



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN
KARTÓDROMO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN
MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTOR: YÉPEZ, A. EDWIN F

DIRECTOR: Ing. CISNEROS, Marcelo

IBARRA, FEBRERO 2014

RESUMEN EJECUTIVO

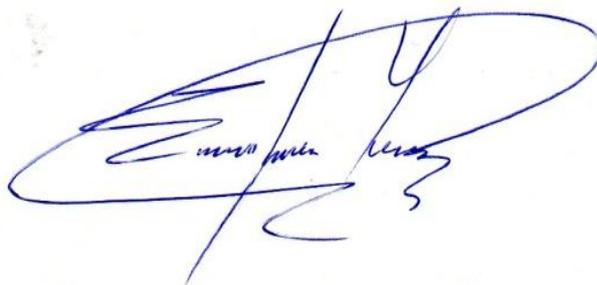
El presente proyecto fue elaborado para determinar la factibilidad de implantación de un kartódromo en la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi. Para ello se desarrolló en el primer capítulo un diagnóstico situacional del entorno estableciendo los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos, de negocio. Posteriormente se realizó un estudio de mercado, en el que se pudo determinar la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha del producto. Además se pudo determinar las fuerzas de mercado existentes. En el Estudio Técnico se determinó que la localización óptima del proyecto es en la parroquia San José, sector “el Charco” , ya que el lugar posee las condiciones necesarias para que el proyecto se desarrolle sin ningún problema, también se estableció los procesos de producción más adecuados y eficientes para la empresa. A fin de garantizar el éxito de la microempresa se evaluó el valor de la inversión requerida, y los principales indicadores de rentabilidad y de recuperación de la inversión. Se determinó la necesidad de financiamiento y las repercusiones del mismo en el proyecto, asimismo se pudo determinar la rentabilidad del proyecto. Con todos estos elementos se propuso la estructura administrativa de la empresa, en la cual se exponen los diferentes recursos humanos necesarios, de igual manera se expone la misión, visión, objetivos micro empresariales, entre otros aspectos relacionados, se determinaron impactos sociales, económicos, educativos, ambientales y culturales en diferentes ámbitos los mismos que para el presente proyecto resultan beneficios tanto para la empresa como para la sociedad. La implantación de este proyecto será beneficiosa para el cantón ya que se reactivará la economía de la zona y se generará fuentes de empleo fomentando el desarrollo de los habitantes y de la nueva unidad económica a implantarse.

SUMMARY

This project was designed to determine the feasibility of implementing a kart track in San Gabriel city, Montúfar canton, Carchi Province. For that was developed in chapter one, the situational diagnostic in the environment established the business Allies, Opponents, Opportunities and Risks. Later it was made a market research in which it could determine the demand, supply and unsatisfied demand of the product. Moreover, it was determined the existing market forces. In the technique study was defined that the optimal location of the investigation is the San José parish, “El Charco” section, being that the place having the conditions in order that the project develops smoothly, also it was laid down the production processes most suitable and efficient for the company. To ensure the microenterprise success was evaluated the worth of the investment required, and the main indicators of profitability and payback. It was determined the financial necessity and the repercussion of itself, also it was determined the project profitability. With all of these elements was proposed the administrative structure of the company, in which are exposed different human resources, similarity it is exhibited the mission, vision, micro business objectives, and other related aspects like social, economic, educational, environmental and cultural impacts in different areas, the same as for this investigation are beneficial for both th company and the society. The implantation of the project will be useful for the location because it will reactivate the economic area and generate jobs encouraging the development of the citizens and the new economical unit to implant.

AUTORIA

Yo, Yépez Arredondo Edwin Fernando, portador de la cédula de ciudadanía N° 100330937-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN KARTÓDROMO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Sr. Edwin Fernando Yépez Arredondo

100330937-2

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En, mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado Yépez Arredondo Edwin Fernando, para optar por el Título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN KARTÓDROMO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se asigne.

En la ciudad de Ibarra al séptimo día del mes de febrero del 2014.



Ing. Marcelo Cisneros
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Edwin Fernando Yépez Arredondo, con cédula de ciudadanía Nro. 1003309372, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN KARTÓDROMO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO 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.

Sr. Fernando Yépez Arredondo

Cédula: 100330937-2

Ibarra, al día séptimo del mes del febrero del 2014.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100330937-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Yépez Arredondo Edwin Fernando		
DIRECCIÓN:	La Florida (Los Geranios 1-80)		
EMAIL:	ferchojunior@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 632 053	TELÉFONO MÓVIL:	0959563109
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN KARTÓDROMO EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"		
AUTOR (ES):	Yépez Arredondo Edwin Fernando		
FECHA: AAAAMMDD	2014-02-07		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO (X)		POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero Comercial		
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Marcelo Cisneros		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

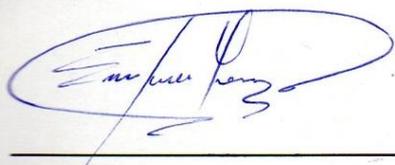
Yo, Edwin Fernando Yépez Arredondo, con cédula de ciudadanía Nro. 100330937-2, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación 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, al séptimo día del mes de febrero del 2014

EL AUTOR:



Sr. Fernando Yépez Arredondo
CC: 100330937-2

ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado con todo mi amor y cariño.

A Dios y a la Virgen que iluminaron mi camino y me ayudaron a vencer obstáculos presentados en el transcurso del proyecto y de mi formación académica; quienes no me hicieron perder la fe y me dieron salud, fortaleza y esperanza para su culminación.

A mis padres, especialmente a mi Madre quien compartió penas y alegrías durante mi formación profesional, quien me dio ánimos para seguir adelante.

A una persona que siempre llevare en mi corazón P.A.C.Z, quien con amor supo llevarme de la mano junto a ella durante el trascurso de mi carrera, gracias por creer en mí y ser el impulso para continuar con este reto.

A mi abuelito Gonzalo, quien desde el cielo me brindo consuelo en mis momentos de tristeza, y me dio su bendición para que todo me salga bien.

Que Dios y la Virgen les bendiga siempre, muchas gracias de todo corazón.

Junior Yépez A.

AGRADECIMIENTO

A Dios y la Virgen, quienes guiaron mi vida por el camino correcto, llegando a culminar una nueva etapa en mi vida.

A Paola Alexandra, por brindarme su mano siempre para salir adelante juntos, por su amor, paciencia, constancia, comprensión y motivación, sin ti todo hubiese sido más difícil. Gracias por compartir mis penas y alegrías durante todo este tiempo.

A mi Madre por la constancia y empeño en la culminación de mis estudios, por sus consejos y sus palabras de aliento.

Gracias a todos los docentes quienes compartieron sus conocimientos para mi formación profesional, por contarnos sus experiencias y hacernos crecer junto a ellos.

Y a todas las personas de con un granito de arena aportaron para que este triunfo se haga realidad.

Junior Yépez A.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xviii
ÍNDICE DE TABLAS	xix
PRESENTACIÓN.....	xxi
JUSTIFICACIÓN.....	xxiii
OBJETIVOS.....	xxiv
Objetivo General.....	xxiv
Objetivos Específicos.....	xxiv
CAPÍTULO I.....	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	25
Antecedentes.....	25
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	26
Objetivo General.....	26
Objetivo Específico.....	27
Variables Diagnósticas	27
Indicadores	28
Geográfica.....	28
Demográfica.....	28

Económica.	28
Socio-Cultural.	28
Infraestructura Física.	28
Matriz de Relación Diagnóstica.....	29
Análisis de las Variables Diagnósticas.....	31
Geográfica.	31
Demografía.	32
Económica.	33
Socio-Cultural.	34
Infraestructura física.	38
Matriz AOOD (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos).	39
Identificación de la oportunidad de la inversión.	40
CAPÍTULO II	41
MARCO TEÓRICO.	41
Empresa.	41
Definición.	41
Clasificación de Empresas.....	41
Definición de microempresa.....	42
Características de la Microempresa.....	42
Kartódromo.	43
Karting.	43
Kart.	43
Funcionamiento del Kart.	44
Equipo de Seguridad para el Piloto.....	44
Estudio de Mercado.	47
Definición de Estudio de Mercado.	47
Mercado Meta.	47
Segmentación de Mercado.	48
Demanda.	49
Oferta.....	49
Precio.....	50
Producto.	50

Servicio.....	50
Comercialización.....	51
Promoción.....	51
Estudio Técnico.	52
Tecnología.	52
Infraestructura Física.	53
Estudio Técnico.	53
Definición de estudio técnico.	53
Definición de Tamaño del Proyecto.	54
Localización del Proyecto.	56
Estudio Financiero.	58
Definición de Estudio Financiero.....	58
Ingresos.	58
Egresos.....	59
Evaluación Financiera.....	63
Estructura Organizacional.....	65
Definición.	65
Misión.	65
Visión.	66
Principios y Valores.	66
Políticas.	67
Organización Estructural.....	68
Organigrama Estructural.....	68
Impactos.	69
CAPÍTULO III.....	70
ESTUDIO DE MERCADO.....	70
Introducción	70
Objetivos del estudio de mercado.....	70
Identificación del Servicio	71
Segmentación de Mercado	71
Identificación de la Población.....	72
Mercado Meta.....	72

Fórmula.....	73
Calculo de la muestra	73
Encuestas-Tabulación	73
Demanda-Proyección de la demanda.....	93
Demanda potencial del servicio	93
Proyección de la demanda	93
Oferta-proyección de Oferta	94
Demanda Insatisfecha	94
Precios.....	94
Comercialización.....	95
Conclusiones del estudio de Mercado.	95
CAPÍTULO IV	97
ESTUDIO TÉCNICO	97
Introducción	97
OBJETIVOS	97
Objetivo general.....	97
Objetivos específicos	97
TAMAÑO DEÑ PROYECTO	97
Inversión.	98
Disponibilidad de capital	98
Demanda	98
Localización.	98
Macrolocalización.	99
Micro localización.....	100
INGENIERÍA DEL PROYECTO.	100
Proceso del Servicio.	101
Diseño de Instalaciones.....	102
Inversión del Proyecto	103
Inversión Fija.....	103
Inversión por Concepto de Constitución.	105
Suministros de Oficina.....	106
Capital de Trabajo.....	106

Costos indirectos de fabricación.....	107
Inversión del Proyecto.....	108
Financiamiento del Proyecto.....	109
Mano de Obra.....	109
CAPÍTULO V	110
EVALUACIÓN FINANCIERA	110
INTRODUCCIÓN.....	110
OBJETIVO GENERAL.....	110
Proyección de Ingresos.....	110
Proyección de Egresos.....	111
Costos Directos del Servicio	111
Gastos Administrativos	113
Gastos de Ventas	115
Tabla de Amortización del Préstamo	116
Depreciación del Activos.....	116
Resumen de Egresos Proyectados.....	117
Balance de Situación Financiera.....	117
Estado de Resultados.....	118
Flujo de Caja Proyectado.....	119
Determinación del Costo de Oportunidad	120
Evaluación Financiera.....	120
Cálculo del Valor Actual Neto	120
Cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR.....	121
Relación Beneficio Costo	122
Relación Ingresos Egresos	122
Periodo de recuperación de la inversión.....	123
Punto de Equilibrio.....	124
CAPÍTULO VI	125
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	125
Nombre o Razón Social	125
Misión	126
Visión	126

Principios y Valores	126
Políticas Institucionales.....	127
Estructura Organizacional.....	128
Funciones	129
Asamblea.....	129
Gerencia	129
Contador(a) Secretaria(o)	130
Operarios.....	131
Cajero(a).....	132
CAPÍTULO VII	133
IMPACTOS DEL PROYECTO	133
Matriz de Impactos.....	133
Análisis de Impactos	134
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	139
Conclusiones	139
Recomendaciones	139
BIBLIOGRAFÍA	141
LINCOGRAFÍA	141
ANEXOS	143

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Encuesta	144
Anexo B: Cálculos de Mantenimiento	146
Anexo C: Foto de san Gabriel.....	146

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Distribución del Cantón Montúfar	72
Cuadro N° 2: Población Trabajadora, PEA y PEI.....	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Sexo	74
Gráfico N° 2: Instrucción	75
Gráfico N° 3: Parroquia.....	76
Gráfico N° 4: Edad	77
Gráfico N° 5: Visitó Algún Kartódromo.....	78
Gráfico N° 6: Potenciales Clientes	79
Gráfico N° 7: Frecuencia.....	80
Gráfico N° 8: Concepción del Karting	81
Gráfico N° 9: Precio de Mercado	82
Gráfico N° 10: Tipo de Clientes.....	83
Gráfico N° 11: Beneficios	84
Gráfico N° 12: Horario de Atención.....	85
Gráfico N° 13: Días de Atención	86
Gráfico N° 14: Ubicación.....	87
Gráfico N° 15: Preferencias Diversión.....	88
Gráfico N° 16: Nivel de Ingresos.....	89
Gráfico N° 17: Gasto en Diversión	90
Gráfico N° 18: Marca del Kartódromo	91
Gráfico N° 19: Publicidad	92

Gráfico N° 20: Mapa de la Provincia del Carchi	99
Gráfico N° 21: Logo	125
Gráfico N° 22: Nombre.....	125
Gráfico N° 23: Marca.....	125
Gráfico N° 24: Organigrama Estructural.....	128

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Población de Montufar	33
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Sexo.....	74
Tabla N° 2: Instrucción.....	75
Tabla N° 3: Parroquia.....	76
Tabla N° 4: Edad.....	77
Tabla N° 5: ¿Visitó Algún Kartódromo?	78
Tabla N° 6: Potenciales Clientes.....	79
Tabla N° 7: Frecuencia	80
Tabla N° 8: Concepción del Karting	81
Tabla N° 9: Precio de Mercado	82
Tabla N° 10: Tipo de Clientes	83
Tabla N° 11: Beneficios.....	84
Tabla N° 12: Horario de Atención	85
Tabla N° 13: Días de Atención.....	86
Tabla N° 14: Ubicación	87
Tabla N° 15: Preferencias Diversión	88
Tabla N° 16: Nivel de Ingresos	89
Tabla N° 17: Gasto en Diversión.....	90
Tabla N° 18: Marca del Kartódromo.....	91
Tabla N° 19: Publicidad.....	92
Tabla N° 20: Demanda Potencial del Kartódromo	93
Tabla N° 21: Proyección de la Demanda	94
Tabla N° 22: Demanda Insatisfecha	94
Tabla N° 24: Precio Estimado	95
Tabla N° 25: Ubicación de la Nueva Unidad Productiva	100
Tabla N° 26: Costo del Terreno	103
Tabla N° 27: Costo de la Infraestructura	103
Tabla N° 28: Maquinaria y Equipo	104
Tabla N° 29: Muebles de Oficina	104
Tabla N° 30: Costo del Equipo de Cómputo	105
Tabla N° 31: Resumen de Activos Fijos.....	105
Tabla N° 38: Inversión del Proyecto.....	108
Tabla N° 39: Financiamiento del Proyecto	109
Tabla N° 42: Mantenimiento.....	111
Tabla N° 44: Salario Básico Unificado	112
Tabla N° 45: Costo Total de la Mano de Obra Directa	112
Tabla N° 46: Costos Indirectos del Servicio	113
Tabla N° 47: Salario del Personal Administrativo.....	113
Tabla N° 48: Gasto Total del Personal Administrativo	113
Tabla N° 49: Gastos de Luz y Agua	114

Tabla N° 51: Salario del Personal de Ventas	115
Tabla N° 52: Gasto Total del Personal de Ventas.....	115
Tabla N° 53: Gastos de Ventas.....	115
Tabla N° 54: Datos Básicos del Préstamo	116
Tabla N° 55: Tabla de Amortización	116
Tabla N° 56: Tabla de Depreciaciones de Activos Fijos	116
Tabla N° 57: Resumen de Egresos Proyectados.....	117
Tabla N° 58: Balance de Situación Financiera.....	117
Tabla N° 60: Flujo de Caja Proyectada.....	119
Tabla N° 62: Cálculo del Valor Actual Neto.....	121
Tabla N° 64: Relación ingresos Egresos.....	122
Tabla N° 65: Periodo de recuperación de la inversión	123
Tabla N° 66: Punto de Equilibrio	124
Tabla N° 67: Matriz de Impactos.....	133
Tabla N° 68: Impacto Económico.....	134
Tabla N° 69: Impacto Social.....	135
Tabla N° 70: Impacto Empresarial	136

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado es una propuesta para la implantación de un kartódromo en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, mismo que contempla el desarrollo de los siguientes capítulos:

Capítulo I: Diagnóstico situacional. Se realizó un diagnóstico precisando información del cantón Montúfar y la ciudad de San Gabriel, y se estableció circunstancias actuales acerca de aspectos relevantes para la ubicación del proyecto.

Capítulo II: Marco teórico. Se refiere a las bases teóricas y científicas, es una recopilación de información secundaria y se define conceptos utilizados en diferentes capítulos de la tesis.

Capítulo III: Estudio de mercado. En este capítulo se expone los resultados y análisis de los datos recolectados a través de la aplicación de los instrumentos de investigación. Cada enunciado se expondrá con su respectivo gráfico estadístico, su análisis e interpretación de los resultados obtenidos y así demostrar la aceptación del nuevo servicio a brindarse

Capítulo IV: Estudio técnico. Se determina y analiza principales requerimientos para la implantación del proyecto, estableciendo el tamaño del proyecto, tecnología, infraestructura, las inversiones fijas y diferidas, capital de trabajo y el talento humano básico, posibilitando el funcionamiento de la microempresa.

Capítulo V: Evaluación económica y financiera. Se basa en los elementos principales para la determinación de la factibilidad del proyecto por medio de un estudio profundo de los costos, ingresos y utilidades que ayudan a apreciar la rentabilidad del mismo.

Capítulo VI: Estructura organizacional. Se determina misión, visión y objetivos institucionales, aspectos legales sobre la constitución y se define un orgánico estructural y funcional.

Capítulo VII: Impactos del proyecto. Se detalla la posibilidad de impactos en la ejecución del proyecto, se estudiará la zona de influencia.

Con la consecución del presente trabajo investigativo se aspira responder a los requerimientos académicos de la Universidad Técnica del Norte y del Programa de graduación de la carrera de Ingeniería Comercial.

JUSTIFICACIÓN

La realización del presente trabajo es muy importante debido a que en la ciudad de San Gabriel sus habitantes se ven obligados a buscar alternativas de diversión y entretenimiento fuera de la ciudad, e incluso de la provincia; con el fin de pasar un momento ameno con familiares y amigos, debido a que no existe variación en lugares de esparcimiento en la ciudad y el cantón.

Con el pasar del tiempo los seres humanos han desarrollado diferentes formas de entretenimiento y diversión, en las que fusionan el deporte y la adrenalina, tal como lo hace el karting. El cual con el transcurso del tiempo ha ido evolucionando en el Ecuador y se ha convertido en favorito de personas de distintas edades, por la adrenalina producida al practicar este deporte.

Montúfar al ser un cantón netamente dedicado a la agricultura, no ha permitido una explotación en referente lugares de recreación y esparcimiento. Por lo que surge la necesidad de incorporar nuevos medios de entretenimiento fuera a lo tradicional, para que los habitantes del cantón y sus alrededores tengan más opciones al momento de buscar diversión y entretenimiento. Por lo tanto se realiza la propuesta de implantación de un kartódromo en la cabecera cantonal de Montúfar, el que brindara sana diversión a niños jóvenes y adultos.

A través de esta propuesta se contribuirá al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, se generara fuentes de empleo y ayudara a la reactivación económica dando apertura a nuevos emprendimientos debido a la afluencia de gente que generara la pista de karting.

OBJETIVOS

Objetivo General.

Realizar un estudio de factibilidad para la implantación de un kartódromo en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

Objetivos Específicos.

- Efectuar un diagnóstico situacional externo para la implantación de un kartódromo en la ciudad de San Gabriel, en el que se pueda identificar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.
- Definir las bases teóricas y científicas, a través de la investigación bibliográfica y documental, que permita desarrollar y sustentar el proyecto.
- Realizar una investigación de mercado para analizar la factibilidad del proyecto e identificar oferta y demanda del kartódromo a implantarse en la ciudad de San Gabriel.
- Establecer los requerimientos técnicos necesarios para definir adecuadamente la localización e ingeniería del proyecto.
- Realizar una evaluación financiera, en la cual se pueda determinar el monto y la rentabilidad apropiado del proyecto.
- Diseñar la estructura organizacional y funcional de la nueva unidad económica, con aspectos importantes como misión, visión y constitución legal.
- Establecer los impactos que se derivan de la implantación del proyecto en los aspectos económico, social y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1.1. Antecedentes.

