

Para cada concurso se pondrá a disposición de 90 entradas para el público en general.

Tabla 44

Ingresos por concursos

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
----------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------

Cantidad participantes	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Valor unitario	20,00	20,77	21,57	22,40	23,27	24,17	25,10	26,06	27,07	28,11
Valor total inscripciones	4.800,00	4.985,09	5.177,31	5.376,95	5.584,29	5.799,62	6.023,25	6.255,51	6.496,72	6.747,23
Cantidad asistentes	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Valor unitario	1,50	1,56	1,62	1,68	1,75	1,81	1,88	1,95	2,03	2,11
Valor total recaudación de asistentes	540,00	560,82	582,45	604,91	628,23	652,46	677,62	703,74	730,88	759,06
Ingresos por concursos	5.340,00	5.545,91	5.759,76	5.981,86	6.212,52	6.452,07	6.700,86	6.959,25	7.227,60	7.506,29

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

Las cantidades de participantes se mantienen las mismas para los siguientes años ya que esa cantidad fue calculada en base a la duración del concurso y los minutos asignados por participante. Al durar tres horas y asignar a tres minutos por participante se obtiene a sesenta participantes por concurso, y doscientos cuarenta al año si se realizan cuatro concursos anuales.

Mientras que para las cantidades de asistentes se ha tomado ese valor de manera fija tomando en cuenta la capacidad de aforo de las instalaciones. Las proyecciones de los valores de las inscripciones y de entradas para asistentes fueron calculadas de la misma manera que se vino haciendo en literales anteriores.

### 5.2.7 Ingresos por cursos vacacionales

Los cursos vacacionales se realizarán en los dos meses de vacaciones escolares que los estudiantes disponen cada año. Se realizarán dos turnos con 25 participantes cada uno utilizando de esta manera un 85% de la capacidad real de las pistas en cada turno.

Tabla 45

Ingresos por cursos vacacionales

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cantidad participantes	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Valor inscripción	150,00	155,78	161,79	168,03	174,51	181,24	188,23	195,48	203,02	210,85
Ingresos cursos vacacionales	15.000,00	15.578,40	16.179,10	16.802,97	17.450,89	18.123,80	18.822,65	19.548,45	20.302,24	21.085,10

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

### 5.2.8 Ingresos consolidados

Los ingresos consolidados están conformados por todos los ingresos que se calcularon obtendrá el proyecto, para lo que tenemos:

Tabla 46

#### Ingresos consolidados

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos pistas	44.311,68	48.321,36	52.693,86	57.462,02	62.661,64	68.331,77	74.514,98	81.257,69	88.610,53	96.628,72
Ingresos Snack Bar	17.251,20	17.916,41	18.607,26	19.324,76	20.069,92	20.843,82	21.647,56	22.482,29	23.349,20	24.249,55
Ingresos protecciones	10.128,38	11.044,88	12.044,31	13.134,18	14.322,66	15.618,69	17.031,99	18.573,19	20.253,84	22.086,56
Ingresos arriendo tiendas	4.800,00	4.985,09	5.177,31	5.376,95	5.584,29	5.799,62	6.023,25	6.255,51	6.496,72	6.747,23
Ingresos por publicidad	12.000,00	14.400,00	17.280,00	20.736,00	24.883,20	29.859,84	35.831,81	42.998,17	51.597,80	61.917,36
Ingresos por concursos	5.340,00	5.545,91	5.759,76	5.981,86	6.212,52	6.452,07	6.700,86	6.959,25	7.227,60	7.506,29
Ingresos cursos vacacionales	15.000,00	15.578,40	16.179,10	16.802,97	17.450,89	18.123,80	18.822,65	19.548,45	20.302,24	21.085,10
Total ingresos	108.831,26	117.792,04	127.741,61	138.818,73	151.185,12	165.029,60	180.573,10	198.074,53	217.837,93	240.220,82

---

consolidados

---

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

### 5.3 Determinación de egresos

Dentro de los desembolsos de efectivo que deberá realizar el proyecto para su funcionamiento, tenemos:

#### 5.3.1 Presupuesto de costos y gastos

Tabla 47

Proyección de Costos y Gastos

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costos de prestación de servicios										
Materia prima	8.561,28	8.891,40	9.234,26	9.590,33	9.960,13	10.344,19	10.743,07	11.157,32	11.587,55	12.034,36
Mano de obra directa	6.349,20	6.814,17	7.313,20	7.848,77	8.423,56	9.040,44	9.702,51	10.413,05	11.175,64	11.994,06
CIF	1.800,00	1.869,41	1.941,49	2.016,36	2.094,11	2.174,86	2.258,72	2.345,81	2.436,27	2.530,21
Depreciación maquinaria de la producción	6.714,17	6.714,17	6.714,17	6.297,50	6.297,50	6.280,50	6.280,50	6.280,50	6.280,50	6.280,50
Gastos administrativos										
Remuneraciones	12.332,40	13.235,54	14.204,83	15.245,09	16.361,54	17.559,75	18.845,71	20.225,84	21.707,05	23.296,73
Suministros	1.815,00	1.884,99	1.957,67	2.033,16	2.111,56	2.192,98	2.277,54	2.365,36	2.456,57	2.551,30
Depreciación	361,33	361,33	361,33	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00
Gastos de ventas	7.304,63	7.586,29	7.878,82	8.182,63	8.498,15	8.825,84	9.166,16	9.519,61	9.886,69	10.267,92
Gastos financieros										
Pago de capital	7.979,18	8.910,47	9.950,45	11.111,81	12.408,71	13.856,99	15.474,29	17.280,36	19.297,23	21.549,49

Pago de interés	14.886,63	13.955,35	12.915,37	11.754,01	10.457,10	9.008,83	7.391,52	5.585,45	3.568,59	1.316,32
Total costos y gastos	68.103,82	70.223,12	72.471,58	74.157,65	76.690,36	79.362,38	82.218,02	85.251,32	88.474,08	91.898,90

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

Las proyecciones se calcularán de la misma manera en la que se ha venido haciendo, con la excepción de las remuneraciones, donde se considera un promedio en la variación de los salarios básicos unificados de los últimos seis años, 7.32%.

### 5.3.2 Estado de situación inicial

Tabla 48

Estado de situación inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		Pasivos largo plazo	137.818,98
Caja - Bancos	6.678,30		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	6.678,30	TOTAL PASIVOS	137.818,98
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Terreno	95.700,00	Capital social	91.879,32
Edificio	120.000,00		
Maquinaria y equipo	1.800,00		
Muebles y enseres	1.870,00		
Equipos y sistemas informáticos	2.350,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	221.720,00		
ACTIVOS DIFERIDOS			



Gastos de constitución	1.300,00		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1.300,00	TOTAL PATRIMONIO	91.879,32
TOTAL ACTIVOS	229.698,30	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	229.698,30

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

### 5.3.3 Estado de resultados

Tabla 49

## Estado de resultados

CUENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas										
Ingresos pistas	44.311,68	48.321,36	52.693,86	57.462,02	62.661,64	68.331,77	74.514,98	81.257,69	88.610,53	96.628,72
Ingresos Snack Bar	17.251,20	17.916,41	18.607,26	19.324,76	20.069,92	20.843,82	21.647,56	22.482,29	23.349,20	24.249,55
Ingresos protecciones	10.128,38	11.044,88	12.044,31	13.134,18	14.322,66	15.618,69	17.031,99	18.573,19	20.253,84	22.086,56
Ingresos arriendo tiendas	4.800,00	4.985,09	5.177,31	5.376,95	5.584,29	5.799,62	6.023,25	6.255,51	6.496,72	6.747,23
Ingresos por publicidad	12.000,00	14.400,00	17.280,00	20.736,00	24.883,20	29.859,84	35.831,81	42.998,17	51.597,80	61.917,36
Ingresos por concursos	5.340,00	5.545,91	5.759,76	5.981,86	6.212,52	6.452,07	6.700,86	6.959,25	7.227,60	7.506,29
Ingresos cursos vacacionales	15.000,00	15.578,40	16.179,10	16.802,97	17.450,89	18.123,80	18.822,65	19.548,45	20.302,24	21.085,10
<b>TOTAL</b>	<b>108.831,26</b>	<b>117.792,04</b>	<b>127.741,61</b>	<b>138.818,73</b>	<b>151.185,12</b>	<b>165.029,60</b>	<b>180.573,10</b>	<b>198.074,53</b>	<b>217.837,93</b>	<b>240.220,82</b>
(-) Costo de prestación de servicios										
Materia	8.561,28	8.891,40	9.234,26	9.590,33	9.960,13	10.344,19	10.743,07	11.157,32	11.587,55	12.034,36

prima										
Mano de obra directa	6.349,20	6.814,17	7.313,20	7.848,77	8.423,56	9.040,44	9.702,51	10.413,05	11.175,64	11.994,06
CIF	1.800,00	1.869,41	1.941,49	2.016,36	2.094,11	2.174,86	2.258,72	2.345,81	2.436,27	2.530,21
TOTAL	16.710,48	17.574,98	18.488,95	19.455,45	20.477,80	21.559,49	22.704,29	23.916,19	25.199,45	26.558,64
(=) Utilidad Bruta	92.120,78	100.217,06	109.252,66	119.363,28	130.707,32	143.470,11	157.868,81	174.158,35	192.638,48	213.662,18
(-) Gastos Operacionales										
Gastos operacionales	21.452,03	22.706,82	24.041,32	25.460,88	26.971,25	28.578,57	30.289,42	32.110,82	34.050,31	36.115,95
Depreciación	7.075,50	7.075,50	7.075,50	6.375,50	6.375,50	6.358,50	6.358,50	6.358,50	6.358,50	6.358,50
Total	28.527,53	29.782,32	31.116,82	31.836,38	33.346,75	34.937,07	36.647,92	38.469,32	40.408,81	42.474,45
(=) Utilidad Operaciones	63.593,26	70.434,73	78.135,84	87.526,90	97.360,57	108.533,04	121.220,89	135.689,03	152.229,67	171.187,74
(-) Intereses	14.886,63	13.955,35	12.915,37	11.754,01	10.457,10	9.008,83	7.391,52	5.585,45	3.568,59	1.316,32
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	48.706,62	56.479,39	65.220,48	75.772,89	86.903,47	99.524,21	113.829,37	130.103,58	148.661,08	169.871,41
(-) 15% Participación trabajadores	7.305,99	8.471,91	9.783,07	11.365,93	13.035,52	14.928,63	17.074,41	19.515,54	22.299,16	25.480,71
(=) Utilidad antes de impuestos	41.400,63	48.007,48	55.437,40	64.406,96	73.867,95	84.595,58	96.754,96	110.588,04	126.361,92	144.390,70

(-) 22% Impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.611,03	21.286,09	24.329,37	27.799,62	31.765,95
(=) Utilidad Neta	41.400,63	48.007,48	55.437,40	64.406,96	73.867,95	65.984,55	75.468,87	86.258,67	98.562,30	112.624,75

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

Es pertinente recalcar que gracias a los incentivos fiscales que se estipulan en el artículo 24 del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, ahora se exentan de pagar el impuesto a la renta durante los primeros cinco años toda inversión nueva que se realice en el territorio ecuatoriano.

### 5.3.4 Flujo de caja

Tabla 50

Flujo de caja

CUENTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Capital propio	-91.879,32									
Préstamo	-									
	137.818,98									
Utilidad neta	41.400,6	48.007,4	55.437,4	64.406,9	73.867,9	65.984,5	75.468,8	86.258,6	98.562,30	112.624,7
	3	8	0	6	5	5	7	7		5
Depreciaciones	7.075,50	7.075,50	7.075,50	6.375,50	6.375,50	6.358,50	6.358,50	6.358,50	6.358,50	6.358,50
Recuperación capital de trabajo		6.678,30								
Recuperación depreciaciones			2.100,00		85,00					63.585,00
Flujo de efectivo	-	48.476,1	61.761,2	64.612,9	70.782,4	80.328,4	72.343,0	81.827,3	92.617,1	104.920,8
	229.698,30	3	8	0	6	5	5	7	7	0
										5

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

En el presente flujo destacan valores como en el segundo año en donde se refleja la recuperación del capital de trabajo, mientras que en el tercer año se muestra la recuperación de las depreciaciones de equipos de cómputo, en el quinto año implementos de cocina, mientras que en el décimo año se recuperarán las de los muebles de oficina y otros ítems incluyendo la mitad del valor del edificio.

### 5.3.5 Evaluación financiera

#### 5.3.5.1 Tasa de descuento

Tabla 51

	% Aportación	TMAR	Ponderación
Inversión propia	30%	6%	1,80%
Financiamiento	70%	11,02%	7,71%
	Premio al riesgo		9,51%

Premio al riesgo

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

Tabla 52

TMAR

Premio al riesgo	9,51%
Inflación	3,38%
TMAR	13,22%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

#### 5.3.5.2 VAN

Para el cálculo del Valor Actual Neto se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = \left( \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^n} \right)$$

En donde: FNE= Flujo neto de efectivo; i= Tasa de descuento TMAR.

Por lo que tenemos:

Tabla 53

Valor Actual Neto

Año	Flujo de efectivo	Factor de actualización	
1	48.476,13	0,88	42.817,55
1	61.761,28	0,78	48.184,12
3	64.612,90	0,69	44.524,67
4	70.782,46	0,61	43.082,50
5	80.328,45	0,54	43.185,56

6	72.343,05	0,47	34.352,61
7	81.827,37	0,42	34.320,64
8	92.617,17	0,37	34.311,69
9	104.920,80	0,33	34.332,55
10	182.568,25	0,29	52.767,14
	Valor presente		411.879,05
	(-) Inversión socios		-229.698,30
	Valor presente neto		182.180,74

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

Se obtuvo un valor presente neto de \$182.180,74, siendo este valor mayor a cero significa que es factible económica y financieramente la realización del proyecto.

### 5.3.5.3 TIR

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se utilizará el software Excel para realizar un cálculo preciso.

Tabla 54

Tasa Interna de Retorno

Año	Inversión inicial	-229.698,30	TIR
1	Flujo de efectivo	48.476,13	28%
1		61.761,28	
3		64.612,90	
4		70.782,46	
5		80.328,45	
6		72.343,05	
7		81.827,37	
8		92.617,17	
9		104.920,80	
10		182.568,25	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

La Tasa Interna de Retorno dio como resultado un 28% cifra superior al costo de capital del proyecto, mostrando también que la realización del proyecto es factible económica y financieramente.

#### 5.3.5.4 Relación costo beneficio

Tabla 55

Índice de relación Costo/Beneficio

Variable	Valor
Valor presente	411.879,05
Inversión inicial	229.698,30
Relación costo beneficio	1,79

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

Como se puede evidenciar la relación costo beneficio es superior a uno, es decir por cada dólar invertido se obtiene 0.79 ctvs. de retorno, lo que una vez más demuestra la factibilidad del proyecto.