El cantón Montúfar fue creado el 27 de septiembre de 1905, se caracteriza por la organización comunitaria y de participación, cuenta con una Asamblea de Unidad Cantonal (AUCM), creada en el 2003 para la consolidación del proceso de identidad de Montúfar, la cual trabaja en función del Plan Estratégico del cantón y enfocándose en la participación pública y privada; mediante la planificación y la coordinación interinstitucional de la sociedad civil organizada para fortalecer el desarrollo local, la gestión y cogestión de recursos técnicos y económicos de forma transparente.

Montúfar, segundo Cantón de la Provincia del Carchi, con una extensión de 398,25 km, ubicado al norte del Ecuador a 0°36'0''N, 77°49'60''E, a 2.919 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 12,5°.

Este cantón está integrado por las parroquias rurales: La Paz, Cristóbal Colón, Chitan de Navarrete, Fernández Salvador, Piartal, y las parroquias urbanas: Gonzales Suárez y San José.

Cuenta con una población de 30.511 habitantes de etnia mestiza, representando un 18,55% del total de la provincia de Carchi, donde el 52,52% es residente en el área rural y el 47,48 en el área urbana, según él (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010).

San Gabriel capital del cantón, fue declarada como Patrimonio Nacional por la UNESCO el 11 de Noviembre del 1992 debido a la fachada colonial de sus construcciones y su pueblo ostenta el título del “Procerato del Trabajo”; otorgado por el Congreso Nacional en 1934, fruto de la gesta minguera al construir la vieja carretera oriental que unió Tulcán e Ibarra.

Los habitantes del Cantón Montúfar se caracterizan por su dedicación a la agricultura y ganadería, ya que la explotación del campo es su principal fuente de ingreso, siendo principalmente productores de papa, arveja, maíz, haba, melloco además posee buenos pastos para un ganado de excelente calidad.

Montúfar posee varios atractivos turísticos tales como: La Cascada de Paluz, el Bosque de los Arrayanes, la Laguna del Salado, la Cascada de Guardir, La Gruta de la Paz y la Iglesia Matriz de la ciudad de San Gabriel.

Así también se puede constatar que actualmente en el mencionado cantón, existen pocos lugares que brindan servicios de recreación y entretenimiento tales como: complejos turísticos y centros de diversión nocturna como bares y discotecas, siendo notable la falta de un nuevo medio de esparcimiento. Se busca un área con características de diversión y entretenimiento familiar, se plantea como alternativa de solución al problema, la implantación de un kartódromo en el cual se podrá aprovechar y compartir el tiempo libre entre familiares y amigos.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.

1.2.1. Objetivo General.

Realizar el diagnóstico situacional para la implantación de un kartódromo en la ciudad de San Gabriel, realizando un análisis con la identificación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.2.2. Objetivo Específico.

- Determinar los aspectos geográficos de la Ciudad de San Gabriel, con la finalidad de que existan las condiciones necesarias para el proyecto.
- Conocer la demografía del área en la cual se pretende aplicar el proyecto para determinar aspectos importantes como: población económicamente activa, tasa de empleo, tasa de desempleo y número de familias.
- Realizar un breve análisis de la actual situación económica de la ciudad, esto para conocer las principales actividades económicas a las que se dedican sus habitantes.
- Indagar aspectos socio-culturales como niveles de educación, tasa de analfabetismo y actividades de entretenimiento practicadas por los habitantes de la localidad en la que se pretende llevar a cabo dicho estudio.
- Determinar el tipo de infraestructura básica con la que se cuenta para el desarrollo del proyecto.

1.3. Variables Diagnósticas

- Geográfica.
- Demográfica.
- Económica.
- Socio-Cultural.
- Infraestructura física.

1.4. Indicadores

1.4.1. Geográfica.

- Ubicación.
- Límites.
- Extensión.
- Altura.
- Temperatura.

1.4.2. Demográfica.

- Población (hombres y mujeres).
- Empleo.
- Desempleo.

1.4.3. Económica.

- Agricultura.
- Industrial.
- Servicio.

1.4.4. Socio-Cultural.

- Educación.
- Analfabetismo.
- Cultura.
- Actividades de entretenimiento.

1.4.5. Infraestructura Física.

- Servicios básicos.
- Comunicación.
- Vialidad.

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica.

Objetivo General	Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Fuente	Instrumentos
Realizar el diagnóstico situacional para la implantación de un kartódromo en la ciudad de San Gabriel, realizando un análisis con la identificación de Aliados, Oponentes,	Determinar los aspectos geográficos de la Ciudad de San Gabriel, con la finalidad de establecer una ubicación factible para el proyecto.	Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación. • Límites. • Extensión. • Altura. • Temperatura. 	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos • Páginas web
	Conocer la demografía del área en la cual se pretende aplicar el proyecto para determinar aspectos importantes como: población económicamente activa, tasa de empleo, tasa de desempleo entre otros.	Demografía	<ul style="list-style-type: none"> • Población (hombres y mujeres). • Empleo. • Desempleo. 	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos • Páginas web
	Realizar un breve análisis de la actual situación económica de la ciudad, esto para	Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Agrícola. • Industrial. • Servicio. 	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos • Páginas web

Oportunidades y Riesgos.	conocer las principales actividades económicas a las que se dedican sus habitantes.				
	Indagar aspectos socio-culturales como niveles de educación, tasa de analfabetismo y actividades de entretenimiento practicadas por los habitantes de la localidad en la que se pretende llevar a cabo dicho estudio.	Socio-Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Educación. • Analfabetismo. • Cultura. • Actividades de entretenimiento. 	Secundaria Primaria	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos • Páginas web • Observación
	Determinar el tipo de infraestructura física con la que se va a contar para el desarrollo del proyecto.	Infraestructura física	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos. • Comunicación. • Vialidad. 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> • Observación

FUENTE: Diagnóstico

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

1.6. Análisis de las Variables Diagnósticas

1.6.1. Geográfica.

Cantón Montúfar.

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

a. Ubicación.

El cantón Montúfar, pertenece a la provincia del Carchi que se encuentra ubicado al norte del Ecuador y limita con Colombia, las coordenadas de su ubicación son: 0°36'0"N, 77°49'60"E.c

b. Extensión.

Su extensión territorial es de 398,25 km², la cual es rica para la agricultura convirtiéndose en la principal actividad económica del cantón.

c. Límites.

- Al Norte: Tulcán y Huaca;
- Al Sur: Bolívar y Espejo.
- Al Este: Provincia de Sucumbíos.
- Al Oeste: Bolívar y Espejo.

d. Hidrografía.

Se encuentra atravesado por los ríos: El Minas, Cuasmal, Queti, Apaquí y San Gabriel.

e. Altitud.

La altitud es de 2800 m.s.n.m. en algunos lugares baja a 2.200 y sube a 3800 m.s.n.m, es decir, tiene algunos pisos.

f. Distancia de las principales ciudades del Ecuador.

- 190 km a Quito.
- 620 km a Guayaquil.
- 642 km a Cuenca.

g. Clima.

Su clima es templado a frío.

h. Temperatura.

La temperatura media multianual: de 12.5°C.

i. División Política.

Montúfar cuenta con cinco parroquias rurales y dos urbanas, siendo la ciudad de San Gabriel su cabecera cantonal.

Parroquias del cantón Montúfar.

El cantón Montufar se encuentra integrado por las parroquias rurales: Chitán de Navarretes, Fernández Salvador, Cristóbal Colón, La Paz, y Piartal.y las parroquias urbanas: González Suárez, San José.

1.6.2. Demografía.

a. Población.

El Cantón Montúfar cuenta con una población de 15.601 mujeres que representan al 51% de la población y 14.910 son hombres, que representan el 49% dando un total de 30.511 habitantes, según información del Censo del 2010.

Ilustración N° 1: Población de Montufar



FUENTE: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

Elaborado por: El Autor, año 2013

b. Empleo y desempleo.

Montufar cuenta con una Población Económicamente Activa de 12.542 habitantes de los cuales 12.382 habitantes tienen empleo y trabajan en diversas actividades, significando esto 2.511 es la población desempleada, la misma que según los datos del censo (INEC 2010), se las clasificó en las siguientes actividades: quehaceres domésticos, estudiantes, jubilados, pensionistas, entre otros.

1.6.3. Económica.

a. Principal actividad económica.

El 75% de la población del cantón se dedica a la explotación agropecuaria, son productores de papa, alverja, maíz, haba, melloco, ganado lechero y de carne. La población restante se dedica al comercio, actividades administrativas y de servicio.

b. Pobreza.

Los indicadores de pobreza en Montúfar en cuanto a la incidencia de pobreza por NBI es el 63.03% e incidencia de la extrema pobreza por NBI es del 29.47%.

c. Inmigración.

San Gabriel se encuentra ubicada a 47 km noreste de la frontera lo cual significa un factor determinante para que inmigrantes (en condición de refugiados), especialmente del Departamento de Nariño (Colombia), decidan radicarse en el cantón Montúfar especialmente en la ciudad de san Gabriel, lo que ha generado el desplazamiento laboral de los montufareños; ya que los inmigrantes logran ocupar las fuentes de trabajo, especialmente en la agricultura debido a su mano de obra barata.

d. Migración

En el cantón existe un alto porcentaje de migración hacia ciudades como Ibarra y Quito especialmente en la población joven, tanto en hombres como en mujeres ya sea por razones de mejor calidad en la educación, mejores oportunidades de trabajo etc.

1.6.4. Socio-Cultural

a. Educación.

En el cantón Montúfar en cuanto a la educación se describen los siguientes indicadores.

Sector	Indicador	Unidad	Valor
Educación	Nivel de escolaridad	Años	8.13
	Tasa de asistencia neta básica	%	92.79
	Tasa de asistencia neta bachillerato	%	56.20
	Tasa de asistencia neta superior	%	20.94
	Educación básica completa	%	39.82
	Educación básica completa (16 años y más)	%	70.30
	Secundaria completa	%	28.97
	Secundaria completa (19 años)	%	49.22
	Madres jóvenes con secundaria completa	%	39.42
	Analfabetismo	%	5.81%

FUENTE: (Carchi Estadístico, Indicadores, 2010)

Elaborado por: El Autor; año 2013

Casi la totalidad de los habitantes del cantón son alfabetos, ya que la mayoría de habitantes culminan la educación primaria, sin embargo existe analfabetismo debido a que existen pocos establecimientos educativos principalmente en sitios rurales del cantón.

b. Cultura.

En el cantón Montúfar se han venido realizando eventos culturales los mismos que actualmente son tradicionales como son: El baile de Inocentes, el concurso de danzas carnavalearas, el baile del Corpus, las fiestas religiosas, etc.

En la ciudad de San Gabriel se cuenta con un excelente lugar para llevar a cabo las diferentes actividades relacionadas con el arte y la cultura como lo es el Teatro Municipal.

c. Actividades de Entretenimiento.

Actualmente las actividades de entretenimiento y recreación a las que tienen acceso los habitantes de San Gabriel son:

- **Atractivos turísticos.**

Montúfar cuenta con atractivos turísticos naturales, religiosos y culturales tales como:

El Bosque de los Arrayanes. Sitio favorito para los amantes del Ecoturismo, cuenta con una extensión de 10 hectáreas de árboles de arrayán de tronco rojizo y espeso follaje, en cuyas ramas crecen musgos y orquídeas de varias clases, lo cual le convierte en uno de los pulmones más importante de la provincia.

Cascada de Paluz. Ubicado a 4 Km de la ciudad de San Gabriel. Tiene aproximadamente 25 m de caída de agua formada del río del mismo nombre. Ha servido de inspiración para poetas, pintores, músicos por su remanso y belleza.

Laguna del Salado. Tiene 500m de largo y 200m de ancho, cuenta con una flora variada como sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos, así como la fauna propia

Iglesia Matriz. Es considerada como joya arquitectónica inigualable en su género debido a que es la única iglesia del Ecuador construida según la ley de Indias, es decir fuera de la Plaza principal, y en un lugar visible desde cualquier punto de vista.

Pilar de Athal. Es un petroglifo paralelepípedo rectangular que tiene 3m de alto y cuatro lados de 2.60 a 2.80m ubicada a 16 km. De San Gabriel y situada en medio de peñas, esta piedra

ha sido objeto de estudios ya que refieren al culto del sol por parte de tribus antiguas.

- **Complejos recreacionales.**

El complejo más cercano es el “Complejo el Capulí”, el mismo que está ubicado a 7 Km de la ciudad de San Gabriel.

- **Apuestas en peleas de gallos.**

San Gabriel cuenta con un establecimiento con las instalaciones adecuadas para las apuestas de peleas de gallos, las mismas que se realizan los días viernes y sábados de 20h00 a 24h00, por lo que, a este lugar acuden en su mayoría las personas adultas.

- **Juegos de Mesa (Cartas, barajas).**

Este tipo de entretenimiento es practicado generalmente por los adultos, especialmente hombres y en la mencionada ciudad existe un establecimiento que brinda este servicio.

- **Lugares de Diversión Nocturna.**

En San Gabriel existen once lugares que brindan este tipo de entretenimiento entre bares, discotecas, karaokes y billares. Cabe destacar que son los lugares de entretenimiento a los que sus habitantes acuden con mayor frecuencia, recalcando que el target es desde los 15 años.

Debido a estos antecedentes es necesario la implantación de un kartódromo en la ciudad ya que en ninguno de los centros turísticos se oferta este servicio, el cual ayudara a los habitantes a liberar todas las tensiones acumuladas y compartir momentos amenos ya sea con familiares y/o amigos.

1.6.5. Infraestructura física.

a. Servicios básicos.

En la ciudad de San Gabriel, área en la que se pretende llevar a cabo el estudio para el mencionado proyecto, los servicios básicos como agua potable y alcantarillado son aceptables debido a que es el área urbana del cantón Montúfar, en cuanto a sus áreas rurales la cobertura de estos servicios son aún deficientes. Existe agua entubada en la mayoría de parroquias y el alcantarillado prácticamente es inexistente.

Por otra parte la electricidad en el cantón es adecuada, debido a que la mayoría de parroquias y comunidades cuentan con este servicio básico, esto se hizo posible gracias a la administración municipal la cual realizó convenios con la Empresa Regional Norte, (EMELNORTE).

b. Comunicación.

La comunicación en el cantón es aceptable, ya que sus habitantes cuentan con el servicio de telefonía celular de las tres operadoras (claro, movistar y alegre) así también telefonía fija, internet banda ancha y televisión por cable.

c. Vialidad.

San Gabriel cuenta con adecuadas vías de acceso las mismas que se encuentran en óptimas condiciones, sin embargo en cuanto a la vialidad del cantón, éste se encuentra atravesado por una extensa red vial, la mayor parte de las vías son de segundo y tercer orden, las mismas que no reciben ningún mantenimiento.

1.7. Matriz AOOD (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos).

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • La población cuenta con ingresos adecuados para cubrir necesidades de esparcimiento. • La población se concentrada en la cabecera cantonal, lo cual permite un fácil acceso al servicio. • Población joven con necesidad de esparcimiento. • Servicio apto para personas de todas las edades que disfruten de la conducción. • Interés en los jóvenes por conducir un kart. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo alto de karts. • Inconvenientes con moradores del sector por contaminación por el ruido • No se cuenta con terreno propio para la implantación del kartódromo. • Difícil acceso a créditos financieros. • Cierta apatía por parte de los padres de familia de los usuarios.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Área de servicio de entretenimiento aún no explotada. • Inexistencia de pistas de karting, en la ciudad y sus alrededores. • Otorgar a la demanda potencial una alternativa innovadora para entretenerse. • Población con niveles de estrés, en busca de lugares de esparcimiento. • No existe competencia directa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de nuevos impuestos. • Inestabilidad económica del cantón debido a la agricultura. • Creación de mayores impuestos. • Tasas de interés, plazos y políticas financieras inestables. • Desconocimiento del karting como deporte.

Elaborado por: El Autor, año 2013

1.8. Identificación de la oportunidad de la inversión.

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional externo de la Ciudad de San Gabriel y haber analizado adecuadamente los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, se tiene como resultado que: “no existen centros de entretenimiento de brinden el servicio de karting”.

Debido a que la mayoría de lugares de esparcimiento existentes en la ciudad brindan otros servicios, lo cual implica que la población se encuentra limitada al momento de buscar alternativas de diversión y entretenimiento.

Así también el cantón Montúfar ofrece cierta recreación turística que aún se encuentra desorganizada y descuidada por lo que muchos de sus habitantes no la pueden disfrutar al máximo. Por lo tanto se concluye que en la Ciudad de San Gabriel existen las condiciones apropiadas para la formulación del proyecto de inversión con el siguiente tema: **“Estudio de factibilidad para la implantación de un kartódromo en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi.”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Empresa.

2.1.1. Definición.

Según (PALACIOS A. Luis C., 2012, pág. 55), afirma: ***“La empresa es una entidad legal, con un organismo productivo que le permite procesar ciertos bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado necesitado y con capacidad de compra, que posee y administra un patrimonio propio”.***

La empresa es un ente que tiene como objetivo buscar y satisfacer las necesidades de un cliente a través de un bien o servicio, persiguiendo de manera estratégica fines lucrativos para su crecimiento.

2.1.2. Clasificación de Empresas.

Según (es.wikipedia.org, 2013) establece: que ***“Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas tales como: Según su actividad (industriales, comerciales y de servicios), según el sector económico (agropecuario, industriales y profesionales), según el origen del capital (públicas, privadas, mixtas, nacionales y transnacionales), según su tamaño (microempresa, pequeña empresa, mediana empresa y gran empresa)”.***

Existen diversas maneras en las que se puede clasificar a las empresas pero se debe recalcar que la clasificación principal de las mismas es la detallada anteriormente, debida a que dicha clasificación se enfoca en lo más relevante de las empresas.

2.1.3. Definición de microempresa.

(es.wikipedia.org, 2013), establece que: “**Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas tales como: Según su actividad (industriales, comerciales y de servicios), según el sector económico (agropecuario, industriales y profesionales), según el origen del capital (públicas, privadas, mixtas, nacionales y transnacionales), según su tamaño (microempresa, pequeña empresa, mediana empresa y gran empresa)**”.

La microempresa se refiere a los negocios que comercializan sus productos o prestación de servicios en cantidades minoritarias por lo que no tienen una incidencia significativa en el mercado y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital, sin embargo son las instituciones con mayor capacidad de creación de empleo.

2.1.4. Características de la Microempresa.

Según (microempresa.blogdiario.com, 2013), manifiesta: “**La Micro Empresa reúne las siguientes características: El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma, el número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas, genera elevados niveles de empleo y no tiene una posición predominante en el sector**”.

Por lo general las principales características de una microempresa son: el número de trabajadores no excede a diez personas y el o los propietarios laboran en la mismas. Teniendo como un mercado reducido para movimientos económicos.

2.2. Kartódromo

2.2.1. Karting

Según la pág. (es.wikipedia.org, 2013) se define al karting como: ***“Una disciplina deportiva del automovilismo que se practica con karts sobre circuitos llamados kartódromos, que tienen entre 600 y 1.700 metros de longitud, y con una anchura de entre 8 y 15 metros. Dadas sus características, el kart es la modalidad por excelencia de formación de pilotos: suele ser el primer automóvil en el que debutan los aspirantes a pilotos de competición, a edades tan tempranas como los ocho años”***.

Según la definición se concluye que el karting es una disciplina del automovilismo que sirve de referencia para la formación de futuros pilotos.

2.2.2. Kart.

Según (es.wikipedia.org/wiki/Kart, 2013), establece: ***“kart es un vehículo de motor terrestre monoplaça o multiplaça sin techo, sin suspensiones y con o sin elementos de carrocería, con cuatro ruedas alineadas que están en contacto con el suelo. Las dos ruedas delanteras ejerciendo el control de dirección, y las dos traseras conectadas por un eje de una pieza que transmiten la potencia de un motor, generalmente monocilíndrico. Sus partes principales son el chasis (comprendida la carrocería), los neumáticos y el motor”***.

El kart es el vehículo liviano con el cual se practica el deporte del karting; el cual cuenta con poco cilindraje del motor, sin carrocería y suspensiones.