#### 5.3.5.5 PRI

Tabla 56

Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	Flujo de efectivo	Flujo acumulado de efectivo	Inversión inicial	PRI
1	42.817,55	42.817,55	229.698,30	5,23
1	48.184,12	91.001,67		
3	44.524,67	135.526,34		
4	43.082,50	178.608,85		
5	43.185,56	221.794,40		
6	34.352,61	256.147,02		
7	34.320,64	290.467,66		
8	34.311,69	324.779,36		
9	34.332,55	359.111,91		
10	52.767,14	411.879,05		

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor



Al observar los flujos de efectivo de la empresa podemos determinar que logrará recuperar su inversión en aproximadamente seis años, exactamente 5,23 años o 5 años dos meses y veinticuatro días.

### 5.3.6 Evaluación financiera ajustado

#### 5.3.6.1 VAN

Tabla 57

VAN ajustado

Año	Flujo de efectivo	Factor ajustado	Flujo de efectivo ajustado
1	48.476,13	0,82	39.991,67
1	61.761,28	0,68	42.033,88
3	64.612,90	0,56	36.278,06
4	70.782,46	0,46	32.786,27
5	80.328,45	0,38	30.695,68
6	72.343,05	0,32	22.805,85
7	81.827,37	0,26	21.280,88
8	92.617,17	0,21	19.871,20
9	104.920,80	0,18	18.571,02
10	182.568,25	0,15	26.658,83
		Valor presente	290.973,34
		(-) Inversión inicial	-229.698,30
		Valor presente neto	61.275,04

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

Una vez ajustados los flujos de caja con el factor riesgo se logró obtener \$61.275,04, valor que sigue siendo superior a cero, lo que quiere decir que le proyecto es factible de realizar tanto económica como financieramente.

### 5.3.6.2 TIR

Tabla 58

TIR ajustada

Año	Inversión inicial	-229.698,30	TIR
1	Flujo de efectivo ajustado	48.476,13	0,28
2		61.761,28	
3		64.612,90	
4		70.782,46	
5		80.328,45	
6		72.343,05	
7		81.827,37	
8		92.617,17	
9		104.920,80	
10		182.568,25	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

La Tasa Interna de Retorno ajustada ha dado como resultado 28%, lo que nos demuestra que el proyecto es factible de realizar tanto económica como financieramente.

### 5.3.6.3 Relación Costo Beneficio

Tabla 59

Índice de relación Costo/Beneficio ajustado

Variable	Valor
Valor presente	290.973,34
Inversión inicial	229.698,30
Relación costo beneficio	1,27

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

La relación costo beneficio es de 1,27, lo que quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,27 ctvs. de retorno, lo que demuestra la factibilidad económica y financiera del proyecto.

#### 5.3.6.4 PRI

Tabla 60

Periodo de Recuperación de la Inversión Ajustado

Año	Flujo de efectivo ajustado	Flujo acumulado de efectivo	Inversión inicial	PRI
1	39.991,67	39.991,67	229.698,30	7,19
1	42.033,88	82.025,55		
3	36.278,06	118.303,60		
4	32.786,27	151.089,87		
5	30.695,68	181.785,55		
6	22.805,85	204.591,40		
7	21.280,88	225.872,28		
8	19.871,20	245.743,49		
9	18.571,02	264.314,51		
10	26.658,83	290.973,34		

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

Habiendo ajustado los flujos de caja al factor riesgo, se logró determinar que el Periodo de Recuperación de la Inversión es de 7,19 años o 7 años, dos meses y nueve días.

### 5.3.7 Punto de equilibrio

Tabla 61

Costos fijos y variables

Costos Fijos		Costos Variables	
Gastos Administrativos	14.147,40	Materia Prima	8.561,28
Gastos Ventas	7.304,63	CIF	1.800,00
Gastos Financieros	22.865,82		
Depreciaciones	7.075,50		
Mano de Obra	6.349,20		
	57.742,54		10.361,28

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

Tabla 62

Participación de los costos

Servicio	Ingresos	% Participación	Costos Fijos	Costos Variables	Q	CV u
Ingresos pistas	44.311,68	61,81	35.690,11	6.404,21	12.660,48	0,51
Ingresos Snack Bar	17.251,20	24,06	13.894,69	2.493,25	16.512,00	0,15
Ingresos protecciones	10.128,38	14,13	8.157,74	1.463,82	10.128,38	0,14
Totales	71.691,26	100,00	57.742,54	10.361,28		

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

Una vez analizado los costos fijos y variables y su participación en los costos operacionales, obtenemos los siguientes puntos de equilibrio:

Tabla 63

## Punto de equilibrio en unidades y en dólares

Servicio	% Participación	Q	Precio	CV Unit	Margen	Margen Ponderado	P.E	P.E. \$
Ing. pistas	61,81	12.660,48	3,50	0,51	2,99	1,85	16.351,42	57.229,97
Ing. Snack Bar	24,06	16.512,00	1,03	0,15	0,88	0,21	6.365,85	6.547,73
Ing. protecciones	14,13	10.128,38	1,00	0,14	0,86	0,12	3.737,47	3.737,47
						2,18		67.515,17

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1 Objetivo general

- Diseñar una estructura organizacional que encamine todas las fuerzas de la organización, a través de políticas, responsabilidades y valores bien definidos que contribuyan con la satisfacción plena de los clientes.

#### 6.2 Objetivos específicos

- Definir las áreas que conforman la entidad y sus debidas responsabilidades y atribuciones de una manera clara para las personas que conforman la organización.
- Consolidarse como una compañía plenamente constituida, mediante el cumplimiento de los requerimientos que la ley dictamina.
- Definir al cliente como la parte más fundamental de la organización por medio de una atención de calidad, en donde se consideren todas sus necesidades y sugerencias en todas las actividades que realice la empresa.

#### 6.3 La empresa

##### 6.3.1 Nombre

Para el diseño del nombre de la empresa se consideraron dos aspectos, el primero es las condiciones del paisaje en donde se ejecutará su funcionamiento, al ubicarse en el valle de lo que hoy es Ibarra, se encuentra

prácticamente rodeado de montañas y su factor más destacable en su paisaje es el majestuoso volcán Imbabura, el cual es fácilmente divisible desde el lugar de construcción del proyecto, es por eso que la palabra “Volcano” o volcán en Inglés conforma la primer parte del nombre de la empresa.

Para conformar la otra parte del nombre de la empresa se pretendió utilizar una terminología fácil de recordar, que en este caso serán las letras consonantes de las palabras Skate Park teniendo como resultado “Skt Prk”, estas letras al ser pronunciadas en coincidentemente no cambian su fonética de las palabras originales, haciendo un juego de palabras divertido y fácil de recordar.

### 6.3.2 Logotipo

Figura 26

Logotipo de la empresa



Fuente: Estructura organizacional

Elaborado por: El autor

### 6.3.3 Tipo de empresa

Volcano Skt Prk será constituida como una sociedad de responsabilidad limitada ya que su responsabilidad estará limitada al capital aportado, el cual

será las aportaciones de todos los socios y será dividido en participaciones sociales que serán indivisibles y acumulables.

La empresa pertenece al sector servicios ya que su principal actividad es prestar sus instalaciones para la práctica de deportes extremos no motorizados sobre ruedas a cambio de una contribución económica, mas no se entrega algún producto tangible en la transacción económica.

#### **6.3.4 Requisitos legales y proceso de constitución**

- ❖ Reserva de la razón social de la empresa.

Este trámite se lo realiza en la Superintendencia de compañías, donde el balcón de servicios se encarga de revisar que el nombre no haya sido ocupado por otra empresa, en este caso Volcano Skate Park Cía. Ltda.