2.2.3. Funcionamiento del Kart.

Según la pág. (www.kartingecuador.com, 2011) expresa que: ***“Funcionamiento define como un proceso que se lleva a cabo en algo, para que desarrolle las tareas para lo que se hizo, y funcionalidad, es lo favorable que llega a ser este vehículo, invento en otras palabras, el funcionamiento del kart es muy sencillo, el motor transmite el movimiento al eje trasero mediante una cadena, en un extremo del cigüeñal del motor, va situado un piñón dentado en el que se asienta la cadena. En el eje trasero, existe una catalina dentada por la que pasa la cadena, así que cuando el motor gira, mueve la cadena con lo que se produce el movimiento del eje trasero y, obviamente, hace que el Kart avance”.***

El funcionamiento del kart se refiere a todo el proceso con el cual el vehículo pueda ejecutar sus funciones de movimiento.

2.2.4. Equipo de Seguridad para el Piloto.

Según (es.wikipedia.org, 2013) manifiesta: ***“El equipo de seguridad básico para un piloto está compuesto por los siguientes accesorios:***

- **Casco**

Es la pieza más importante de todo el equipo, puesto que ayuda a proteger la cabeza y el rostro ante posibles accidentes de

gravedad. La visera ayuda a aislar el rostro del piloto de elementos extraños que pudiesen dañarle al ser despedidos a gran velocidad, como puede ser polvo, arenilla, tierra, caucho y hasta partes metálicas.

- **Sotocasco**

Aunque no es un accesorio indispensable, se recomienda su uso para aportar mayor comodidad y seguridad. Su objetivo es absorber la sudoración producida al conducir durante largos períodos de tiempo, evitando que el casco se moje y que el sudor empape la cara. Suelen estar elaborados en algodón y de material ignífugo.

- **Protector de cuello o collarín**

Fabricado de espuma y cubierto en nylon de alta resistencia. Ayuda a reducir la fatiga en los músculos del cuello provocada por las fuerzas de gravedad al tomar las curvas a gran velocidad, sobre todo en circuitos muy revirados. En general se suministran en un solo tamaño estándar para todas las categorías.

- **Mono**

Realizado en material ignífugo y deslizante para evitar quemaduras o raspones. Fabricados con dos capas de materiales, generalmente antrón (fibra de nylon) por fuera y algodón por dentro. Algunos poseen protectores hechos de kevlar en los codos y rodillas para brindar mayor protección al piloto.

- **Chaleco protector de costillas**

Otra de las prendas más importantes para la protección del piloto, tras el uso del casco. En el karting, es muy común dañarse las costillas debido a los golpes de la espalda contra los costados del asiento. Estos continuos golpes ocasionan inflamaciones en los cartílagos y en los nervios intercostales, lo que produce intensos dolores y posibles fisuras. A su vez, el objetivo del chaleco es proteger toda la zona costal, ya que al llevarse bien ajustado proporciona una excelente protección contra impactos en accidentes graves.

- **Guantes**

Elaborados en nylon y material ignífugo, con aplicaciones de cuero en las palmas de las manos y tiras de sujeción para las muñecas. Ayudan a proteger las manos de posibles raspones o golpes, así como también proporcionan una mejor adherencia al volante.

- **Botas de caña alta**

Este tipo de calzado está diseñado especialmente para el karting. Su objetivo es proteger los pies y el área de los tobillos y talones, que al conducir son sometidos a movimientos bruscos. Las suelas son más finas que en las zapatillas convencionales para transmitir mayor sensibilidad al pie del piloto. Incluso algunos modelos son fabricados en material ignífugo.

En base a lo expuesto se determina que el karting al igual que todos los deportes motorizados, los usuarios necesitan de cierto equipo mínimo de seguridad como la que anteriormente se detalló para que su práctica sea segura.

2.4.1 Actividades de entretenimiento.

Según (www.definicionabc.com, 2013), dice: ***“Son aquellas actividades relacionadas con el ocio y el divertimento de una persona o de un conjunto de personas. Así también es el acto de mantener la atención de alguien fijada a algo a través de juegos”.***

En base a la definición expuesta las actividades de entretenimiento son aquellas referentes al ocio, entretenimiento y diversión.

2.3. Estudio de Mercado

2.3.1. Definición de Estudio de Mercado.

Según (PALACIOS A. Luis C., 2012, pág. 107), dice: ***“Es el análisis, registro y recopilación sistemática de información sobre los aspectos generales y específicos del consumidor, del mercado del producto y los servicios. Es la piedra angular de la toma de decisiones y debe ser llevada a cabo antes de comenzar el negocio”.***

El estudio de mercado es el análisis de la información que se haya logrado recolectar para determinar las necesidades y deseos de los potenciales clientes que adquirirían nuestros productos y/o servicios, determinando aspectos importantes como el precio y su comercialización.

2.3.2. Mercado Meta

Según (Stanton, Etzel y Walker, 2008), autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen: ***“El mercado meta como el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa***

de marketing". Otra definición de los mismos autores, dice que un segmento de mercado (personas u organizaciones) para el que el vendedor diseña una mezcla de mercadotecnia es un mercado meta".

El mercado meta permite obtener orientación sobre las oportunidades del mercado, selección del mercado objetivo, diseño de estrategias, planificación de programas de comercialización y los canales de distribución del producto.

2.4.2 Mercado Potencial.

Según (Kotler y Armstrong, 2006), autores del libro "Fundamentos de Marketing" dicen: ***"Que un mercado potencial consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir".***

El mercado potencial se refiere a la demanda posible de un bien o servicio es decir personas que tienen una necesidad que puede ser satisfecha por ese bien o servicio y que tienen los recursos para satisfacerla de esa forma.

2.3.3. Segmentación de Mercado.

Según, (Charles W. L. Hill y Gareth Jones, 2009), definen: ***"La segmentación del mercado como "la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva"***

La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se identifica o se toma un grupo de compradores con características similares, es decir, se divide el mercado en varios segmentos, de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los clientes.

2.3.4. Demanda.

(MARTINEZ, Patricio, 1999, pág. 34). Afirma: ***“Demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado periodo de tiempo”.***

La Demanda es el producto o servicio que el cliente o consumidor requiere con el fin de satisfacer sus necesidades y por el cual está dispuesto a pagar el valor económico correspondiente.

2.3.5. Oferta.

Según (JACOME, Walter, 2005, pág. 76). Afirma: ***La Oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda.***

Por lo expuesto, la oferta son todos los bienes o servicios que los productores o comerciantes están dispuestos a vender en un lugar determinado, fijando un valor económico a cambio del producto o servicio que reciben.

2.3.6. Precio.

El (Diccionario de Marketing, de Cultural S.A, 2004), define: ***“El precio como el "valor de intercambio de bienes o servicios. En marketing el precio es el único elemento del mix de marketing que produce ingresos, ya que el resto de los componentes producen costes”.***

El precio es el valor económico o algún otro elemento mismo que se puede cuantificar y se establece para el intercambio o uso de un producto o servicio.

2.3.7. Producto.

Según Luis Carlos Palacios Acero (2012. Pág. 120), dice: ***“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, identificables que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad, diseño y marca, junto con los servicios como garantía, mantenimiento y la reputación del vendedor. Es pues un conjunto de beneficios que satisfacen las necesidades del cliente”.***

El producto es el objeto del intercambio, el mismo que puede ser tangible o intangible y que tiene como finalidad satisfacer las necesidades del consumidor.

2.3.8. Servicio.

Según (RICHARD L. Sandhusen, 2010) manifiesta: ***“Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde***

las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas”.

La prestación de servicios es intangible y se refiere al conjunto de actividades que demanda el cliente para lograr satisfacer sus necesidades a cambio de un valor económico o remunerativo.

2.3.9. Comercialización.

Según (BACA, Urbina Gabriel, 2010, pág. 57), define: ***“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.***

En base a esta definición la comercialización es el proceso de intercambio de los productos o servicios destinados a satisfacer las necesidades del consumidor a cambio de obtener una ganancia o utilidad por parte de las empresas productoras o comercializadoras.

2.3.10. Promoción.

Según el (Diccionario de Marketing, de Cultural S.A, 2004), define: ***“La promoción es uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información”.***

La promoción es un aspecto primordial para dar a conocer el producto o servicio, esta sirve para informar, persuadir y estimular las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor.

a) Publicidad.

Según Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", define: ***"La publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado".***

La publicidad es el conjunto de medios impersonales los mismos que tienen un cierto valor económico y que se emplean para divulgar o extender la presencia de un producto o servicio en el mercado.

b) Plaza.

Según (FISCHER Laura, 2007), establece: ***Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos.***

En base al contexto expuesto se determina que, el término plaza es el lugar estratégico donde se plantea entregar satisfactoriamente el producto o servicio al consumidor o el usuario.

2.4. Estudio Técnico.

2.4.1. Tecnología.

Según (es.wikipedia.org, 2013), afirma: ***“Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad”***.

El término tecnología se lo define como un conjunto de conocimientos que sirven para producir bienes y servicios resultantes de las necesidades de una sociedad que tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas.

2.4.2. Infraestructura Física.

Según (www.definicion.org, 2013), establece: ***Acervo físico y material que permite el desarrollo de la actividad económica y social, el cual está representado por las obras relacionadas con las vías de comunicación y el desarrollo urbano y rural tales como: carreteras, ferrocarriles, caminos, puentes, presas, sistemas de riego, suministro de agua potable, alcantarillado, viviendas, escuelas, hospitales, energía eléctrica, etc..***

La infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

2.5. Estudio Técnico.

2.5.1. Definición de estudio técnico.

(ARBOLEDA, Germán, 2001, pág. 175), sostiene: ***“Estudio técnico se refiere, a aquella parte del estudio del proyecto que se relaciona con la ingeniería; es decir; con la participación de los ingenieros que describen las actividades de estudio de instalación, equipamiento y de requerimientos de recursos materiales para la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto”***.

El estudio técnico es el análisis realizado por profesionales especializados en requerimientos de tamaño, localización y demás recursos de instalación y equipamiento que son indispensables para la ejecución de un proyecto.

2.5.2. Definición de Tamaño del Proyecto.

Según (NASSIR Sapag Chaín, 2007, pág. 105), establece: ***“El estudio del tamaño de un proyecto es fundamentalmente para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operaciones que, a su vez, permitirán cuantificar los costos de funcionamiento de los ingresos proyectados.***

Según (Baca, U. Gabriel , 2006, pág. 92), afirma: ***“Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”***

En base a las definiciones establecidas el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada, la misma que se expresa en unidades de producción por año la cual tiene como objetivo operar con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

a) Capacidad diseñada.

Según (buenastareas.com, 2013), define: ***“Corresponde al máximo nivel posible de producción con el que son diseñados los equipos. Generalmente una empresa no debe trabajar al máximo su capacidad diseñada, por cuanto es difícil lograr unificar la capacidad de todas las maquinas que intervienen en el proceso de producción. Algunas tendrán una mayor capacidad de aporte al proceso productivo que otras.*”**

La capacidad diseñada se refiere al volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar a ése nivel máximo de producción y de ninguna manera se puede incrementar de ése nivel.

b) Capacidad Instalada.

Según (www.pac.com.ve, 2013), define: ***“La capacidad instalada es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas”.*”**

En este contexto, la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la organización posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado.

c) Capacidad utilizada.

Según (www.buenastareas.com, 2013), define: ***“Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrán atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado*”**

significativamente su estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salva que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas.”

Con el contexto antes expuesto se define que, capacidad utilizada es la capacidad práctica, muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo, a diferencia de la capacidad de producción, la capacidad utilizada es la que realmente se utiliza o se ha utilizado.

2.5.3. Localización del Proyecto.

Según (NASSIR Sapag Chaín, 2007, pág. 107), manifiesta: ***“La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán en parte importante la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece de incentivos para su grupo familiar”.***

La localización del proyecto representa un aspecto de gran importancia dentro de la propuesta ya que tiene como finalidad lograr en mayor medida la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

a) Macro localización.

Según (JACOME, Walter, 2005, pág. 133), define: ***“La macro localización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar***

la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”.

La macro localización consiste en determinar el área geográfica general en donde se ubicará la empresa o negocio, es decir, se debe definir aspectos geográficos como la provincia, el cantón y la ciudad.

b) Micro Localización.

Según (JACOME, Walter, 2005, pág. 86), establece: ***“Micro localización de un proyecto consiste el determinar las condiciones específicas que influyan con éxito en la implantación del proyecto tomando en cuenta factores determinantes como son: transporte, dirección, costo de terrenos, cercanía a carreteras, materia prima disponibilidad de servicios entre las más importantes”.***

La micro-localización consiste en definir aspectos de ubicación geográfica con mayor exactitud como país, provincia, ciudad, parroquia y dirección en los que se pretende ubicar la empresa.

2.5.4. Ingeniería del Proyecto.

Según (www.gestiopolis.com, 2013), manifiesta: ***“Es el objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.***

En base a la definición expuesta, la ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos técnicos relacionados con la instalación de la propuesta los mismos que deben ser favorables para su adecuado funcionamiento.

2.6. Estudio Financiero.

2.6.1. Definición de Estudio Financiero.

Según <http://www.definicion-de.es/estudio-financiero/>, define: ***“El estudio financiero es el análisis de la situación financiera y perspectivas de un valor o sociedad realizado por un intermediario bursátil, una empresa especializada o una institución financiera con destino a sus clientes y con el objeto de una introducción de dicha sociedad en el mercado o para realizar una recomendación de compra o venta según los resultados obtenidos del estudio.”***

Expuestas las distintas definiciones se establece que, el estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, dicho estudio es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión.

2.6.2. Ingresos.

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>, establece: ***“El ingreso puede referirse a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales), como también al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos”***.

Los ingresos son los recursos financieros que son percibidos por la organización por motivos de ventas de un bien o servicio.

2.6.3. Egresos.

Según <http://definicion.de/egresos/#ixzz2Txhn4Udl>, manifiesta: **“El concepto de egresos, de todas maneras, se encuentra muy ligado a la contabilidad; en este caso, significa la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización. Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, y siempre supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario.**

Los egresos son la salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto.

a) Mano de obra indirecta.

Según (es.wikipedia.org, 2013), define: **“Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos”.**

La mano de obra indirecta es la mano de obra consumida en las áreas administrativa y comercial de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio de un bien o servicio respectivamente.

b) Gastos Administrativos.

Según (www.emagister.com, 2013), establece: **“Los gastos operacionales de administración son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal del ente económico y registra, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación, organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad operativa del ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, financiera, comercial, legal y administrativa.**

Los gastos de administración son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas.

c) Gastos de Ventas.

Según, las NIC - Normas Internacionales de Contabilidad, afirma: **“Los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta.**

Los gastos de ventas son aquellos que se incurren al realizar las ventas y están relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas entre otros.

d) Amortización.

Según (BACA, Urbina Gabriel, 2010, pág. 144), define: ***“El termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión”.***

La amortización es el proceso financiero referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero mediante pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes.

e) Depreciación.

Según el mismo autor, establece: ***“El termino depreciación tiene exactamente las mismas connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian, en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, está, con el uso del tiempo, no baja el precio o se deprecia”.***

La depreciación es la reducción o desgaste del valor de un bien o una propiedad debido al uso, paso del tiempo, obsolescencia por lo que la empresa contabiliza ese desgaste o pérdida de valor como un coste.

f) Balance General.

Según (PALACIOS Acero, 2012, pág. 139), afirma: ***“El balance es el informe tabular de lo que una empresa posee, la forma en que se compone la propiedad (materiales, terrenos, maquinaria etc) la estimación del valor de cada uno de estos elementos, junto con lo que debe y la naturaleza de las***

obligaciones. Es un informe del activo y del pasivo de una compañía como entidad legal.

Según la definición establecida se determina que, el balance general es el registro del estado de un negocio en un momento dado, expresando lo que la compañía posee o aquello de que es dueña (activo) así como el detalle de quienes aportaron el dinero (patrimonio) o garantizaron el crédito (pasivo) que permitió a la empresa adquirir lo necesario para sus operaciones.

g) Estado de Pérdidas y Ganancias.

Según el autor antes mencionado, establece: “Es una descripción de lo que ha sucedido realmente durante un cierto periodo de tiempo como resultado del movimiento de valores”.

El estado de pérdidas y ganancias es un informe financiero en el que se presenta información sobre los resultados de la gestión de un negocio durante un determinado periodo de tiempo ya sea un mes o un año.

h) Flujo de Caja.

Según (NASSIR Sapag Chaín, 2007, pág. 214) define: “***Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto***”.

El flujo de caja es la entrada y salida de efectivo en un periodo de tiempo determinado.

2.6.4. Evaluación Financiera.

Según (www.ehowenespanol.com, 2013), define: ***“Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto”.***

La evaluación financiera se refiere al análisis de los activos o pasivos financieros. El valor de un activo financiero está determinado inicialmente por su interés. El tipo de interés de los fondos ajenos está determinado contractualmente, por lo que un primer problema inicial es estimar el tipo de descuento a aplicar a los fondos propios.

a) Valor Actual Neto (VAN).

En base (www.slideshare.net, 2013), establece: ***“Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés (“la tasa de descuento”), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza normalmente el costo de oportunidad del capital (COK) de la empresa que hace la inversión”.***

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión además este es un método que sirve para la evaluación de proyectos de inversión.

b) Tasa Interna de Retorno (TIR).

Según (NASSIR Sapag Chaín, 2007, pág. 254), manifiesta: ***“TIR Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno, que mide la rentabilidad como porcentaje”***.

La tasa interna de retorno es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de una inversión y que implica la posibilidad de una oportunidad para reinvertir así también la TIR es una medida de la rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias.

c) Costo/ Beneficio.

Según el mismo autor, establece: ***“La relación beneficio costo se enfoca en comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”***.

Es la valorización de evaluación que relaciona las utilidades en el capital invertido o el valor de la producción con los recursos empleados y el beneficio generado.

d) Periodo de Recuperación de la Inversión.

Para (NASSIR Sapag Chaín, 2007, pág. 255), dice: ***“El periodo de recuperación es el tercer criterio más usado para evaluar el proyecto tiene como objetivo medir en cuanto tiempo se recupera la inversión influyendo el costo de capital involucrado”***.

El periodo de recuperación de la inversión mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días.

e) Punto de Equilibrio.

Según (PALACIOS A. Luis C., 2012, pág. 136) define: ***“Es el punto donde se cruzan la línea de ventas con la línea de los costos totales y corresponde al punto donde las ventas equivalen a los costos”***.

Con lo anteriormente expuesto se establece que, el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

2.7. Estructura Organizacional.

2.7.1. Definición.

Según (es.scribd.com, 2013), define: ***“La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos”***.

La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados.

2.7.2. Misión.

Según (PALACIOS A. Luis C., 2012, pág. 62), afirma: ***“La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía las actividades de la empresa”***.

La Misión define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización. La misión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Para que existe la organización?.

2.7.3. Visión.

Según (PALACIOS Acero, 2012, pág. 63), manifiesta: ***“Es la declaración amplia y suficiente de a dónde quiere que su empresa o negocio esté dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueva la permanencia de todos los miembros de la organización o negocio”.***

La visión define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización.

2.7.4. Principios y Valores.

Según Luis Carlos Palacios Acero (2012. Pág. 64), establece: ***“Son las creencias y valores que guían o inspiran la vida de una organización o negocio. Definen lo importante para una empresa”.*** Guían el actuar de las personas y la sociedad y demandan liderazgo (Convicciones morales, acatamiento a la constitución y las leyes, fomento de la creatividad, responsabilidad social, Convivencia, tolerancia)

Los principios y valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características

competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y las expectativas de los clientes y propietarios.

2.7.5. Políticas.

Según (PALACIOS Acero, 2012, pág. 65), dice: ***“Las políticas sirven para guiar las acciones y decisiones requeridas para lograr los objetivos. Las políticas establecen las condiciones de contorno, para que las acciones y decisiones se encausen por un camino concreto en busca de los objetivos”.***

La política es una de las vías para hacer operativa la estrategia, suponen un compromiso de la empresa.

2.7.6. Objetivos.

Según (PALACIOS Acero, 2012, pág. 66), manifiesta: ***“Los objetivos son la base para determinar qué actividades se deben ejecutar, con qué criterios se deben evaluar y qué tan bien se han ejecutado”. “Son los resultados a corto mediano y largo plazo que un negocio espera obtener para hacer real su misión y visión”.***

Los objetivos son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo y operación concreta de su misión y visión. Por ser globales, estos objetivos deben cubrir e involucrar a toda la organización, por ello, deben tenerse en cuenta todas las áreas que integran a la empresa.

2.7.7. Organización Estructural.

Según (<http://www.eumed.net/libros>, 2013), establece: ***“La estructura de la organización es la suma total de los modos en que ésta divide su trabajo en distintas tareas y los mecanismos a través de los cuales consigue la coordinación entre ellas. Se trata de un modelo relativamente estable de la organización que no puede identificarse totalmente con ella”.***

La estructura organizacional es todo lo relativo a relaciones, actividades, derechos y obligaciones que es preciso fijar mediante reglas y ordenanzas.

2.7.8. Organigrama Estructural.

Según (gestion20.com/, 2013), dice: ***“Los organigramas estructurales presentan solamente la estructura administrativa de la organización”.***

El organigrama estructural es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional, muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica.

2.7.9. Orgánico Funcional.

Según (gestion20.com, 2013), establece: ***“Los organigramas funcionales muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento”.***

El orgánico funcional reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas y además establece las funciones de cada departamento.

2.8. Impactos.

2.8.1. Definición de impacto.

Según (definicion.de/impacto, 2013), manifiesta: ***El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general, los autores sustentan el criterio de que el impacto como concepto es más amplio que el concepto de eficacia, porque va más allá del estudio del alcance de los efectos previstos y del análisis de los efectos deseados, así como del examen de los mencionados efectos sobre la población beneficiaria***”.

El impacto se refiere al efecto positivo o negativo resultante de la implantación de un proyecto en una determinada zona.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El presente estudio es para determinar las necesidades que tienen los consumidores del cantón Montúfar y establecer el mercado de la nueva unidad productiva, dedicada al servicio de Kartódromo, con el fin de conocer la oferta la demanda, la demanda insatisfecha, los precios de mercado con sus respectivas proyecciones, la publicidad que se utilizará la estrategia de marketing.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo general

Realizar una investigación de mercado para analizar la factibilidad del proyecto e identificar la oferta y demanda.

3.2.2. Objetivos específicos

- Establecer la segmentación de mercado, la población y el mercado meta del nuevo servicio.
- Realizar un análisis de mercado con todos sus principios y características a corto plazo, enfocado en la implantación de un kartódromo, con el afán de establecer la aceptación del mercado de la microempresa, el servicio de recreación y conocer la posible demanda y oferta.

- Establecer la demanda insatisfecha del servicio que se va a brindar.
- Determinar el precio que los posibles consumidores pueden pagar por el servicio.
- Fijar el medio de comunicación que se va utilizar para difundir el Kartódromo.

3.3. Identificación del Servicio

El kartódromo será seguro y brindara servicio de calidad, acorde al público de Montúfar, poniendo a disposición un servicio de distracción para la familia y amigos, impulsando el turismo de la localidad.

Así también, por medio del nuevo servicio disminuirá las ingestas de alcohol y otros actos poco recomendables para los jóvenes y adultos, impulsando el deporte y distracción.

3.4. Segmentación de Mercado

El servicio está destinado a clientes que les gusta distraerse y hacer deporte al mismo tiempo, en compañía de su familia, a continuación se presentan criterios para poder determinar el segmento de mercado.

Criterios de Segmentación	Segmentos de Mercado
Geográfica	
Región	Sierra
Provincia	Carchi
Ciudad	San Gabriel
Sector	El Charco
Demográfica	PEA del cantón

Género	Masculino y Femenino
Conductuales Preferencias	Gustos por el deporte automovilístico y de recreación.
Variable Socioeconómica Nivel Económico	Estará al alcance del estrato medio y medio alto.

3.4.1. Identificación de la Población

La población se estableció por medio de la siguiente tabla:

Cuadro N° 1: Distribución del Cantón Montúfar

Sector	Población
Urbana	14.487
Rural	16.024
Total	30.511

FUENTE: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Cuadro N° 2: Población Trabajadora, PEA y PEI

	PEA
HOMBRES	8.108
MUJERES	4.434
TOTAL	12.542

FUENTE: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010)

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

3.4.2. Mercado Meta

El mercado meta serán todas las personas que estén inmersos en la población económicamente activa, la cual es de 12.542, por ende se utilizará para el cálculo de la muestra de la siguiente manera.

3.4.3. Fórmula

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

Dónde:

N= Población

Z= Nivel de confianza

σ = Varianza

e= Error

3.4.4. Calculo de la muestra

$$n = \frac{12542 * 1,96^2 * 0,5^2}{(12542 - 1)0,05^2 + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{12542 * 0,9604}{(12541)0,0025 + 0,9604}$$

$$n = \frac{12045,3368}{31,3525 + 0,9604}$$

$$n = \frac{12045,3368}{32,3129}$$

$$n = 372,77$$

$$n = 373$$

Por lo tanto se aplicará las encuestas a 373 habitantes del catón Montúfar.

3.4.5. Encuestas-Tabulación

DATOS TÉCNICOS.

a) Sexo

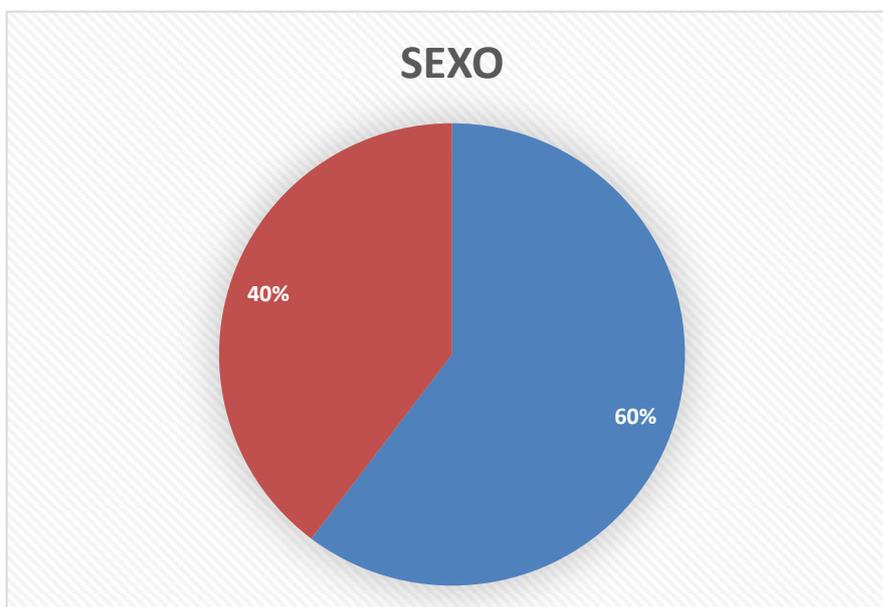
Tabla N° 1: Sexo

GENERO	FRECUENCIA	%
MASCULINO	225	60,32%
FEMENINO	148	39,68%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 1: Sexo



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

La mayoría de personas encuestadas pertenecen al género masculino, esto se debe a que es un deporte más asociado a este género, por lo que se determina como principales usuarios del servicio del karting. Sin embargo se obtuvo como resultado que existe el interés por el género femenino en practicar este deporte.

b) Instrucción

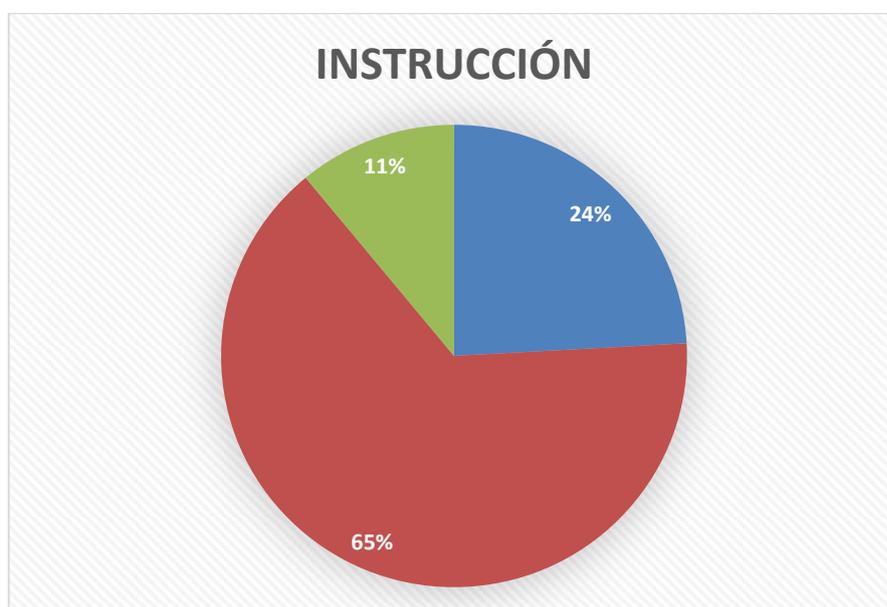
Tabla N° 2: Instrucción

INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	%
PRIMARIA	90	24,13%
SECUNDARIA	242	64,88%
TERCER NIVEL	41	10,99%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 2: Instrucción



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador.2013

Análisis.

Como resultado se obtuvo que la mayoría de usuarios tienen instrucción secundaria ya que el mayor número de participación en la población encuestada comprenden desde los 18 años. Sin embargo no se descarta la participación de personas con estudios superiores e instrucción primaria.

c) Parroquia

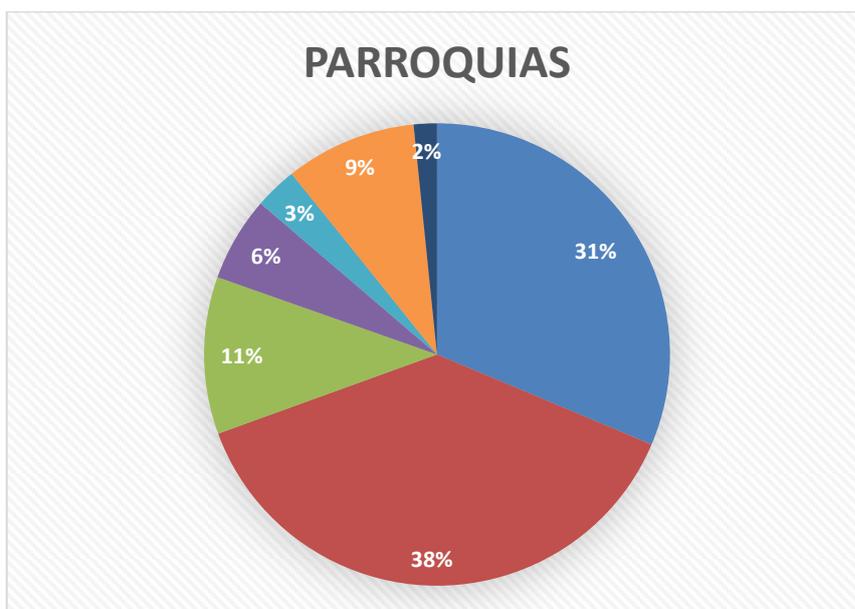
Tabla N° 3: Parroquia

PARROQUIAS	FRECUENCIA	%
GONZÁLEZ SUAREZ	117	31,37%
SAN JOSÉ	142	38,07%
LA PAZ	41	10,99%
CRISTÓBAL COLON	22	5,90%
CHITAN DE NAVARRETES	11	2,95%
FERNANDEZ SALVADOR	34	9,12%
PIARTAL	6	1,61%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 3: Parroquia



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

La mayor participación de personas encuestadas tienen su residencia en las zonas urbanas del cantón, esto se debe a que las encuestas fueron aplicadas en los alrededores del parque principal de la ciudad de San Gabriel ya que se determinó como zona estratégica por la afluencia de

personas que se genera debido a la parada de transporte existente en el parque.

d) Edad

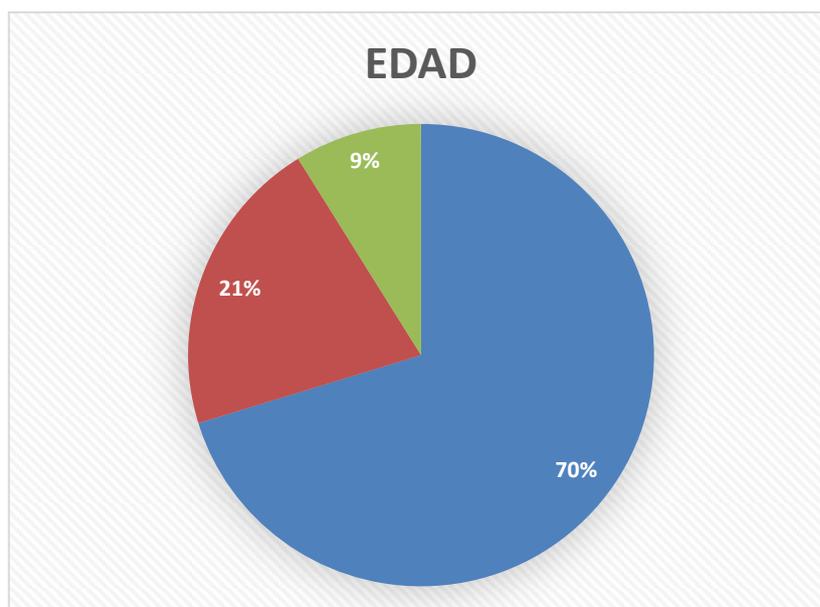
Tabla N° 4: Edad

EDAD	FRECUENCIA	%
18 a 30	262	70,24%
31 a 40	78	20,91%
40 a 50	33	8,85%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 4: Edad



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

En la participación de las encuestas se produjo mayor participación de jóvenes debido a que en las tardes el parque principal de San Gabriel es lugar de concentración de todos los jóvenes Montufareños. Sin embargo se trató encuestar a personas de diversa edad para que el resultado sea variado.

INFORMACIÓN PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

1. ¿Ha visitado un kartódromo?

Tabla N° 5: ¿Visitó Algún Kartódromo?

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	164	43,97%
NO	209	56,03%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador.2013

Gráfico N° 5: Visitó Algún Kartódromo



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

Del total de la población encuestada la mayoría no ha visitado un kartódromo, esto puede presentarse debido a que este servicio no existe en la provincia; sin embargo no se descarta el interés de las personas que no han tenido la oportunidad de visitar uno.

2. ¿Si existiera uno en la ciudad acudiría?

Tabla N° 6: Potenciales Clientes

POTENCIALES CLIENTES	FRECUENCIA	%
SI	231	62%
NO	142	38%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 6: Potenciales Clientes



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador.2013

Análisis.

La mayor parte de encuestados tienen interés por acudir al kartódromo por lo que afirman que si hubiera uno en la ciudad si acudirían, eso se debe a que es un nuevo servicio que ofrece algo diferente de lo tradicional, sin embargo hay un número reducido que rechaza la posibilidad de adoptar esta nueva manera de entretenimiento.

3. ¿Con que frecuencia mensual acudiría a este sitio?

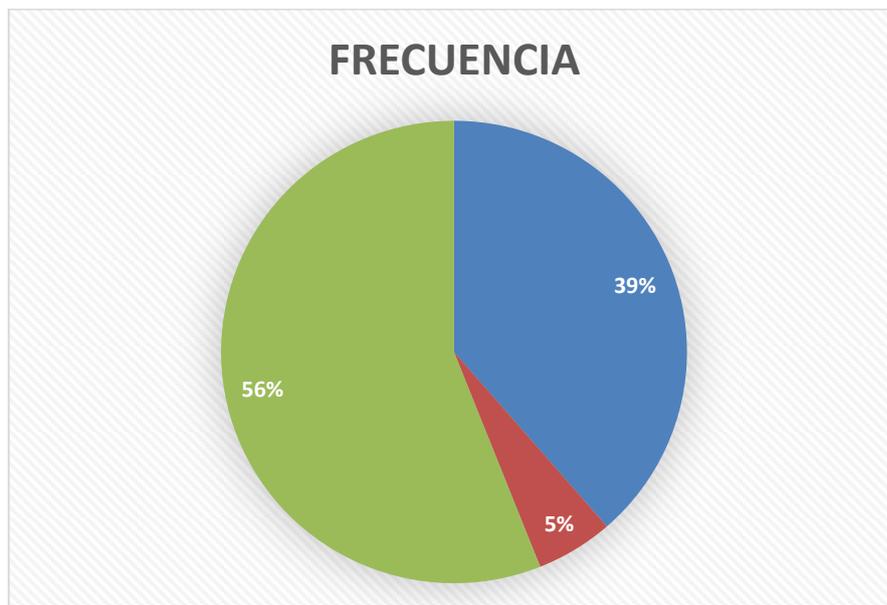
Tabla N° 7: Frecuencia

FRECUENCIA	FRECUENCIA	%
1 a 2 veces	209	56%
3 a 4 veces	22	5%
Indiferente	142	39%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 7: Frecuencia



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador.2013

Análisis.

La mayor parte de los encuestados afirma que acudiría a este servicio de una a dos veces por semana, esto se puede presentar debido al monto de dinero destinado para diversión y entretenimiento y el nivel económico medio de los habitantes del cantón.

4. ¿Cómo considera al karting?

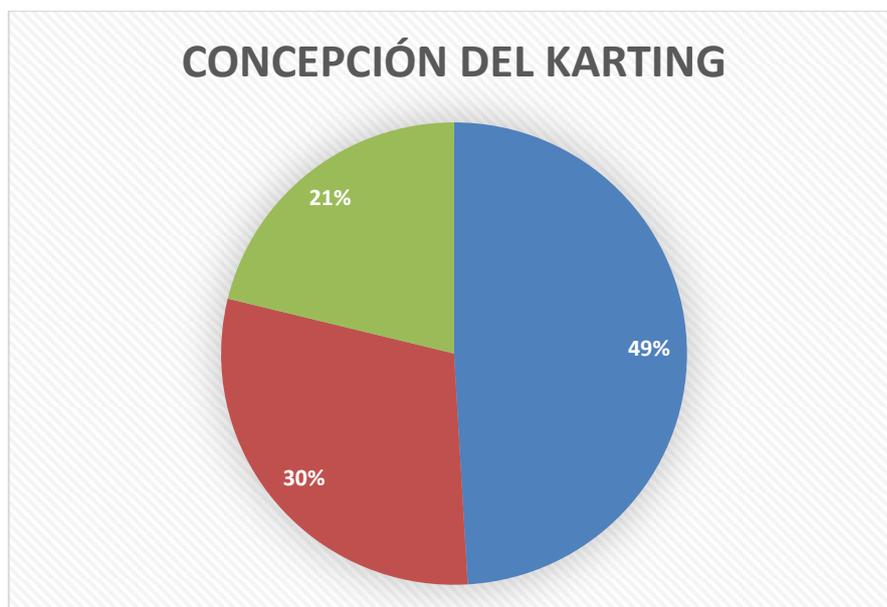
Tabla N° 8: Concepción del Karting

CONCEPCIÓN DEL KARTING	FRECUENCIA	%
Deporte	183	49%
Entretenimiento	111	30%
Las dos anteriores	79	21%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 8: Concepción del Karting



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

De las personas encuestadas se obtuvo como resultado que el karting es considerado como una fusión de deporte y entretenimiento, ya que no existe una variación significativa en criterios.

5. ¿Qué precio consideraría adecuado por 3 vueltas en la pista?

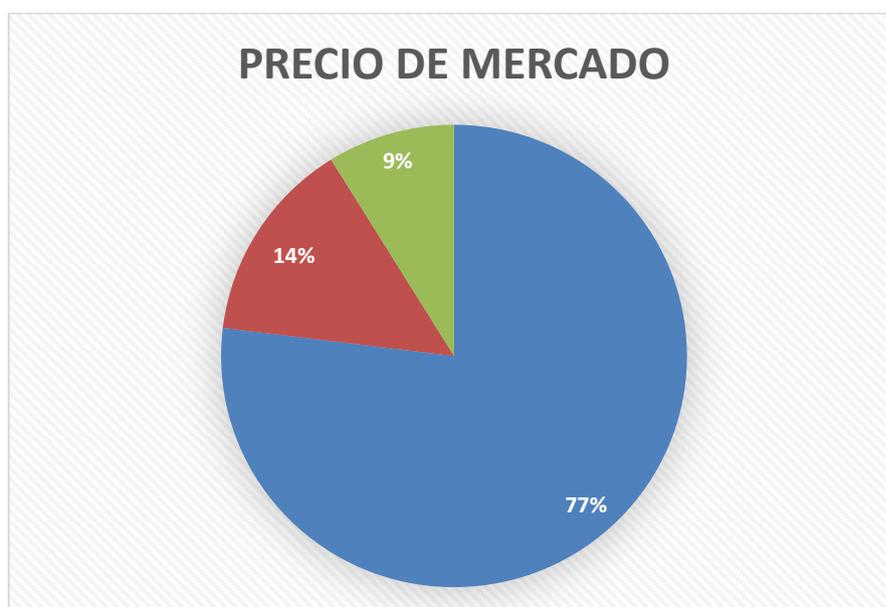
Tabla N° 9: Precio de Mercado

PRECIO DE MERCADO	FRECUENCIA	%
2,25 dólares	287	76,94%
2,50 dólares	53	14,21%
2,75 dólares	33	8,85%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 9: Precio de Mercado



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

La mayoría de los encuestados adopta el precio más bajo por la utilización del servicio esto se debe al nivel económico de la población y el poder adquisitivo de cada habitante ya que es un cantón que se encuentra con una economía inestable debido a que depende de la agricultura.