- ❖ Elaboración de los estatutos.

Se trata de elaborar el contrato social que regirá la compañía, éste es validado a través de un escrito firmado por un abogado.

- ❖ Apertura de la cuenta de integración de capital.

La apertura de esta cuenta se la puede realizar en cualquier banco del país, para lo que se debe contar al menos con:

- Un capital mínimo de \$400, al ser una compañía limitada.
- Una carta de los socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de ellos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Habiendo cumplido con estos requisitos se otorgará el certificado de cuentas de integración de capital.



❖ Obtención de la escritura pública.

Para esto se debe acudir a un notario público al que se debe proveer de la documentación obtenida hasta el momento. La reserva del nombre, el certificado de la cuenta de integración de capital y el escrito con los estatutos de la empresa.

❖ Aprobación del estatuto.

Es aquí donde se debe acudir a la Superintendencia de Compañías para que la entidad realice la aprobación del estatuto.

❖ Publicación en un diario.

La Superintendencia de Compañías deberá proveernos de cuatro copias de la resolución y un extracto para la difusión de la resolución aprobatoria en un diario nacional.

❖ Obtención de permisos municipales.

Una vez realizada la publicación se debe acudir al municipio de la ciudad para la creación de la empresa, en donde se procederá a la cancelación de la patente municipal y se otorgará el certificado de cumplimiento de obligaciones.

❖ Inscripción de la compañía.

Una vez obtenido todos estos documentos se deberá acudir al Registro Mercantil del cantón en el que la empresa fue constituida para proceder a la inscripción de la sociedad.

❖ Primer Junta General de Socios.

En esta reunión se procederá a nombrar a los representantes de la empresa, acorde a lo estipulado en el estatuto aprobado por la Superintendencia de Compañías.

❖ Obtención de los documentos habilitantes.

Realizada la inscripción en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías procederá a hacer la entrega de los documentos necesarios para la apertura del RUC de la empresa.

❖ Inscripción del nombramiento del representante.

Una vez designado el representante de la entidad en la Junta de General de Socios se debe acudir al Registro Mercantil para inscribir su nombramiento, con su respectiva razón de aceptación, todo este proceso deberá ser efectuado dentro de los treinta días posteriores a su designación

❖ Obtención del Registro Único de Contribuyentes.

Para este proceso se deberá acudir al Servicio de Rentas Internas con los siguientes requisitos:

- Formulario para la obtención del RUC debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- En caso de que el trámite no lo realice el representante legal, éste deberá proporcionar una carta de autorización a favor de la persona que realizará el trámite.

- ❖ Obtención de la carta acreedora dirigida al banco.

Finalmente, habiendo obtenido el RUC se debe proceder a la Superintendencia de Compañías donde realizarán la entrega de la carta dirigida al banco donde se creó la cuenta para disponer del valor depositado. Una vez cumplidos todos estos pasos la compañía limitada quedará habilitada para empezar con sus actividades.

### **6.3.5 Misión**

Volcano Skt Prk tiene como misión brindar a la colectividad un espacio de sano entretenimiento dedicado a la práctica de deportes extremos no motorizados sobre ruedas, bajo una infraestructura de calidad donde sus ocupantes puedan practicar con tranquilidad a pesar de factores tanto climatológicos como de seguridad.

### **6.3.6 Visión**

En los próximos cinco años Volcano Skt Prk se consolidará en nuestra ciudad como uno de los principales establecimientos que fomentan la práctica a actividades deportivas diferentes, demostrando que se puede generar rentabilidad y un impacto positivo en la juventud promoviendo los deportes extremos, como se ha venido dando en otros países.

### **6.3.7 Políticas organizacionales**

- El cliente es la parte más importante de la organización, por lo que su atención debe ser siempre amable y atenta.
- Se le dará la importancia que amerita a las observaciones y recomendaciones que pueda aportar el talento humano sobre el estado y funcionamiento de la empresa.

- La seguridad de los ocupantes del establecimiento será siempre prioritaria.
- La promoción de la marca Vulcano Skt Prk formará parte de las inversiones que realice la empresa de manera constante.
- Estructurar todos los estados financieros de manera oportuna y transparente.
- Asegurarse de que el trato que reciban los usuarios asegure su pronto retorno y su consolidación como clientes leales.

### **6.3.8 Valores organizacionales**

❖ Respeto.

Es imprescindible que se perciba un aire de respeto entre todos quienes conforman la entidad.

❖ Trabajo en equipo.

Trabajar conjuntamente de una manera unificada en pro del crecimiento empresarial continuo.

❖ Puntualidad.

Todas las actividades deberán permanecer debidamente coordinadas, serán realizadas acorde a lo planeado y dentro de los tiempos establecidos.

❖ Honestidad.

Actuar siempre con la verdad.

❖ Transparencia.

Todos los procesos y actividades que se realicen podrán ser conocidos por los grupos de interés de la organización.

❖ Pasión.

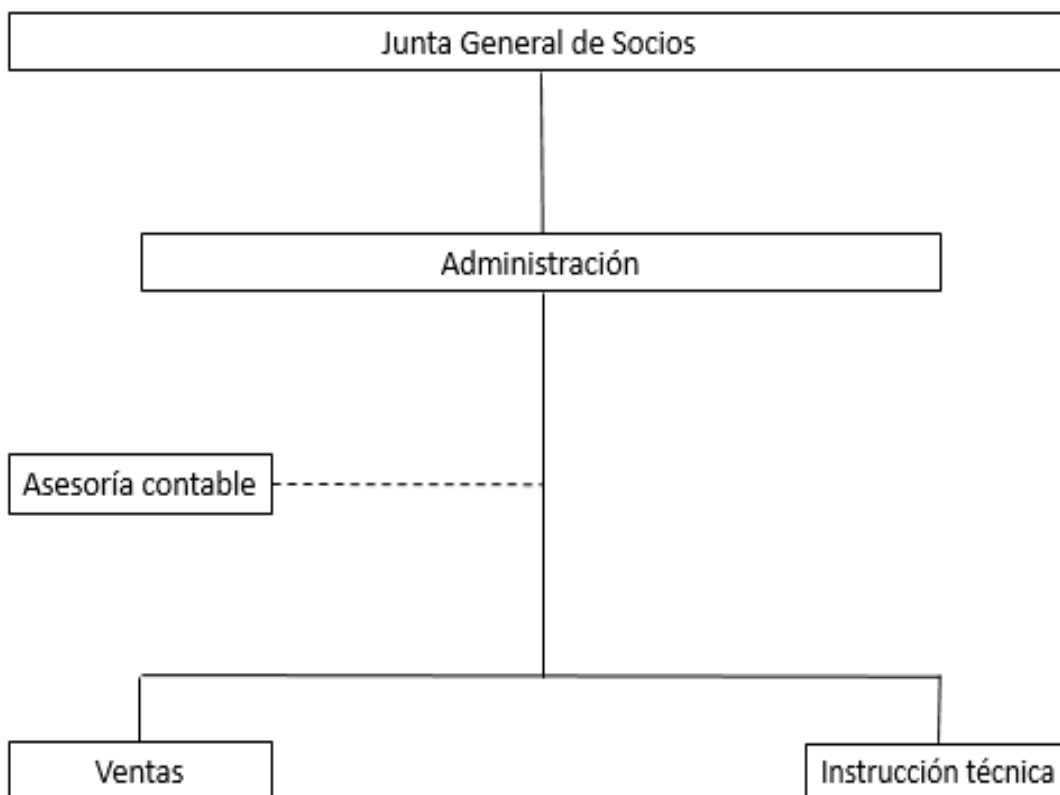
Se deberá crear un sentimiento de pertenencia con la entidad por parte de quienes la conforman para que sus accionares se enfoquen en el beneficio colectivo.

### 6.3.9 Organigrama estructural

A continuación, se detalla la estructura organizacional de Volcano Skt Prk mediante un organigrama:

Figura 27

Organigrama estructural



Fuente: Estructura organizacional

Elaborado por: El autor

### **6.3.9.1 Descripción de puestos y funciones**

#### **6.3.9.1.1 Nivel Legislativo**

##### **Junta General de Socios**

En conformidad con el Art. 230 de nuestra Ley de Compañías la junta general conformada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. Además, en el Art. 231 se establece que la Junta General tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

❖ **Competencias de la Junta General de Socios.**

- Nombrar y remover a los miembros administrativos de la compañía o cualquier otro funcionario cuyo cargo fue creado en el estatuto de la empresa, así como designar o remover al gerente de la compañía.
- Recibir de manera anual las cuentas, balances o informes que presenten los administrativos acerca de los negocios sociales para realizar la respectiva toma de decisiones en caso de ser necesario. De igual manera en caso de una auditoría la Junta General de Socios podrá conocer estos informes.
- Dar resolución en la distribución de los beneficios sociales.
- Resolver la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones y acordar que modificaciones se realizarán al contrato social si el caso lo amerita.
- Por último, podrá resolver sobre la fusión, transformación, disolución y liquidación de la compañía, nombrar a sus liquidadores, fijar que

proceso se seguirá en la liquidación y la retribución a sus liquidadores.

#### **6.3.9.1.2 Nivel ejecutivo**

##### **Puesto: Administrador**

Será la persona encargada de dirigir y gestionar las acciones del talento humano de la organización, velar por su correcto funcionamiento y de que dispongan de los recursos, materiales y de lo que sea que requieran para que desempeñen sus actividades.

##### ❖ Requisitos del cargo.

- Haber culminado o cursar la educación superior en Ingeniería Comercial o carreras afines.
- Experiencia laboral previa.
- Dominio de habilidades comunicacionales, tanto escrita como oral.
- Disponibilidad de tiempo completo.

##### ❖ Perfil del aspirante.

- Capacidad de toma de decisiones y liderazgo.
- Sus acciones deben enmarcarse dentro de lo que dicta la ética laboral.
- Puntual en todas sus actividades.
- Capacidad de trabajo en equipo
- Transparencia en las actividades que desempeñe.

##### ❖ Funciones a desempeñar.

- Coordinar las reuniones de la Junta General de Socios.

- Formular las estrategias, planes y objetivos de la entidad, los cuales serán debidamente aprobados por la Junta General de Socios.
- Presentar los informes y documentos pertinentes de manera oportuna y transparente a los miembros de la Junta General de Socios.
- Poner en marcha las disposiciones que se han generado en las sesiones de la Junta General de Socios.
- Realizar la revisión y análisis de los perfiles de los aspirantes a ocupar los demás cargos de la empresa, así como la toma de decisiones respecto a despidos o penalizaciones al personal, en caso de que las circunstancias lo ameriten.
- Coordinar el uso de los recursos de la empresa, así como las actividades que ejecutará el personal de manera.
- Efectuar el seguimiento de las actividades asignadas al personal de Vulcano Skt Prk.
- Asegurar la mejora continua en cada uno de los procesos que se realizan.
- Velar por el continuo progreso y desarrollo de la organización.
- Verificar que las actividades que se desarrollan se encuentren dentro del marco legal.
- Cumplir oportunamente con el pago de obligaciones con entidades financieras.
- Asegurarse de que los activos de la empresa se utilicen con el fin para el que fueron adquiridos.
- Cerciorarse de que los activos de la empresa se encuentren en buen estado y se realicen los mantenimientos preventivos necesarios.



### 6.3.9.1.3 Nivel asesor

#### **Puesto: Contador**

- ❖ Requisitos del cargo.
  - Título de Contador Público Autorizado.
  - Experiencia en el desarrollo de actividades contables.
  - Capacitaciones actualizadas en el área que se desenvuelve.
  - Disponibilidad de tiempo de acuerdo a las necesidades de nuestra entidad.
- ❖ Perfil del aspirante.
  - Responsable.
  - Puntual en sus labores.
  - Buena atención al cliente.
  - Capacidad de trabajo en equipo
  - Transparencia en todos sus actos.
- ❖ Funciones a desempeñar.
  - Orientar legalmente sobre la toma de decisiones a los funcionarios de la entidad.
  - Salvaguardar la integridad de documentos y archivos de la organización con sus debidos respaldos.
  - Comunicar de manera oportuna sobre el surgimiento de nuevas leyes que afecten el accionar de la empresa, o en su defecto sobre la modificación de las mismas.
  - Llevar a cabo la declaración de tributos de manera íntegra a las entidades que dispone la ley.

- Proporcionar a la gerencia de manera mensual los estados financieros necesarios.

#### **6.3.9.1.4 Nivel operativo**

##### **Puesto: Vendedor**

- ❖ Requisitos del cargo.
  - Poseer título de bachiller o estudios de tercer nivel.
  - Ser mayor de edad.
  - Poseer experiencia en cargos similares.
  - Manejo de inventarios y sistemas de facturación.
  - Conocimientos básicos sobre deportes extremos sobre ruedas.
  - Experiencia en el servicio y atención al cliente.
- ❖ Perfil del aspirante.
  - Responsable.
  - Buena presencia.
  - Puntual.
  - Facilidad de expresión y comunicación.
  - Capacidad de trabajo en equipo.
  - Honrado y de ética laboral intachable.
- ❖ Funciones a desempeñar.
  - Recibir a los clientes que ingresen a establecimiento.
  - Realizar el proceso de facturación del ingreso a las pistas.
  - Efectuar las ventas de los productos del Snack Bar.
  - Realizar el registro de todas las transacciones hechas.
  - Elaborar el resumen diario de ventas y desembolsos efectuados.

- Procurar que las instalaciones se encuentren limpias y que los productos que se expenden se encuentren bien ordenados.
- Realizar los arqueos de caja de manera diaria al cierre del establecimiento.

### **Puesto: Instructor**

#### ❖ Requisitos del cargo.

- Poseer título de bachiller o estudios de tercer nivel.
- Ser mayor de edad.
- Conocimientos consolidados sobre deportes extremos sobre ruedas.
- Conocimientos básicos sobre mantenimiento y reparación de los implementos deportivos.
- Conocimientos financieros básicos.

#### ❖ Perfil del aspirante.

- Responsable.
- Buena presencia.
- Puntual.
- Facilidad de expresión y comunicación.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Honrado y de ética laboral intachable.

#### ❖ Funciones a desempeñar.

- Llevar el control del tiempo en pista de los usuarios.
- Brindar asistencia técnica en caso de que se lo requiera.
- Procurar que las instalaciones se encuentren limpias, especialmente que el área de pistas se encuentre libre de basuras o líquidos que puedan comprometer el desempeño de los deportistas.

- Será el encargado de impartir los cursos vacacionales en su debido tiempo.
- Realizar el pulido de la pista por lo menos una vez al mes.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1 Objetivo general

- Determinar los impactos que ocasionará la implementación del proyecto a un nivel social, económico y ambiental.

#### 7.2 Análisis y valoración de los impactos

El presente capítulo se dedicará a evaluar los impactos que pueda generar la realización del proyecto en la ciudad de Ibarra, estos impactos se los valorará de manera cualitativa y cuantitativa según el impacto que este genere, ya sea positiva o negativamente.