6. ¿Con quién acudiría a este sitio en busca de diversión?

Tabla N° 10: Tipo de Clientes

TIPO DE CLIENTES	FRECUENCIA	%
Padres	44	11,80%
Familiares	98	26,27%
Amigos	89	23,86%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 10: Tipo de Clientes



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

Los posibles usuarios de este servicio señalan que frecuentarían que existe mayor posibilidad de frecuentar el kartódromo con familiares, y amigos. Esto varía según el estrato social y costumbres de la familia.

7. ¿Cree usted que un Kartódromo puede generar una descarga de tensiones acumuladas (estrés) por el diario vivir?

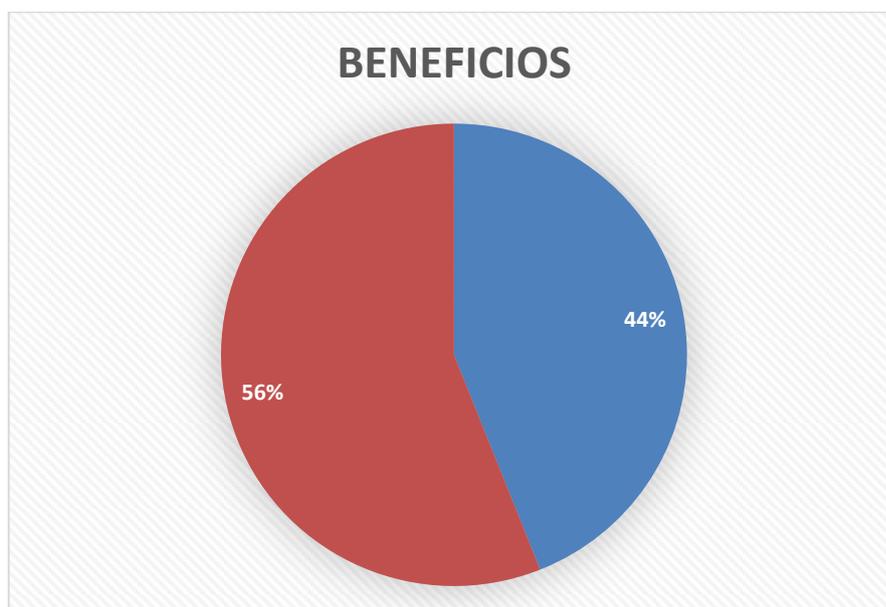
Tabla N° 11: Beneficios

BENEFICIOS	FRECUENCIA	%
SI	164	43,97%
NO	209	56,03%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 11: Beneficios



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

La mayoría de encuestados no define al karting como una fuente para liberar el estrés, sin embargo no existe mucha diferencia con los que si le consideran de tal manera, esta discrepancia se crea por falta de desconocimiento de este deporte ya que no existe en la provincia la oferta de este servicio.

8. ¿En qué horario de atención le gustaría que funcione el kartódromo?

Tabla N° 12: Horario de Atención

HORARIO DE ATENCIÓN	FRECUENCIA	%
Mañana – tarde	74	19,84%
Tarde – noche	123	32,98%
Mañana - tarde – noche	34	9,12%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

Gráfico N° 12: Horario de Atención



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

Del total de los encuestados descartando la población que es indiferente, el horario de atención que prefieren los usuarios es en la tarde y noche, esto se debe a que la mayoría de los habitantes destinan el día y parte de la tarde a sus empleos, quedando como tiempo de ocio la noche y una pequeña parte de la tarde, la cual destinarían para realizar actividades de entretenimiento.

9. ¿Qué días le gustaría que funcione el autódromo?

Tabla N° 13: Días de Atención

DÍAS DE ATENCIÓN	FRECUENCIA	%
De Domingo a Domingo	68	18,23%
De Jueves a Domingo	40	10,72%
Fines de semana y feriados	56	15,01%
Indiferente	209	56,03%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 13: Días de Atención



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador

Análisis.

La población encuestada prefiere que se de apertura al servicio desde el día jueves al domingo, ya que los otros días de inicio de semana son utilizados para sus quehaceres personales y el fin de semana destinan para actividades de esparcimiento.

10. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado el kartódromo?

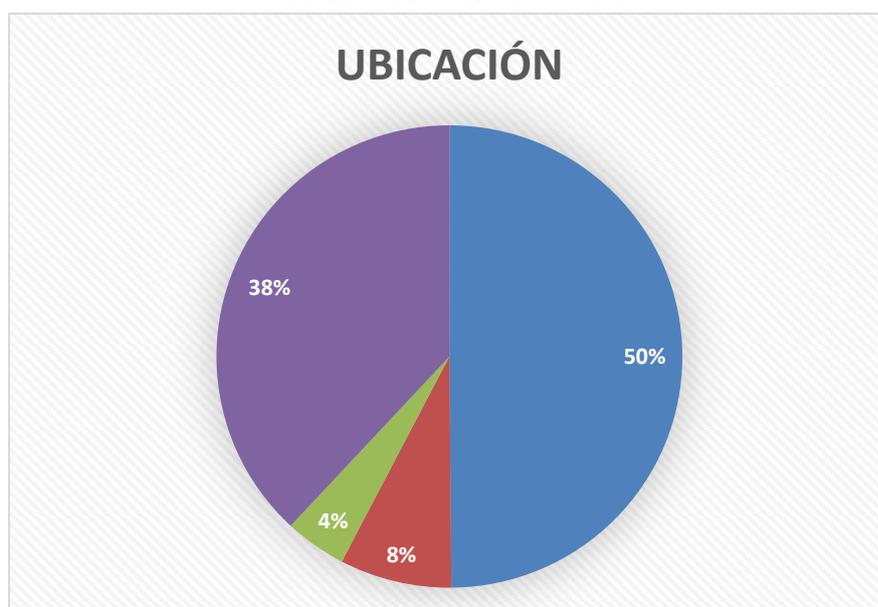
Tabla N° 14: Ubicación

UBICACIÓN	FRECUENCIA	%
El Charco	186	49,87%
Laguna del Salado	29	7,77%
La Posta	16	4,29%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 14: Ubicación



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador.2013

Análisis.

La mayor parte de encuestados que aceptan la implantación de este nuevo servicio se debe realizar el sector “El Charco”, esto se presenta al fácil acceso para todas las parroquias principalmente para las parroquias urbanas que es donde más se concentra la población.

11. ¿Cuál es su preferencia en sitios de diversión familiar?

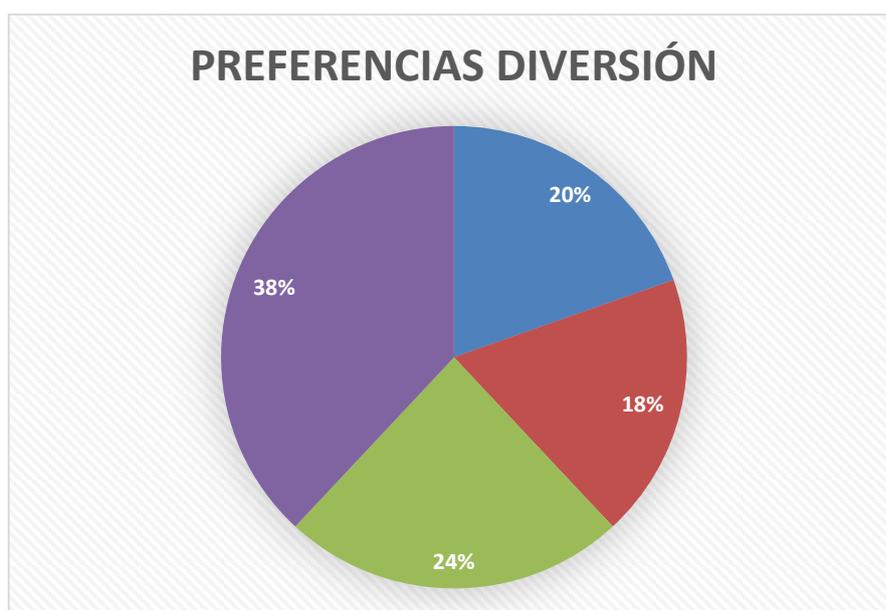
Tabla N° 15: Preferencias Diversión

PREFERENCIAS DIVERSIÓN	FRECUENCIA	%
Discotecas	73	19,57%
Escenario deportivo	69	18,50%
Balneario	89	23,86%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 15: Preferencias Diversión



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador.2013

Análisis.

En referencia a preferencia de lugares de diversión familiar no existe una diferencia notable, entre balnearios, escenarios deportivos y discotecas esto se puede dar ya que la variedad de lugares de recreación y entretenimiento es reducida y los habitantes tratan de variar cada fin de semana haciendo cosas diferentes.

12. ¿Sus ingresos son?

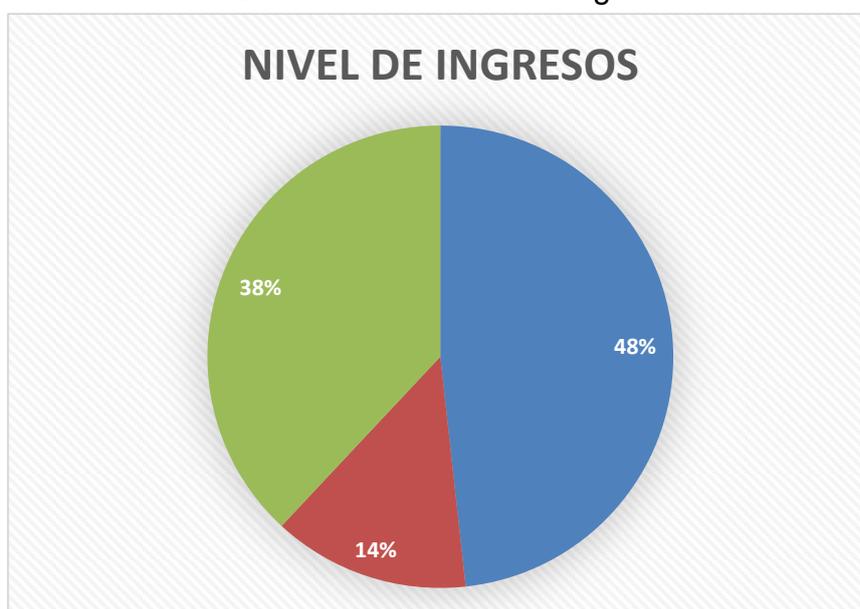
Tabla N° 16: Nivel de Ingresos

NIVEL DE INGRESOS	FRECUENCIA	%
Mensual	180	48,26%
Jornal	51	13,67%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 16: Nivel de Ingresos



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

La mayoría de personas encuestadas obtienen sus ingresos de manera mensual ya que trabajan bajo relación de dependencia lo cual restringe de cierta manera el uso del servicio ya que deben planificar y distribuir su salario para todo un mes.

13. ¿Semanalmente cuánto gasta en diversión familiar?

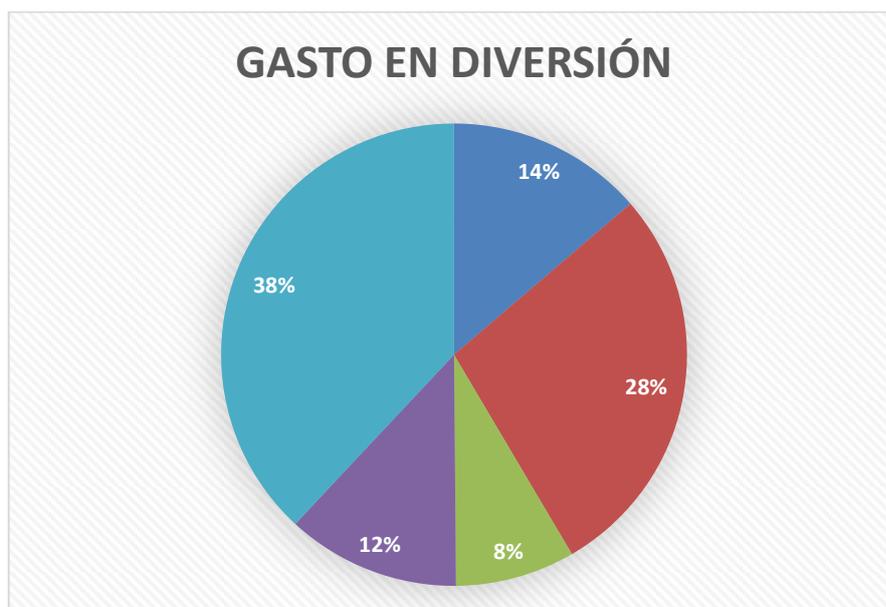
Tabla N° 17: Gasto en Diversión

GASTO EN DIVERSIÓN	FRECUENCIA	%
1 a 5 usd	51	13,67%
6 a 10 usd	104	27,88%
11 a 15 usd	31	8,31%
Más de 16 usd	45	12,06%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 17: Gasto en Diversión



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

A través de un análisis de los resultados de las encuestas se determina que la mayoría de la población gasta entre 6 a 10 dólares en diversión familiar. El monto tiene una variación debido a los distintos niveles económicos y poder de compra y número de integrantes de familia.

14. ¿Qué nombre le gustaría que lleve el kartódromo?

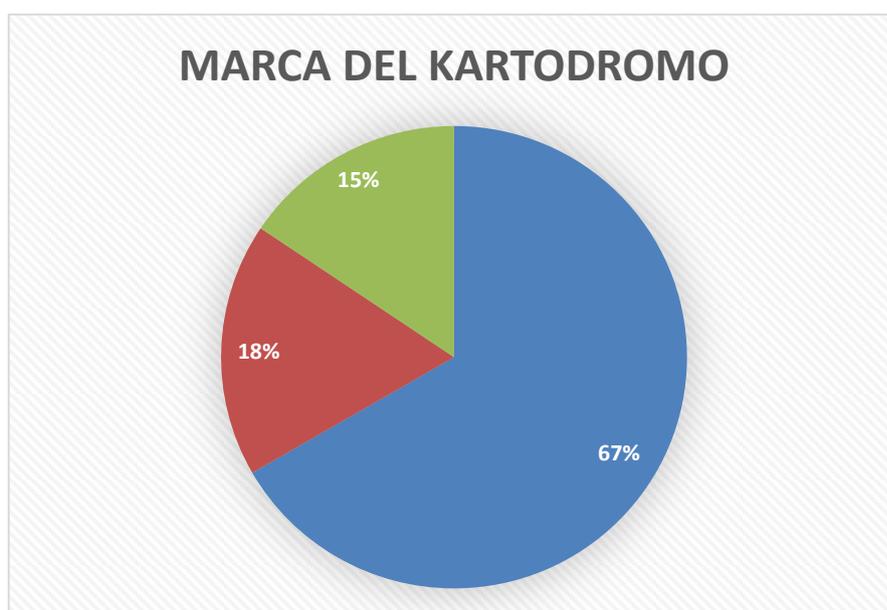
Tabla N° 18: Marca del Kartódromo

MARCA DEL KARTÓDROMO	FRECUENCIA	%
Zona Extrema	154	41,29%
High Speed club	41	10,99%
Racing Site	36	9,65%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 18: Marca del Kartódromo



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Análisis.

Se determina que el nombre para la pista de karting será “Zona Extrema” debido a que obtuvo mayor grado de aceptación ante los posibles usuarios, esto pudo darse a que es en español y facilita la comprensión de niños, jóvenes y adultos.

15. ¿En qué medio publicitario le gustaría que se promocióne el kartódromo?

Tabla N° 19: Publicidad

PUBLICIDAD	FRECUENCIA	%
Radio	157	42,09%
Vallas	9	2,41%
Votantes	22	5,90%
Internet	20	5,36%
Periódicos de mayor circulación	23	6,17%
Indiferente	142	38,07%
TOTAL	373	100%

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 19: Publicidad



FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Análisis.

A través de los resultados que arrojaron las encuestas se determina que el mejor medio de publicidad para difundir este nuevo servicio es la radio ya que es un servicio de comunicación tradicional y por ende mayor utilizado.

3.5. Demanda-Proyección de la demanda

3.5.1. Demanda potencial del servicio

Tabla N° 20: Demanda Potencial del Kartódromo

Año	PEA Cantón Montufar	TOTAL 62%
2013	12.542	7.776
2014	13.337	8.269
2015	14.183	8.793
2016	15.082	9.351
2017	16.038	9.944
2018	17.055	10.574

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

La demanda potencial anual del nuevo servicio para el primer año es de 8.269 personas, dicha información se sustenta en la pregunta número 2 de la encuesta aplicada, en la cual dicha población encuestada manifestó que el 62% desearía la existencia de un kartódromo en la ciudad de San Gabriel.

3.5.2. Proyección de la demanda

Para poder proyectar la demanda se va utilizar la tasa de crecimiento del catón Montúfar, la cual es del 0,73% (censo Inec, año 2010), y la aplicación de la siguiente fórmula.

$$DP = DA(1 + i)^n$$

Dónde:

DP = Demanda Proyectada

DA= Demanda Actual

1 = Constante

i = Tasa de Crecimiento Poblacional

n = Tiempo

Tabla N° 21: Proyección de la Demanda

Año	Mercado Meta	D. Semanal	D. Mensual	D. Anual	D. Total
2013	7.776	1	2	24	186.625
2014	8.269	1	2	24	198.457
2015	8.793	1	2	24	211.039
2016	9.351	1	2	24	224.419
2017	9.944	1	2	24	238.647
2018	10.574	1	2	24	253.777

FUENTE: Encuestas Aplicadas a la PEA de Montúfar

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

3.6. Oferta-proyección de Oferta

La oferta de este servicio es nula ya que es un nicho de mercado, por ende el servicio es innovador, oportuno y potencialmente rentable, es decir la oferta es de cero.

3.7. Demanda Insatisfecha

Tabla N° 22: Demanda Insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha
2014	0	198.457	198.457
2015	0	211.039	211.039
2016	0	224.419	224.419
2017	0	238.647	238.647
2018	0	253.777	253.777
TOTAL	0	1.126.340	1.126.340

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

3.8. Precios

El precio estimado para el primer año es de 2 dólares ya que se analizó el valor que estarían dispuestos a pagar los posibles usuarios de este nuevo servicio así como también se realizó un análisis de costos para que se

genere una mejor determinación del precio, y para su proyección se utilizó el dato de la inflación del 2012, que es del 4,16%, según datos del INEC, 2010.

Tabla N° 23: Precio Estimado

Año	Precio
2013	1,92
2014	2,00
2015	2,08
2016	2,17
2017	2,26
2018	2,35

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

3.9. Comercialización

La comercialización se realizará en forma directa, es decir del productor al consumidor y se dará a conocer el nuevo servicio por medio de la radio local a través de cuñas radiales en horarios estratégicos,

3.10. Conclusiones del estudio de Mercado.

- Finalizado el estudio de mercado se concluye que la población de la ciudad de San Gabriel necesita lugares de distracción y entretenimientos diferentes a lo existente y tradicional, en los cuales se pueda compartir momentos amenos entre familiares y amigos.
- Se determinó la posible demanda que tendrá el kartódromo, para esto se tomó en cuenta la población económicamente activa del cantón Montufar.

- Se analizó que la oferta de este servicio es nula, ya que no existen servicios similares en la ciudad y el cantón. Sin embargo existen centros de diversión y entretenimiento alternativos. Por lo que se presenta una demanda insatisfecha favorable para el proyecto.
- Para incentivar a los habitantes del cantón a utilizar ese servicio, se destinará 15 cuñas radiales semanalmente a un costo de 4,69 cada una
- Finalmente se concluye que el presente proyecto tiene una aceptación y parámetros adecuados para su implantación por lo cual se avanza al estudio técnico del proyecto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

En el este estudio técnico se presentará de qué tamaño será la nueva unidad productiva el sitio donde se ubicará, los procesos del servicio, inversión fija como: terreno, infraestructura física, equipos, implementos de protección. El estudio de mercado determinó que si existe demanda insatisfecha del servicio, con un precio razonable al alcance de los ingresos de los habitantes, obteniendo los posibles clientes que se van atender por ende se determinará la capacidad instalada y utilizada del presente estudio.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. Objetivo general

Establecer los requerimientos técnicos necesarios para definir adecuadamente la localización e ingeniería del proyecto.