Para esto se generarán matrices evaluadoras en donde se considerarán indicadores de evaluación a los que se les asignará una valoración de la siguiente manera:

Tabla 64

Niveles de Impactos

Impacto	Valoración
Positivo alto	3
Positivo medio	2
Positivo bajo	1
Sin impacto	0
Negativo bajo	-1
Negativo medio	-2

Negativo alto

-3

Fuente: Impactos

Elaborado por: El autor

Entre los impactos que se considera que Vulcano Skt Prk generará, tenemos:

- Impactos sociales.
- Impactos económicos.
- Impactos ambientales.

### 7.3 Impacto social

Tabla 65

Impactos sociales

Indicador	Nivel de impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incentivo a práctica de actividades recreativas							X
Creación de espacio de encuentro común							X
Establecimiento seguro libre de actividades nocivas							X
Creación nuevas plazas de trabajo					X		
<b>Total</b>					<b>1</b>		<b>9</b>

Fuente: Impactos

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\sum \text{Nivel del impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{10}{4} = 2.5$$

Nivel de impacto social = Impacto positivo medio

**❖ Criterio de evaluación**

- Incentivo a la práctica de actividades recreativas: con la implementación de un Skate Park de esta naturaleza se considera que se pondrá a disposición de la población un establecimiento con un circuito de pistas bien diseñado y que además brindará a sus ocupantes refugio ante las inclemencias del tiempo y a los peligros a los que se exponen en otros espacios. Por lo que se espera sea una alternativa más atractiva que las instalaciones de parques públicos y que incentive a que más personas se animen a practicar estos deportes.
- Creación de espacio de encuentro común: Vulcano Skt Prk podrá ser considerado una opción más para los ibarreños a considerar para pasar momentos amenos entre amigos o familiares.
- Establecimiento seguro libre de actividades nocivas: debido a que en las instalaciones estará estrictamente prohibido el expendio o consumo de bebidas alcohólicas u otras sustancias se convertirá en un espacio libre de actividades nocivas, garantizando de esta manera a sus ocupantes y a sus familiares que las actividades que se practiquen sean estrictamente de sano esparcimiento y diversión.
- Nuevas plazas de trabajo: la construcción del Skate Park conllevará a la creación de nuevos puestos de trabajo, ayudando de manera tenue a la disminución del desempleo.
- Mejora de la calidad de vida: principalmente se logrará la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores e inversionistas al generar nuevas fuentes de ingreso, además contribuirá a la ciudadanía con un lugar

donde podrán liberar estrés, despejar sus mentes y eventualmente mejorar su condición física.

#### 7.4 Impacto económico

Tabla 66

Impactos económicos

	Nivel de	-3	-2	-1	0	1	2	3
impacto								
Indicador								
Potenciación actividades económicas del sector							X	
Adquisición de materia prima y equipos								X
Generación de nuevos tributos						X		
Total						1	2	3

Fuente: Impactos

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\sum \text{Nivel del impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{6}{4} = 1.5$$

Nivel de impacto económico = Impacto positivo bajo

#### ❖ Criterio de evaluación

- Potenciación actividades económicas del sector: con la creación de Vulcano Skt Prk se espera potenciar las actividades económicas relacionadas a la misma rama, lo que puede significar la creación de nuevos establecimientos que surtan de implementos para estas actividades deportivas.



- Adquisición de materia prima y equipos: el funcionamiento de este establecimiento conllevará a la adquisición permanente de productos para surtir el Snack Bar con el que contará, así como de varios suministros necesarios para la construcción y un adecuado mantenimiento de las instalaciones.
- Generación de nuevos tributos: el inicio de las actividades económicas será suficiente para que la empresa debe realizar desembolsos por el concepto de pago de impuestos lo que de cierta manera contribuirá al desarrollo de la ciudad de Ibarra.

### 7.5 Impacto ambiental

Tabla 67

Impactos ambientales

	Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador								
Contaminación del aire				X				
Contaminación del suelo				X				
Contaminación del agua					X			
Contaminación auditiva				X				
Generación de desechos				X				
Total				-4				

Fuente: Impactos

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\sum \text{Nivel del impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{-4}{5} = -0.8$$

Nivel de impacto ambiental = Impacto negativo bajo

**❖ Criterio de evaluación**

- Contaminación del aire: en el proceso de construcción de la infraestructura se generarán cantidades moderadas de polvo y humo proveniente de las maquinarias lo que ocasionará pequeños niveles de contaminación en el aire.
- Contaminación del suelo: así mismo al tratarse de un proceso moderadamente invasivo en el suelo se generarán pequeños niveles de afectación en el mismo, los que no serán de consideración.
- Contaminación del agua: debido a que la actividad a la que se dedicará la empresa no depende estrictamente del uso del agua más que para el abastecimiento de agua potable y la evacuación de aguas servidas en el sistema de alcantarillado no se generará niveles de contaminación mayores a lo normal.
- Contaminación auditiva: los deportes que se practicarán en el establecimiento son generadores de ruido, pero no alcanzan niveles alto que puedan ser considerados como contaminadores del ambiente auditivo de la población aledaña al proyecto.
- Generación de desechos: como cualquier otra empresa, la nuestra será generadora de basura, la cual será debidamente almacenada y depositada en los puntos de recolección autorizados, por lo que no generará mayor contaminación.

## 7.6 Impacto general

Tabla 68

Impacto general

Indicador	Nivel de impacto	Valoración
Impacto social		2.5
Impacto económico		1.5
Impacto ambiental		-0.8
Total		3.2

Fuente: Impactos

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{\sum \text{Nivel del impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{3.2}{3} = 1.07$$

Nivel de impacto general = Impacto positivo bajo

## CONCLUSIONES

- ❖ Una vez realizado el diagnóstico situacional del proyecto se pudo determinar que la población considerada joven que se ubica en la zona urbana de la ciudad representa más del cincuenta por ciento, lo que resulta beneficioso para el proyecto ya que nos brinda un margen amplio para la captación de clientes.
- ❖ En el capítulo del marco teórico se implementa la base conceptual que se manejará durante el desarrollo del estudio de factibilidad, facilitando la comprensión del estudio y proporcionando las herramientas cognitivas necesarias para encaminar su adecuado desenvolvimiento.
- ❖ Con la realización del estudio de mercado se pudo conocer que un proyecto de las características de Vulcano Skt Prk puede resultar muy atractivo para la población, ya que las personas que formaron parte del estudio reflejaron un alto nivel de aceptación.
- ❖ En el transcurso del estudio técnico se llegó a conocer que para la construcción de instalaciones que cumplan con las expectativas de los deportistas es necesario un espacio considerable para su ejecución, además su adecuación requiere de conocimientos especializados y es necesario la adquisición de varios equipos con el fin de brindar un servicio de calidad.
- ❖ Culminado el estudio financiero se obtuvieron resultados positivos, pero no fueron los esperados. Se cree que las causas fueron la necesidad de una fuerte inversión para este tipo de negocios y que para justificar este tipo de inversiones el proyecto debería

desarrollarse en condiciones económicas estables y también se necesitarían ingresos de efectivo considerables, lo que es poco probable que se dé debido a la actual situación económica en la que se encuentra el país.

- ❖ Se estableció la razón social de la empresa, su forma jurídica y su estructura organizacional con sus respectivas áreas y puestos de trabajo donde se plantean las actividades y competencias de cada uno de los integrantes de la entidad.
- ❖ Al momento de la evaluación de los impactos se pudo evidenciar que la ejecución de este proyecto puede acarrear impactos positivos en lo que respecta a lo social y económico, mientras que el impacto ambiental que causaría no sería de consideración ya que se mantiene dentro de niveles manejables.

## RECOMENDACIONES

- ❖ Explotar la ubicación estratégica con la que contará el proyecto, al encontrarse cerca a varios puntos de alta concurrencia de la ciudad.
- ❖ Estudiar detenidamente las bases teóricas implantadas en este estudio con el fin de que su ejecución sea correctamente sustentada.
- ❖ Se recomienda que el proyecto sea puesto en marcha en momentos en los que el país no se encuentre en una recesión económica, puesto que en estos momentos es que se considera este tipo de actividades como gastos suntuarios y se da prioridad a gastos de primera necesidad, lo que podría ocasionar un bajo nivel de ingresos por atractiva que resulte la idea de negocio.
- ❖ Invertir en actividades de promoción de la marca, para lograr mayor captación de clientes, de manera que se logre una reducción de costos, dando a la entidad la oportunidad de realizar promociones y descuentos, lo que eventualmente ayudará también a atraer más deportistas a acudir a Vulcano Skt Prk.
- ❖ Evaluar la posibilidad de reubicar la realización del proyecto a una ciudad de mayor población y actividad económica.
- ❖ Buscar el asesoramiento necesario de tal manera que la construcción del establecimiento se lo haga de manera óptima y lo menos intrusiva con el medio ambiente posible.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de inversión: análisis, formulación y evaluación práctica*. México D.F.: Trillas.
- Arboleda Vélez, G. (2013). *Proyectos: identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Blas, P. (2014). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Bloomington: Palibrio.
- Campo Arranz, R. (2014). *Gestión de proyectos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Durán Ramírez, F. (2010). *Educando para que monte su empresa y no fracase en el intento*. Grupo Latino Editores S.A.S.
- El libro de los deportes*. (2010). Colombia: Kinesis.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2010). *Estrategia de marketing*. México D.F.: Cengage Learning.
- Griffin, R. (2011). *Administración*. México D.F.: Cengage Learning.
- Guajardo Cantú, G. (2014). *Contabilidad financiera (Sexta ed.)*. Perú: McGraw Hill.
- Hernández, S. (2011). *Introducción a la administración: Teoría general administrativa*. México D.F.: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México D.F.: Pearson Educación.

- Mochón, F. (2011). *Principios de economía* (Tercera ed.). Madrid: McGraw Hill.
- Pabón Barajas, H. (2012). *Fundamentos de costos*. México D.F.: Alfaomega S.A.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2012). *Finanzas corporativas*. (Novena ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Economía con aplicacionesa Latinoamérica*. México D.F: McGraw Hill.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación*. Santiago de Chile: Pearson Educación.
- Serrano, J. (2011). *Matemáticas financieras y evaluación de proyectos*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.



## LINCOGRAFÍA

Plan de ordenamiento territorial del cantón Ibarra. (2013). Obtenido de:  
<http://app.sni.gob.ec>

Tres parques de Ibarra y Tulcán fomentan una mayor convivencia. (S.f.)  
Obtenido de:  
<http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/1420210131c3981b-6a13-4438-b013-14720f034785>

Ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad exterior en el cantón Ibarra. (2012). Obtenido de: <http://www.oficial.ec/ordenanza-municipal-canton-ibarra-que-regula-instalacion-control-publicidad-exterior>

Indicadores socio económicos del ecuador. (2010). Obtenido de:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Censo de población y vivienda. (2010). Obtenido de:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Pasos para crear una empresa en Ecuador. (2016).  
<https://cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>

Diseños de Skate Parks. (2015). Obtenido de: <http://www.skate-park.es/Lo-que-es-Skatepark/Skateparks-Division-Tipos-De-Skateparks,be>

Indicadores relevantes del Ecuador. (2016). Obtenido de:

<http://www.siise.gob.ec/agenda/index.html?serial=13>

## ANEXOS

## Anexo 1 Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas "FACAE"  
Carrera de Ingeniería Comercial

Encuesta dirigida a los habitantes de las parroquias El Sagrario y San Francisco del cantón Ibarra.  
**Objetivo:** Determinar la factibilidad para la creación de un complejo de pistas bajo techo para deportes extremos sobre ruedas no motorizados en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.  
**Indicaciones:** La encuesta es anónima, lea detenidamente el cuestionario y de acuerdo a su criterio coloque una X en donde usted crea más conveniente.

Sexo:  Masculino  Femenino

Edad:  De 8 a 13  De 14 a 19  De 20 a 25  De 26 a 31  De 32 en adelante

1. ¿De los siguientes deportes extremos sobre ruedas no motorizados, señale de cuál ha escuchado o conoce sobre él?

Skateboarding (Patineta)	<input type="checkbox"/>	BMX (Bicicleta)	<input type="checkbox"/>
Rollerblading (Patines)	<input type="checkbox"/>	Scooting (Monopatín)	<input type="checkbox"/>

2. ¿Le gustaría visitar un parque privado y bajo techo donde se puedan practicar estos tipos de deportes todos los días?

Si  No

Si su respuesta es negativa, pase a la última pregunta.

3. ¿Bajo qué concepto estaría dispuesto a visitar el Skatepark?

Practico uno de los deportes mencionados	<input type="checkbox"/>
Solía practicar uno de estos deportes y me gustaría retomarlo	<input type="checkbox"/>
Me interesa aprender una de estas disciplinas	<input type="checkbox"/>
Me gustaría que alguno de mis familiares o amigos empiece a practicar uno de estos deportes	<input type="checkbox"/>

4. ¿Con quién acudiría a este establecimiento?

Familia  Amigos  Otros (Cuáles):

5. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar el Skatepark?

Diariamente  Semanalmente  Quincenalmente  Mensualmente  Otro

6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a ocupar visitando un sitio como este?

Una hora  Dos horas  Tres horas  Cuatro horas o más

7. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que sean ofrecidos al cliente?

Snack-Bar	<input type="checkbox"/>	Ropa y accesorios	<input type="checkbox"/>
Alquiler implementos deportivos	<input type="checkbox"/>	Asesoría técnica	<input type="checkbox"/>
Venta implementos deportivos y repuestos	<input type="checkbox"/>	Todos anteriores	<input type="checkbox"/>

8. ¿Qué actividades adicionales le gustaría que el establecimiento realizara?

Eventos con artistas y deportistas invitados	<input type="checkbox"/>	Cursos vacacionales	<input type="checkbox"/>
Membresías con beneficios adicionales para clientes frecuentes	<input type="checkbox"/>	Concursos	<input type="checkbox"/>
Días especiales con descuentos y promociones	<input type="checkbox"/>	Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora de servicio?

De 1 a 3 dólares  De 3 a 5 dólares  5 dólares o más

10. ¿Qué medios de comunicación utiliza con más frecuencia?