4.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la macro localización y micro localización del proyecto.
- Establecer el tamaño de la nueva unidad productiva.
- Indicar los procesos de producción.
- Adjuntar el diseño de las instalaciones.
- Establecer la inversión que se necesita para instalar el proyecto.

4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de este proyecto es para satisfacer al 62% de la población que acepta la implantación de este servicio, valor que se determinó a través de la capacidad de instalada que tendrá el proyecto.

4.3.1. Inversión.

La inversión requerida para este proyecto es de 120.125,78 dólares americanos, los cuales se cubrirán con recursos propios y crédito bancario con una tasa de interés del 11% (Banco Promerica).

4.3.2. Disponibilidad de capital

Para poder brindar el servicio es necesario contar con un capital de trabajo el cual será de 6.427,78 dólares los cuales servirán para solventar los gastos de la instalación y funcionamiento de los dos primeros meses de vida del proyecto.

4.3.3. Demanda

De acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercado se tendrá una demanda anual de 186.625 usuarios la cual irá incrementando cada año.

4.3.4. Capacidad instalada

A través de un análisis se determina que la capacidad instalada es de 49.614 usuarios anualmente que corresponden aproximadamente a un 25% de la demanda insatisfecha estimando trabajar a un 80% de la capacidad instalada el primer año.

4.4. Localización.

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización por medio de métodos cualitativos, con el afán de seleccionar la opción más conveniente que maximice la rentabilidad de la inversión y minimice los costos y gasto del servicio.

4.4.1. Macrolocalización.

El kartódromo estará ubicado en el Ecuador, país que limita con Colombia al norte, con Perú al sur y al este y con el Océano Pacífico al oeste. Se situará en la región sierra, conocida como tierras altas de los Andes. En la provincia del Carchi, cantón Montúfar que cuenta con una población de 30511 habitantes.

Gráfico N° 20: Mapa de la Provincia del Carchi



FUENTE: (www.cneqarchi.gob.ec, 2013)

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

4.4.2. Micro localización.

Después de un análisis de la preferencia de ubicación del kartódromo se determinó que estará ubicado en la cabecera cantonal de Montúfar, que es la ciudad de San Gabriel, en la parroquia de San José ya que es una de las dos parroquias urbanas y por ende se concentra el mayor número de la población en el Sector conocido como “el Charco” en las calles Rosales S/N y Bolívar Guevara Córdova, ya que es un lugar frecuentado por que les permite un fácil acceso a los habitantes del cantón y visitantes ya que está cerca a dos cuadras de la panamericana norte.

Tabla N° 24: Ubicación de la Nueva Unidad Productiva

CIUDAD	PARROQUIA	CALLE PRINCIPAL	CALLE SECUNDARIA
San Gabriel	San José	Rosales	Bolívar Guevara Córdova

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

4.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Se establece fundamentos técnicos sobre los cuales se diseña y se ejecuta el proyecto, a través de un análisis de la información recopilada.

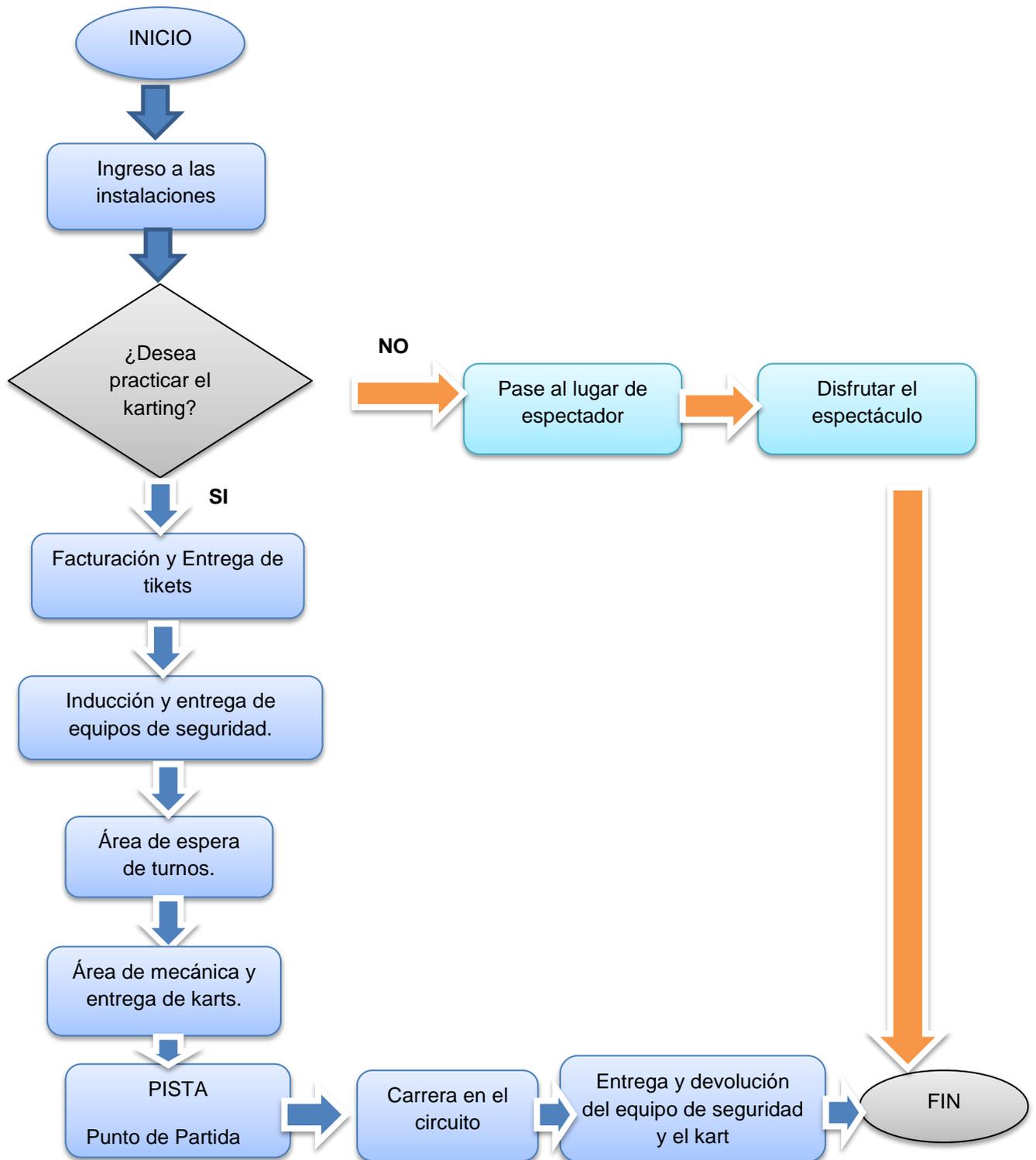
DURACIÓN DEL SERVICIO

N°	Actividades	Tiempo estimado (minutos)
1	Compra de tickets	2
2	Utilización de instrumentos de seguridad	3
3	Tiempo/Kart tres vueltas	7,2
TOTAL TIEMPO (minutos)		12,2

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

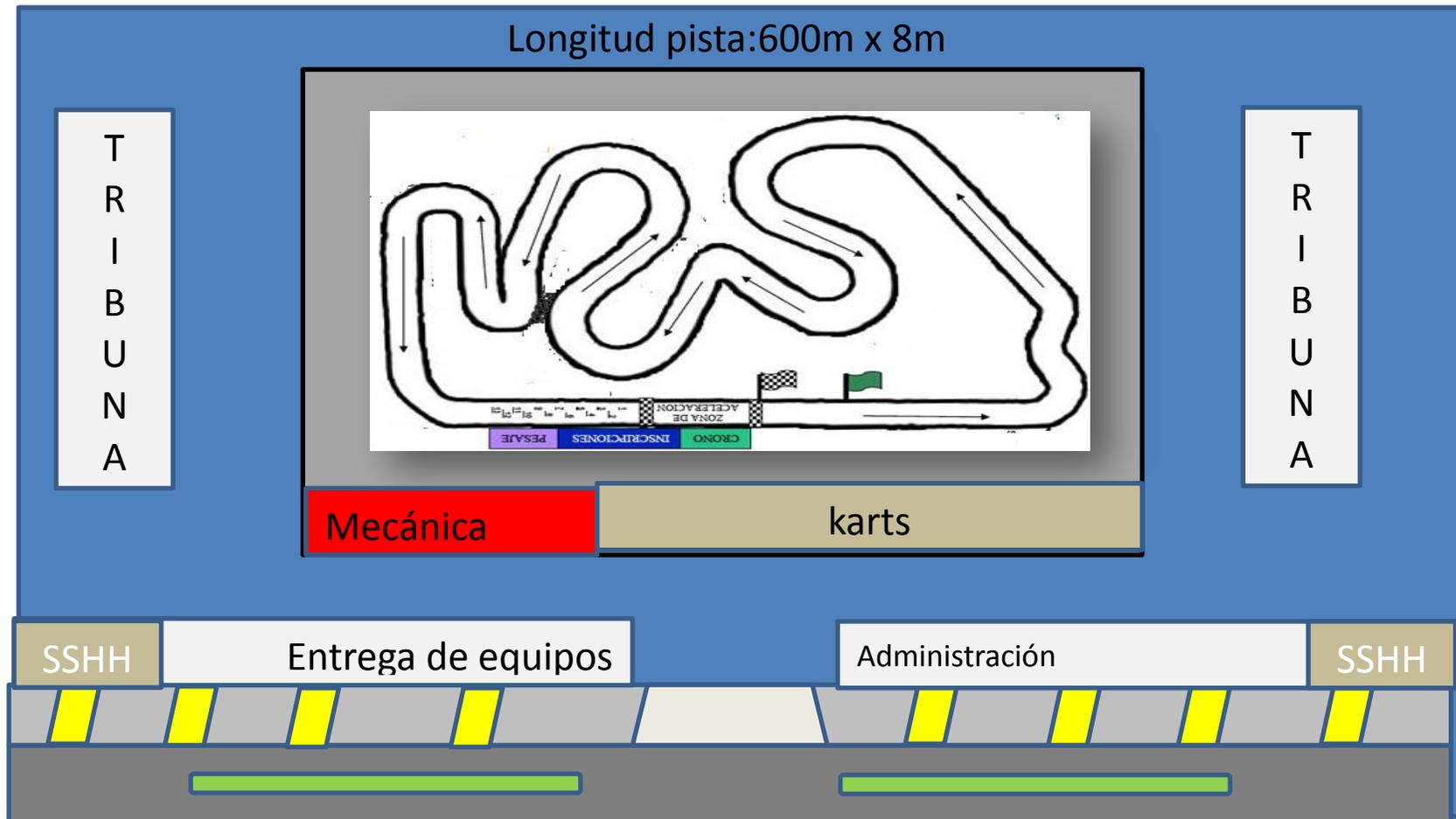
4.6. Proceso del Servicio.



FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

4.7. Diseño de Instalaciones



FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

4.8. Inversión del Proyecto

4.8.1. Inversión Fija

a) Terreno

Tabla N° 25: Costo del Terreno

Activo no Depreciable	Cantidad m2	Precio Unitario	Total
Terreno	800m ²	35,00	28 000,00
TOTAL			28 000,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

El terreno se comprará en el lugar indicado en la micro localización a un precio de 35 dólares el metro cuadrado, ya que se necesita 80m², da un total de 28 dólares por la compra del terreno.

b) Infraestructura

Tabla N° 26: Costo de la Infraestructura

Activo Depreciable	Cantidad m2	Precio Unitario	Total
Edificaciones	250m ²	45,00	11.250,00
Pista	550m ²	7,00	3.850,00
TOTAL			15.100,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Se construirá un área de 250 metros cuadrados para la oficina, las baterías sanitarias y puestos para que puedan observar los familiares o amigos con un costo de 45,00 dólares el metro² dando un total de 15.100 dólares.

c) Maquinaria y Equipo

Tabla N° 27: Maquinaria y Equipo

Maquinaria	Cantidad	Precio Unitario	Total
Karts	6	10.000,00	60.000,00
Herramientas Precursoras	1	280,00	280,00
Herramientas de Sujeción	1	200,00	200,00
Herramientas de Desmontaje	1	300,00	300,00
Herramientas Neumáticas	1	250,00	250,00
TOTAL			61.030,00
Equipo			
Indumentaria	12	530,00	6.360,00
TOTAL			67.390,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Para poder dar el servicio se necesitan 6 karts a un precio unitario de 10.000 dólares y para proteger la integridad de los clientes se necesita la indumentaria, se estima que se necesitará 12, seis para los que están en la pista y seis para los clientes en espera, además cuatro tipo de herramientas para mantenimiento preventivo a los karts, por ende se necesita una inversión de 67.390,00 dólares.

d) Muebles de Oficina

Tabla N° 28: Muebles de Oficina

Muebles de Depreciables	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorios	2	120,00	240,00
Sillas de Oficina	2	60,00	120,00
Sillas Modulares	4	70,00	280,00
Lockers	2	300,00	600,00
TOTAL			1.240,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Para equipar las oficinas se necesitan 2 escritorios a un costo de 120,00 cada uno, también es necesario dos sillas de oficina a un precio de 60,00 dólares cada una, para que los clientes estén confortables es pertinente comprar 4 sillas modulares a un costo de 70 por modulo y por último se

debe comprar dos locker a un precio de 300 dólares para poner lo indumentaria, en total da una inversión en muebles de 1240 dólares.

e) Equipo de Cómputo

Tabla N° 29: Costo del Equipo de Cómputo

Equipo de Cómputo Depreciable	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computadoras	2	484,00	968,00
Impresora	1	300,00	300,00
TOTAL			1.268,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

La necesidad de tener en orden los gastos y las ventas es pertinente obtener equipo de cómputo e impresora de dos y una respectivamente a un costo total de 1268 dólares.

f) Resumen de Activos Fijos.

Tabla N° 30: Resumen de Activos Fijos

Activos Fijos	Total
Terreno	28.000,00
Infraestructura	15.100,00
Karts, Indumentaria y Herramientas	67.390,00
Muebles de Oficina	1.240,00
Equipo de Cómputo	1.268,00
TOTAL	112.998,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

4.8.2. Inversión por Concepto de Constitución.

Tabla N° 32: Gasto de Constitución

Pago al Abogado	Cantidad	Precio Unitario	Total
Abogado (minuta, notario, patente, etc)	1	700,00	700,00
TOTAL			700,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

El gasto de constitución se hace antes de la puesta en marcha de la unidad productiva, este gasto es para legalizar la empresa, lo cual incurre en los gastos de minuta, pagar al notario, sacara patente y demás pagos.

4.8.3. Suministros de Oficina.

Tabla N°33: Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Facturas	3	7,50	22,50
Grapadora	1	5,00	5,00
Perforadora	1	4,00	4,00
Calculadora	2	20,00	40,00
Esferos	12	0,30	3,60
Lápices	6	0,25	1,50
Corrector	3	1,25	3,75
Borrador	3	0,25	0,75
Paquetes de hojas	2	3,50	7,00
Capetas de cartón	12	0,30	3,60
Caja de clips	3	1,00	3,00
Caja de grapas	3	1,00	3,00
TOTAL			97,70

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Se estima un gasto de 97,70 dólares en suministros de oficina ya que la mayoría de procesos son operativos el costo es bajo.

4.8.4. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo del presente proyecto se conformará de los siguientes costos de producción: costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y ventas.

Costos de producción.

Estos costos nos permiten conocer en forma desagregada cada componente del servicio se va a prestar.

Costos indirectos de fabricación.

Para brindar un buen servicio en el kartódromo se necesita de los siguientes costos indirectos: Se necesitara anualmente 3.359,25 en materiales indirectos par a brindar el servicio, 13.190,45 dólares para pago salarios a los 3 operarios y se estima utilizar 250 kw de energía eléctrica de costo indirecto en el proceso con un valor de 20,83 dólares.

Tabla N° 34: Cuadro resumen - costos de producción

Detalle	Valor Anual
Materiales Indirectos	3.722,69
Mano de Obra	13.190,45
CIF	20,83
TOTAL	16.933,97

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Gastos administrativos.

Se estima un pago anual de 6.594,00 al gerente y 4193,78 a la contadora-secretaria, en este proceso se estima un gastos de energía eléctrica ya que es indispensable para cumplir con el proceso.

Tabla N° 35: Cuadro resumen de gastos administrativos.

Detalle	Valor Anual
Remuneraciones	13.696,45
CIF	66,99
Suministros de Oficina	97,70
TOTAL	13.861,14

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Gastos de ventas.

Se aplicara publicidad con cuñas radiales detalladas en el estudio de mercado con un total de 720 spot anuales. Y se necesitara 1 personas para ventas de los tickets.

Tabla N° 36: Cuadro resumen - gastos de ventas

Detalle	Valor Anual
Remuneración	4.396,82
Publicidad	3.374,78
TOTAL	7.771,60

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

El capital de trabajo establece lo que se necesita para comenzar con el proyecto, donde se incluye los costos del servicio (mano de obra directa, costos de los insumos y costos indirectos del servicio), los gastos administrativos (mano de obra indirecta, materiales de oficina y pago de servicios básicos) y los gastos de ventas (mano de obra de ventas, publicidad), por lo cual será de 6.427,78 dólares.

Tabla N° 37: Cuadro resumen – Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Valor Anual	Valor para dos meses
Costos de Producción	16.933,97	2.822,33
Gastos Administrativos	13.861,14	2.310,19
Gastos de Ventas	7.771,60	1.295,27
TOTAL	38.566,70	6.427,78

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

4.8.5. Inversión del Proyecto.

Tabla N° 318: Inversión del Proyecto

Inversión	Total	%
Activos Fijos	112.998,00	94%
Activos diferidos	700,00	1%
Capital de Trabajo	6.427,78	5%
TOTAL INVERSIÓN	120.125,78	100%

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

4.8.6. Financiamiento del Proyecto.

Tabla N° 39: Financiamiento del Proyecto

Inversión Total del Proyecto	Monto	Porcentajes
Capital Propio	60.125,78	50%
Crédito	60.000,00	50%
TOTAL	120.125,78	100%

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Para poner en marcha la empresa se necesita una inversión de 120.125,78 dólares, lo cual se financiará una parte con capital propio con la alianza de 5 socios como mínimo y además se necesita pedir un préstamo al Banco Promerica.

4.8.7. Mano de Obra.

Tabla N° 40: Financiamiento del Proyecto

Detalle	Cantidad	Salario Mensual	Salario Anual
Departamento Administrativo			
Gerente	1	549,50	6.594,00
Contadora Secretaria	1	349,48	4.193,78
Departamento de Comercialización			
Cajero	1	279,94	3.359,25
Área del Servicio			
Operarios	3	839,81	10.077,74
TOTAL	6	2.018,73	24.224,77

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

El presente proyecto para su puesta en marcha requerirá de un total de seis personas, mismas que se encontrarán distribuidas en las diversas áreas de la unidad económica.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. INTRODUCCIÓN.

Este capítulo es el más importante del proyecto ya que nos brinda fundamentos económicos para su implantación, en el cual se examina toda la información recopilada para realizar presupuestos y proyecciones para la vida útil del proyecto.

5.2. OBJETIVO GENERAL.

Realizar la evaluación económica en la cual se permita establecer la rentabilidad del proyecto.

5.3. Proyección de Ingresos.

Tabla N° 41: Proyección de Ingresos

RUBRO	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Uso de Karts					
Cantidad	39.691	44.653	49.614	49.614	49.614
Precio	2,00	2,08	2,17	2,26	2,35
Valor	79.377,71	93.014,80	107.649,13	112.127,34	116.791,83
TOTAL	79.377,71	93.014,80	107.649,13	112.127,34	116.791,83

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Se establece que se podrá atender a 39.691 clientes en el primer año, lo que corresponde al 80% de la capacidad instalada, además se estima que el tiempo de uso de un kart durará tres vueltas en 7,2 minutos aproximadamente, por ende se atenderá 240 clientes por día, en vista de que se atenderá los días jueves, viernes, sábado y domingo se espera a 960 clientes por semana, finalmente al considerar 52 semanas en el año, se establece tener 49.920 clientes anualmente, representando el 100% de la capacidad instalada, sin embargo el presente proyecto cubrirá el 25% de la demanda insatisfecha la cual es de 198.457.

5.4. Proyección de Egresos.

5.4.1. Costos Directos del Servicio

a) Mantenimiento

Tabla N° 42: Mantenimiento

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Gasolina en Galones	2.233	2.512	2.791	2.791	2.791
Precio	1,52	1,58	1,65	1,72	1,79
Total de la Gasolina	3.395,26	3.978,56	4.604,52	4.796,07	4.995,59
Aceite	14	16	18	18	18
Precio	22,92	23,87	24,86	25,90	26,97
Total de Aceite	327,43	383,69	444,05	462,53	481,77
Total de Mantenimiento	3.722,69	4.362,25	5.048,58	5.258,60	5.477,35

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013.

Para poner en funcionamiento al karts es necesario gasolina y aceite a un costo estimado de 3.722,69 dólares para el primer año.

b) Mano de Obra Directa.

Para el cálculo de la mano de obra en general se necesita saber cuál es la tasa de crecimiento de del sueldo, por tal motivo se investigó los últimos cinco sueldos históricos.

Tabla N° 43: Sueldos Históricos

Años	Sueldos Históricos
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292
2013	318
Tasa de Crecimiento	0,099

FUENTE: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Último Dato}}{\text{Primer Dato}}} - 1$$

$$i = \sqrt[5-1]{\frac{218}{318}} - 1$$

$$i = 1,09898$$

$$i = 0,099$$

Tabla N° 44: Salario Básico Unificado

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Operarios	3.359,25	3.691,81	4.057,30	4.458,98	4.900,41
TOTAL	10.077,74	11.075,44	12.171,91	13.376,93	14.701,24

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

El salario de los tres operarios será de 279,94 dólares por cada uno de ellos, porque se trabajará solo cuatro días a la semana (jueves, viernes, sábado y domingo), además se tomó en cuenta el 50% del salario básico unificado del año 2013 y la respectiva tasa de crecimiento.

Tabla N° 45: Costo Total de la Mano de Obra Directa

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	10.077,74	11.075,44	12.171,91	13.376,93	14.701,24
Aporte Patronal 12,15%	1.224,45	1.345,67	1.478,89	1.625,30	1.786,20
Fondos de Reserva		922,95	1.014,33	1.114,74	1.225,10
13° Sueldo	839,81	922,95	1.014,33	1.114,74	1.225,10
14° Sueldo	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68	1.529,46
TOTAL	13.190,45	15.419,25	16.945,76	18.623,39	20.467,10

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

El costo total de la mano de obra en el primer año será de 13.190,45 dólares.

c) Costos Indirectos del Servicio.

Tabla N° 4326: Costos Indirectos del Servicio

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Energía eléctrica					
Cantidad (kw)	250	281	313	313	313
Precio	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Valor	20,83	24,41	28,25	29,43	30,65

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Es necesario tener luz en la pista para que este más llamativo para los potenciales clientes a un costo estimado de 20,83 dólares.

5.4.2. Gastos Administrativos

a) Sueldo del Personal Administrativo

Tabla N° 47: Salario del Personal Administrativo

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	6.594,00	7.246,81	7.964,24	8.752,70	9.619,22
Contadora Secretaria	4.193,78	4.608,97	5.065,26	5.566,72	6.117,82
TOTAL	10.787,78	11.855,77	13.029,50	14.319,42	15.737,04

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Tabla N° 48: Gasto Total del Personal Administrativo

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	10.787,78	11.855,77	13.029,50	14.319,42	15.737,04
Aporte Patronal 12,15%	1.310,72	1.440,48	1.583,08	1.739,81	1.912,05
Fondos de Reserva		987,98	1.085,79	1.193,28	1.311,42
13° Sueldo	898,98	987,98	1.085,79	1.193,28	1.311,42
14° Sueldo	698,96	768,16	844,21	927,79	1.019,64
TOTAL	13.696,45	16.040,38	17.628,37	19.373,58	21.291,57

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Se utilizó la tasa de crecimiento de 0,099 con lo cual se calcula que se gastará en el gerente y secretaria contadora un total de 13.696,45 dólares.

b) Gastos Generales de Administración

Tabla N° 49: Gastos de Luz y Agua

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Energía eléctrica					
Cantidad (kw)	120,00	135,00	150,00	150,00	150,00
Precio	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Valor	10,00	11,72	13,56	14,12	14,71
Agua Potable					
Cantidad (m3)	100	113	125	125	125
Precio	0,57	0,59	0,62	0,64	0,67
Valor	56,99	66,78	77,29	80,50	83,85
TOTAL	66,99	78,50	90,85	94,63	98,56

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

El personal y los clientes necesitan estar con todas las comodidades del caso, para ello se necesita pagar de luz y agua en las instalaciones administrativas se calcula que se pagará un total de 66,99 dólares.

c) Suministros de oficina

Tabla N° 50: Gastos de Luz y Agua

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Suministros de Oficina	97,70	101,76	106,00	110,41	115,00
TOTAL	97,70	101,76	106,00	110,41	115,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

5.4.3. Gastos de Ventas

a) Sueldo del Personal de Ventas

Tabla N° 51: Salario del Personal de Ventas

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Cajero	3.359,25	3.691,81	4.057,30	4.458,98	4.900,41
TOTAL	3.359,25	3.691,81	4.057,30	4.458,98	4.900,41

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Tabla N° 52: Gasto Total del Personal de Ventas

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	3.359,25	3.691,81	4.057,30	4.458,98	4.900,41
Aporte Patronal 12,15%	408,15	448,56	492,96	541,77	595,40
Fondos de Reserva		307,65	338,11	371,58	408,37
13° Sueldo	279,94	307,65	338,11	371,58	408,37
14° Sueldo	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
TOTAL	4.396,82	5.139,75	5.648,59	6.207,80	6.822,37

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Se necesita un cajero para que venda los boletos que autoricen subir al kart, se calcula un monto estimado de 4.396,82 dólares.

b) Gasto de Radio y Televisión

Tabla N° 53 Gastos de Ventas

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Cuñas radiales					
Cantidad	720,00	960,00	1.200,00	1.440,00	1.680,00
Precio	4,69	4,88	5,09	5,30	5,52
Valor	3.374,78	4.686,90	6.102,34	7.627,44	9.268,87
TOTAL	3.374,78	4.686,90	6.102,34	7.627,44	9.268,87

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Se necesitara dar a conocer el servicio que se está brindando para ello es pertinente mandar spots publicitarios en la radio de la localidad por 3.374,78 dólares.

5.5. Tabla de Amortización del Préstamo

Tabla N° 54: Datos Básicos del Préstamo

Interés	11%
Plazo	5
Crédito	60.000,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Tabla N° 55: Tabla de Amortización

N°	Saldo Capital	Pago Principal	Interés	Amortización	Saldo
1	60.000,00	12.000,00	6.600,00	18.600,00	48.000,00
2	48.000,00	12.000,00	5.280,00	17.280,00	36.000,00
3	36.000,00	12.000,00	3.960,00	15.960,00	24.000,00
4	24.000,00	12.000,00	2.640,00	14.640,00	12.000,00
5	12.000,00	12.000,00	1.320,00	13.320,00	0,00
TOTAL		60.000,00	19.800,00	79.800,00	

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Se solicitará un préstamo de 60.000,00 dólares al Banco Promerica, mediante un crédito comercial dejando como respaldado los activos fijos que se compraran para la empresa.

5.6. Depreciación del Activos

Tabla N° 336: Tabla de Depreciaciones de Activos Fijos

RUBRO	Valor del activo	DEPRECIACIÓN ANUAL				
		2014	2015	2016	2017	2018
Edificio y obras civiles	15.100,00	717,25	717,25	717,25	717,25	717,25
Maquinaria y equipo	67.390,00	6.065,10	6.065,10	6.065,10	6.065,10	6.065,10
Muebles y enseres	1.240,00	111,60	111,60	111,60	111,60	111,60
Equipo de cómputo	1.268,00	281,79	281,79	281,79		
TOTAL	84.998,00	7.175,74	7.175,74	7.175,74	6.893,95	6.893,95

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Se deprecia los activos fijos a diez, veinte y tres años respectivamente, con un porcentaje de salvamento diferenciado para cada activo.

5.7. Resumen de Egresos Proyectados

Tabla N° 57: Resumen de Egresos Proyectados

RUBROS	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Costos de Producción	16.933,97	19.805,91	22.022,59	23.911,41	25.975,11
Gastos Administrativos	13.861,14	16.220,64	17.825,22	19.578,62	21.505,13
Gastos de Ventas	7.771,60	9.826,65	11.750,93	13.835,24	16.091,24
Subtotal	38.566,70	45.853,20	51.598,74	57.325,27	63.571,48
Gastos Financieros	6.600,00	5.280,00	3.960,00	2.640,00	1.320,00
Gastos de Depreciación	7.175,74	7.175,74	7.175,74	6.893,95	6.893,95
Subtotal	52.342,44	58.308,94	62.734,48	66.859,22	71.785,43
Imprevistos (5%)	2.617,12	2.915,45	3.136,72	3.342,96	3.589,27
TOTAL	54.959,57	61.224,39	65.871,20	70.202,18	75.374,70

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

5.8. Balance de Situación Financiera

Tabla N° 58: Balance de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE	6.427,78	PASIVO CORRIENTE	60.000,00
Caja – Bancos	6.427,78	Pasivo a largo plazo	60.000,00
Activo Fijo	112.998,00	PATRIMONIO	60.125,78
		Capital social	60.125,78
Activo Diferido	700,00		
TOTAL ACTIVO	<u>120.125,78</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>120.125,78</u>

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

5.9. Estado de Resultados

Tabla N° 59: Estado de Resultados

RUBROS	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos					
Ingresos Operacionales	79.377,71	93.014,80	107.649,13	112.127,34	116.791,83
(-) Costo de producción	16.933,97	19.805,91	22.022,59	23.911,41	25.975,11
= UTILIDAD BRUTA	62.443,74	73.208,89	85.626,55	88.215,92	90.816,72
(-) Gastos Administrativos	13.861,14	16.220,64	17.825,22	19.578,62	21.505,13
(-) Gastos de Ventas	7.771,60	9.826,65	11.750,93	13.835,24	16.091,24
(-) Gastos Financieros	6.600,00	5.280,00	3.960,00	2.640,00	1.320,00
(-) Gastos de Depreciación	7.175,74	7.175,74	7.175,74	6.893,95	6.893,95
= UTILIDAD OPERACIONAL	27.035,27	34.705,86	44.914,65	45.268,12	45.006,41
(-) 15% Participación de trabajadores	4.055,29	5.205,88	6.737,20	6.790,22	6.750,96
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	22.979,98	29.499,98	38.177,46	38.477,90	38.255,45
(-)22% Impuesto a la renta	5.055,60	6.490,00	8.399,04	8.465,14	8.416,20
UTILIDAD NETA	17.924,38	23.009,99	29.778,42	30.012,76	29.839,25

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

5.10. Flujo de Caja Proyectado

Tabla N° 60: Flujo de Caja Proyectada

RUBROS	AÑOS					
	0	2014 1	2015 2	2016 3	2017 4	2018 5
Inversión	120.125,78					
Utilidad Operacional		27.035,27	34.705,86	44.914,65	45.268,12	45.006,41
(+) Depreciaciones		7.175,74	7.175,74	7.175,74	6.893,95	6.893,95
(-) Reinversión					1.492,53	
(-) Utilidad a Trabajadores		4.055,29	5.205,88	6.737,20	6.790,22	6.750,96
(-) Impuestos		5.055,60	6.490,00	8.399,04	8.465,14	8.416,20
(+) Recuperación de la Inversión						
Terreno						28.000,00
Edificio y obras civiles						9.060,00
Maquinaria y equipo						6.739,00
Muebles y enseres						248,00
(+) Capital de Trabajo						5.142,23
FLUJO NETO DE CAJA	120.125,78	25.100,12	30.185,73	36.954,16	35.414,18	85.922,43

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

5.11. Determinación del Costo de Oportunidad

Tabla N° 61: Determinación del Costo de Oportunidad

	Valor	Ponderación (%)	Interés (%)	Tasa interés TOTAL
Capital Propio	60.125,78	50,05%	4,53%	2,27%
Crédito	60.000,00	49,95%	11,0%	5,49%
TOTAL	120.125,78	100,00%		7,76%

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

CK = Costo de Oportunidad = 7,76%

Rp = Tasa de inflación – Año 2012 ; = 4,16%

$$i = (1 + CK)(1 + Rp)$$

$$i = (1 + 7,76)(1 + 4,16)$$

$$i = 11,92\%$$

5.12. Evaluación Financiera

5.12.1. Cálculo del Valor Actual Neto

Por medio del VAN se determina el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en este periodo, descontado a la tasa de redescuento del 11,92%

Tabla N° 62: Cálculo del Valor Actual Neto

Años	Flujos Neto Caja	Flujos Netos Actualizados
2014	25.100,12	22.426,84
2015	30.185,73	24.098,29
2016	36.954,16	26.359,68
2017	35.414,18	22.570,77
2018	85.922,43	48.929,19
TOTAL		144.384,78

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$VAN = \sum FNA - Inversión.$$

$$VAN = 144.384,78 - 120.125,78$$

$$VAN = 24.259,00$$

5.12.2. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR

Para obtener un VAN negativo se aplicará una tasa del 19%.

Tabla N° 63: VAN negativo

Años	Flujo Neto Caja	Flujos Netos Actualizados
2014	25.100,12	21.092,54
2015	30.185,73	21.316,10
2016	36.954,16	21.929,18
2017	35.414,18	17.659,95
2018	85.922,43	36.005,74
TOTAL		118.003,51

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$TIR = Tasa Inferior + (Tasa Superior - Tasa Inferior) \left[\frac{VAN Tasa Inferior}{VAN Tasa Inferior - VAN Tasa Superior} \right]$$

$$TIR = 11,92\% + (19\% - 11,92\%) \left(\frac{23.685,30}{23.685,30 - (-2.683,22)} \right)$$

$$TIR = 17,07\%$$

La TIR calculada es de 17% y es mayor a la tasa del costo de oportunidad estableciendo la factibilidad del proyecto.

5.12.3. Relación Beneficio Costo

Este índice refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, estableciendo por cada dólar invertido recupero 0,20 centavos.

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

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{144.384,78}{120.125,78} = 1,20$$

5.12.4. Relación Ingresos Egresos

Tabla N° 64: Relación ingresos Egresos

Año	Ingresos	Egresos	I. Acumulados	E. Acumulados
2014	79.377,71	52.342,44	70.922,60	46.767,06
2015	93.014,80	58.308,94	74.254,74	46.548,67
2016	107.649,13	62.734,48	76.783,63	44.747,05
2017	112.127,34	66.859,22	71.458,79	42.609,40
2018	116.791,83	71.785,43	66.503,22	40.875,82
			359.922,98	221.548,00

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$\text{Ingresos Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos Egresos} = \frac{359.922,98}{221.548,00}$$

$$\text{Ingresos Egresos} = 1,62$$

La relación ingresos-egresos es de 1,62 lo que representa que por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de 0,62 centavos.

5.12.5. Periodo de recuperación de la inversión.

Tabla N° 65: Periodo de recuperación de la inversión

Años	Flujos Netos Actualizados	Flujos Netos Acumulados
2014	22.426,84	22.426,84
2015	24.098,29	46.525,13
2016	26.359,68	72.884,82
2017	22.570,77	95.455,59
2018	48.929,19	144.384,78

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Inversión – Años

Años = 4 años = 95.455,59

Inversión - Meses

Meses = $\frac{48.929,19}{12} = 4.077,43 \times 6 = 24.464,59$

$95.455,59 + 24.464,59 = 119.920,19$

$120.125,78 - 119.920,19 = 205,60$

Inversión - Días

Días = $\frac{48.929,19}{365} = 134,05$

$\frac{205,60}{134,05} = 2$

El periodo de recuperación de la inversión será en: 4 años, 6 meses y 2 días

4 años	95.455,59
6 meses	24.464,59
6 días	205,60
INVERSIÓN	120.125,78

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

5.12.6. Punto de Equilibrio

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE = \frac{34581,08}{1 - \left(\frac{9061,29}{151576,10}\right)}$$

Tabla N° 66: Punto de Equilibrio

DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	13.861,14	16.220,64	17.825,22	19.578,62	21.505,13
Gastos de Ventas	7.771,60	9.826,65	11.750,93	13.835,24	16.091,24
Gastos Financiero	6.600,00	5.280,00	3.960,00	2.640,00	1.320,00
Gastos de depreciación	7.175,74	7.175,74	7.175,74	6.893,95	6.893,95
TOTAL COSTOS FIJOS	35.408,48	38.503,03	40.711,89	42.947,80	45.810,32
COSTOS VARIABLES					
Costos de producción	19.551,09	22.721,36	25.159,31	27.254,37	29.564,38
TOTAL COSTOS VARIABLES	19.551,09	22.721,36	25.159,31	27.254,37	29.564,38
TOTAL CF + CV	54.959,57	61.224,39	65.871,20	70.202,18	75.374,70

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

RUBROS	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
Costo fijo total	35.408,48	38.503,03	40.711,89	42.947,80	45.810,32
Costo variable total	19.551,09	22.721,36	25.159,31	27.254,37	29.564,38
Cantidad producto	39.691	44.653	49.614	49.614	49.614
Costo variable unitario	0,49	0,51	0,51	0,55	0,60
Precio de venta	2,00	2,08	2,17	2,26	2,35
Punto de Equilibrio (uso)	23.491	24.458	24.487	25.106	26.057
Punto de Equilibrio (\$)	46.979,82	50.948,59	53.128,98	56.739,19	61.337,01

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Nombre o Razón Social

Gráfico N° 21: Logo



ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 22: Nombre

ZONA
EXTREMA

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Gráfico N° 23: Marca



ZONA
EXTREMA

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

Descripción de la microempresa.- La empresa “ZONA EXTREMA”, será una empresa que brinde servicios de kart; con las debidas protecciones y cuidados que se requiere para este tipo de negocio, ayudara de forma directa a mejorar las relaciones interpersonales entre los miembros de la familia y estrechar los lazos de amistad de amigos.

La constitución de la empresa “ZONA EXTREMA” será de una sociedad limitada, dicha empresa deberá realizar los procesos que exige la ley, para lo cual se debe pagar a un abogado para que realice todos estos trámites como: permisos de funcionamiento, permisos del municipio y no requiere el registro en la superintendencia de compañías.

6.2. Misión

Zona Extrema, empresa dedicada a brindar servicios de karting con seguridad, calidad y calidez, contribuyendo al mejoramiento del buen vivir de los/as San Gabrieleños/as, generando confianza, que apunten a un desarrollo social.

6.3. Visión

En el año 2018 Zona Extrema, será líder y ejemplo en la ciudad de San Gabriel, de una organización técnica, que articule los recursos disponibles, con enfoques creativos y alianzas estratégicas, que busca la excelencia y la innovación siendo transparente y autosustentable, dirigida por un dinámico grupo de trabajadores.

6.4. Principios y Valores

VALORES:

Justicia

Honradez

Humildad
Honestidad
Amistad
Solidaridad
Fidelidad
Igualdad
Respeto
Tolerancia

PRINCIPIOS:

Democracia
Crítica
Aprendizaje
Humanismo
Protección al medio ambiente

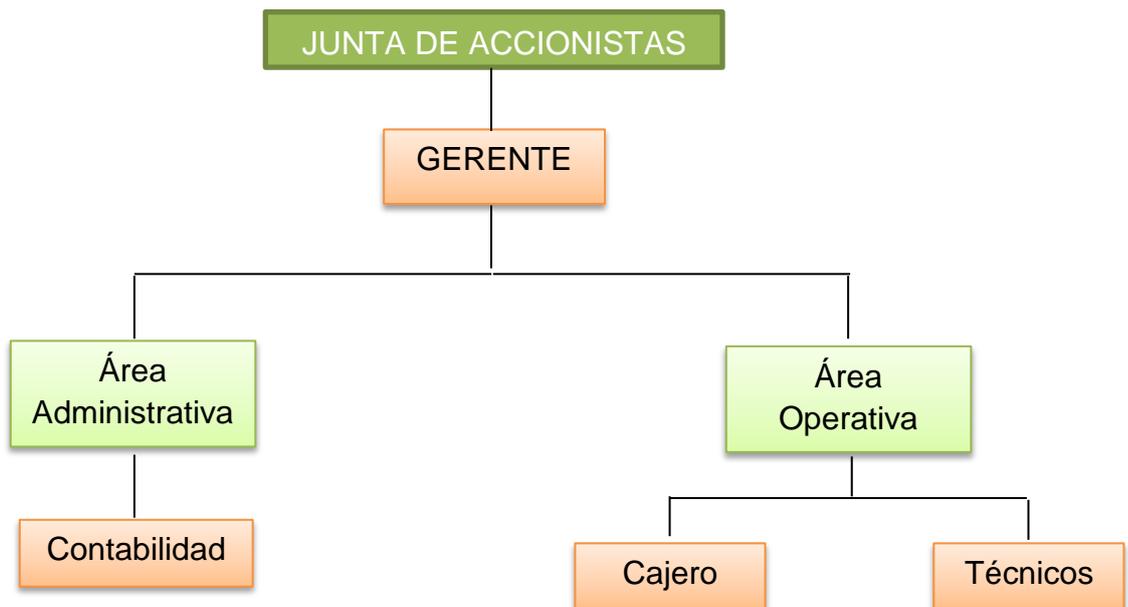
6.5. Políticas Institucionales

- La empresa “Zona Extrema” cumplirá a cabalidad los requisitos del cliente para su seguridad.
- El personal que labora en la empresa se comprometerá a cumplir la misión, visión y políticas de la empresa.
- Los recursos disponibles que cuente la microempresa deberán ser utilizados de la mejor manera.
- Promover el desarrollo personal y profesional, mediante los programas de capacitación continua.
- Promover la prevención de accidentes de trabajo y a la preservación de la salud de sus empleados y clientes.

6.6. Estructura Organizacional

La microempresa se maneja una estructura organizacional vertical con la finalidad de ser dividido el trabajo de una manera equitativa y justa para los colaboradores en base a sus funciones. Con la aplicación de una estructura organizacional se podrá alcanzar lo planteado por la empresa “Zona Extrema”, de una manera efectiva se distribuirá el tiempo ocioso dentro de los trabajadores; ya que es una entidad con fines de lucro; se pretende llegar a la coordinación mutua donde los trabajadores y propietarios tengan una comunicación clara y oportuna entre sí para evitar malos entendidos.

Gráfico N° 24: Organigrama Estructural



ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

6.7. Funciones

6.7.1. Asamblea

La Asamblea General de socios es el organismo supremo sus decisiones adoptadas de conformidad con lo estipulado en la escritura. Los socios pueden concurrir por si mismos o por medio de un representante debidamente autorizado a través del poder otorgado. El mandato de una asamblea se otorgara por documento privado dirigido al representante legal de la compañía. Cada año dentro de los tres primeros meses, deberá reunirse una asamblea general ordinaria de socios, cuando fuere debidamente convocado de acuerdo a este estatuto, se reunirá en cualquier tiempo una asamblea general extraordinaria de socios. La asamblea se entenderá convocada y quedará constituida en cualquier lugar dentro del territorio nacional para tratar cualquier asunto siempre que estén presentes el 51% de los socios y haya unanimidad para la celebración de la asamblea y para el orden del día de la misma.

6.7.2. Gerencia

Funciones del Gerente:

- a) Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa en cumplimiento de las políticas adoptadas por “Zona Extrema”.
- b) Presentar a los trabajadores los planes que se requieran para desarrollar los programas de la empresa en cumplimiento de las políticas adoptadas.
- c) Someter a la aprobación de proyecto de presupuesto de ingresos y gastos de cada proceso fiscal, así como los estados financieros periódicos de la empresa, en las fechas señaladas.

- d) Presentar a sus colaboradores los planes a desarrollarse a corto, mediano y largo plazo.
- e) Deberá conocer, diseñar, aplicar y evaluar estrategias de mercadotecnia, finanzas, producción y mejoramiento humano.
- f) Interpretar y utilizar adecuadamente información financiero-administrativa, como base para la toma de decisiones.
- g) Estructurar planes y programas de auditoria administrativa, ejecutar y emitir los correspondientes informes de acuerdo a las Normas de Auditoria Generalmente Aceptadas.

Requisitos:

- Poseer un título universitario en los campos de Ingeniería Financiera, Administración de Empresas, Contabilidad Superior y Auditoria.
- Cursar una edad entre 23 y 45 años
- Contar con experiencia mínima de 1 año.
- Tener capacidades de negociación.

6.7.3. Contador(a) Secretaria(o)

Funciones:

- a) Desarrollar y mantener relaciones productivas y respetuosas con los demás proporcionando un marco de responsabilidad compartida.
- b) Reconocer la interdependencia entre su trabajo y el de otras personas.
- c) Coordinar y llegar al cumplimiento de la planificación elaborada por el gerente de la empresa.
- d) Organizar y coordinar todas las actividades contables para la obtención de estados financieros que determinen la rentabilidad o pérdida obtenida durante el periodo contable.
- e) Ejecutar políticas contables que aseguren el cumplimiento de los principios de contabilidad generalmente aceptados.

- f) Elaborar y controlar el cumplimiento presupuestario y de costos, establecido por la microempresa.
- g) Revisará reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores.

Requisitos:

- Nivel académico superior
- Poder manejar programas básicos
- Experiencia mínima de 1 año como contador de una empresa.
- Manejo Avanzado del Sistema Operativo Windows y de herramientas como Word, Excel y Power Point.
- Conocimientos de manejo de personal.
- Habilidad numérica.
- Capacidad de trabajo bajo presión.

6.7.4. Operarios.

Funciones:

- a) Tener un grado de conocimiento básico en relación a todos los tipos de karts.
- b) Habilidad para arreglar y reparar los karts.
- c) Debe ser eficaz en el uso de un vehículo.
- d) Comunicación excelente y habilidades que escuchan, y la capacidad de interpretar los requisitos de un cliente.
- e) En el área de servicio se debe añadir valor agregado a través de los equipos ya establecidos en los departamentos anteriores.

Requisitos:

- Estudiante de los últimos niveles de mecánica.

- Experiencia en la utilización de vehículos.
- Capacidad para leer e interpretar documentos tales como reglas de seguridad, instrucciones de operación y mantenimiento y manuales de procedimientos.
- Edad de 20 a 23 años

6.7.5. Cajero(a)

Funciones:

- a) Colaborar en actividades de traspaso, pedidos y devoluciones.
- b) Involucrarse activamente en labores de exhibición y reacomodo de los vehículos, con el fin de llamar la atención de los clientes y lograr aumentar el margen de ventas.
- c) Conocer los servicios de la empresa y a qué mercado va dirigido.
- d) Brindar plena satisfacción en el servicio y atención a los clientes, logrando en ellos lealtad y preferencia.
- e) Orientar al cliente en su decisión de utilizar el servicio y en la ubicación de la mercadería, mostrando los implementos detalladamente cuando éste lo solicite.
- f) Sugerir al supervisor cambios físicos en el departamento asignado con el fin de darle mayor movilidad al servicio.
- g) Agradecer al cliente su visita una vez que se le haya atendido.

Requisitos:

- Cursar los últimos niveles de marketing.
- Conocimientos de técnicas de ventas.
- Cursos de Servicio al Cliente.
- Actitud de servicio.
- Experiencia mínima.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

El presente capítulo constituye un análisis detallado de los aspectos positivos y negativos del proyecto, mismo que generará en diferentes áreas o ámbitos. De las variadas metodologías existentes para realizar análisis de impactos, se escogió la más se adaptada al contexto de la presente investigación. Los posibles impactos que se espera de la ampliación en la investigación son: Económico, Social, Cultural, Empresarial. A continuación se detalla el procedimiento que se ha seguido para la evaluación de los impactos que el proyecto generará.

7.1. Matriz de Impactos.

Se ha determinado una serie de áreas, para en cada una de ellas aplicar la siguiente mecánica operativa sobre las bases de matrices: En primer lugar se ve conveniente establecer un rango de nivel de impacto, va desde menos 3 hasta 3 positivo con la valoración de la siguiente tabla.

Tabla N° 6347: Matriz de Impactos

- 3	- 2	- 1	0	1	2	3
Impacto	Impacto	Impacto	No Hay Impacto	Impacto	Impacto	Impacto
Alto	Medio	Bajo		Bajo	Medio	Alto
Negativo	Negativo	Negativo		Positivo	Positivo	Positivo

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

En segundo lugar se coloca en cada matriz los rangos de cada impacto en forma horizontal, mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de los aspectos seleccionados.

Se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente, para lo cual se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de indicadores.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz general de impactos que utilizando los resultados de cada tabla de impactos.

7.1.1. Análisis de Impactos

a) Impacto Económico

Tabla N° 68: Impacto Económico

Nº	INDICADORES	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	Total
1	Rentabilidad del Proyecto						X		2
2	Efecto Multiplicador						X		2
3	Costo del Servicio					X			1
	Total	-	-	-	-	-	-	-	5

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{5}{3} = 1,66 = 2$$

El impacto es medio positivo con 2

Rentabilidad del Proyecto

La tasa interna de retorno es de 30,50%, lo que demuestra que el proyecto es viable porque es mayor que el costo de oportunidad. El beneficio costo es de 1,42, por ende por cada dólar invertido tiene un flujo

de efectivo de 1,42. Y la recuperación de la inversión es en cuatro años, un mes y siete días.

Efecto Multiplicador

Al ejecutar el proyecto se generara fuentes de empleo para las personas que cubran el perfil de los puestos, lo cual obtendrán ingresos para satisfacer las necesidades de sus familias consumiendo bienes y servicios, impulsando la producción local, generando impuestos a las entidades públicas como es el SRI, IESS, GAD de Montufar, entre otros, en tal circunstancia se redistribuirá a la población por medio del estado en por medio de las obras como es salud, educación, vialidad.

Costo del Servicio

Es costo del servicio va necesitar reducir, por medio de políticas de reutilización y capacitación de los empleados, impulsándolos por medio de bonos, para que estén satisfechos por el trabajo realizado.

b) Impacto Social

Tabla N° 69: Impacto Social

Nº	INDICADORES	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	Total
1	Contribuye al desarrollo socio económico						X		2
2.	Satisfacción de necesidades					X			1
3	Fuentes de Empleo					X			1
	Total	-	-	-	-	-	-	-	4

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$\text{Impacto Social} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{4}{3} = 1,33 = 1$$

El impacto social es bajo positivo.

Desarrollo socio económico

La calidad de vida mejorará para los habitantes del sector, por medio de las relaciones interpersonales, ya que se reactivara el comercio en la zona y se dará apertura a nuevos emprendimientos.

Satisfacción de Necesidades

Se cubrirá una necesidad de realizar deporte tuerca para sacar a las personas de las costumbres no tan aconsejadas como es el de beber, fumar o peor aún drogarse, influyendo en el cambio de comportamiento de las personas y disminuyendo los problemas intrafamiliares.

Fuentes de Empleo

Disminuirá la tasa de desempleo de la localidad, impulsando nuevos negocios a los alrededores del kartódromo, influyendo positivamente en el entorno.

c) Impacto Empresarial

Tabla N° 70: Impacto Empresarial

Nº	INDICADORES	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	Total
1	Servicio y atención al cliente						X		2
2	Atención personalizada					X			1
3	Calidad en el servicio						X		2
	Total	-	-	-	-	-	-	-	5

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{5}{3} = 1,66 = 2$$

El impacto empresarial es de medio alto.

Servicio y Atención al Cliente

El servicio debe ser de calidad, impulsando una atención personalizada, otorgándoles a las personas una mayor seguridad para que los propios clientes se encarguen de difundir a la empresa que otorga este tipo de servicios, además capacitando al personal.

Atención Personalizada

Ya que debe estar a las necesidades de los clientes y viendo las posibilidad de realizar mejoramientos continuos como exaltar el uniforme de la empresa, para dar mayor categoría al servicio.

Calidad en el Servicio

En base al tiempo la empresa será reconocida por las personas como una empresa que se preocupa de los clientes para ofrecer seguridad, atención y calidad del servicio.

d) Impacto General

Tabla N° 71: Impacto General

Nº	INDICADORES	- 3	- 2	- 1	0	1	2	3	Total
1	Económico						X		2
2	Social					X			1
4	Empresarial						X		2
	Total	-	-	-	-	-	-	-	5

ELABORADO POR: El Investigador, año 2013

$$\text{Impacto General} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto General} = \frac{5}{3}$$

$$\text{Impacto General} = 1,66 \cong 2$$

El impacto general es de medio positivo.

El impacto general es de 2 medio positivo, porque la mayoría de los indicadores son positivos e influyen directamente en el aspecto social, económico y empresarial.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1.1. Conclusiones

- El Diagnóstico Situacional sirvió para determinar que la ciudad de San Gabriel, por su ubicación geográfica cuenta con los requerimientos físicos para la implantación del proyecto ya que es la cabecera cantonal de Montúfar.
- En el marco teórico se establece definiciones de términos claves que se utilizarán en el proyecto, lo cual ayuda a establecer la línea de base del estudio y tener una visión general del proyecto.
- A través del estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha en lo referente a recreación y entretenimiento, dando como resultado la aceptación de la propuesta planteada a través de un previo análisis a las encuestas planteadas.
- Con el estudio técnico se obtuvo un cálculo más acertado del presupuesto requerido para la implantación de dicho proyecto.
- El estudio financiero determinó parámetros para analizar si es rentable o no realizar la inversión y el tiempo aproximado del retorno del capital invertido.
- La estructura organizacional permitió conocer el talento humano requerido para la ejecución de los diferentes procesos de la nueva unidad productiva.
- El proyecto es viable ya que no presentó altos índices de impactos, por lo cual no afectará al medio ambiente ni a terceras personas.

8.1.2. Recomendaciones

- Se recomienda aprovechar al máximo todos los atractivos naturales y turísticos que tiene el cantón fomentando el turismo y reactivando su actividad económica.

- Realizar un análisis de los criterios y definiciones científicas establecidas facilitando la comprensión y sustentar de manera técnica el proyecto.
- Los métodos de recopilación de datos son fuente clave para para el estudio de mercado, por lo que es recomendable obtener información clara y veraz para obtener un resultado más acercado a la realidad.
- En el estudio técnico es recomendable determinar y diferenciar la capacidad instalada y la capacidad a utilizar para determinar los movimientos económicos que se presentaran para la inversión y su retorno.
- El análisis del estudio económico financiero es clave para la toma de decisión de la inversión, por lo cual, se lo debe realizar de manera precisa y buscar alternativas para aumentar su rentabilidad sin poner en riesgo en la calidad y competitividad del servicio a prestarse.
- En la estructura organizacional se debe esclarecer los cargos y funciones necesarios para determinar el número de cargos y sus funciones evitando que al futuro existan desviación de responsabilidades.
- Para la implantación de un proyecto, siempre existirán impactos para lo cual, se debe hacer un análisis de los mismos y tratar de disminuirlos para que así el proyecto sea viable y sea de beneficio colectivo.

BIBLIOGRAFÍA.

- ARBOLEDA, Germán. (2001).
- Baca, U. Gabriel . (2006).
- BACA, Urbina Gabriel. (2010).
- FISCHER Laura. (2007).
- JACOME, Walter. (2005).
- Kotler y Armstrong. (2006). Fundamentos de Marketing. s/c: s/e.
- MARTINEZ, Patricio. (1999).
- NASSIR Sapag Chaín. (2007).
- PALACIOS A. Luis C. (2012).
- PALACIOS Acero. (2012).
- RICHARD L. Sandhusen. (2010).
- Stanton, Etzel y Walker. (2008). Fundamentos de Marketing. s/c: s/e.
- Charles W. L. Hill y Gareth Jones. (2009).
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. (2004)

LINKOGRAFÍA.

- buenastareas.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de www.buenastareas.com/materias/capacidad-diseñada/
- Carchi Estadístico, Indicadores. (2010). Montúfar.
- definicion.de/impacto. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://definicion.de/impacto/#ixzz2U2hDKLBp>
- es.scribd.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/56521479/Definicion-de-estructura-organizacional>
- es.wikipedia.org. (18 de Julio de 2013). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa#Clasificaci.C3.B3n_de_las_empresas
- es.wikipedia.org. (18 de Julio de 2013). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Karting>
- es.wikipedia.org. (18 de Julio de 2013). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa#Clasificaci.C3.B3n_de_las_empresas
- es.wikipedia.org. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

es.wikipedia.org. (19 de Julio de 2013). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra

es.wikipedia.org/wiki/Kart. (18 de Julio de 2013). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Kart>

<http://www.eumed.net/libros>. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros>

igestion20.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://igestion20.com/organigramas-concepto-funciones-y-distintos-tipos/>

igestion20.com/. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://igestion20.com/organigramas-concepto-funciones-y-distintos-tipos/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). Quito: s/e.

microempresa.blogdiario.com. (18 de Julio de 2013). Obtenido de <http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03/>

www.buenastareas.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.buenastareas.com/materias/capacidad-diseñada/>

www.cnecarchi.gob.ec. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.cnecarchi.gob.ec>

www.definicion.org. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.definicion.org/infraestructura>

www.definicionabc.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/entretenimiento.php#ixzz2TxTrvFNs>

www.ehowenespanol.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/evaluacion-financiera-proyectos-hechos_80815/

www.emagister.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.emagister.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/gastos-operacionales-administracion>

www.gestiopolis.com. (19 de Julio de 2013). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/economia-2/estudio-tecnico-de-proyectos-presentacion.htm>

www.kartingecuador.com. (15 de Junio de 2011). Obtenido de <http://www.kartingecuador.com>

ANEXOS

Anexo A: Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL.

Encuesta dirigida a posibles demandantes del Kartódromo (usuarios).

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación del kartódromo, en la ciudad de San Gabriel.

Instrucciones:

- Lea detenidamente y conteste con claridad y precisión ya que la información que usted brinde será muy valiosa.
- Marque con una sola "X" la alternativa de su elección.

Datos Técnicos:

Fecha: Sexo: M () F () Instrucción:
Parroquia del Cantón Montufar:
Edad: 18-30 () 31-40 () 40 A 50 ()

Cuestionario.

1. ¿Ha visitado un kartódromo?
Si () No ()
2. ¿Si existiera uno en la ciudad acudiría?
Si () No ()
3. ¿Con que frecuencia mensual acudiría a este sitio?
1 a 2 veces ()
3 a 4 veces ()
De 5 veces en adelante ()
4. ¿Cómo considera al karting?
Deporte ()
Entretenimiento ()
Las dos anteriores ()
5. ¿Qué precio consideraría adecuado por 3 vueltas en la pista?
2,00 dólares ()
2,25 dólares ()
2,50 dólares ()
6. ¿Con quién acudiría a este sitio en busca de diversión?
Padres () Familiares () Amigos ()

7. ¿Cree usted que un Kartódromo puede generar una descarga de tensiones acumuladas (estrés) por el diario vivir?
 Si () No ()
8. ¿En qué horario de atención le gustaría que funcione el kartódromo?
 Mañana – tarde ()
 Tarde – noche ()
 Mañana - tarde – noche ()
9. ¿Qué días le gustaría que funcione el autódromo?
 De Domingo a Domingo ()
 De Jueves a Domingo ()
 Fines de semana y feriados ()
10. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado el kartódromo?
 Sector “El Charco” ()
 Laguna del salado ()
 La posta ()
11. ¿Cuál es su preferencia en sitios de diversión familiar?
 Discotecas ()
 Escenario deportivo ()
 Balneario ()
12. ¿Sus ingresos son?
 Mensual ()
 Jornal ()
13. ¿Semanalmente cuánto gasta en diversión familiar?
 1 a 5 usd ()
 6 a 10 usd ()
 11 a 15 usd ()
 Más de 16 usd ()
14. ¿Qué nombre le gustaría que lleve el kartódromo?
 Zona Extrema ()
 High Speed club ()
 Racing Site ()
15. ¿En qué medio publicitario le gustaría que se promocióne el kartódromo?
 Radio y televisión ()
 Volantes ()
 Periódicos de mayor circulación ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo B: Cálculos de Mantenimiento

Número de Vuelta 1 600 Metros

Número de Vuelta 3 1800 X

Un Cliente 1 1800 Metros

Total de Clientes 58648 105566653 X

2014 2015 2016 2017 2018

112259579 119376836 126945327 134993661 143552259

Kilómetro 1 1000 Metros

X 105567 105566653 Metros

2014 2015 2016 2017 2018

112260 119377 126945 134994 143552

Galón	0,015625	0,5	Kilómetro	
X	3299	105567	Kilómetros	
2014	2015	2016	2017	2018
3508	3731	3967	4219	4486

Galón	1	5000	Kilómetros	
X	21,11	105567	Kilómetros	
2014	2015	2016	2017	2018
22,45	23,88	25,39	27,00	28,71

Anexo C: Foto de san Gabriel