Radio  Televisión  Prensa escrita  Internet

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

## Anexo 2 Depreciaciones

Tabla 69

### Depreciaciones

Ítems	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida útil (%)	Años	Depreciación Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Edificio	800 m2	150	120000	5	20	6000	6000	6000	6000	6000	6000	30000	90000
Pulidora industrial	1	600	600	10	10	60	60	60	60	60	60	300	300
Protecciones	30	40	1200	10	10	120	120	120	120	120	120	600	600
Escritorio	1	150	150	10	10	15	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	75.00	75
Silla giratoria	1	50	50	10	10	5	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00	25
Sillas	2	30	60	10	10	6	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	30	30
Archivero	2	60	120	10	10	12	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	60	60
Mostradores	2	200	400	10	10	40	40	40	40	40	40	200	200
Repisas	3	35	105	10	10	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5	52.50	2.5
Juego de mesas y sillas	5	180	900	10	10	90	90	90	90	90	90	450	450

Microondas	1	50	50	20	5	10	10	10	10	10	10	50	0
Sanduchera	1	35	35	20	5	7	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	35	0
Computador	2	600	1200	33.3	3	400	400.00	400.00	400.00			1200.00	0
Impresora	2	250	500	33.3	3	166.67	166.67	166.67	166.67			500.00	0
Registradora	1	400	400	33.3	3	133.33	133.33	133.33	133.33			400.00	0
TOTAL							7075.50	7075.50	7075.50	6375.50	6375.50		

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor

### Anexo 3 Amortización de la deuda

Tabla 70

Amortización de la deuda

N° Pago	Saldo de la deuda	Cuota	Interés	Amortización de la deuda
1	93483,54	\$ 2.036,76	\$ 863,94	\$ 1.172,81
2	\$ 92.310,72	\$ 2.036,76	\$ 853,10	\$ 1.183,65
3	\$ 91.127,07	\$ 2.036,76	\$ 842,17	\$ 1.194,59
4	\$ 89.932,48	\$ 2.036,76	\$ 831,13	\$ 1.205,63
5	\$ 88.726,85	\$ 2.036,76	\$ 819,98	\$ 1.216,77
6	\$ 87.510,08	\$ 2.036,76	\$ 808,74	\$ 1.228,02
7	\$ 86.282,06	\$ 2.036,76	\$ 797,39	\$ 1.239,37
8	\$ 85.042,69	\$ 2.036,76	\$ 785,94	\$ 1.250,82
9	\$ 83.791,87	\$ 2.036,76	\$ 774,38	\$ 1.262,38
10	\$ 82.529,49	\$ 2.036,76	\$ 762,71	\$ 1.274,05
11	\$ 81.255,44	\$ 2.036,76	\$ 750,94	\$ 1.285,82
12	\$ 79.969,62	\$ 2.036,76	\$ 739,05	\$ 1.297,70
			\$ 9.629,46	\$ 14.811,62
13	\$ 78.671,92	\$ 2.036,76	\$ 727,06	\$ 1.309,70
14	\$ 77.362,22	\$ 2.036,76	\$ 714,96	\$ 1.321,80
15	\$ 76.040,42	\$ 2.036,76	\$ 702,74	\$ 1.334,02
16	\$ 74.706,40	\$ 2.036,76	\$ 690,41	\$ 1.346,35
17	\$ 73.360,06	\$ 2.036,76	\$ 677,97	\$ 1.358,79
18	\$ 72.001,27	\$ 2.036,76	\$ 665,41	\$ 1.371,35

19	\$ 70.629,92	\$ 2.036,76	\$ 652,74	\$ 1.384,02
20	\$ 69.245,91	\$ 2.036,76	\$ 639,95	\$ 1.396,81
21	\$ 67.849,10	\$ 2.036,76	\$ 627,04	\$ 1.409,72
22	\$ 66.439,38	\$ 2.036,76	\$ 614,01	\$ 1.422,75
23	\$ 65.016,63	\$ 2.036,76	\$ 600,86	\$ 1.435,90
24	\$ 63.580,74	\$ 2.036,76	\$ 587,59	\$ 1.449,17
			\$ 7.900,74	\$ 16.540,35
25	\$ 62.131,57	\$ 2.036,76	\$ 574,20	\$ 1.462,56
26	\$ 60.669,01	\$ 2.036,76	\$ 560,68	\$ 1.476,07
27	\$ 59.192,94	\$ 2.036,76	\$ 547,04	\$ 1.489,72
28	\$ 57.703,22	\$ 2.036,76	\$ 533,27	\$ 1.503,48
29	\$ 56.199,74	\$ 2.036,76	\$ 519,38	\$ 1.517,38
30	\$ 54.682,36	\$ 2.036,76	\$ 505,36	\$ 1.531,40
31	\$ 53.150,96	\$ 2.036,76	\$ 491,20	\$ 1.545,55
32	\$ 51.605,41	\$ 2.036,76	\$ 476,92	\$ 1.559,84
33	\$ 50.045,57	\$ 2.036,76	\$ 462,50	\$ 1.574,25
34	\$ 48.471,32	\$ 2.036,76	\$ 447,96	\$ 1.588,80
35	\$ 46.882,52	\$ 2.036,76	\$ 433,27	\$ 1.603,48
36	\$ 45.279,03	\$ 2.036,76	\$ 418,45	\$ 1.618,30
			\$ 5.970,24	\$ 18.470,84
37	\$ 43.660,73	\$ 2.036,76	\$ 403,50	\$ 1.633,26
38	\$ 42.027,47	\$ 2.036,76	\$ 388,40	\$ 1.648,35
39	\$ 40.379,12	\$ 2.036,76	\$ 373,17	\$ 1.663,59
40	\$ 38.715,53	\$ 2.036,76	\$ 357,80	\$ 1.678,96

41	\$ 37.036,57	\$ 2.036,76	\$ 342,28	\$ 1.694,48
42	\$ 35.342,09	\$ 2.036,76	\$ 326,62	\$ 1.710,14
43	\$ 33.631,95	\$ 2.036,76	\$ 310,82	\$ 1.725,94
44	\$ 31.906,01	\$ 2.036,76	\$ 294,86	\$ 1.741,89
45	\$ 30.164,12	\$ 2.036,76	\$ 278,77	\$ 1.757,99
46	\$ 28.406,13	\$ 2.036,76	\$ 262,52	\$ 1.774,24
47	\$ 26.631,89	\$ 2.036,76	\$ 246,12	\$ 1.790,63
48	\$ 24.841,26	\$ 2.036,76	\$ 229,57	\$ 1.807,18
			\$ 3.814,43	\$ 20.626,65
49	\$ 23.034,08	\$ 2.036,76	\$ 212,87	\$ 1.823,88
50	\$ 21.210,19	\$ 2.036,76	\$ 196,02	\$ 1.840,74
51	\$ 19.369,45	\$ 2.036,76	\$ 179,01	\$ 1.857,75
52	\$ 17.511,70	\$ 2.036,76	\$ 161,84	\$ 1.874,92
53	\$ 15.636,78	\$ 2.036,76	\$ 144,51	\$ 1.892,25
54	\$ 13.744,54	\$ 2.036,76	\$ 127,02	\$ 1.909,73
55	\$ 11.834,80	\$ 2.036,76	\$ 109,37	\$ 1.927,38
56	\$ 9.907,42	\$ 2.036,76	\$ 91,56	\$ 1.945,20
57	\$ 7.962,22	\$ 2.036,76	\$ 73,58	\$ 1.963,17
58	\$ 5.999,05	\$ 2.036,76	\$ 55,44	\$ 1.981,32
59	\$ 4.017,73	\$ 2.036,76	\$ 37,13	\$ 1.999,63
60	\$ 2.018,11	\$ 2.036,76	\$ 18,65	\$ 2.018,11
	(\$ 0,00)		\$ 1.407,01	\$ 23.034,08

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor



## Anexo 4 Cálculo de nómina

Tabla 71

Cálculo de nómina

Cargo	N° Puestos	Remuneración	Meses	Total	IESS Patronal	Vacaciones	Fondos Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual	Mensual
Administrador	1	800	12	9600	1166,40	400	0	800	366	12332,40	1027,70
Vendedor	1	366	12	4392	533,63	183	0	366	366	5840,63	486,72
Instructor	1	400	12	4800	583,20	200	0	400	366	6349,20	529,10

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor